

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976.

Departamento de Economía, Administración y Mercadología
MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA GLOBAL



OPÚSCULO SOBRE LA CONFORMACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA Y SU IMPACTO EN EL ESTADO DE JALISCO 2015

Trabajo recepcional que para obtener el grado de
MAESTRA EN MERCADOTECNIA GLOBAL

Presenta: María Laura Maceira Ochoa

Director: Mtro. Luis Eduardo Vallejo Narvaez

San Pedro Tlaquepaque, Jalisco. julio de 2018.

Industria Creativa en Jalisco

Opúsculo sobre la conformación de la industria creativa y
su impacto económico en el Estado de Jalisco 2015

AGRADECIMIENTOS:

A Nacho, Iñaki e Íñigo, por todo.

A toda mi familia, especialmente Luz María y Ana, cada una fue pilar y me dio los recursos a su alcance, sin los cuales no hubiera llegado hasta el final.

Mi querida hermana, siempre me has puesto la vara muy alta, pero nunca en un tono competitivo, sino a modo de inspiración.

Blanca Robles, me diste la confianza, la motivación y me abriste todas las puertas. También Óscar Castro y todos aquellos dentro del ITESO que hicieron que este paso fuera posible para mí, entre ellos Luis Flores y Felipe Covarrubias al haberme invitado hace ocho años como parte de su equipo, fecha en que me comprometí a capacitarme en al menos un tema nuevo cada año.

Todos y cada uno de los que fueron mis docentes, tutores, coordinadores y compañeros de clase. Especialmente Luis Vallejo, me ayudaste a darle forma a este tema de investigación; tu confianza en mi trabajo y punto de vista analítico fueron fundamentales para mi.

Noemí Pizano gracias a ti y a todo el equipo del Consejo Promotor de Innovación y diseño, por invitarme a subir a este barco y el apoyo que me brindaron a lo largo del proyecto.

A todos los colegas y amigos que me permitieron una entrevista o consulta, con la cual pude hacer más sólida mi investigación.

A mis socios, a su lado he crecido profesionalmente y son ustedes con quienes estoy comprometida para que sigamos haciendo crecer nuestro proyecto, dando lo mejor.

A mis amigos, todos, por darme la oportunidad de abstraerme por tres años, y aún así, sé que están ahí y cuento con ustedes.

A Pavel.

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto constituye un opúsculo sobre la conformación de la industria creativa y su impacto económico en el Estado de Jalisco 2015. Su planteamiento de acopio de información está desarrollado bajo un modelo de investigación monográfico.

Propone, para contextualizar a la industria creativa en Jalisco hacer una medición de la industria en base a censos económicos del INEGI, sin partir de un modelo teórico específico de Industria Creativa, sino a partir de la comparación de varios modelos teóricos (UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), DCMS (Department for Culture, Media and Sport (UK)), NESTA, David Throsby, WIPO (World Intellectual Property Organization)) para valorar las variantes que se generan al medir bajo las distintas ópticas, y ofrecer herramientas de discernimiento para elegir el modelo más apropiado de acuerdo a los objetivos con los que se realice cada medición. Presenta de forma detallada un análisis de cada una de las industrias creativas en el Estado de Jalisco, con gráficos comparativos entre los últimos tres censos económicos realizados en el país en 2004, 2009 y 2014, tomando referencias de estadística a nivel nacional y su relación con la estadística de Jalisco. Esta comparación se utiliza para plantear hipótesis abiertas sobre las oportunidades o retos del estado.

A modo de conclusión se presenta un proyecto ejecutivo de planificación de gestión estratégica para mejorar la competitividad de la industria creativa en Jalisco dirigido al Consejo Promotor de Innovación y Diseño en Jalisco.

Palabras clave: Industria Creativa en Jalisco, Medición de Industria Creativa en Jalisco, Taxonomía Industria Creativa, NAICS - SCIAN Industria Creativa, Mapeo Industria Creativa, Fuerzas de Porter en la Industria Creativa.

ABSTRACT

This thesis presents a detailed review of the configuration dynamics of creative industries and their economic impact in the State of Jalisco, Mexico, throughout 2015. A monographic research model was used to collect data with the purpose of contextualizing these emerging industries in a specific locality and to assess their development based on national economic censuses produced by the National Institute for Statistics and Geography (INEGI).

Due to the great diversity of these industries, the analyses undertaken could not rely on a single theoretical model of the Creative Industry. Instead, an analytical framework was built by articulating several existing models (UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), DCSM (Department for Culture, Media and Sport (UK)), NESTA, David Throsby, WIPO (World Intellectual Property Organization)) with the intention of catering for conceptual differences that may arise when assessing industries against one theoretical model or another. Such a framework, it is argued, may provide users with insights for the selection of the most suitable model, according to the objectives and approaches of any given study, project or case.

This framework has been utilized to carry out thorough analyses of each of the creative industries in the State of Jalisco, whose results are presented in the text along with comparative graphs of the industries, at the province and national level, according to the last three economic censuses produced in Mexico; 2004, 2009 and 2014. Drawing from these data, a number of hypotheses are raised about the opportunities and challenges of the creative industries in the state.

To conclude, an executive project for the strategic management and planning of creative industries is proposed in order to improve the competitiveness of the sector in Jalisco between 2017 and 2018.

Keywords: Creative Industry in Jalisco, Creative Industry measurement in Jalisco, Creative Industry's taxonomy, SIC codes for Creative Industry in México, Mapping the Creative Industry, Creative Industry in Jalisco & Porter 5 Forces model.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	3
ABSTRACT	4
ÍNDICE	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
LISTA DE ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS	6
01. PRESENTACIÓN	8
02. POR QUÉ INDUSTRIA CREATIVA	12
3.1 DEFINICIÓN DE INDUSTRIA CREATIVA	16
3.1.1 CONCEPTOS CLAVE	16
3.1.2 CLASIFICACIÓN DE INDUSTRIAS CREATIVAS	22
04. MARCO METODOLÓGICO	27
4.1. CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TEÓRICO	27
4.2 CONSULTA ESTADÍSTICA	28
4.2.1. INFORMACIÓN ESTADÍSTICA	28
4.3 ENTREVISTAS CUALITATIVAS PARA IDENTIFICACIÓN DE LA CADENA DE VALOR Y LAS FUERZAS DINAMIZADORAS DENTRO DE LA INDUSTRIA.	31
05. ESTADÍSTICA	35
5.1 MAPEO DINÁMICO	35
6. PLANIFICACIÓN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA CREATIVA EN JALISCO 2018	78
6.1 PLANIFICACIÓN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR	78
6.2 DESARROLLO DE LA GESTIÓN	79
07. CONCLUSIONES FINALES, ECONOMÍAS CREATIVAS BASADAS EN EL CONOCIMIENTO	84
08. GLOSARIO	86
09. ANEXOS	88
10. REFERENCIAS	149

LISTA DE ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS

- BCC** Bienes Comunes Creativos (**CC** Creative Commons)
CCD Ciudad Creativa Digital
CIIU Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (ONU)
CMAP Clasificación Mexicana de Actividades y Productos
CMO Clasificación Mexicana de Ocupaciones
CNO Catálogo Nacional de Ocupaciones
DCMS Department for Culture, Media and Sport (UK)
EBT Empresas de base tecnológica
ENIGH Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares
ENOE Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo
EUROSTAT Statistical Office of the European Communities
GCCD Guadalajara Ciudad Creativa Digital
GDP Gross Domestic Product
GVA Gross Value Added
ICACE Índice de Capacidades y Aprovechamiento Cultural de los Estados
IIEG Instituto de información estadística y geográfica de Jalisco.
IED Inversión Extranjera Directa
ILO International Labour Organization (en español, OIT Organización Internacional del Trabajo)
IMSS Instituto Mexicano del Seguro Social
IMF International Monetary Fund (en español, Fondo Monetario Internacional)
INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México)
ISIC International Standard Industrial Classification
ISWGNA Inter-Secretariat Working Group on National Accounts
IP Iniciativa Privada
IPDA Industrias Protegidas por el Derecho de Autor (México)
IVA Impuesto al Valor Agregado (México)
NACE General Industrial Classification of Economic Activities
NAICS North American Industry Classification System (en español, SCIAN Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte)
NESTA National Endowment for Science, Technology and the Arts (UK)
OECD Organization for Economic Co-operation and Development
PIB Producto Interno Bruto
PRODCOM Community Statistical Survey of Industrial Production
SIC Standard Industrial Classification
SINCO Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones (INEGI)
SNA System of National Accounts
SOC Standard Occupational Classification (en español, COU Clasificación Ocupacional Uniforme)
STPS Secretaría del Trabajo y Previsión Social
TICs Tecnologías de la Información
UE Unión Europea
UE Unidades Económicas
UN United Nations (en español, ONU Organización de las Naciones Unidas)
UNCTAD United Nations Conference on Trade and Development
UNESCO United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (en español, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura)
WCT **WIPO** Copyright Treaty
WIPO World Intellectual Property Organization (en español, OMPI Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)
WPPT **WIPO** Performances and Phonograms Treaty
WTO World Trade Organization

**“PARA ABRIR
NUEVOS CAMINOS,
HAY QUE SER CAPAZ
DE PERDERSE”**

JEAN ROSTAND

01. PRESENTACIÓN

Durante las dos últimas décadas, a nivel global, las economías post-industriales, basadas en el conocimiento, comenzaron a identificar a las industrias creativas como un componente importante no sólo en aspectos económicos, sino también como agentes en la transmisión de la identidad cultural.

Reconociendo las diversas formas de impacto social y económico que dicho sector genera, poco a poco los gobiernos han comenzado a desarrollar políticas específicas para la promoción de estas industrias, antes marginales. El mejor entendimiento y dimensionamiento de la Industria Creativa, es un recurso que podrá ser valioso para instituciones gubernamentales, agrupaciones empresariales o cámaras industriales, académicos e instituciones educativas, así como para los propios actores que conforman la industria. ¿Porqué? puesto que al entender mejor el ADN de cada industria, la asignación de recursos presupuestales, desde el gobierno, podrá tener una mejor utilización y optimizar su impacto. Esta mejora cualitativa en el proceso de toma de decisiones es una contribución a la implementación de la estrategia, que, en el corto y largo plazo, podrá contribuir al desarrollo de la Industria.

La industria en cuestión requiere un enfoque de estudio específico, ya que su base productiva no está sustentada en la transformación de tangibles, sino en la generación de valor desde la creatividad (economías basadas en el conocimiento); esto implica peculiaridades específicas de funcionamiento y operación, pues su producción es de intangibles principalmente. Por eso, mapear a los actores que la constituyen y conocer su estado actual, en términos de dimensión, conformación e impacto económico, es una tarea fundamental (UNESCO - Global Alliance for Cultural Diversity, 2016).

El Consejo Promotor de Innovación y Diseño es un organismo estatal en Jalisco, que trabaja por desarrollar los medios y escenarios necesarios para la incorporación de dos herramientas a los procesos creativos y de desarrollo de las industrias jaliscienses: la innovación y el diseño. Durante el segundo semestre de 2012 y el primer trimestre de 2013 realizó un estudio cualitativo sobre los integrantes de la Industria Creativa en la Zona Metropolitana de Guadalajara (documento en etapa de revisión previa a su publicación), en el que se identifican a los actores y se clarifica su participación utilizando indicadores de generación de valor para la citada industria, sin embargo, no se cuenta con datos estadísticos compilados ni sistematizados que permitan dimensionar su alcance ni conocer otros aspectos que favorezcan el estudio de la industria creativa y de los programas de apoyo para su fortalecimiento en Jalisco.

Investigadores como Ernesto Piedras (2004) y Marco Ferruzca (2013) han realizado algunos estudios cuantitativos para dimensionar las Industrias de base cultural y creativa en México, pero su trabajo no se ha realizado a nivel nacional, sino que se ha enfocado en estadísticas sobre la Ciudad de México.

Mario F. Retana ha estudiado a la economía creativa y realizado publicaciones basadas en estudios cualitativos, que ayudan al entendimiento de los factores claves para la pervivencia o muerte de las industrias creativas en México desde hace diez años (2017).

La presente investigación se desarrolla como Trabajo de Obtención de Grado de la Maestría en Mercadotecnia Global, del programa de Posgrados del ITESO, a partir de un interés particular de la autora y con fines académicos.

El proceso de indagación involucra tres etapas de desarrollo:

A. Definiciones.

Es una primera etapa fundamental, de carácter descriptivo, puesto que acota las definiciones teóricas que delimitan el enfoque de estudio y el alcance de los sectores que se consideran como parte de la Industria Creativa en el desarrollo de este trabajo de investigación. ¿Con qué objeto?; para que, en términos generales nos permita contestar a las preguntas “¿Quiénes somos, cómo somos?” los que conformamos la Industria Creativa en Jalisco. ¿Cuáles son los elementos de identidad que permiten diferenciar claramente entre Industria Creativa, Industria Cultural y Economía Creativa? Términos vinculados, que en ocasiones se utilizan como sinónimos, y sin embargo es importante diferenciar.

B. Medición, mapeo y análisis de la industria.

Esta segunda etapa, es principalmente de carácter cuantitativo, pues su propósito es dimensionar a la Industria Creativa en el estado de Jalisco, así como mensurar su impacto económico y de generación de empleo. Dicha medición se realizará por medio de una investigación realizada sobre bases de datos accesibles a través de internet (INEGI), para generar un reporte que a través de gráficas permita identificar su tamaño, así como las disciplinas que la conforman y la representatividad numérica y económica que tiene cada una de éstas dentro del sector y que nos permita identificar y responder “¿Cuántos somos y qué hacemos?”. Este ejercicio está desarrollado bajo una propuesta de mapeo dinámico, en el que se le da lectura a la misma información bajo cinco distintos modelos teóricos: UNESCO, DCMS, NESTA, THROSBY y WIPO, que definen cuáles actividades económicas deberían ser consideradas o no, como parte de la industria creativa.

Se complementa con una investigación cualitativa dentro de un sector específico, el de diseño gráfico, con el fin de validar cómo, de manera local, permanecen o se modifican las fuerzas dinamizadoras dentro del sector. Este ejercicio se aplica sólo en un sector, pero comparte la metodología de encuesta y análisis para que, en una siguiente etapa de indagación, pueda ser replicado con todos los sectores que conforman la industria creativa y tener un panorama mucho más amplio.

C. Pertinencia y oportunidades hacia el futuro.

La presencia de actividad económica de las Industrias Creativas a nivel estatal y nacional es evidente. Uno de los retos más grandes, es desarrollar una cultura de Economía Creativa, en donde no sólo hay actividad económica, sino que se aprovecha el máximo potencial que ofrecen las economías basadas en el conocimiento y la innovación, elevando su competitividad al máximo. El presente documento es un punto de partida para unificar criterios, definiciones y facilitar la toma de decisiones con relación a la clasificación de las industrias creativas.

El mantener un esfuerzo de medición que dé continuidad a este primer acercamiento es fundamental para seguir encontrando las mejores oportunidades hacia el futuro, principalmente a nivel regional, para aquellas empresas o independientes que forman parte de las Industrias Creativas en Jalisco.

“EMPIEZO
CON UNA IDEA
Y LUEGO
SE CONVIERTE
EN ALGO MÁS”

PABLO PICASSO

02. POR QUÉ INDUSTRIA CREATIVA

Desde la década de los noventa comenzó a introducirse el concepto de Industria Creativa en Inglaterra, como parte de un discurso político de Tony Blair en 1997 que identificó un sector estratégico dentro de la industria, del cual no se había reconocido el valor que generaba en relación con el PIB (Lee, Hesmondhalgh, Oakley & Nisbett, 2014) y a la generación de empleo, hasta ese momento.

Esta industria está conformada por disciplinas ancestrales como la música y las artes plásticas, y por otras emergentes como la comunicación publicitaria a través de redes sociales, por citar un ejemplo. Así que, a pesar de que el debate sobre su definición académica sigue en curso, la industria -que no es nueva-, se encuentra en una etapa de auge internacional por dos factores, según identifica Casani, Rodríguez-Pomeda & Sánchez (2012). Por una parte, la cultura deja de ser un bien político dirigido intencionalmente a la élite social, para convertirse en una actividad económica más, sujeta a reglas del mercado, por lo que se vuelve un nuevo sector económico. Por otra parte, las industrias tradicionales, han encontrado valor en el diseño, creatividad e innovación para dar valor competitivo a sus productos o servicios, por lo que tangibles e intangibles derivados del pensamiento creativo, se han vuelto parte de la cadena de valor en la generación de un bien o servicio de cualquier industria, integrando así a una nueva economía, la economía creativa (ídem).

La detonación de la industria creativa ha despertado el interés no solo de los actores que intervienen como parte de la cadena productiva, sino también el de académicos, economistas, especialistas en estadística, expertos en cultura, y dirigentes que elaboran políticas públicas. Dicha atracción es reflejo del inicio de la concientización sobre el impacto que genera esta nueva industria en el contexto socio-económico. Sin embargo, el concepto aún no es reconocido debidamente, considerando su potencial de desarrollo, y muchos gobiernos no están convencidos de la trascendencia o de las posibilidades que supone atender a este sector. Desde los esfuerzos de instituciones internacionales como UNESCO, se reconoce la importancia de realizar mapeos y metodologías para la elaboración de estos con el fin de apoyar a la elaboración de políticas públicas. Este compromiso se recoge en el Artículo 19 de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, aprobada en la 33 Conferencia General de la UNESCO, en octubre de 2005 (UNESCO, 2005).

México comienza apenas a desarrollar esta industria; los primeros registros de reconocimiento oficial de la industria creativa provienen de PROMEXICO, organismo del Gobierno Federal encargado de coordinar las estrategias dirigidas al fortalecimiento de la participación del país en la economía internacional, el cual generó una dirección específica de Industrias Creativas

(2010), bajo la supervisión de Mariana Larragoiti, actual directora de Innovación en PROMEXICO. Al igual que en otros países, el principal obstáculo con relación a la Industria Creativa en México es que no hay referente claro establecido que delimite los sectores que deben reconocerse dentro de esta industria, y muchas veces el tema se aborda sólo desde el enfoque hacia el potencial de desarrollo de Tecnologías de la Información (TI), dejando marginados a otras ramas que sí son reconocidas a nivel internacional (N. Pizano, comunicación personal, 9 mayo 2015).

En Jalisco, el Consejo Promotor de Innovación y Diseño del estado ha manifestado a través de su directora, Noemí Pizano Olvera (comunicación personal, 9 mayo 2015), en entrevistas uno a uno para convocatoria de colaboración, su interés por realizar un estudio cuantitativo sobre la Industria Creativa a nivel regional, ya que no se cuenta con información sobre el sector. El conocimiento más amplio de esta industria es un requerimiento para la planeación estratégica de la institución en cuestión, pues brinda datos relevantes, útiles para planear y proyectar las acciones que el Consejo propondrá y ejecutará a favor del sector, así como divulgar y difundir a nivel nacional e internacional el potencial y vocación creativa que tiene el estado, como un esfuerzo que posicione a la región en el mapa mundial de la Industria Creativa, a fin de atraer inversionistas, clientes y aliados estratégicos.

El alcance de esta propuesta de investigación se circunscribe a Jalisco, la entidad ocupa los primeros lugares en el Ranking Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, en las dimensiones de “Productividad Científica e Innovadora” y la de “Tecnología de la Información y Comunicaciones”, de acuerdo con la publicación del Foro Consultivo Científico y Tecnológico A.C. (Dutrénit, Zaragoza, Saldívar, Solano, & Zúñiga-Bello, 2014).

Estos datos pueden ser un buen indicio sobre la existencia y relevancia de la actividad empresarial del sector en la región. Además, es el lugar de residencia y trabajo de la investigadora lo que supone condiciones favorables para el desarrollo del estudio.

Los estudios que se realicen sobre la industria creativa en el estado son también relevantes para la economía regional, debido a que desde el año 2010 diversas entidades de carácter gubernamental y de la industria privada han conjuntado esfuerzos para validar la iniciativa de incubar un proyecto de desarrollo económico y social autosustentable en la ciudad de Guadalajara, llamado “Ciudad Creativa Digital”. Éste fue conceptualizado como un clúster de producción audiovisual digital que sirva como polo de competitividad, favoreciendo la detonación de la industria atrayendo inversión estratégica (Sandoval, Carreón, Larragoiti, Monroy, Archundia, Padilla & Escorcía, 2013).

Adicionalmente en abril de 2017, en el marco del Foro Internacional “Guadalajara, Ciudad Creativa” se anuncia la postulación de la ciudad para integrarse a la red de Ciudades Creativas de Unesco, dentro de la categoría de Artes Digitales. De acuerdo con información de la UNESCO en México, esta adhesión será “un paso firme para asegurar el desarrollo sostenible de esa ciudad, considerada entre las más innovadoras y competitivas de México” (citado por Rivera, 2017).

El ejercicio de análisis de la industria regional que propone este estudio tendrá relevancia directa para aquellos actores del sector creativo en el estado, generando un polo de atracción como colectivo en la región, que favorezca su crecimiento.

La propuesta de hacer un análisis sobre los factores clave en la cadena de valor es ofrecer un análisis propositivo o punto de partida para posteriores investigaciones que otorguen mejores herramientas para la toma de decisiones a nivel académico, institucional, gubernamental o empresarial, a partir del mejor entendimiento de la industria, su funcionamiento, estructura, vinculación intersectorial y oportunidades de crecimiento.

“AL ABRIRSE
A UNA PERSPECTIVA
DIFERENTE,
ENRIQUECERÁ Y
EQUILIBRARÁ MEJOR
SU PROPIO
PUNTO DE VISTA”

TONY ROBBINS

03. VISTA GENERAL

3.1 Definición de industria creativa

3.1.1 Conceptos clave

El análisis de una industria permite abstraer una caracterización económica dominante común a un grupo sectorial, para evaluar su relevancia y permitir su mejor desempeño.

Partiendo del planteamiento de Porter se puede definir a la industria como un grupo de empresas que ofertan productos o servicios similares que satisfacen una misma necesidad básica del mercado. Su similitud supone que pueden ser sustituidos unos por otros, a partir de lo cual se sugiere un esquema de análisis de competitividad. Esta se logra por medio de la identificación de las fuerzas que dinamizan la industria para crear estrategias asertivas que fortalezcan sus factores claves de éxito, teniendo como punto de partida un mejor entendimiento de sus componentes (2008).

Para hablar de industrias creativas es necesario hacer una revisión exhaustiva de documentación, ya que no parece haber aún una definición pura y aceptada. El concepto de industrias creativas se ha ido definiendo bajo muchos términos, desde distintas ópticas y con diferentes consideraciones dependiendo del contexto geográfico desde el cual se teoriza. En el texto editorial de un volumen de *Creative Industries Journal* se refieren los cambios a través del tiempo de la definición del término “industria creativa”, y se plantea que las industrias creativas en las décadas de los ochenta y noventa, tenían su base en el desarrollo de “objetos” desde una perspectiva industrial, mientras que las industrias creativas de los últimos años producen “experiencias”. Esta variación ha implicado también redefinir lo “tangible” y lo “intangible” y la manera en que estas dos formas de crear valor agregado se han vuelto intrínsecas, por ejemplo: un material creativo que puede ser un juego digital, requiere de un dispositivo para ser jugado. La misma “creatividad” implícita en el término, es muy abstracta para ser denominada bajo una definición universal y rigorista, o para ser definida por actores políticos, economistas o teóricos, que comúnmente son ajenos en la práctica de dichas industrias. En el cierre del documento, proponen también que, por los mismos factores de cambio constante, es probable que, a pesar de todos los esfuerzos de unificación, nuevas definiciones del término sigan siendo realizadas (CIJ, 2013: 85-86).

En contraparte a esta idea sobre la necesidad de tener un esquema flexible al teorizar sobre el concepto de industria creativa, Susan Galloway y Stewart Dunlop proponen acotar la definición entre industria cultural y creativa, especialmente para el desarrollo de políticas públicas. Utilizar ambos términos como sinónimos supone un problema, pues al agruparlos y asignar recursos para un propósito u otro de manera indistinta, se nulifican en vez de

potencializarse (2007). Considerando que como parte del desarrollo de este proyecto de investigación se propone una revisión de las políticas públicas y privadas, las aportaciones de este documento son importantes como punto de referencia para considerar los criterios de evaluación al hacer la valoración de las mismas.

La ebullición a nivel internacional de las industrias creativas ha despertado el interés de economistas, especialistas en estadística, expertos en cultura y dirigentes de políticas públicas, quienes han reconocido su trascendencia en un contexto socio económico y social. Aunado a este reconocimiento, se ha concedido también importancia al mapeo de dichas industrias para la elaboración de políticas públicas, aunque aún no se ha logrado un consenso sobre las metodologías. Gran Bretaña, uno de los líderes en el desarrollo de la industria, planteó el Creative Industries Production System (CIPS) para medir las actividades de la industria creativa. Para esto, las divide “en cuatro segmentos que son: origen de contenidos, producción, distribución y consumo. Este modelo también ha sido adoptado por otros gobiernos, entre los que se incluyen, Australia, Nueva Zelanda, Singapur y Hong Kong” (UNESCO-Global Alliance for Cultural Diversity, s/f: 5). Dicha clasificación, o una similar que agrupe en grandes categorías, podría tomarse como punto de referencia para el estudio de los resultados obtenidos en la presente investigación.

Dave Clark, de la Universidad de Portsmouth, propone una matriz de evaluación en la que compara con diversos filtros cómo podría medirse la industria creativa e identifica las posibles variantes de resultados, siendo los principales diferenciadores por una parte, el número de disciplinas que se integran como parte de la definición de “industria creativa” y por otra, si se considera a la cantidad de personas laborando en el sector creativo, o si se toma en cuenta el carácter creativo de su actividad dentro de la empresa (citado en Marinova & Borza, 2014: 22-26). Esta propuesta ha sido tomada como referencia conceptual para aplicarla en la matriz dinámica que se utiliza en este proyecto, para hacer la medición de industria creativa bajo distintos modelos teóricos.¹

Al revisar documentación sobre Industria Creativa, hay tres conceptos principales interrelacionados que, muchas veces se confunden uno con otro o que se toman equivocadamente, como sinónimos. Estos conceptos son la industria creativa, la industria cultural y la economía creativa. Dependiendo del contexto de estudio y su contexto geográfico (país), hay variaciones para definir cada uno de estos conceptos, sin embargo, hay coincidencias con lógica consistente que serán tomadas como referencia para el desarrollo de este proyecto.

¹ Ver modelos teóricos en el capítulo 4.1.2.

Economía creativa

Según Marinova & Borza (2014), el término de Economía Creativa fue popularizado por el escritor británico John Hawkins, quien lo aplicó a quince industrias vinculadas con las artes, la ciencia y la tecnología. La definición de economía creativa se ha mantenido en evolución constante a lo largo de estas casi dos décadas, en la cual no se ha llegado a un consenso. Marinova y Borza sintetizan los atributos en común a la definición de Economía Creativa, partiendo del documento “The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards informed policy-making, The Creative Economy Report” de la Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de 2008. Estas características son:

La economía creativa es un concepto en evolución, basado en los recursos potenciales de desarrollo o crecimiento económico.

Logra abarcar generación de ingreso, creación y exportación de ganancias y de manera simultánea puede promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.

Incluye aspectos económicos, culturales y sociales integrados con la tecnología, la propiedad industrial y/o el turismo.

Es una economía basada en el conocimiento (knowledge-based) con desarrollo intersectorial desvinculada de la macro o microeconomía.

Propone opciones factibles de desarrollo multidisciplinario e innovador en materia pública, y de acciones intergubernamentales.

En el corazón de la Economía Creativa, se encuentra la Industria Creativa (Marinova & Borza, 2014: 22–23).

Industria creativa. Definiciones

En 1998 el Departamento de Cultura, Medios y Deportes de Gran Bretaña (DCMS, por sus siglas en inglés) definió las industrias creativas como aquellas que “tienen su origen en la creatividad, las habilidades y el talento individual, y que tienen el potencial de crear riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (citado en BOP Consulting, 2010: 14).

De acuerdo con el *Informe sobre la economía creativa 2008* de la UNCTAD, “los ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como insumos

primarios, comprenden un conjunto de actividades basadas en el conocimiento que producen bienes tangibles y servicios intangibles, intelectuales y artísticos, con contenido creativo, valor económico y objetivos mercantiles” (UNCTAD, 2008: 63).

David Throsby (citado por Flew & Cunningham, 2010) ha presentado de manera bastante clara la diferencia entre industrias creativas e industrias culturales. De acuerdo con él, los bienes y servicios culturales requieren creatividad, transmiten mensajes simbólicos y son fuente potencial de derechos de autor, en tanto que los bienes y servicios creativos sólo requieren creatividad. En tal virtud, las industrias creativas representan un gran conjunto, del cual las industrias culturales serían un subconjunto.

Para concluir, John Hartley (2007) sugiere otra definición que ayuda entender desde otra óptica: “La idea de industrias creativas trata de describir la convergencia conceptual y práctica de las artes creativas (talento individual) con industrias culturales (escala masiva), en el contexto de las Tecnologías de la Información en una nueva economía del conocimiento, para el uso de los nuevos consumidores-ciudadanos-interactivos (citado en la web Industrias Creativas).

Según la publicación “Creative Industries Mapping Document” generada por el Gobierno Británico en 2001, las Industrias Creativas fueron definidas como “aquellas que tienen su origen en la creatividad individual, habilidad y talento, con el potencial de crear riqueza y generación de empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (citado por Higgs & Cunningham, 2008: 9). Esta definición es retomada por la DCMS en su reporte sobre estimados económicos sobre las Industrias Creativas, con el aporte de una metodología para definir la “intensidad creativa” identificando la ocupación creativa de entre la fuerza de trabajo de la industria y aportando un nuevo concepto de “Economía creativa” en el que se adiciona el trabajo realizado dentro de la industria creativa y el trabajo creativo que se realiza internamente, como parte del proceso de desarrollo de otras industrias.

Un aspecto relevante para hacer la diferenciación entre economía creativa e industria creativa, es que la economía creativa es mucho más difícil de medir. Si bien para mapear a la industria creativa hay que evadir obstáculos como la diversidad de teorías para definir industria creativa y los sectores que la componen, la falta de datos estadísticos desagregados que permitan una mejor comprensión de la industria, así como el carácter informal del entorno mexicano, en el que no todos los que se dedican a la industria creativa están formalmente empadronados ante instituciones que permitan hacer su correcto mapeo, hacen más imprecisa su clasificación y diferenciación. La economía

creativa tiene su impacto de forma indirecta en todos los sectores para los que la industria creativa genera valor. Por esto, una medición estadística parecería absolutista y hasta un tanto absurda. Sin embargo, el ejercicio de mapeo de este documento pretende ser un punto de partida para seguir generando investigación más profunda en relación con el tema.

Industria cultural

La UNESCO define a una industria cultural como aquella que combina la creación, producción y comercialización de contenidos intangibles de naturaleza cultural, generalmente protegidos por derecho de autor, que pueden tomar la forma de bienes o servicios. Las “actividades, bienes y servicios culturales” se refieren a las actividades, los bienes y los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener (Ministerio de Cultura de Colombia y Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales, 2005:13).

Al verlo desglosado como actividades económicas, a diferencia de la categorización de las industrias creativas, las industrias culturales integran actividades de entretenimiento, como museos, bibliotecas, sitios arqueológicos y otros que comúnmente no son incluidos bajo el término de industria creativa.

Creatividad

De acuerdo con Podestá y Hernández (2012), la definición de creatividad desde una perspectiva psicológica está centrada en las características propias del individuo; mientras que otras definiciones, como las realizadas desde un punto de vista sistémico, se centran en las relaciones entre “persona” y “contexto”, es decir, en las conexiones entre esas características individuales dentro de un contexto dado. Considerando que el enfoque de este proyecto es hacia las industrias creativas, hay dos definiciones que permiten una interpretación más clara en un contexto de producción industrial. Una es de López y Recio (1998), quienes definen la creatividad como “un estilo que tiene la mente para procesar la información, manifestándose mediante la producción y generación de situaciones, ideas u objetos con cierto grado de originalidad; dicho estilo de la mente pretende de alguna manera impactar o transformar la realidad presente del individuo” (citados en la web de la Fundación para la Creativación). Esta definición es interesante porque identifica tres factores clave, que son el proceso de pensamiento (intangible), una producción que tenazmente define para que pueda ser tangible o no, y la originalidad, que, en la superficie, podría ser la evidencia más clara de la intervención creativa.

En esta línea de pensamiento, Rodríguez (1999) propone que “la creatividad es la capacidad de producir cosas nuevas y valiosas” (citado en la web de la Fundación para la Creativación). Producción – Innovación, son conceptos básicos en el campo de acción de las industrias creativas.

Empresas culturales

“Son aquellas organizaciones, instituciones o compañías que conectan los creadores y la creatividad con los públicos y el mercado, otorgándoles por un lado alguna forma de reconocimiento y por otro una fuente de ingresos. Las empresas culturales funcionan con un criterio comercial y de negocios y su objetivo es generar valor e ingresos. Pueden operar con una lógica de maximización de beneficios o simplemente de cubrir costes de operación y actuar sin ánimo de lucro” (Alonso, Bonet, Garzón & Schargorodsky, 2010).

Empresas de base tecnológica

La denominación de EBT se refiere a aquellas que están basadas en el dominio especializado del conocimiento científico y técnico para ser competitivas. Sus actividades se desarrollan en torno a la innovación tecnológica. Su principal activo es el conocimiento tecnológico y el *know-how* (saber hacer, procesos, productos, servicios, etc.) que posean sus miembros. Entonces, estas pueden definirse como “organizaciones productoras de bienes y servicios, comprometidas con el diseño, desarrollo y producción de nuevos productos y/o procesos de fabricación innovadores, a través de la aplicación sistemática de conocimientos técnicos y científicos” (U.S. Office of Technology Assessment, 1992 citado por Simón [2003] en Podestá, 2012: 20-21).

Propiedad intelectual

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, esta consiste en "cualquier propiedad que, de común acuerdo, se considera de naturaleza intelectual y merecedora de protección, incluidas las invenciones científicas y tecnológicas, las producciones literarias o artísticas, las marcas y los identificadores, los dibujos y modelos industriales y las indicaciones geográficas" (OMPI, 2000 citado por Alonso, Bonet, Garzón & Schargorodsky 2010: 72).

Innovación

De acuerdo con el INEGI, “innovación” se define como el “diseño de nuevos productos, prototipos, modalidades de servicios de atención a clientes; nuevas plantas; ahorro de energía, combustibles, agua y materias primas; cambios en la organización de procesos; optimización del control de calidad; monitoreo, selección y adaptación de tecnologías; desarrollo de sistemas informáticos propios y capacitación del personal, para la generación de nuevos productos o servicios” (Glosario de los Censos Económicos 2014 -2015. SNIEG, 2014).

Con sus límites, más extensos o menos, las industrias creativas y culturales, hablan del potencial de las personas (imaginación, creatividad, innovación), en

donde lo detona un proyecto, son las ideas (materia prima medular) y a partir de la transformación de éstas en servicios o productos tangibles, se produce valor económico.

3.1.2 Clasificación de industrias creativas

Ernesto Piedras es un economista mexicano que se ha dedicado a hacer investigación sobre el tema de industrias creativas y culturales en México. Su trabajo ha sido pionero en nuestro contexto y ha generado un marco de referencia para otros autores que después han seguido su línea de investigación. Como parte de su trabajo, identifica varias categorías que articulan a la industria cultural en México y las define con base en su rol de generación económica en cinco categorías: Industrias Base, Industrias Interdependientes, Industrias parcialmente relacionadas, Industrias no dedicadas y la Industrias “Sombra” de la economía legal e informal (2004). Esta propuesta es relevante para este estudio debido a que se ha realizado en el contexto mexicano, partiendo de un análisis económico y socio cultural aún vigentes.

Instituciones como la UNESCO, el British Council y DMCS, aunque tienen pequeñas variaciones entre sus clasificaciones, agrupan a las industrias creativas según el talento particular o las actividades que se realizan por quienes las ejercen (categorización por disciplinas). DCMS, el Departamento para la Cultura, Medios y Deportes de Reino Unido, trabajó por encargo del British Council un estudio en el que se definieron trece sectores de actividad cultural y económica que les permitiera acotar la definición de industria creativa como “industrias que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individuales y que presentan un potencial para la creación de riquezas y empleo por medio de la generación y explotación de la propiedad intelectual”(citado en Naciones Unidas, 2010: 32). Dicha definición es tan extensa que podría incluir servicios tan extremos como la industria farmacéutica o la ingeniería de negocios. En contraste con otras, su clasificación representa a los dos bloques más importantes dentro de la economía creativa; sectores establecidos con gran antigüedad, y empresas vanguardistas basadas en la tecnología y el conocimiento.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO, por sus siglas en inglés) sugiere una categorización más genérica de la industria creativa, basada en su susceptibilidad a ser registrada bajo derechos de autor. Reconoce una parte de estas industrias, como las “actividades principales”, que directamente se vinculan con la actividad de derechos de autor y las agrupa en tres categorías medulares. En su revisión de definición de industria creativa, muestran un cuadro en el que mapean las industrias creativas diferenciando la naturaleza de sus actividades principales entre “producción” y “distribución”. David Throsby también propone una clasificación de las industrias creativas basadas en la relevancia de su actividad creativa, siguiendo una línea conceptual semejante, pero con distintas categorías.

Otros organismos como la National Endowment for Science, Technology and the Arts de Gran Bretaña (NESTA por sus siglas en inglés), presentaron un nuevo modelo, tratando de alejarse de un modelo que agrupa por subindustrias. Su propuesta se basa en un alto enfoque económico; pretende brindar más relevancia al potencial de crecimiento de una actividad o industria en base al nivel de creatividad requerido para su desarrollo. Este modelo agrupa cuatro círculos según los modelos de negocio y las cadenas de suministro que tienen en común: Contenido creativo, servicios creativos, originales creativos y experiencias creativas. Esta clasificación es relevante ya que las distintas ópticas permiten hacer una referencia cruzada que se propone más adelante.

Es difícil hacer una conclusión final sobre las definiciones y la conceptualización de las Industrias Creativas y Culturales. Con certeza, nuevas definiciones se irán presentando entre más se estudie esta disciplina a lo largo del tiempo y desde la óptica de distintas áreas de estudio.

Dave Clark (2009) en su artículo “*Crunching creativity: an attempt to measure creative employment*” incluyó una tabla titulada “Differing definitions of cultural and creative activity” que fue un punto de inspiración y de partida para proponer la metodología de este proyecto. A fin de trabajar con una base enriquecida por todas las aportaciones teóricas, se presenta una matriz en la que se asignan atributos a cada categoría, para poder agruparlas con base en cinco modelos teóricos de clasificación, permitiendo hacer un mapeo dinámico y flexible de la Industria, y acorde a la información disponible para el sector en el estado.

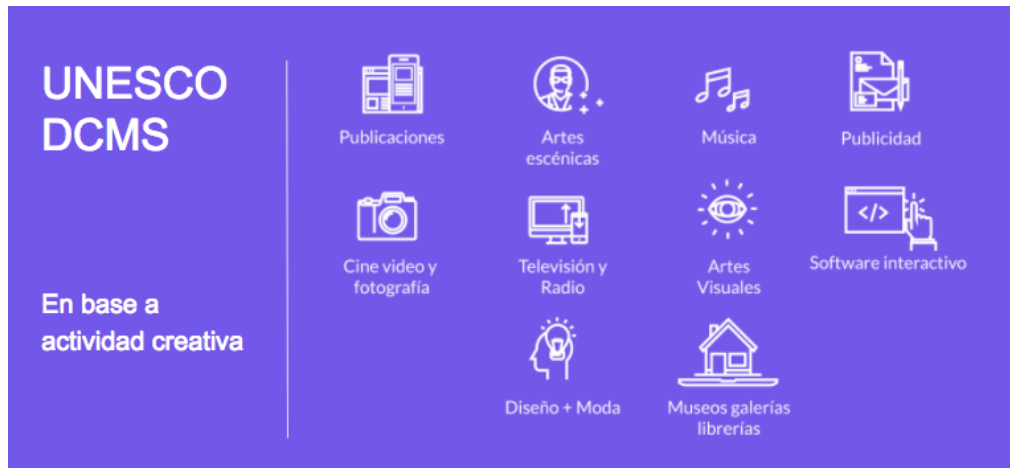
Los cinco modelos elegidos son los siguientes:

MODELOS TEÓRICOS		
UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization	FR
DCMS	Department of Culture Media and Sports	UK
NESTA	Innovation Foundation	UK
THROSBY	David Throsby	AU
WIPO	World Intellectual Property Organization	SZ

En el **Anexo A** se presenta una tabla en la que se compara la categorización de acuerdo con los principales modelos teóricos de referencia.

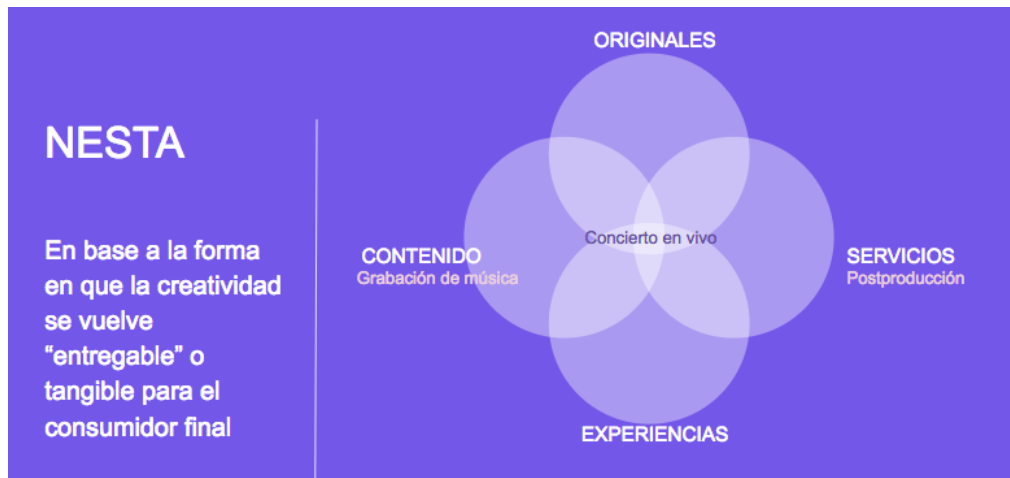
UNESCO Y DCMS proponen agrupaciones según la actividad creativa de cada industria. Su reconocimiento a nivel internacional, sean los esfuerzos de UNESCO por lograr estandarizaciones, como la especialización de DCMS de Gran Bretaña, cuna del concepto de industria creativa, hacen que sus modelos deban ser considerados.

En la siguiente imagen se representa gráficamente a través de íconos la forma en que se agrupan las industrias, en función de la naturaleza de su actividad creativa.



El modelo NESTA sugirió otra forma de clasificación en la que agrupa a las industrias no por su actividad, sino por la forma que toma el “entregable” o la forma en que vuelve “tangible” el producto o servicio derivado de la actividad creativa.

En la siguiente imagen, se ilustra cómo un producto o servicio de la industria musical, podría ser agrupado de diferente forma bajo el modelo NESTA; por ejemplo el servicio de grabación de música se clasifica como un “contenido creativo”, el servicio de postproducción se clasifica como un “servicio creativo” o, en un caso como un concierto en vivo, estaría en una clasificación que es el punto de convergencia de los siguientes cuatro conceptos clave: “Originales, Contenido, Servicios y Experiencias”.



Los modelos Throsby y WIPO, aunque cada uno con sus particularidades, comparten un modelo de agrupación basado en círculos concéntricos, en donde, más cerca del núcleo se anidan industrias con mayor actividad creativa y hacia fuera, en anillos subsiguientes, aquellas que tienen funciones periféricas de distribución de las actividades creativas desarrolladas en el núcleo.²

En la siguiente gráfica se muestra cómo bajo el modelo de Throsby o WIPO, actividades que, si se agruparan por su naturaleza creativa, serían clasificadas en un mismo grupo o actividad creativa. En este esquema se clasifican más cerca o lejos del núcleo, de acuerdo con el nivel de actividad creativa requerida para su desarrollo.



² Nota: La nomenclatura para clasificación bajo los modelos Throsby y WIPO es distinta entre sí y se presentará cada modelo de forma específica más adelante. Por ahora se presentan juntos, ya que comparten el criterio de agrupación.

Para tener una comprensión más clara de lo que sucede al dar lectura a “industria creativa” bajo un modelo teórico u otro, se puede tomar el ejemplo de una productora discográfica. Siguiendo el modelo de UNESCO, quedaría excluida de la clasificación de Industria Creativa. Según el modelo de la DCMS sería clasificada como Industria de la Música. En la clasificación NESTA se consideraría como una actividad del área de Contenido y Servicios, y bajo la óptica de Throsby o Wipo, sería considerada una Actividad Central.



Poder hacer esta comparación con base en actividades empresariales específicas de acuerdo con la clasificación de México SCIAN, con un desglose a detalle, es una herramienta que ayuda a entender de forma más clara los límites establecidos bajo un criterio u otro.

04. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Construcción del marco teórico

Este proyecto tiene una primera etapa de investigación, basada en referencias bibliográficas, a través de la cual se trató de identificar el mejor modelo teórico que serviría como eje para construir la investigación. A lo largo de este periodo, una de las conclusiones fue que el espectro que puede tomar la investigación entre seguir un modelo u otro podría en teoría ser demasiado amplio, pues los límites entre Industria creativa e Industrias culturales no están bien definidos, e incluso, una vez delimitándolos, diversos autores, desde diversos países, incluyen o no ciertos sectores como contribuyentes a la industria creativa, los cuales no son considerados por otros.

A partir de este proceso, surge un primer lineamiento para la etapa de medición. Realizar el ejercicio de medir, no bajo una sola óptica, sino bajo varias, y generar un comparativo que permita al lector, con base en estadísticas, entender el diferencial numérico que puede implicar el elegir como eje un modelo teórico sobre otro. Medir para generar mejor entendimiento de la industria, aportando bases teóricas que puedan contribuir a la calidad de información para la toma de decisiones de política pública o empresarial, apostando por el fortalecimiento y el mejor rendimiento económico de las empresas que conforman las industrias creativas.

Nota: Marginalmente, los datos aportados por INEGI son muy básicos, es decir, pueden no tener consistencia entre sí. Los encuestadores del censo pueden no tener idea de lo que están encuestando cuando se encuentran ante las industrias creativas y por lo tanto clasificarlos erróneamente. Los datos así recabados pueden conducir a errores de interpretación.

Como parte de la construcción del planteamiento del proyecto de investigación se realizaron también algunas entrevistas a profundidad con profesionistas vinculados en el ámbito laboral con el tema de industria creativa. Estas se hicieron para obtener “*insights*” sobre el beneficio que podría tener para ellos o sus equipos de trabajo el contar con un material regional, vinculado al tema de industria creativa. Conocer los referentes de documentos que han leído -y lo que no encontraron en ellos-, lo que esperarían de un documento nuevo, y cómo podrían utilizarlo, ayudaron a moldear el enfoque hacia el “para qué” de este proyecto.

Entre algunos de los entrevistados están:

- **Paulo Mercado.** Dirección de Fomento a las Industrias Creativas. Secretaría de Cultura del Estado de Jalisco.
- **Mario Flores Retana.** /Posgrado en Economía. /Michigan State University. Director General. Administrarte.

- **Noemí Pizano Olvera.** Dirección General. Consejo Promotor de Innovación y Diseño Jalisco.

4.2 Consulta estadística

4.2.1. Información Estadística

Para la obtención de la información estadística, por recomendación del IIEG Jalisco (Instituto de información estadística y geográfica), se consultaron tres bases de datos de información que podrían ser relevantes para el análisis de la industria.

La primera consulta, fue en la plataforma de INEGI, descargando información sobre 55 actividades económicas que fueron identificadas como relevantes dentro de uno o varios modelos teóricos de conformación de Industrias Creativas. Se obtuvo información de los años 2004, 2009 y 2014. (INEGI, 2015).

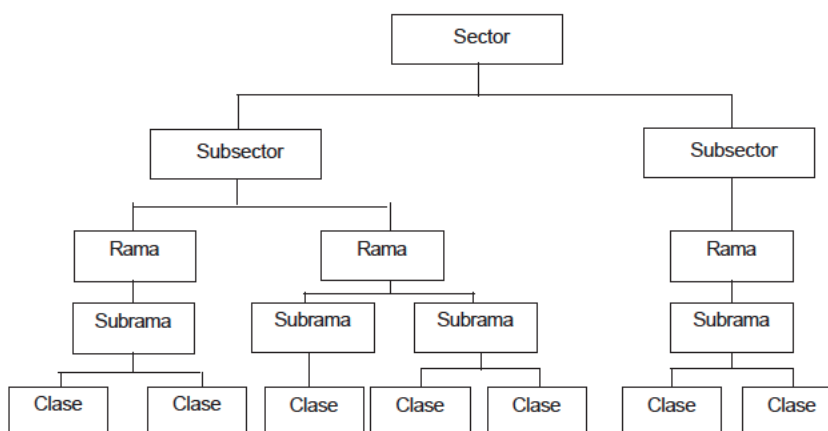
Se tomó una referencia de varios indicadores para la medición y que a lo largo de la investigación se fueron simplificando para compactar la información más esencial. Se tomaron en cuenta los datos Nacionales y Estatales para tener un referente de la actividad sectorial a nivel nacional y su proporción a nivel estatal. En una investigación más profunda, en una etapa posterior al cierre de este proyecto, se propone hacer una consulta por estado. Este ejercicio permitiría evaluar la competitividad del estado en relación con los demás. También se podría conocer si las actividades menos representadas en el estado están siendo pulverizadas en todo el país, o si están siendo atraídas por algunos estados de forma específica. Esto podría ser una etapa de investigación viable, ya que se haya identificado el mejor modelo de medición, ya que la información de más de 5 indicadores, por tres años de censo, por 32 entidades federativas, bajo 5 modelos teóricos, sería una saturación de información.

Para definir las 55 actividades económicas a analizar, se tomó una primera referencia del documento de la World Intellectual Property Organization “Guide on surveying the economic contribution of the copyright based industries” (2015), que presenta un listado de todas las actividades vinculadas a industria creativa, pero bajo una clasificación internacional. El siguiente paso fue trabajar en un equivalente con base en los códigos nacionales. Aquí surgió el primer obstáculo, ya que a nivel internacional se miden muchas actividades con mayor detalle de desglose y, al traducirlas a códigos nacionales, en ocasiones se encuentran agregadas junto con otras actividades. En un ejercicio de medición minucioso, se podría medir de cada actividad económica, cuál es la intensidad de actividad creativa. Metodologías muy relevantes en este sentido son propuestas en documentos como el DCMS (2015) entre otros. Sin embargo, con la información estadística con que se cuenta como insumo para esta investigación, no es posible profundizar hasta el nivel de intensidad creativa de cada actividad económica así que se mantiene acotado a generar un marco de referencia con base en la información existente.

La clasificación nacional SCIAN (Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte), organiza las actividades económicas en Sectores, Subsectores, Ramas, Subramas y Clases, cada uno agrupado bajo códigos de 2, 3, 4, 5 y hasta 6 dígitos, anidados una actividad como parte de la otra respectivamente como se presenta en la siguiente figura.

NIVELES DE AGREGACIÓN DE ACUERDO A CLASIFICACIÓN SCIAN. INEGI (2013)

La estructura del *SCIAN México* consta de cinco niveles de agregación: sector, subsector, rama, subrama y clase de actividad económica. El sector es el nivel más general, y la clase el más desagregado. El sector se divide en subsectores. Cada subsector está formado por ramas de actividad, las cuales se dividen en subramas. Las clases, por su parte, son desgloses de las subramas, como se muestra en el esquema.



Fuente: INEGI (2013). "Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2013". México; INEGI, p17.

El cuadro que sigue muestra el número de categorías en cada nivel de agregación.

<i>Nivel de agregación</i>	<i>Número de categorías en cada nivel de agregación</i>
Sector	20
Subsector	95
Rama	296
Subrama	622
Clase	1038

Fuente: INEGI (2013). "Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2013". México; INEGI, p17.

En este caso, se presentan resultados con base en la medición que se obtiene de códigos a 6 dígitos o “clases”, que es cómo se obtiene una descripción más detallada de la actividad evaluada.

Otro dato relevante sobre la consulta del censo de INEGI es que, en relación con algunas actividades económicas, no se publica información a nivel estatal o municipal, pues al desagregarla, se pondría en riesgo el carácter confidencial de la información, porque son pocas empresas y al exponerlas se podría inferir lo que corresponde a cada una. Puede ser que, en ocasiones, se vaya desbloqueando información de años anteriores y sea publicada, y que del censo más vigente no. Esta inconsistencia en acceso de información presentó un obstáculo para hacer una medición de crecimiento de actividad, en este caso, las inconsistencias fueron señaladas dentro de los gráficos que se presentan en el capítulo 7, como parte de los resultados de medición estadística, para evitar dar una lectura equívoca en relación al crecimiento entre un censo y otro.

Como parte del trabajo de investigación se intentó tomar como referencia otra base de datos de consulta para desglosar en cada una de las actividades económicas la relación con las estadísticas de empleo según la clasificación de actividades laborales del IMSS, a través de la información publicada en el portal del Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IIEG).

De antemano se sabía que esta información no está clasificada de acuerdo a los mismos códigos de actividades económicas, sino a una clasificación interna de IMSS. Al hacer la revisión del listado de actividades, de cerca de 150 de ellas, propuestas por el IMSS para su clasificación según su actividad económica y posibilidad de riesgo laboral, se encontraron sólo 21 que podrían vincularse -y no siempre de manera directa- a las actividades de quienes se desempeñan en el sector creativo.

Adicionalmente, hay actividades como la de “Servicios de enseñanza académica, capacitación, investigación científica y difusión cultural” SOC (2010), que agrega en una misma categoría términos tan amplios como indica esta descripción: “Comprende a las empresas que prestan servicios de guardería, enseñanza preprimaria, primaria, secundaria, media-superior, sub-profesional, profesional, enseñanza comercial, idiomas y cursos por correspondencia, capacitación técnica de oficios y artesanías; música, danza y otras artes; servicios de investigación científica; bibliotecas, museos, jardines botánicos y otros servicios similares de difusión cultural. Excepto academias o escuelas de manejo de vehículos y de cultura física clasificadas en las fracciones 755 y 881, respectivamente” DOF (1998). Esto implica que si tomamos como referencia los números de una actividad como esta, aunque estaría representada la Industria Creativa, la representación no sería exclusiva. Por lo tanto, no serían válidas las posibles inferencias basadas en este análisis. Podría ser tema de otra indagación el tratar de homologar las bases de datos del IMSS con las actividades clasificadas bajo el esquema SCIAN. El aporte de este trabajo es evidenciar la importancia de fomentar la colaboración al realizar

levantamiento de información entre las distintas instituciones gubernamentales para crear análisis más profundos logrando el cruce de bases de datos entre unas plataformas y otras.

La tercera fuente de consulta con que se trabajó, fue la base de datos de inversión extranjera directa que presenta la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (CNIE) ante el H. Congreso de la Unión en México, que realiza con periodicidad trimestral y hace del dominio público a través del portal de la Secretaría de Economía (México). Esta información estadística presenta con desglose a nivel estatal, con periodicidad trimestral y a partir de la clasificación de actividades económicas de INEGI, estadísticas sobre la Inversión extranjera (IE) registrada en cada sector.

Al vaciar la información de la IED en la sábana de información obtenida con los datos de consulta de INEGI, se encontró que eran muy pocas las actividades en las que hay registro de Inversión Extranjera. Estos datos, aunque escuetos, pueden abrir nuevos ejes de investigación, como en qué otros países latinoamericanos si se está haciendo inversión extranjera en materia de industria creativa. ¿Qué análisis al detalle se puede obtener de los pocos sectores que si tienen actividad económica en referencia a Inversión Extranjera?, etc. Sin embargo, como la información se presta para una investigación sectorial y no de industria en su conjunto se dejó de lado este punto.

4.3 Entrevistas cualitativas para identificación de la cadena de valor y las fuerzas dinamizadoras dentro de la industria.

Como una estrategia de aportación y complementación a la parte cuantitativa de este proyecto, se planteó un modelo de entrevista cualitativa, que permita tener un conocimiento más profundo de las particularidades de las empresas de Industria Creativa, como insumo para un análisis de la misma bajo las Fuerzas de Porter (2008).

Michael Porter es referente en cuanto a análisis de la industria, al haber introducido el modelo de las cinco fuerzas que dinamizan a las industrias. Bajo esta óptica se puede hacer un análisis 360, para detectar las oportunidades, riesgos y potencial de cada industria y en base a esto generar mejores estrategias competitivas.



NUEVOS ENTRANTES: Amenaza de nuevos entrantes. Toda industria atractiva que tiene buenos rendimientos atraerá a nuevas empresas.

PROVEEDORES: Poder de negociación de los proveedores. La capacidad de los proveedores para poner a la empresa bajo presión. Dependencia de pocos proveedores, accesibilidad a las materias primas.

CLIENTES: Poder de negociación de los clientes. La capacidad de los clientes para poner a la empresa bajo presión. Dependencia de unos pocos clientes, grado de dependencia.

PRODUCTOS SUSTITUTOS: Amenaza de productos sustitutos. Los productos sustitutos están siempre presentes listos para reemplazar los productos de la empresa. Precios bajos de los sustitutos, número de sustitutos en el mercado.

RIVALIDAD DE LA INDUSTRIA: Rivalidad entre los competidores existentes. Interacción entre los competidores de la industria debido a múltiples factores como la concentración de empresas para un mismo mercado y existencia de grupos empresariales. (Porter, 2008).

El modelo de entrevista fue diseñado bajo la tutoría de la Mtra. Josefina Javelly, Directora de OvalBox Occidente, una empresa dedicada a la investigación de mercados en México y en el extranjero desde hace más de diez años. **Anexo B.**

Debido a los recursos limitados con los que se contó para este proyecto, principalmente tiempo, las encuestas fueron realizadas en una industria específica. El planteamiento inicial, al comenzar el ejercicio de investigación de campo era validar, si al replicar las encuestas con empresas de una misma industria (por ejemplo, diseño gráfico), pero con distintos años de trayectoria entre estas y con diferentes dimensiones (en cuanto a personal contratado), se podría identificar puntos en común que ayuden a crear indicadores relevantes para la construcción de una estrategia.

La propuesta es que este ejercicio, en esta primera etapa enfocado a diseño gráfico, en un futuro se pueda replicar en todas las industrias creativas para, entonces sí, realizar un análisis profundo, generando un cruce de información, encontrando los puntos comunes entre estas, así como sus principales diferenciadores. Dicho análisis puede ser muy relevante tanto en temas de toma de decisión sobre la inversión, en proyectos de “clusterización” o para

análisis de oportunidades dentro del mercado para quienes ya están operando dentro de la industria.

4.3.1 Proceso de Muestreo:

A. Población: Las encuestas fueron realizadas a profesionistas que representan agencias conformadas en Jalisco, en la categoría de diseño (Branding y Web de forma específica).

B. Marco Muestral: La investigación está acotada al estado de Jalisco, para evaluar términos cuantitativos, se debe evaluar en todo el estado de manera representativa o por cuotas. De entre todas las empresas, identificar aquellas que pertenecen a algún sector de la industria creativa. Para evaluar términos cualitativos, se puede hacer una concentración del área metropolitana de Guadalajara que es donde se concentra la mayor actividad económica del estado.

C. Tipo de muestreo: El muestreo de juicio, permite mapear a los posibles encuestados a través del conocimiento de algún experto o representante en el área, buscando tener representatividad del sector. El muestro de juicio o Muestreo discrecional consiste en una muestra donde “La selección de los individuos de la muestra es realizada por un experto que indica al investigador qué individuos de la población son los que más pueden contribuir al estudio. Este muestreo es adecuado si dentro de la población que queremos estudiar, existen individuos que no queremos que se nos escapen por utilizar un método totalmente aleatorio o de conveniencia”.

Como sustento de la parte cualitativa de esta investigación, se realizó la encuesta vía telefónica o presencial, para cuatro empresas que tuvieron la disposición de brindar sus respuestas para la encuesta. Cinco empresas más contactadas rechazaron dar respuestas una vez que vieron la información que era necesario recabar.

El objetivo del método de medición de las actividades es apreciar el tamaño y la fuerza económica de cada actividad creativa. ¿Para qué? Para fomentar la inversión, pública o privada en esas actividades y dar certeza a los inversionistas de que su apuesta tendrá resultados atractivos. Se consideró el número de empresas y la derrama económica que ofrecen en un año de actividades, incluyendo ventas, costos, activos, inversión. La prueba realizada permitió probar la herramienta y hacer los ajustes pertinentes. Sin embargo una encuesta aplicada a sólo cuatro empresas no puede considerarse concluyente, por lo que los resultados de estas encuestas no se integran como parte del proyecto.

**“EL TODO ES MÁS
QUE LA SUMA
DE SUS PARTES”**

ARISTÓTELES

05. ESTADÍSTICA

5.1 Mapeo Dinámico

“The Creative Economy Report 2013” es un documento que compila información relevante y detallada sobre industria creativa y su medición (UNESCO-UNPD, 2013). Aunque varios documentos abordan esta problemática, en este reporte se presenta de manera más clara diversos sistemas de clasificación para definir las disciplinas o sectores incluidos dentro de las diversas definiciones de la industria creativa o cultural.

Las referencias propuestas incluyen modelos de agrupación como los sugeridos por la DCMS; el modelo de agrupación simbólica; el modelo de agrupación por círculos concéntricos; el modelo WIPO; el modelo de UNESCO y el de “Americans for the Arts”.

Este documento fue una base clave para determinar los modelos bajo los cuales se propone hacer el comparativo de clasificaciones en este proyecto de investigación que son:

El modelo UNESCO: Se toma tal cual como se propone en el documento “The Creative Economy Report” referido (UNESCO-UNPD, 2013). El modelo UNESCO es uno de los principales referentes internacionales en el tema de industria creativa y cultural. Existe una gran cantidad de documentación disponible que propone este modelo como eje. Está dividido en dos grandes categorías, actividades centrales dentro de los dominios de la industria creativa y cultural y actividades relacionadas. Cada una de estas categorías tiene un listado específico vinculado con el tipo de servicio que ofrece el sector.

DCMS: Aunque incluye actividades de “interpretación” (que a lo largo del documento será referido bajo el anglicismo de “*performance*” ya que la traducción es limitada para expresar dicho concepto); excluye sectores como museos y otras que se identifican de forma más específica con industria cultural. Por lo que podría decirse que esta es una mejor aproximación a un sentido estricto en la búsqueda de medición de industria creativa. Al igual que UNESCO, su clasificación está basada en el tipo de servicio que ofrece cada sector.

NESTA: Este modelo es una propuesta adicional de clasificación que vale la pena retomar, pues está basada en la forma en que la actividad creativa se vuelve tangible para el usuario, en forma de servicio, de contenido, de experiencia de un original o una mezcla de ellos (BOP Consulting, 2010).

THROSBY: La teoría de Throsby (The Creative Economy Report, 2013) es un modelo que podría ser representativo del modelo simbólico o el de círculos concéntricos. El modelo simbólico propone agrupar las actividades según la intensidad de la actividad creativa que cada sector requiere, generando tres grandes círculos, en donde el núcleo son las actividades principales de la

industria cultural, el segundo aro son actividades periféricas y el tercer aro, son actividades complementarias. Bajo la misma óptica, aunque con cuatro niveles de agrupación el modelo de círculos concéntricos agrupa actividades centrales, actividades expandidas, actividades relacionadas y otras actividades de la industria cultural.

WIPO: Este es un modelo reconocido por la Organización Internacional de Propiedad Intelectual, el cual agrupa actividades económicas, elegidas por su vinculación con la propiedad intelectual. Obviamente estas tienen una base creativa, pero no todas las actividades de industria creativa están consideradas en el modelo. Éste tiene tres grandes categorías que, a su vez, subdivide en grupos: Actividades principales, actividades interdependientes y actividades parciales de la industria de propiedad intelectual (The Creative Economy Report, 2013).

Reporte comparativo sobre el mapeo dinámico:

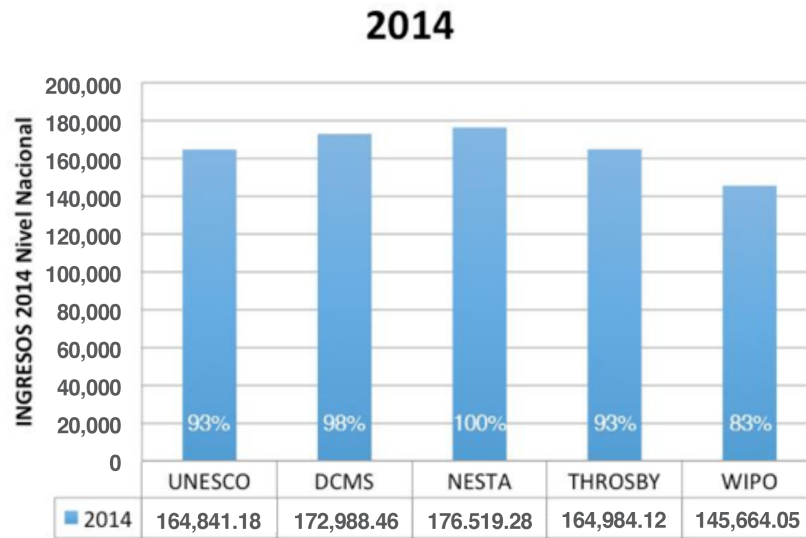
A continuación, se presenta una gráfica comparativa de la medición del ingreso por empresa, cada una de ellas con afiliación a la industria con base en las cinco distintas clasificaciones. Considerando información del año 2014 a nivel Nacional. Aunque el presente estudio propone un énfasis en la información estatal, los datos estadísticos nacionales están mucho más completos, por lo que son más apropiados en una tabla comparativa que permita ver lo que se incluye o excluye en un modelo contra otro.

Como una medida de corroboración de la información, se hace el mismo ejercicio comparativo de modelo de industrias, según el número de Unidades Económicas, para ver si la relación entre modelos teóricos es correspondiente, pues podría ser que un modelo excluya una actividad o industria que genere muchos ingresos, pero que tenga pocas unidades económicas.

Al comparar a través de gráficas el total de ingresos reportado por la industria creativa en el año 2014 a nivel nacional, según los distintos modelos teóricos, se puede apreciar que esta variación genera un margen de hasta 17% de diferencia entre el modelo más alto y el más bajo.

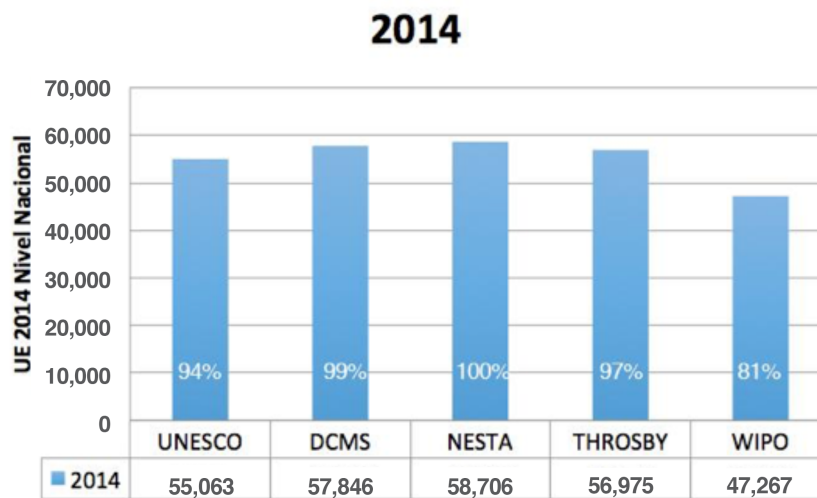
TABLA COMPARATIVA DE INGRESOS EN MÉXICO A NIVEL NACIONAL 2014

Unidades en miles de pesos



Fuente: Gráfica de elaboración propia con datos de INEGI (2014).

TABLA COMPARATIVA DE UNIDADES ECONÓMICAS EN MÉXICO A NIVEL NACIONAL 2014



Fuente: Gráfica de elaboración propia con datos de INEGI (2014).

Si este mismo ejercicio se replica con la información disponible a nivel estatal, el margen de diferenciación es estrechamente más reducido, siendo 19% la máxima diferencia entre el modelo con mayor o menor número de unidades económicas (UE), o ingresos.

Después de esta comparación general, se presenta un desglose estadístico para cada uno de los modelos de acuerdo con esta estructura:

- Industrias agrupadas bajo el modelo teórico DCMS.
- Generalidades y consideraciones de la medición.
- Lectura de estadísticas bajo dicho modelo (Interpretación analítica).
- Tablero gráfico de lectura general (Dashboard).

7.1.1 ANÁLISIS BAJO MODELO UNESCO

Industrias consideradas bajo el modelo teórico de UNESCO (2005).

INDUSTRIAS EN ACTIVIDADES PRINCIPALES	INDUSTRIAS EN DOMINIOS CULTURALES EXTENDIDOS
Artes visuales y artesanías	Arquitectura
Cine y video	Equipo audiovisual
Diseño	Equipo de impresión
Festivales	Equipo de sonido
Fotografía	Instrumentos musicales
Interactivos	Publicidad
Radio y televisión	Software
Museos	
<i>Performance</i>	
Publicaciones	
Subtotal 10	Subtotal 7

Generalidades y consideraciones de medición:

Bajo este modelo se pueden agrupar cuarenta y cinco actividades económicas que son descritas económicamente por los datos censales de INEGI. En el censo de 2014 se tiene información estatal solo de 31 de las 45 actividades.

El modelo UNESCO propone una subcategorización en diecisiete grupos o industrias. Diez son consideradas como “actividades principales” de las

Industrias Creativas y siete corresponden a “Industrias expandidas en dominios Culturales”.

Hay siete grupos a los que no se les puede asignar una actividad económica de forma específica, por no tener una medición particular que corresponda al catálogo de actividades económicas en México, SCIAN. Estos casos son: “Festivales”, “Artes Visuales y artesanías” e “Interactivos”, los tres dentro de “Actividades principales”. Estas actividades están consideradas dentro de la medición, pero no como sectores específicos pues estaban agrupadas con alguna otra actividad. Adicionalmente, tres actividades que el modelo agrupa bajo “dominio cultural expandido” (“Instrumentos musicales”, “Equipo de sonido” y “Equipo Audiovisual”) quedaron excluidas de este ejercicio de medición por no contar con datos abiertos en la plataforma INEGI.

De los diez grupos que están mapeados en este ejercicio, por formar grupos compactos, al menos la mitad de ellos permiten una lectura completa por industria: incluyendo la información de todas las actividades que lo conforman y con datos sobre su crecimiento a lo largo de los tres últimos censos; tanto para 2004 como 2009 y 2014.

La otra mitad de los grupos no tiene información completa, principalmente el de cine y el de televisión, son los dos que cuentan con menos información disponible a nivel estatal.

Leer estadísticas estatales bajo modelo teórico UNESCO:

Al dejar de lado las industrias expandidas, quedan fuera actividades con mucho peso a nivel estatal como son arquitectura, publicidad y software.

Si se busca utilizar un modelo que permita mayor inclusión de creativos a nivel Jalisco, deberá considerarse la propuesta de UNESCO, sumando las “Industrias expandidas en dominios culturales” o utilizar otro modelo de categorización de Industrias Creativas. Este capítulo y los datos contenidos en él buscan elegir al modelo de agrupación que mayor capacidad de explicación tiene del comportamiento económico de la industria creativa. En ese sentido, el modelo que sea más incluyente supuestamente tendrá mayor capacidad de explicación.

Se considera que son dos los datos básicos de lectura de actividad económica: los ingresos o ventas y el retorno sobre la inversión ROI. El primero lo ofrece directamente el censo económico de INEGI, el segundo es una elaboración de la autora, con datos de utilidades e inversión, inferidos de los datos censales.

Al realizar un ejercicio de contraste entre las gráficas de ingresos reportados y ROI de las empresas clasificadas como actividades de las industrias creativas bajo el modelo UNESCO, a nivel Jalisco, si se excluyen contra una gráfica en la que se excluyen las “industrias expandidas en dominios culturales”, se ve que Jalisco reporta hasta 30% menos y un ROI 57% menor si se excluyen las “actividades expandidas en dominios culturales”. Esto quiere decir que tomar

de referencia el modelo UNESCO de acuerdo a diez actividades principales y no a las diecisiete totales, deja fuera industrias que tienen un peso muy relevante en el estado de Jalisco. (Vale la pena aclarar que la medición se está haciendo con nueve de las diez actividades principales, y tres de las siete actividades expandidas ya que el resto no se pudo mapear).

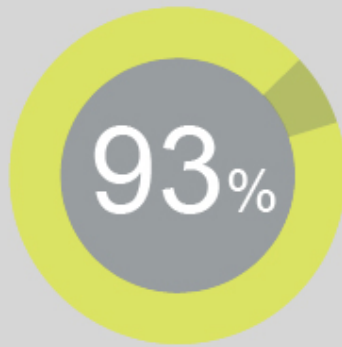
Al hacer una lectura del tablero general, encontramos que los sectores más relevantes desde la medición de unidades económicas (UE) son Publicaciones (39%), fotografía (19%) y publicidad (13%). Hay pequeñas variaciones entre los resultados nacionales y estatales, pero la proporción se mantiene casi igual.

Desde la generación de ingresos, a nivel nacional se mantienen las mismas tres actividades, aunque en distinto orden, sin embargo al hacer la medición estatal, se mantiene publicaciones como el más grande (39%) y aparecen dos nuevos sectores protagónicos: software (28%) y cine (16%).

Manteniendo un zoom a los datos estatales, analizando la industria a partir de su ROI, una vez más la gráfica se mueve dejando a software en primer lugar (26%), publicidad en segundo (21%) y actividades de *performance* en tercero con (19%). El conocer el ROI abre una ventana para conocer los sectores que más merecen la pena en términos de inversión. En contraparte, si hay sectores muy representativos numéricamente en cuanto UE se refiere, pero que con un bajo ROI, estas pueden ser un indicador de oportunidades potenciales de desarrollo hacia la competitividad de las empresas que lo conforman, pues implica que en la industria hay talento capacitado para desarrollarse en esa área que quizá requiera capacitación específica para la administración de su talento o recursos, elevando su capacidad de generación de ROI.

Tablero de lectura general bajo modelo teórico UNESCO:

TABLERO DE AGRUPACIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS BAJO EL MODELO TEÓRICO UNESCO

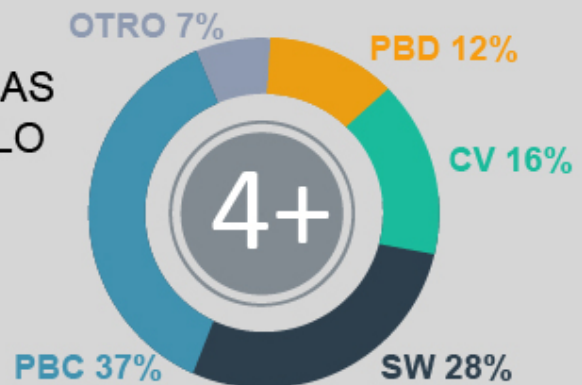


ESTE MODELO INCLUYE AL 93% LAS ACTIVIDADES CREATIVAS

Bajo el modelo de clasificación UNESCO, hay un 93% de actividades económicas creativas representadas. Este modelo cuenta con 17 agrupaciones, de las cuales, en este ejercicio sólo se mapearon 10. (En base a ingresos, estadística nacional de INEGI, censo económico, 2014).

PRINCIPALES INDUSTRIAS DE ACUERDO AL MODELO UNESCO

Cuatro industrias dominan en términos de ingresos, sobre las 10 (de 17) industrias mapeadas en este ejercicio, correspondientes al modelo UNESCO. INEGI. Jalisco. 2014



37% Publicaciones

28% Software

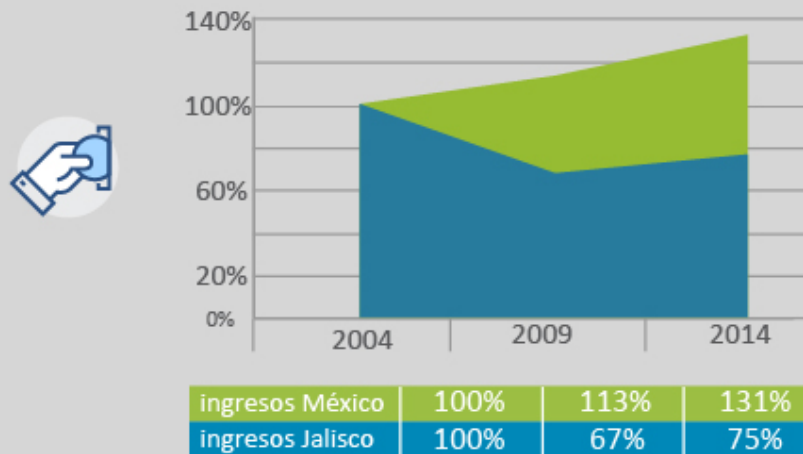
16% Cine y Video

12% Publicidad

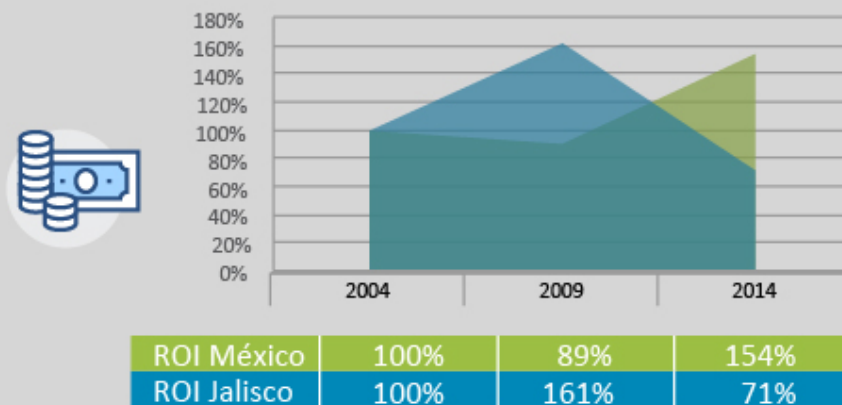
7% Arquitectura, diseño, performance, televisión y radio

TABLERO DE AGRUPACIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS BAJO EL MODELO TEÓRICO UNESCO

Comparativo por **ingresos** de industrias creativas UNESCO



Comparativo por **ROI** de industrias creativas UNESCO



En el **Anexo C** se incluyen gráficas con información específica a partir de la cual se generan estos tableros generales.

Los ingresos nacionales aumentan de forma consistente, no así los ingresos estatales. Sin embargo, en Jalisco 2009 el ROI crece. El punto de partida de

ingresos nacional y estatal es casi el mismo, pero el ROI en Jalisco es más alto. Existen dos hipótesis a explorar, haciendo un análisis detallado en una segunda etapa de investigación. Una hipótesis es que los costos de producción en Jalisco sean menores a los del resto del País y esto propicia mejores utilidades. La otra es que Jalisco ofrezca precios de venta más altos que el resto del País, quizá a través de exportaciones o algún otro diferenciador en su modelo de comercialización, lo cual le permite aún teniendo menores ingresos, generar mayor utilidad y por tanto ROI.

5.1.2 ANÁLISIS BAJO MODELO DCMS

Industrias consideradas bajo el modelo teórico de DCMS

INDUSTRIA
Arquitectura
Arte y Antigüedades
Artesanías
Cine y Video
Diseño
Moda
Música
<i>Performance</i>
Publicaciones
Publicidad
Radio y Televisión
Software
Videojuegos

Total 13

Generalidades y consideraciones de medición bajo modelo DCMS:

Bajo este modelo se pueden clasificar cuarentainueve actividades económicas correlacionadas al censo que efectúa INEGI. Se tiene información estatal de 2014 de 39 de las 49 actividades. En relación con el modelo UNESCO, esta clasificación incluye ocho actividades económicas adicionales. Estas diferencias se dan porque un modelo incluye ciertas actividades económicas que otro no,

por ejemplo, DCMS incluye a la música mientras que UNESCO no. Otras variaciones entre unas formas de clasificación y otras es que una misma actividad aparezca en la medición, pero bajo diferente industria, por ejemplo, en el modelo UNESCO, el diseño industrial es parte de la industria del diseño en general. En contraparte, el diseño de modas es considerado como una industria propia, bajo el modelo de la DCMS. Por tanto, el primer modelo contendrá 4 actividades en la industria de diseño y el segundo agrupará solo 3 actividades en la industria de diseño, pero sugiere adicionalmente considerar otra industria independiente para hacer la medición de moda, como se muestra en la tabla a continuación:

UNESCO		DCMS	
Actividades mapeadas	Clasificación de industria	Actividades mapeadas	Clasificación de industria
3	arq	3	arq
4	cine y video	6	cine y video
4	diseño	3	diseño
1	fotografía	1	diseño de moda
3	museos	5	música
8	performance	8	performance
5	publicaciones	5	publicaciones
7	publicidad	7	publicidad
3	software	5	software
7	televisión	6	televisión
45	Total en México (País)	49	Total en México (País)
31	Total en Jalisco	39	Total en Jalisco

El modelo DCMS propone un estudio de industrias creativas subcategorizadas en trece industrias.

Hay tres subsectores propuestos en el modelo teórico, que no fue posible relacionar con una actividad económica (NAICS) de forma específica, por no tener una medición particular. Estos casos son: “Arte y Antigüedades”, “Artesanías” y “Videojuegos”. Estas actividades, están consideradas dentro de la medición, pero no como sectores específicos pues estaban agrupadas con alguna otra actividad.

De los diez sectores que están mapeados en este ejercicio, a pesar de estar conformados por grupos compactos, siete de ellos no permiten una lectura

completa de información por sector de todas las actividades y con su crecimiento a lo largo de los tres últimos censos para cada uno (2004, 2009, 2014).

Leer estadísticas estatales bajo modelo teórico DCMS:

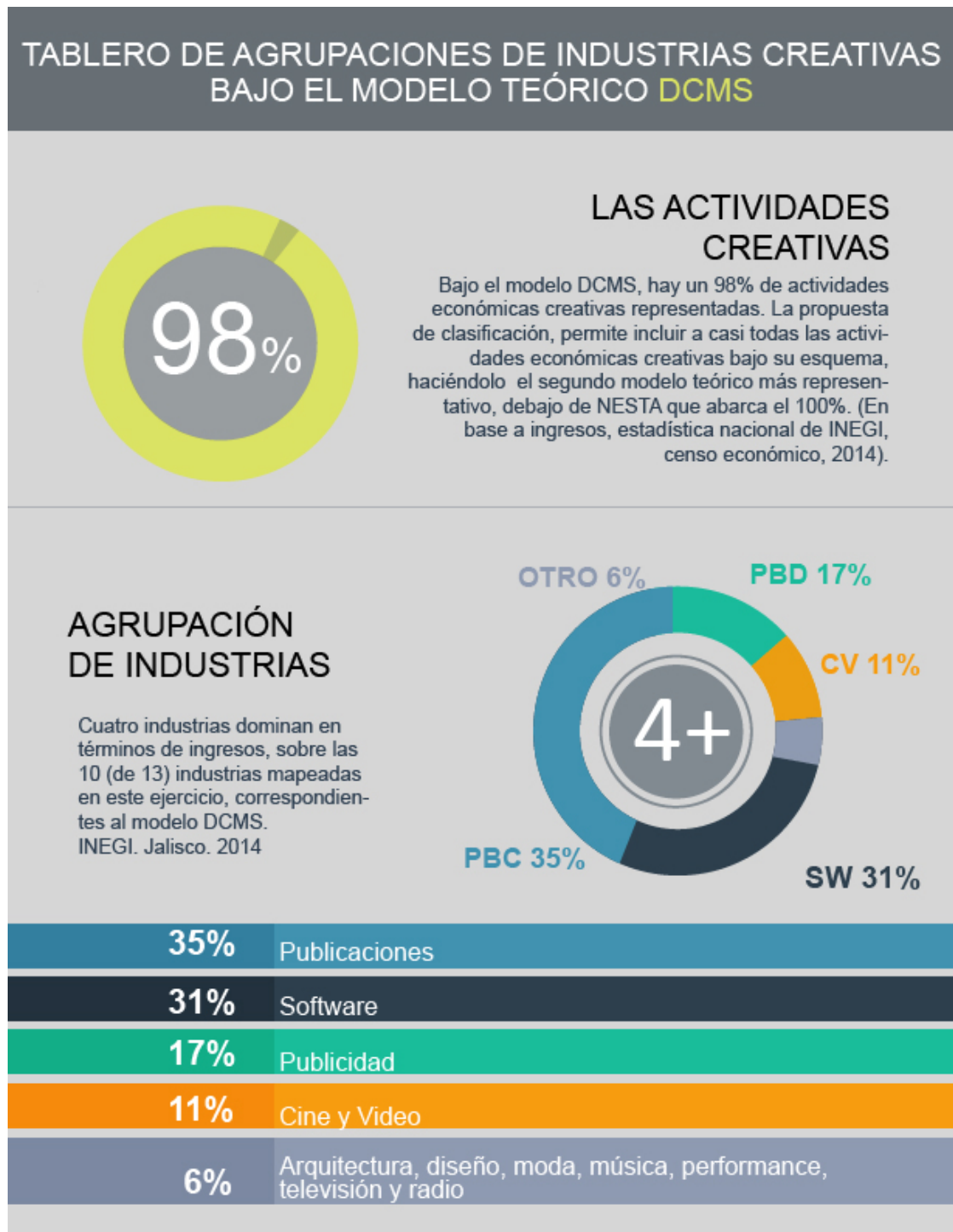
En el comparativo general de los distintos modelos teóricos, DCMS es junto con el modelo NESTA uno de los que reporta mayor representatividad de las actividades económicas que pueden formar parte de las industrias creativas, considerando el número de ingresos reportados o el número de unidades económicas.

Bajo este modelo, en revisión a nivel estatal, se muestran publicidad, software y publicaciones como las tres actividades más relevantes. Sin embargo, a nivel nacional, televisión y radio es uno de los sectores que más aportan. En este caso, no hay información disponible sobre el sector para datos estatales, por lo que habría que verificar con fuentes complementarias, cuál sería la representatividad del sector, si pudiera medirse. En el caso específico de este sector, su representatividad numérica de Unidades Económicas no es grande, pero si sus ingresos y su ROI. Esta gráfica puede estar retratando un sector con una alta barrera de entrada que genera condiciones monopólicas.

Otro punto que merece atención a detalle es el rubro de música, representado por más actividades económicas. No hay información de datos duros sobre la relevancia del sector en el estado, pues la información a nivel estatal no está desagregada, sin embargo, por años Guadalajara ha sido cuna de músicos independientes y bandas que han destacado a nivel nacional o internacional. Por lo que para una medición estadística este modelo no es tan adecuado, pero para hacer una convocatoria, es interesante considerar la ampliación en criterios de este modelo contra el de UNESCO.

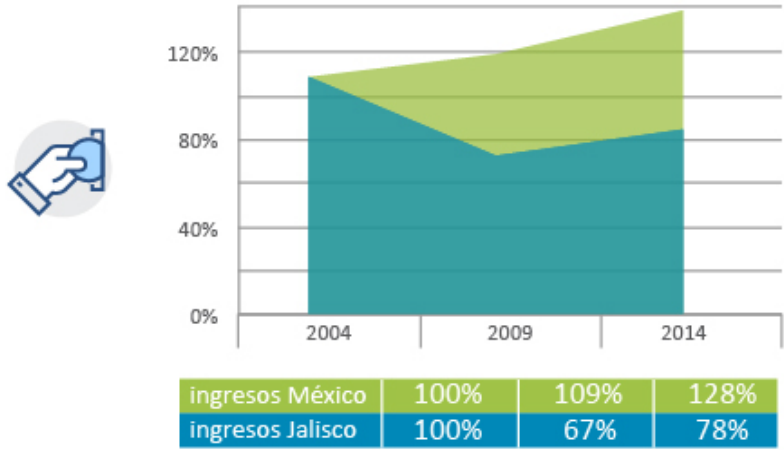
Otro punto relevante bajo la clasificación DCMS es que esta enumera de forma específica el diseño de moda, de forma independiente a la otra categoría de “diseño”. En la medición actual, el impacto del sector se vuelve casi irrelevante (menos del 1% en ingresos en comparación con el resto de los sectores, y menos del 3% en ROI en comparación con el resto de los sectores de acuerdo con los datos de 2014 a nivel estatal), sin embargo, el diseño de moda tiene un alto potencial de desarrollo de economía creativa a su alrededor. Quizá más que un indicador de debilidad del sector, puede ser un indicio de área de oportunidad de crecimiento en esta actividad en específico.

Tablero de lectura general bajo modelo teórico DCMS:

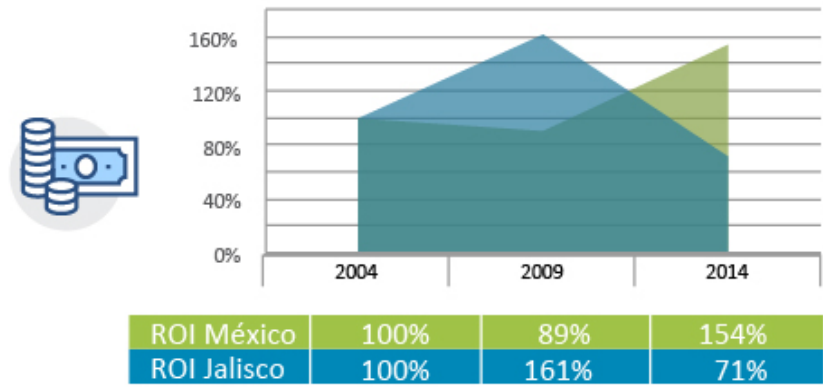


TABLERO DE AGRUPACIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS BAJO EL MODELO TEÓRICO DCMS

Comparativo por **ingresos** de industrias creativas DCMS



Comparativo por **ROI** de industrias creativas DCMS



En el **Anexo D** se incluyen gráficas con información específica a partir de la cual se generan estos tableros generales.

7.1.3 ANÁLISIS BAJO MODELO NESTA

Generalidades y consideraciones de medición bajo modelo NESTA:

Bajo este modelo, se pueden clasificar cincuenta y cinco actividades económicas correlacionadas al censo que efectúa INEGI. Se tiene información estatal de 2014 de 35 de las 55 actividades. En referencia al modelo DCMS, esta clasificación incluye seis actividades económicas más, que se suman a la industria creativa.

El modelo, propone un estudio de industria subcategorizada a su vez en ocho sectores, que surgen de una teoría de círculos que se entrelazan entre sí.

Este modelo de clasificación, al igual que los anteriores, deja algunas actividades que no es posible mapear a detalle para hacer su correcta correspondencia. Entre estas actividades están: Web Móvil, Desarrollo de Juegos (virtuales), Internet Móvil, Editores de Juegos, Mercancía de promoción (*merchandising*), Antigüedades, Artesanías, Artes Visuales, Patrimonio. Aunque varias de estas, están consideradas dentro de la medición, pero no como sectores específicos pues están contemplados dentro de alguna otra actividad que los incluye.

De los ocho grupos que están mapeados en este ejercicio, por contener cada uno demasiadas actividades económicas anidadas, sólo dos de ellos permiten una lectura completa por sector: de todas las actividades y con su crecimiento a lo largo de los tres últimos censos para cada uno (2004, 2009, 2014).

Leer estadísticas estatales bajo modelo teórico NESTA:

Incluye mucho más de áreas culturales, permite a la vez un método muy elástico, si se cubren todas las formas en que los círculos se traslapan, y un método muy riguroso si se cuenta un área específica de observación, por ejemplo, quiero medir industria creativa pero relacionada únicamente con la parte de “servicios”. En el comparativo de todos los modelos, NESTA es el que fue tomado como referente de mayor representación de las actividades económicas que se registran en México.

Esta propuesta, a diferencia de otras, se clasifica no sólo por la actividad *per se*, sino según el tipo de formato “entregable” o la forma en que se vuelve “tangible” para el usuario. Ese enfoque puede permitir más fácilmente que otras actividades económicas que comiencen a desarrollarse se integren dentro de una de sus categorías.

El comportamiento de sus sectores en relación con una medición de Unidades Económicas es casi igual en proporción a nivel nacional que a nivel estatal. El grupo que muestra una mayor disparidad entre los números nacionales y estatales es el de “Contenidos, originales y servicios”, sin embargo la medición

del estado no cuenta con la información completa, por lo que no se puede hacer una inferencia específica.

En el caso de los ingresos, aunque tanto a nivel nacional como estatal, se presentan los mismos tres sectores como principales, los porcentajes que tienen si muestran diferencias significativas; A nivel nacional “contenidos” es el primer lugar (53%) mientras que, a nivel estatal, es el tercero con el 23%. “Servicios” es el segundo lugar a nivel nacional (22%) y estatal (34%), aunque con un mayor peso en el Estado. “Experiencia, contenido, originales y servicios” se presenta también en ambos casos como el tercer lugar, a nivel nacional representando sólo el 17%, mientras que a nivel nacional representa el 38%.

Estos porcentajes altos pueden ser un indicador de mejor oferta o mayor demanda en el estado, en contraste con el desempeño a nivel nacional. Sin perder de vista el enfoque estatal, la categoría de “Servicios” que se mantuvo entre las primeras categorías, es la actividad con mejor ROI en el estado. Las gráficas en conjunto pueden indicar una oportunidad de inversión en las actividades que conforman este grupo específico.

Tablero de lectura general bajo modelo teórico NESTA:

TABLERO DE AGRUPACIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS BAJO EL MODELO TEÓRICO NESTA



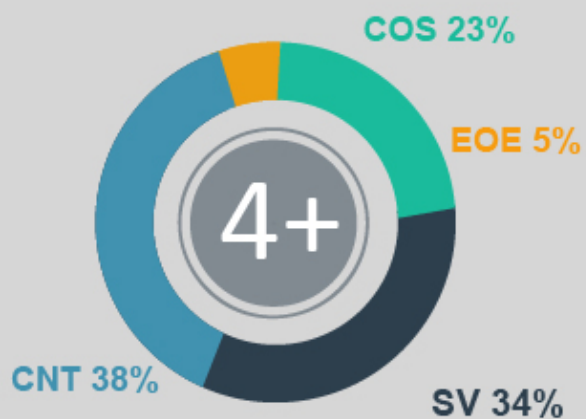
LAS ACTIVIDADES CREATIVAS

Bajo el modelo NESTA, hay un 100% de actividades económicas creativas representadas. Su agrupación no se basa en la actividad creativa, sino en cómo el entregable se vuelve tangible.

Abarca más actividades porque su esquema de clasificación es más abierto, pero esto también hace más difícil obtener información a detalle completa de cada uno de los grupos que la confirman. (En base a ingresos, estadística nacional de INEGI, censo económico, 2014).

AGRUPACIÓN DE INDUSTRIAS

Dos grupos dominan en términos de ingresos, sobre los 7 propuestos bajo este modelo de agrupación Nesta, en este ejercicio. INEGI. Jalisco. 2014



38% Contenido

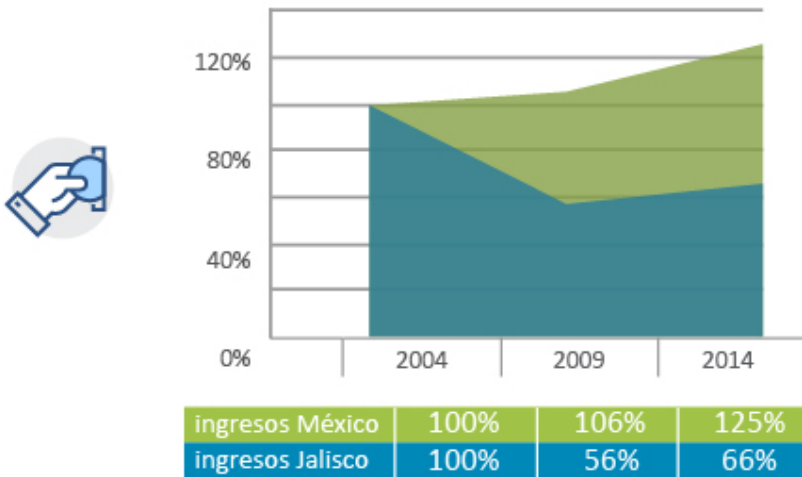
34% Servicios

23% Contenido, originales y servicios

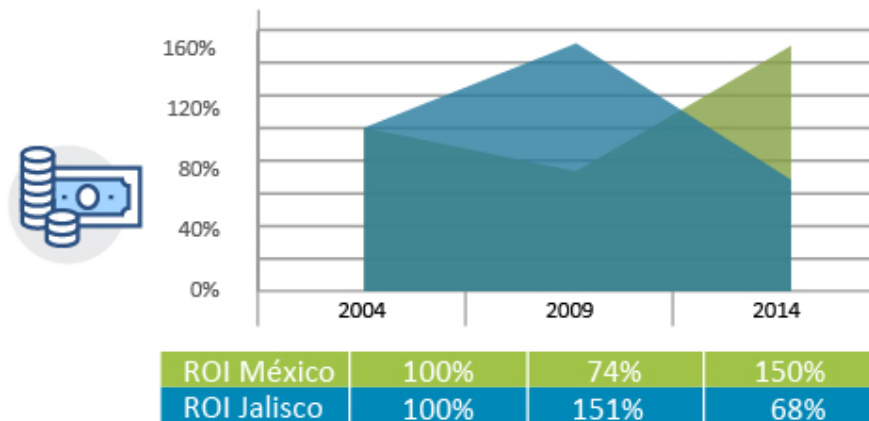
5% Experiencia, originales. Experiencia

TABLERO DE AGRUPACIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS BAJO EL MODELO TEÓRICO NESTA

Comparativo por **ingresos** de industrias creativas NESTA



Comparativo por **ROI** de industrias creativas NESTA



En el **Anexo E** se incluyen gráficas con información específica a partir de la cual se generan estos tableros generales.

5.1.4 ANÁLISIS BAJO MODELO THROSBY

Generalidades y consideraciones de medición bajo modelo THROSBY:

Bajo este modelo, se pueden clasificar cuarentainueve actividades económicas correlacionadas al censo que efectúa INEGI. Se tiene información estatal de 2014 de 31 de las 49 actividades. Junto con el modelo NESTA, estos dos son los que incluyen un mayor número de actividades, sin embargo, la información disponible según INEGI a nivel estatal es más completa para un modelo NESTA que para uno THROSBY.

El modelo propone un estudio de industria subcategorizada a su vez en cuatro grandes grupos. De los cuales, a ninguno se le puede dar lectura completa como bloque.

Leer estadísticas estatales bajo modelo teórico THROSBY:

El modelo THROSBY, en términos generales permite una medición similar al modelo NESTA, uno de los más completos. THROSBY ofrece el beneficio de una categorización más simple, que permite valorar a través de cuatro grandes grupos, pero no es una opción muy conveniente para una lectura a nivel estatal, ya que los grupos son tan grandes, que todos quedan con registro de información incompleta.

Tanto en términos de UE como de ingresos, las empresas que representan actividades ampliadas representan cerca de un 50%.

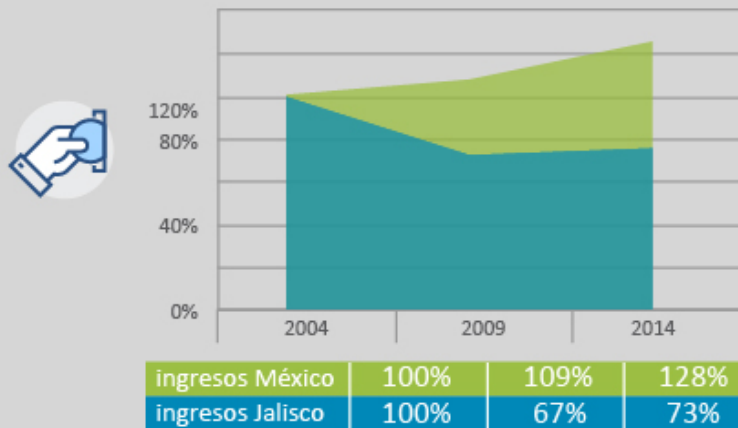
Industrias consideradas bajo el modelo teórico de THROSBY

ACTIVIDADES CENTRALES	ESPECTRO MÁS AMPLIO	ACTIVIDADES RELACIONADAS	OTRAS ACTIVIDADES
Artes	Publicidad	Herencia	Cine
Literatura	Arquitectura	Publicaciones	Museos y bibliotecas
Música	Diseño	Grabación de audio	
Performance	Moda	Televisión y radio	
Artes visuales		Videojuegos	
Subtotal 5	Subtotal 4	Subtotal 5	Subtotal 2

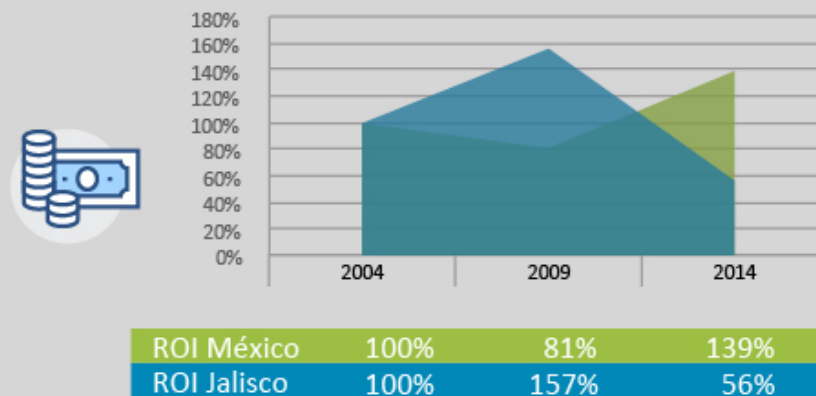
Tablero de lectura general bajo modelo teórico THROSBY:

**TABLERO DE AGRUPACIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS
BAJO EL MODELO TEÓRICO THROSBY**

Comparativo por ingresos de industrias creativas THROSBY

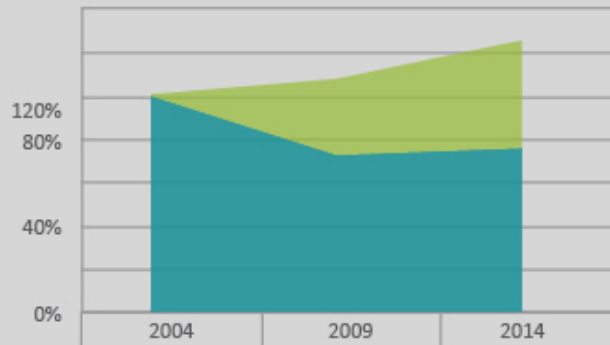


Comparativo por ROI de industrias creativas THROSBY



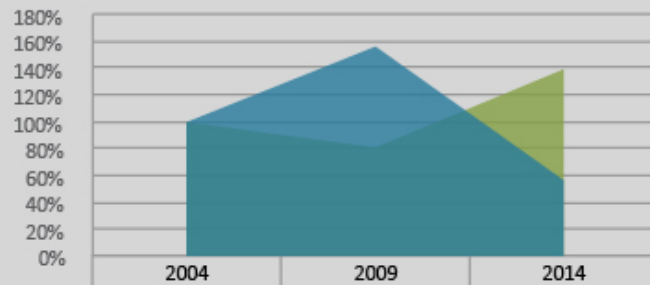
TABLERO DE AGRUPACIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS BAJO EL MODELO TEÓRICO THROSBY

Comparativo por **ingresos** de industrias creativas THROSBY



ingresos México	100%	109%	128%
ingresos Jalisco	100%	67%	73%

Comparativo por **ROI** de industrias creativas THROSBY



ROI México	100%	81%	139%
ROI Jalisco	100%	157%	56%

En el **Anexo F** se incluyen gráficas con información específica a partir de la cual se generan estos tableros generales.

5.1.5 ANÁLISIS BAJO MODELO WIPO

Generalidades y consideraciones de medición bajo modelo WIPO:

Bajo este modelo, se pueden clasificar treinta y nueve actividades económicas correlacionadas al censo que efectúa INEGI. Se tiene información estatal de 2014 de 24 de las 39 actividades.

El modelo, propone un estudio de industrias creativas subcategorizadas en tres industrias.

Hay varios subsectores, a los que no se les puede asignar una actividad económica de forma específica, por no tener una medición particular. Algunos de estos son: Juguetes, Enseres domésticos, sociedades de recaudación, entre otros.

De los tres bloques mapeados en este ejercicio, ninguno de ellos permite una lectura completa por sector: de todas las actividades y con su crecimiento a lo largo de los tres últimos censos para cada uno (2004, 2009, 2014).

Leer estadísticas estatales bajo modelo teórico WIPO:

En el comparativo general a través de los distintos modelos teóricos, el modelo WIPO presenta números casi un 20% por debajo del más alto. Esto podría ser un indicador de que no es un esquema tan representativo de las actividades creativas del país o estado, pues su mapeo, enfocado más en la propiedad intelectual que en la labor creativa, excluye a algunos sectores que contribuyen de forma importante en la actividad económica.

Un aspecto favorable es que esta medición probablemente sería más fácil de relacionar con una economía creativa que los otros modelos.

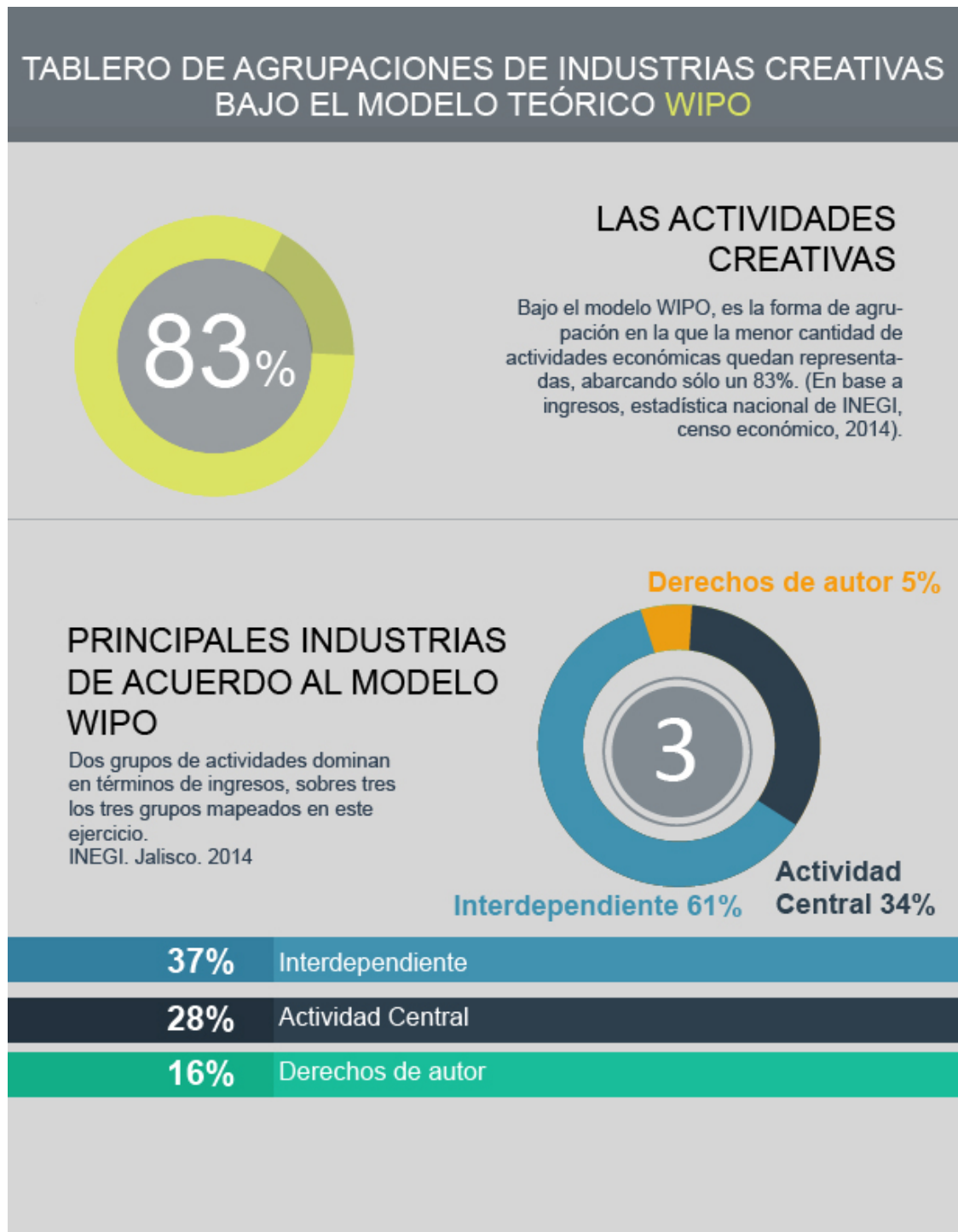
En un ejercicio de análisis puro bajo este modelo, se podría complementar con otras fuentes de información, como bases de datos de INDAUTOR o de registro de marcas y patentes.

Sectores considerados bajo el modelo teórico de WIPO

INDUSTRIAS CON ACTIVIDAD PRINCIPAL BASADA EN PROPIEDAD INTELECTUAL (PRINCIPALES)	INDUSTRIAS INTERDEPENDIENTES A LA PROPIEDAD INTELECTUAL (INTERDEPENDIENTES)	INDUSTRIAS PARCIALMENTE RELACIONADAS CON LA PROPIEDAD INTELECTUAL (PARCIALES)
Publicidad	Material virgen para grabación	Arquitectura

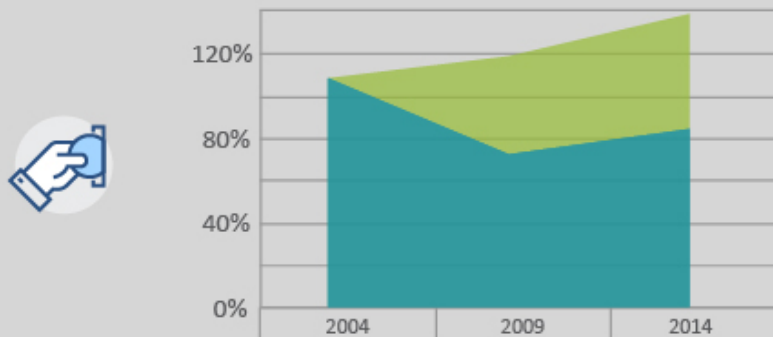
Sociedades de recaudación	Electrónica de consumo	Vestido y Calzado
Cine y video	Instrumentos musicales	Diseño
Música	Papel	Moda
<i>Performance</i>	Fotocopiadoras y Equipo fotográfico	Enseres domésticos
Publicaciones		Juguetes
Software		
Radio y Televisión		
Artes visuales y artes gráficas		
Subtotal 9	Subtotal 5	Subtotal 6

Tablero de lectura general bajo modelo teórico WIPO:



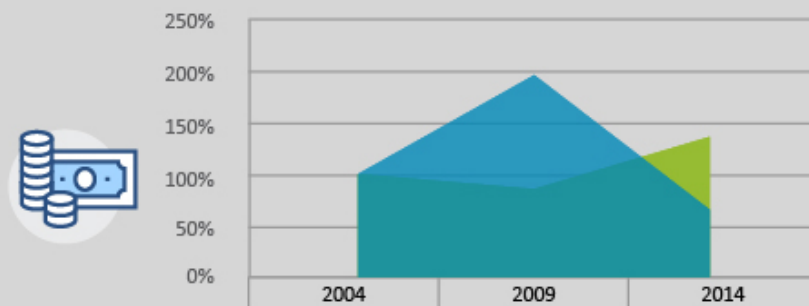
TABLERO DE AGRUPACIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS BAJO EL MODELO TEÓRICO WIPO

Comparativo por **ingresos** de industrias creativas WIPO



ingresos México	100%	100%	128%
ingresos Jalisco	100%	67%	78%

Comparativo por **ROI** de industrias creativas WIPO



ROI México	100%	85%	136%
ROI Jalisco	100%	197%	66%

En el **Anexo G** se incluyen gráficas con información específica a partir de la cual se generan estos tableros generales.

5.2 DESGLOSE POR INDUSTRIA BAJO EL MODELO

Una vez que se hizo la lectura del comparativo de resultados que arroja medir a las industrias creativas bajo un modelo u otro, siendo el modelo de NESTA el que agrupa bajo sus categorías el 100% de las actividades económicas mapeadas, hay dos modelos muy cercanos en cuanto a porcentaje de representatividad, que son el de UNESCO y el DCMS, ambos abarcan el 98% de las actividades mapeadas. Es decir que las actividades que quedan fuera no significan diferencia muy alta en relación con los ingresos reportados por estas.

Al revisar a detalle la información con que se cuenta a nivel estatal, la propuesta de cómo se agrupan las industrias bajo un modelo u otro, el modelo DCMS ofrece un esquema de grupos más compactos en los que se puede obtener información más precisa para dar una lectura particular a cada una de estas.

La agrupación del modelo DCMS incluye una mejor representatividad de industrias clave en el estado de Jalisco, ya sea por generación económica actual o por su capacidad de desarrollo como podría ser el caso de la moda.

A continuación, se muestra para cada una de las industrias agrupadas bajo el modelo DCMS:

- Un listado de las actividades económicas y códigos NAICS que fueron tomados en consideración para la medición de cada industria a detalle.
- Un tablero general de información general de la industria, basado en la estadística de Jalisco (Datos INEGI 2014) y un comparativo de tres indicadores: Ingresos, ROI, y Ocupación de los años 2004, 2009 y 2014, tanto de información estatal (Jalisco) como nacional (México).
- Consideraciones para dar lectura a las estadísticas presentadas.

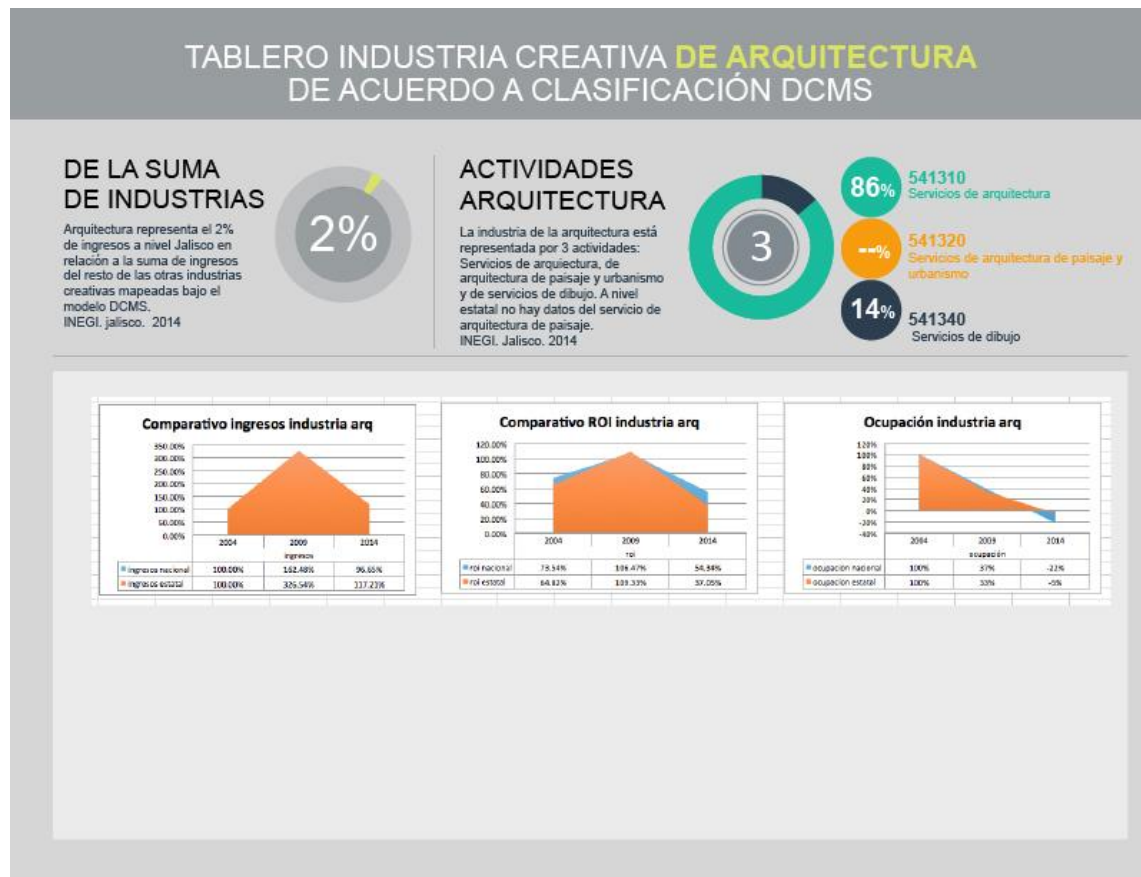
5.2.1 Industria Creativa de Arquitectura en Jalisco de acuerdo con clasificación DCMS.

Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Arquitectura de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código 6 dígitos	Actividad de acuerdo a clasificación SCIAN (Rama)
541310	Servicios de arquitectura
541320	Servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo
541340	Servicios de dibujo

Ver ANEXO H para lectura a detalle del listado de actividades económicas correspondientes a esta Industria

Tablero de lectura general a la industria creativa de arquitectura en Jalisco, de acuerdo a la clasificación DCMS:



Consideraciones sobre las estadísticas de la Industria Creativa de Arquitectura presentadas

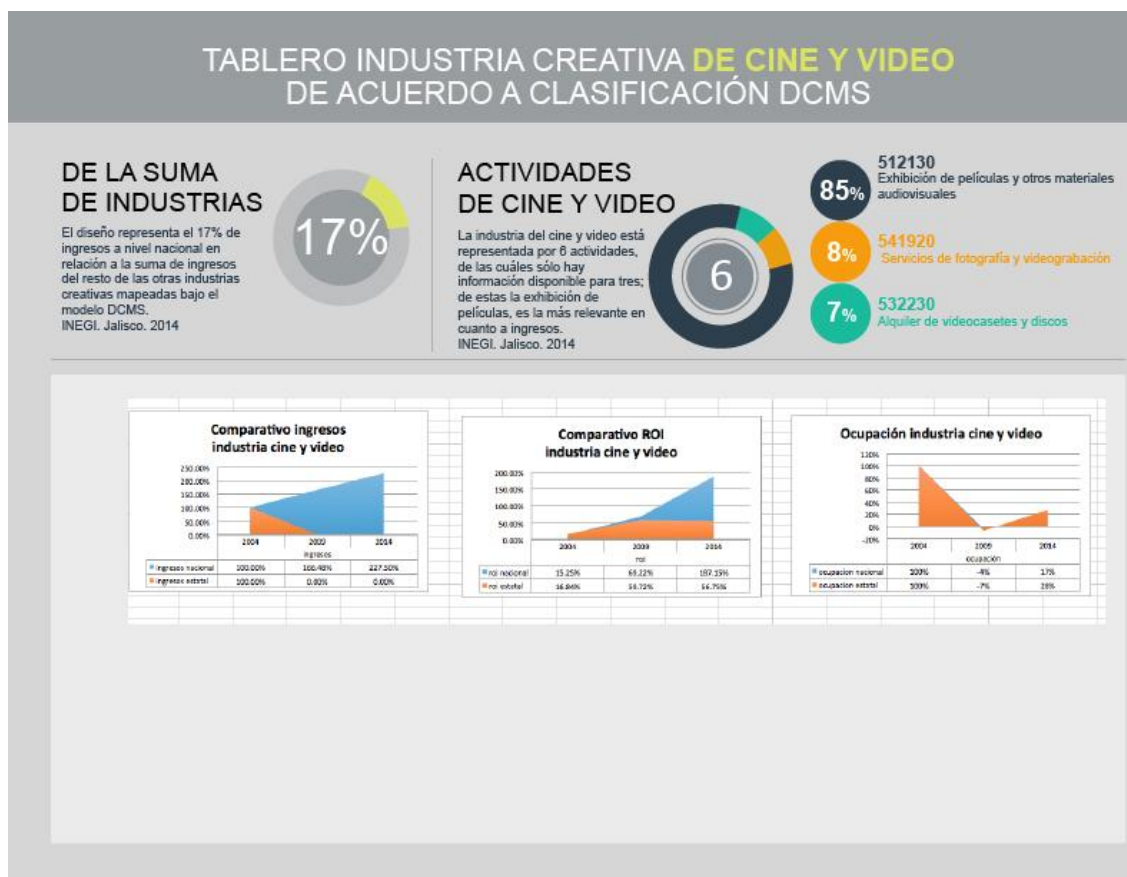
A nivel estatal, arquitectura representa el 2% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas agrupadas bajo el modelo DCMS. En contraste con las estadísticas a nivel nacional, arquitectura en donde arquitectura reporta hasta el 5% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas.

Una variable a considerar al dar lectura a estas estadísticas es que, para el año de 2014, no hay información desagregada a nivel estatal (Jalisco) para la actividad 541320, que corresponde a los Servicios de Arquitectura de Paisaje y Urbanismo.

La actividad de Servicios de Arquitectura, que es la principal actividad dentro de la industria, muestra un comportamiento similar a nivel nacional que estatal. En la segunda actividad, que son Servicios de dibujo, Jalisco está por arriba en ROI (70%), que los reportados a nivel nacional (40%).

5.2.2. CINE Y VIDEO

Tablero de lectura general a la industria creativa de cine y video en Jalisco, según la clasificación DCMS:



Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Cine y Video según la clasificación DCMS:

Código	Actividad según la clasificación SCIAN
6 dígitos	(Rama)
512111	Producción de películas
512120	Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales
512130	Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales
512190	Servicios de postproducción y otros servicios para la industria fílmica y del video
532230	Alquiler de videocasetes y discos

Ver ANEXO I para lectura a detalle del listado de actividades económicas correspondientes a esta Industria.

Consideraciones sobre las estadísticas de la Industria Creativa de Cine y Video presentadas.

La información disponible para la medición de este sector a nivel estatal es limitada, ya que tres de sus seis actividades que lo conforman, de acuerdo con el modelo DCMS no reportan datos a nivel estatal.

De las tres actividades mapeadas, la exhibición de películas una de las actividades más representativas en cuanto a ingresos, con un 85% en la industria. En esta actividad en específico, a nivel estatal en 2009 se registra un aumento de ingresos y disminuyen los activos. Presenta un mejor ROI que el nacional.

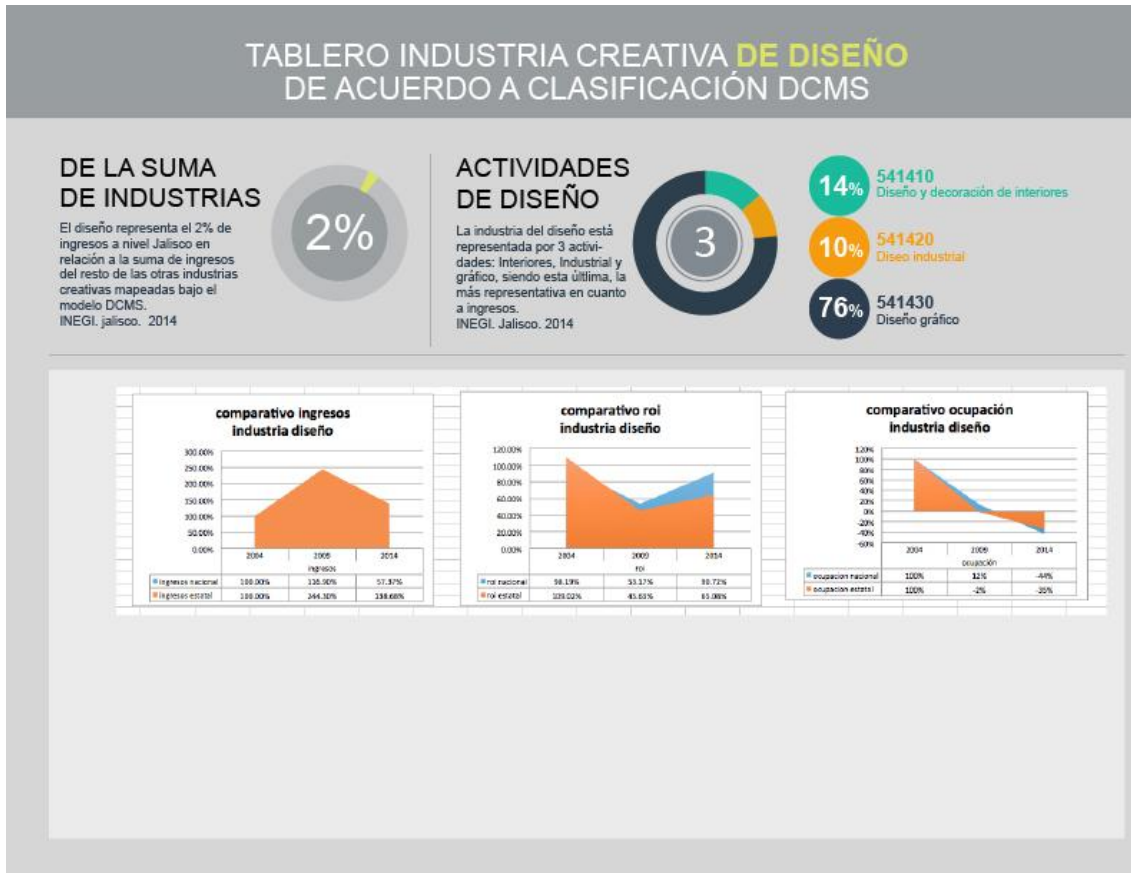
En la actividad de alquiler de videocasetes y discos, se registra en 2004, a nivel estatal una disminución tanto en ingresos como en activos.

La conducta de la industria de cine y video a nivel estatal en referencia a la información nacional no puede ser equiparada, ya que a nivel estatal si se cuenta con la información de las 6 actividades.

La industria creativa del cine y video actualmente está siendo testigo de una revolución relacionada con los formatos de distribución de contenido y la demanda del público. Plataformas como Netflix o Apple Store y otras que ofrecen contenidos en línea, han modificado los hábitos de consumo por parte del público. Algunas empresas dedicadas a la exhibición de películas ya han desarrollado sus propias plataformas para estar a la vanguardia. Aquí será importante medir como la inversión en infraestructura puede migrar de los espacios físicos a las plataformas digitales. Al revolucionarse los sistemas de distribución, se influye directamente en la generación de contenidos. Habrá que mantener líneas de investigación que midan en cuál de las áreas se genera mejor ROI y qué nuevas oportunidades se presentan ante este panorama.

5.2.3 DISEÑO

Tablero de lectura general a la industria creativa de diseño en Jalisco, de acuerdo con la clasificación DCMS:



Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Diseño de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad de acuerdo con la clasificación SCIAN
6 dígitos	(Rama)
541410	Diseño y decoración de interiores
541420	Diseño industrial
541430	Diseño gráfico

Ver ANEXO J para lectura a detalle del listado de actividades económicas correspondientes a esta Industria

Consideraciones sobre las estadísticas de la Industria Creativa de Diseño presentadas.

A nivel estatal, diseño representa el 2% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas agrupadas bajo el modelo DCMS, al igual arquitectura y performance (cada una 2%).

En contraste con las estadísticas a nivel nacional, en donde diseño reporta solo el 1% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas.

La actividad de Servicios de Diseño, que es la principal actividad dentro de la industria es la de diseño gráfico.

En general la industria tiene patrones similares a nivel nacional que estatal, sin embargo, a nivel estatal el ROI está por encima. Mejores oportunidades de comercialización, o contratación de talento a más bajo costo que a nivel estatal son hipótesis que explorar que podrían explicar este diferencial en el comportamiento.

5.2. 4 DISEÑO DE MODAS

Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Diseño de modas de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad de acuerdo con la clasificación SCIAN
6 dígitos	(Rama)
541490	Diseño de modas y otros diseños especializados

Ver ANEXO K para lectura a detalle del listado de actividades económicas correspondientes a esta Industria

Debido a que Diseño de Modas, como categoría engloba una sola actividad económica, que además tiene el 0% de representatividad contra el resto de las industrias creativas de acuerdo a la estadística obtenida, y con base en la clasificación DCMS, no se muestra un tablero de información específica para esta.

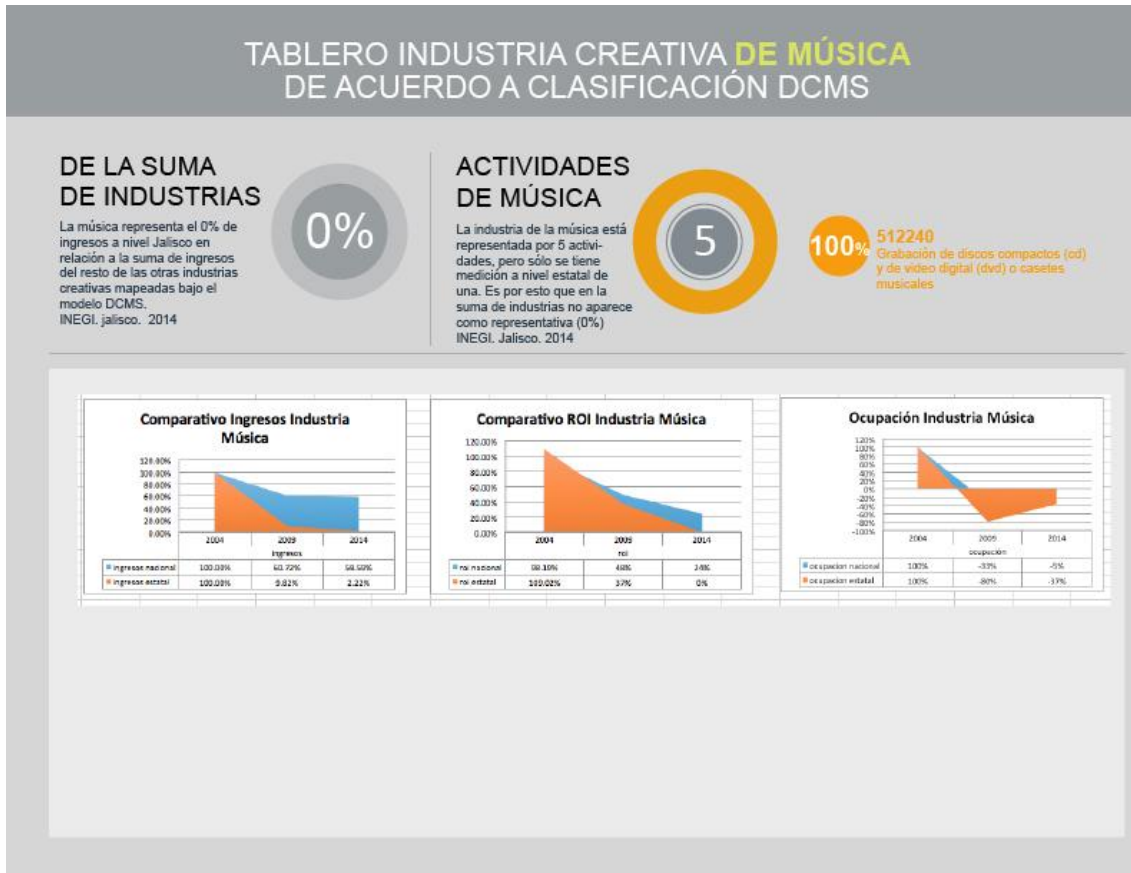
Como datos relevantes, en la industria de la moda actualmente hay tres tendencias a monitorear: por una parte, se presenta la “moda del desecho” en la que grandes compañías, diseñan y maquilan enormes cantidades de prendas de baja calidad que se distribuyen a nivel mundial a precios accesibles haciendo que los consumidores compren en mayor cantidad y frecuencia. Este modelo tiene implicaciones medioambientales y también mucho se ha hablado sobre las condiciones laborales de quienes hacen la maquila. La intervención de especialistas en la industria para la exploración / integración de nuevos materiales y procesos de producción, puede ser

una beta de oro, pensando en los consumidores de nuevas generaciones. Otro tema en debate vinculado a la moda del desecho es la cantidad de colecciones que una marca debe ofrecer en comparación con tiempos pasados en donde se lanzaba sólo una colección por temporada, esto ha sentado precedentes entre muchas marcas que han sido acusadas de plagio y en donde se pueden presentar oportunidades favorables para especialistas de la moda que puedan seguir el paso a estas nuevas tendencias de consumo.

Por último, al igual que muchas otras industrias, el ámbito digital también está revolucionando la industria de la moda. Los grandes almacenes que albergaban una gran cantidad de prendas y tallas están siendo reemplazados por plataformas de venta en línea a precios mucho menores que los que se ofrecen en los lugares de compra tradicionales. Una vez más, los canales de distribución, pueden ser la llave para transformar la industria de la moda, logrando poner al alcance de un mercado internacional, las creaciones de un pequeño taller local.

5.2.5 MÚSICA

Tablero de lectura general a la industria creativa de música en Jalisco, según la clasificación DCMS:



Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Música según la clasificación DCMS:

Código	Actividad según clasificación SCIAN
6 dígitos	(Rama)
512210	Productoras discográficas
512220	Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución
512230	Editoras de música
512240	Grabación de discos compactos (cd) y de video digital (dvd) o casetes musicales
512290	Otros servicios de grabación del sonido

Ver ANEXO L para lectura a detalle del listado de actividades económicas correspondientes a esta Industria

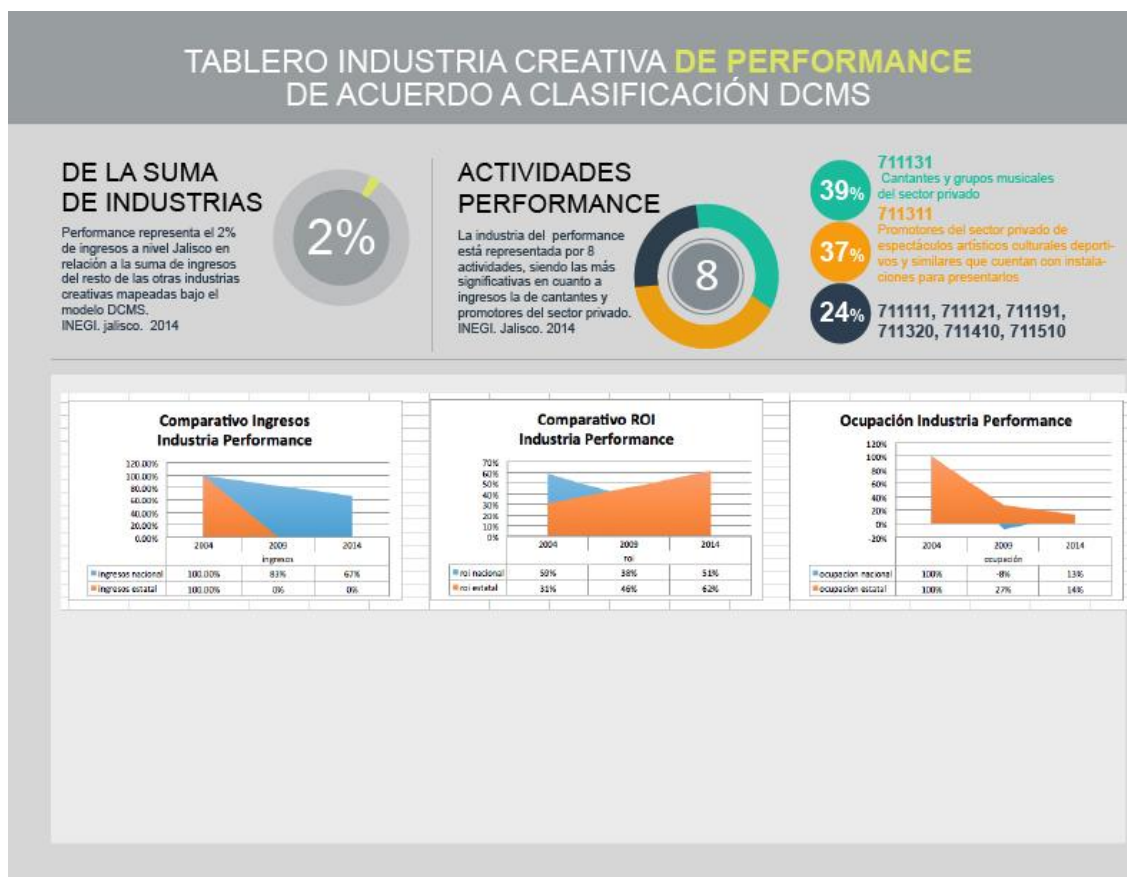
Consideraciones sobre las estadísticas de la Industria Creativa de Música presentadas.

A nivel estatal, música representa el 0% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas agrupadas bajo el modelo DCMS, con la información mapeada. Sin embargo, de 5 actividades económicas que corresponderían a esta industria, sólo hay información estadística de una, por lo que es importante no omitirlo a pesar de que podría parecer insignificante.

A nivel nacional, es posible mapear información de las 5 actividades económicas. En 2014, música representa el 1% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas.

5.2.6. PERFORMANCE

Tablero de lectura general a la industria creativa de performance en Jalisco, de acuerdo con la clasificación DCMS:



Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Performance de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad de acuerdo con clasificación SCIAN
6 dígitos	(Rama)
711111	Compañías de teatro del sector privado
711121	Compañías de danza del sector privado
711131	Cantantes y grupos musicales del sector privado
711191	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector privado

711311	Promotores del sector privado de espectáculos artísticos culturales deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos
711320	Promotores de espectáculos artísticos culturales deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos
711410	Agentes y representantes de artistas deportistas y similares
711510	Artistas escritores y técnicos independientes

Ver ANEXO M para lectura a detalle del listado de actividades económicas correspondientes a esta Industria

Consideraciones sobre las estadísticas de la Industria Creativa de Performance presentadas.

A nivel estatal, performance representa el 2% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas agrupadas bajo el modelo DCMS, al igual arquitectura y diseño (cada una 2%).

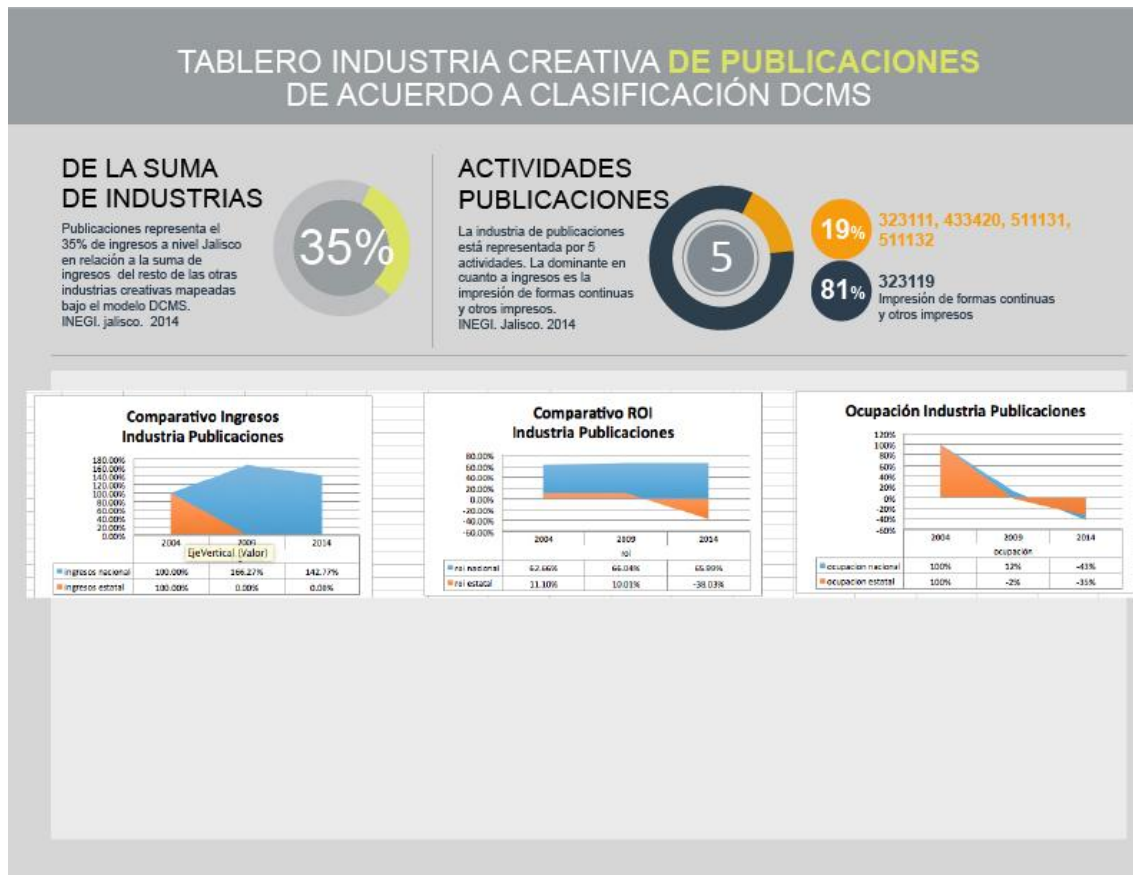
Esta representatividad del 2% se refleja también con el mismo porcentaje en las estadísticas a nivel nacional.

De las 8 actividades económicas que conforman la industria creativa de performance, a nivel estatal sólo se cuenta con la información de 6 de estas 8. De esas actividades, la de Cantantes y grupos musicales del sector privado es la más importante.

En esta industria, hay actividades económicas, que bien podrían pertenecer a otra categoría como es el caso de la de cantantes y grupos musicales, que podría clasificarse también dentro de la industria de la música. Están incluidas también actividades como Promotores del sector privado de espectáculos artísticos culturales deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos que quizá en su medición abarca actividades deportivas y se apartan del que hacer creativo, sin embargo, por estar agrupados se consideró mejor si incluirlo que dejarlo fuera.

5.2.7 PUBLICACIONES

Tablero de lectura general a la industria creativa de publicaciones en Jalisco, de acuerdo con la clasificación DCMS:



Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Publicaciones de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad de acuerdo con clasificación SCIAN
6 dígitos	(Rama)
323111	Impresión de libros periódicos y revistas
323119	Impresión de formas continuas y otros impresos
433420	Comercio al por mayor de libros
511131	Edición de libros
511132	Edición de libros integrada con la Impresión

Ver ANEXO N para lectura a detalle del listado de actividades económicas correspondientes a esta Industria.

Consideraciones sobre las estadísticas de la Industria Creativa de Publicaciones presentadas.

A nivel estatal, publicidad es la actividad económica que reporta mayores ingresos. Es la actividad principal, abarcando un 35% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas agrupadas bajo el modelo DCMS.

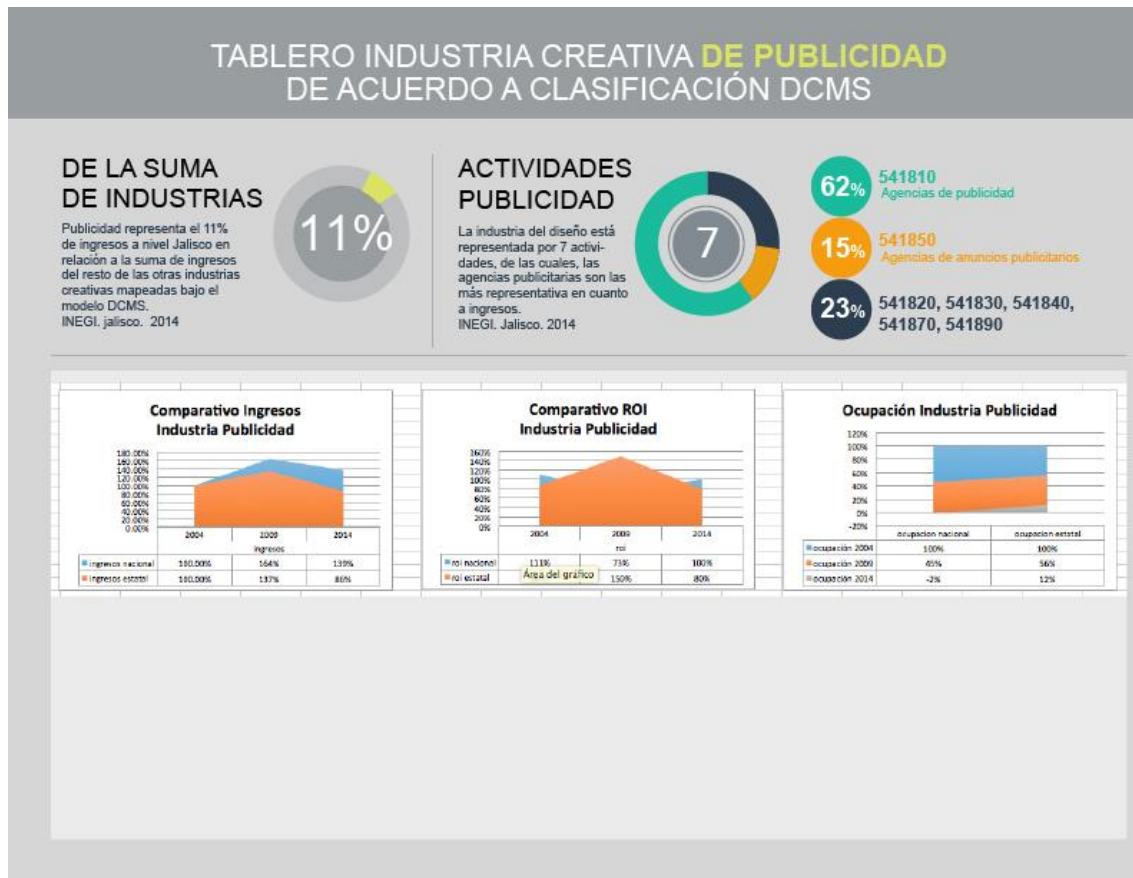
A diferencia de otras industrias creativas que en su mayoría han mostrado un comportamiento similar a nivel estatal y nacional, o cuando es muy diferente es porque no hay datos completos, en el caso de la industria creativa de publicaciones, el diferencial es notorio. Mientras que a nivel estatal es de 35% en relación con el resto, a nivel nacional es del 26% en relación con a las demás.

En contraste con las estadísticas a nivel nacional, en donde diseño reporta solo el 1% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas.

La actividad de Impresión de formas continuas y otros impresos, es sin duda la actividad más relevante dentro de esta industria, con el 81% de acuerdo al censo de 2014. Esta actividad, al igual que otras relevantes en distintas industrias creativas, se enfrenta al reto de la migración hacia las plataformas digitales. En este sentido vale la pena evaluar de cerca cómo se transforma, que necesidades de inversión requiere, qué retos implica desde la ocupación de quienes laboran en esta área y principalmente si se da un cambio, si este abre paso a un mejor ROI o lo convierte en una actividad más restringida en lo que a beneficios económicos se refiere.

5.2.8 PUBLICIDAD

Tablero de lectura general a la Industria Creativa de Publicidad en Jalisco, de acuerdo con la clasificación DCMS:



Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Publicidad de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad de acuerdo con clasificación SCIAN
6 dígitos	(Rama)
541810	Agencias de publicidad
541820	Agencias de relaciones públicas
541830	Agencias de compra de medios a petición del cliente
541840	Agencias de representación de medios
541850	Agencias de anuncios publicitarios
541870	Distribución de material publicitario

Consideraciones sobre las estadísticas de la Industria Creativa de Publicidad presentadas.

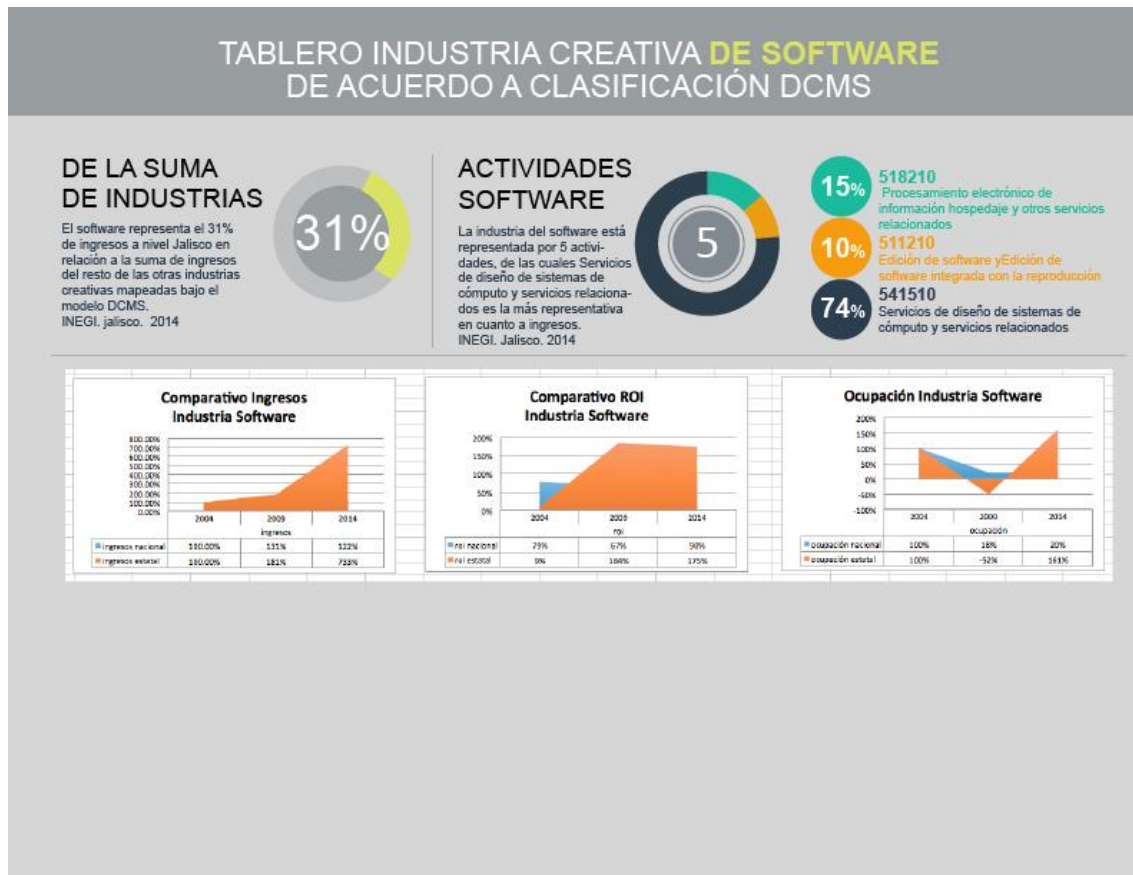
Tanto a nivel estatal como nacional, la Industria Creativa de Publicidad representa el 11% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas agrupadas bajo el modelo DCMS.

A nivel estatal es la cuarta industria creativa más relevante y dentro de esta, las Agencias de Publicidad, son la actividad más significativa en lo que a ingresos se refiere (62%).

Una vez más es difícil hablar de esta industria creativa, sin plantear cuestionamientos sobre su transformación ante la era digital. Las agencias de publicidad poco a poco incorporan nuevos canales de difusión, como lo son diversas plataformas de marketing digital. En este caso es pertinente monitorear no sólo los ingresos, sino el ROI generado, ya que estas plataformas pueden recibir grandes inversiones publicitarias, pero dejar un margen pequeño de utilidad para las agencias que los gestionan. En contraparte, nuevos servicios como gestión de redes sociales, que abre la oportunidad para que agencias publicitarias abran un nuevo abanico de servicios, en los que las barreras de entrada de especialización, debido a la vertiginosidad con la que se actualizan las plataformas digitales, pueden ofrecer más oportunidades que retos.

5.2.9 SOFTWARE

Tablero de lectura general a la industria creativa de software en Jalisco, según la clasificación DCMS:



Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Software según la clasificación DCMS:

Código	Actividad según clasificación SCIAN
6 dígitos	(Rama)
511210	Edición de software y Edición de software integrada con la reproducción
518210	Procesamiento electrónico de información hospedaje y otros servicios relacionados
519130	Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de internet y servicios de búsqueda en la red
541510	Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios

relacionados

541690 Otros servicios de consultoría científica y técnica

Ver ANEXO P para lectura a detalle del listado de actividades económicas correspondientes a esta Industria

Consideraciones sobre las estadísticas de la Industria Creativa de Software presentadas.

A nivel estatal, la Industria Creativa del Software representa el 31% de los ingresos totales reportados por las industrias creativas agrupadas bajo el modelo DCMS.

Al igual que la Industria Creativa de Publicaciones, la Industria Creativa del Software es otra que muestra una gran disparidad entre las estadísticas nacionales y estatales. Mientras en Jalisco es la segunda Industria Creativa más relevante en cuanto a ingresos después de Publicaciones, a nivel nacional, según el Censo 2014, representa sólo un 14%. Este resultado es un reflejo de una labor consistente que se ha hecho en Jalisco para capacitar personal e incubar proyectos que detonen la innovación en el área de desarrollo de software.

Con una mayoría del 74% la actividad económica de “Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados” es la más relevante dentro del sector. La industria creativa del software es una de las más cuestionadas sobre su actividad creativa. De hecho, algunos modelos teóricos proponen no agrupar a esta industria como parte de las industrias creativas. De las 5 actividades económicas que puedes clasificarse dentro de esta industria, de acuerdo con el modelo DCMS, a nivel estatal hay una de la que no se disponen datos que es la de Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de internet y servicios de búsqueda en la red.

5.2.10 TELEVISIÓN Y RADIO

Aunque hay medición estadística a nivel nacional de la Industria de Televisión y Radio, la información a nivel estatal (Jalisco) no está desagregada, por lo que no es posible analizar esta industria de forma específica.

Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Televisión y Radio de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código 6 dígitos	Actividad de acuerdo con clasificación SCIAN (Rama)
512112	Producción de programas para la televisión
512113	Producción de videoclips comerciales y otros materiales audiovisuales
515110	Transmisión de programas de radio
515120	Transmisión de programas de televisión
515210	Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales
519110	Agencias noticiosas

Ver ANEXO Q para lectura a detalle del listado de actividades económicas correspondientes a esta Industria

“LO MÁS IMPORTANTE
DE ESTE MUNDO
NO ES SABER DÓNDE
ESTAMOS,
SINO HACIA DÓNDE
VAMOS”

GOETHE

6. PLANIFICACIÓN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA CREATIVA EN JALISCO 2018

A manera de conclusión se presenta un instrumento de planificación de gestión estratégica que contempla líneas de acción o actividades que podrían ser ejecutadas por el Consejo Promotor de Innovación y Diseño, vinculando a la triple hélice (academia, industria y gobierno), derivando de esta etapa del proyecto un entregable concreto que se expone a detalle más adelante.

El documento “The Economic Impact of The Creative Industries in the Americas” (Inter-American Development Banc (IDB), 2014), presenta un ejercicio de medición de industria creativa a lo largo del continente, tomando como referencia algunos países clave. En su planteamiento inicial propone que estimar la contribución de la cultura a la economía entre países. A pesar de pertenecer a un mismo continente, presenta varios desafíos, siendo la falta de un marco teórico consensuado como línea de guía para investigadores uno de los principales obstáculos, lo cual ha llevado a una amplia variación de estimaciones en la escala del sector. Reconoce la naturaleza dinámica y diversa del sector, que a menudo no se alinea fácilmente con herramientas estadísticas de cada país, como los códigos Standard Industrial Classification (SIC) o Standard Occupational Classification (SOC). Por último, afirma que son pocos los países que publican información confiable, continua, y comparable para las industrias creativas. Por lo que los esfuerzos son fugaces y poco significativos.

Realizar un proyecto de inteligencia de mercado respecto a la medición de industria creativa para este sector que apenas comienza a delinearse en términos institucionales, que está en crecimiento continuo y en evolución constante, requiere que el mapeo se genere con información que pueda considerarse como “evidencias” acordes a estatutos determinados; que logren ser relevantes para instancias gubernamentales y así dar sustento para la creación o modificación de propuestas en materia de política pública y así su campo de aplicación sea mayor.

6.1 PLANIFICACIÓN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

Este proyecto de planificación pretende sentar las bases para crear una estrategia de medición permanente, que no solo mantenga un estadístico que prueba la existencia o trascendencia de la industria creativa como es la intención de este proyecto de investigación, sino que es una herramienta de inteligencia competitiva, para ayudar a las industrias creativas a generar economía creativa (alta rentabilidad), que es donde está el verdadero potencial económico y la oportunidad de transformación para las economías basadas en el conocimiento.

6.1.1 Enfoque en la planificación

En marketing, el enfoque de planificación, está vinculado con la Inteligencia de Mercado. La inteligencia de mercado define una estrategia de monitoreo y las estrategias para convertir los datos en información oportuna para la toma de decisiones.

Este proyecto propone al Consejo Promotor de Innovación y Diseño de Jalisco, implementar una Unidad de Inteligencia Competitiva que fomente el desarrollo económico y la generación de productos intangibles con y para el ecosistema creativo del Estado. Que trabaje principalmente a favor de las industrias creativas vinculando esfuerzos a través de la articulación de la triple hélice de la innovación.



6.2 DESARROLLO DE LA GESTIÓN

El plan contempla la integración de equipos multidisciplinarios que tienen distintos niveles de compromiso y también distintos niveles de beneficios, para incentivar su colaboración con la unidad de inteligencia competitiva, de acuerdo con estas 5 etapas de acción: Vigilancia, Planeación, Habilitación, Protección e Implementación.

6.2.1 Vigilancia

La vigilancia “es la búsqueda en el entorno de señales e indicios que permitan identificar amenazas y oportunidades de desarrollo e innovación tecnológica que impacten en el negocio” (Guzmán, 2017 : 9).

A. La célula de vigilancia debe partir de lineamientos rectores consensuados sobre los canales o fuentes de monitoreo, su alcance y la periodicidad con que se deberán hacer los reportes, su formato y a quién se entrega.

Es importante considerar vigilancia interna y externa. En este caso, vigilancia interna sería alusiva a las industrias creativas y los sectores más relevantes en el Estado de Jalisco, y la vigilancia externa debe monitorear factores del macroentorno que puedan influir directamente sobre estas.

La tarea específica en cuanto a vigilancia interna sería el proponer e implementar una estrategia útil para el análisis cuantitativo por industria, a nivel estatal (podría comenzarse a nivel AMG, considerando la concentración de actividad en la zona conurbada).

Para el desarrollo de esta tarea, **la academia** tiene el potencial de aportar talento en cuanto a la generación de estrategia y recaudación de información, **el gobierno** puede ofrecer recursos económicos y el aval de su respaldo para facilitar el acceso a la información y **la iniciativa privada** puede proveer una base de datos o crear un grupo de empresas (empresarios) que asuman un compromiso de colaboración, abriendo las puertas de la información (Bajo acuerdos específicos de confidencialidad y de no publicación de los datos desagregados, sino sólo de forma agrupada por sector).

Respecto a la vigilancia externa, desde la academia se puede hacer una convocatoria específica para investigar y/o monitorear macro-tendencias respecto a industria creativa, vinculado a conceptos clave como: maximización, casos de éxito, *clusterización*, creación de políticas públicas, vinculación internacional, nuevos actores (pensando en nuevos servicios) en la industria creativa.

Desde gobierno, a través del IIEG, se puede trabajar en colaboración con el INEGI para obtener información desagregada y crear cubos de información que permitan hacer un análisis 360, en relación con las industrias creativas.

Los grupos de empresarios, deben colaborar para generar una base de datos o padrón, que permita contrastar los números de INEGI, contra los datos de quienes participan en sus asociaciones (Cámaras de comercio, *Clústers*, Colegios de Profesionistas (de carreras afines), entre otros), para ver si estos datos generan un indicador de cuál es el porcentaje de Creativos que está registrado en el CENSO de INEGI, en contraste con aquellos que se encuentran realmente activos en el campo laboral (Bajo la hipótesis de que la informalidad en el sector, hace que la estadística de INEGI, sea más baja que los números reales).

6.2.2 Planeación

La Unidad de Inteligencia de mercado, se propone que se conforme como un consejo, que a partir de los reportes de vigilancia que le sean entregados, pueda

generar una planeación estratégica y convocatorias para la ejecución de dichos proyectos en relación con dos áreas clave:

A. Capacitación, orientada a la competitividad del sector.

Se debe tener medición de las industrias creativas en relación con las nuevas áreas de desarrollo en el mercado y aquellas que generan mejor costo de oportunidad, en relación con la inversión de capacitación requerida, en contraste con la rentabilidad de la misma. En la etapa de planeación se hace la identificación y propuesta de las áreas de desarrollo más oportunas y los canales o formatos de capacitación ideales según las necesidades identificadas.

B. Vinculación empresarial, en busca de una oferta de servicios estratégicamente identificada por su valor percibido de acuerdo con las necesidades de las empresas locales. En la etapa de planeación se reconocen los sectores o industrias con las que se podría lograr una mejor sinergia, considerando la receptividad que tengan hacia los servicios de las industrias creativas y el que presenten un mayor número de áreas de intervención desde la creatividad o la innovación.

6.2.3 Habilitación

La habilitación, supone “la obtención, dentro y fuera de la organización, de tecnologías y otros recursos necesarios para la ejecución de los proyectos incluidos en la cartera” (Guzmán, 2017: 9). Por tanto, durante esta etapa se genera la gestión de todo tipo de recursos que serán requeridos para implementar aquello que ha sido previsto en la etapa de planeación. En este sentido, respecto a la capacitación se diseñarán los programas de capacitación y se lanzarán las convocatorias para los participantes. Sobre la vinculación, se preparan las alianzas formando acuerdos beneficiosos para las partes involucradas que se ejecutarán durante la etapa de implementación.

En relación con el monitoreo, en la etapa de planeación se define la estrategia; mientras que en la etapa de habilitación se preparan las herramientas, tanto para el acopio de información, como para compilación de la misma (base de datos), su futuro análisis y la comunicación de los resultados.

Estas tareas son en parte operativas, en parte estratégicas, por lo que podrán ser realizadas por la Unidad de Inteligencia de mercado en apoyo con equipos externos para su desarrollo.

6.2.4 Protección

La protección tiene como objetivo “la salvaguarda y cuidado del patrimonio tecnológico de la organización, generalmente mediante la obtención de títulos de propiedad intelectual” (Guzmán, 2017: 9).

Las tareas de protección y vinculación también deberán ser dirigidas por el consejo que lidere la Unidad de Inteligencia de Mercado.

Para la protección e implementación, al igual que en la vigilancia, habrá que desarrollar actividades internas y externas.

Como parte de las actividades internas (inherentes o relevantes para las Industrias Creativas del Estado de Jalisco) como programas de fomento a la creación y registro de modelos de negocio innovadores, así como el registro de marcas y patentes.

Las actividades externas deben atender temas de colaboración nacional e internacional que trabajen a favor de las Industrias Creativas en Jalisco.

6.2.5. Implementación

Todas las tareas de implementación efectuadas deberán cuidar de mantener un círculo en el proceso, asegurando que se cumplen con los objetivos planteados y que se proponen métricas para evaluar el resultado de los mismos, así como el aporte para la identificación de nuevas metas de información o replanteamientos de objetivos para los siguientes ciclos.

TABLA ESQUEMÁTICA DE LA ESTRATEGIA SUGERIDA DE LA UNIDAD DE INTELIGENCIA COMPETITIVA

	Perfil	Actividades	Periodicidad	Entregables	Presupuesto anual
Vigilancia	Outsourcing	Licitación Implementación Reporteo /	Única vez Bimestral	Reportes (cualitativos, cuantitativos y recomendaciones)	\$200,000 pesos. (Una estrategia inicial y 6 reportes bimestrales)
Planeación	Unidad Inteligencia de Mercado	Sesión de planeación semestral Revisión reportes de vigilancia	Semestral Bimestral	Plan semestral Sugerencias de revisiones	\$25,000 pesos. (Una sesión de planeación de 3 hrs. x 9 personas aprox.)
Habilitación	Unidad Inteligencia de Mercado y grupos de apoyo	Configuración de herramientas y convocatoria para capacitación y vinculación	Periódico	Estrategia de capacitación Estrategia de	Los proyectos deberían ser autosustentables , ya sea cobrando por los cursos o absorbiendo

				vinculación Herramientas de medición	costos a través de la gestión de patrocinios.
Protección	Unidad Inteligencia de Mercado y grupos de apoyo	Eventos de capacitación / vinculación IMPI	Periódico	Eventos con reporte de asistencia. Estudios de seguimiento sobre la utilidad de la capacitación.	Los proyectos deberían ser autosustentables , ya sea cobrando por los cursos o absorbiendo costos a través de la gestión de patrocinios.
Implementación	Representante estatal	RP, Vinculación, Participación en eventos relacionados (coloquios, foros, etc.)	Con base en aprobación de agenda	Insumos de información complementaria para el área de vigilancia. <i>Insights</i> para el área de planeación. Bitácora de proyectos en seguimiento y logros específicos.	\$240,000 pesos. (Una o dos personas que se alternen, deberán atender mínimo 6 eventos al año. Este presupuesto considera viáticos, si los eventos son estatales, el gasto debería ser parcial)

07. CONCLUSIONES FINALES, ECONOMÍAS CREATIVAS BASADAS EN EL CONOCIMIENTO

Las industrias creativas presentan una extraña mezcla de actividades, desde ocupaciones ancestrales como puede ser aquello vinculado a la música o a la preservación del patrimonio, hasta proyectos muy vanguardistas vinculados con el desarrollo de software. Como grupo, han tenido un auge importante en parte por la posibilidad de detonación o transformación de estas industrias por la era digital.

Así como durante la revolución industrial, la base de la producción era el acceso a buena materia prima, en esta nueva era, no es sólo el acceso a la información, sino a la creatividad como fuente de insumo para la creación de bienes y servicios. Información y creatividad son los factores claves para el desarrollo de las industrias.

A pesar de tener cada una de estas industrias creativas peculiaridades específicas, entre ellas comparten mercados, barreras de acceso, amenazas, proveedores así como procesos de desarrollo, que permiten agruparlas bajo un gran bloque y volverlas visibles y significativas a la vista de los demás. El ya mencionado modelo de Porter es donde aquí encuentra su aplicación y puede, con un debido análisis fomentar la competitividad de estas industrias, siempre y cuando el diagnóstico de situación y la estrategia derivada de él, sean las adecuadas y pertinentes.

La importancia de su visibilidad reside, por una parte, en problemas comunes que afrontan estas industrias por el hecho de trabajar partiendo de insumos intangibles o incluso de entregar intangibles como resultado final. La medición de los entregables puede ser subjetiva y rechazada por el cliente dejando sin pago al proveedor. Los tiempos de desarrollo, no están sujetos a procesos medibles como un proceso de producción industrial y esto puede generar largos aplazamientos de entregas de proyectos que generan un desgaste no proporcional al alcance del proyecto. La mayor inversión se hace más que en infraestructura, en el talento y aunque este pueda generar buenos frutos, no se puede retener a la fuerza y no es una inversión que se vuelva parte de los activos de una empresa. El poder entender estos obstáculos que son comunes a un grupo de industrias, permite trabajar proyectos que apoyen en las distintas etapas de cada empresa a implementar mejores prácticas, orientados al logro de mejores márgenes de utilidad y ROI, en aras de generar una mejor derrama económica.

Otro aspecto valioso sobre la visibilidad de las industrias creativas es que, desde la hélice gubernamental, se puedan abrir oportunidades desde la naturaleza de este tipo de empresas y no forzadas a formatos estándares de las industrias tradicionales. Como ejemplo los formatos de convocatorias para concursos o solicitudes de fondos, al elegir una categoría empresarial, que las industrias creativas sean una opción elegible. Que, al pedir comprobaciones de ventas, no tengan que estar vinculadas a un embarque o un comprobante de una entrega física de producto, ya que los entregables

de las industrias creativas muchas veces pueden tener un formato digital difícil de evidenciar.

Desde el planteamiento de ejercicio de medición, se han reconocido los obstáculos más claros para poder lograr dimensionar a las industrias creativas. Su misma naturaleza, con bajas barreras de ingreso al sector, permiten que exista un índice de informalidad significativo, del que se sabe a voces, pero que es difícil dimensionar. Adicionalmente, como se ha reflejado en las estadísticas revisadas, algunos conceptos de actividades económicas están agrupados de una manera en la que no es posible clasificar siempre cada actividad de la forma más adecuada de acuerdo con la industria a la que corresponde, o están incluidas en una misma actividad (Código 6 dígitos) una actividad creativa y una que pertenece a otra industria. Por último, tratar de hacer una medición a nivel estatal, en donde parte de la información recabada por INEGI no se hace pública debido a que el nivel de desagregación es bajo, hace todavía más complejo este ejercicio.

A pesar de esto, aunque a los ojos de algunos el ejercicio estadístico podría resultar casi ocioso, hay información al detalle por industria que revela áreas de oportunidad para inversión o capacitación en donde el estado tiene datos destacados en relación a la estadística nacional.

El haber sentado un marco de referencia sobre las actividades económicas que pueden considerarse dentro de cada una de las industrias creativas y el presentar distintos modelos de agrupación y la sugerencia de criterios para seleccionar un modelo u otro, teniendo de forma visible cuáles son las industrias que se incluyen o excluyen en un modelo frente a otro, sienta las bases para que, al hablar de industrias creativas del estado de Jalisco, se tenga un referente más claro.

Una estrategia de continuo monitoreo es importante, mucho más que a un nivel estadístico, a un nivel cualitativo, a través del cual se pueda medir que realmente están surgiendo nuevas oportunidades económicas, bajo una industria capacitadora, que como se ha justificado inicialmente, eleva la calidad de vida de quienes se desempeñan en ese ámbito y que, a la vez, desarrollan proyectos que tienen un impacto positivo en la sociedad.

El otro requerimiento para aquellos que apoyen a ondear la bandera de las industrias creativas, es comprometerse, para que no se vuelvan “industrias maquiladoras de ideas”, sino que como estado o como país, se pueda apostar por una cultura empresarial que detone una economía creativa, con verdadera derrama económica.

08. GLOSARIO

ACTIVIDAD ECONÓMICA: Es el conjunto de acciones realizadas por una unidad económica con el propósito de producir o proporcionar bienes y servicios que se intercambian por dinero u otros bienes o servicios. En esta definición y por las características de nuestro país, se incluye la producción agropecuaria de autoconsumo. Esta definición considera al sujeto (unidad económica) que realiza la actividad; es decir, no concibe a ésta en abstracto. Es importante recalcar este hecho porque las actividades que el SCIAN enuncia en su estructura fueron definidas con base en la similitud de los procesos de producción que se llevan a cabo en las unidades económicas. Clases (SCIAN). (INEGI, 2014).

CLASIFICACIÓN SCIAN: El Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) fue desarrollado para generar estadísticas comparables entre los tres países de América del Norte, en un trabajo conjunto de sus dependencias gubernamentales de estadística: Statistics Canadá, el Economic Classification Policy Committee (en nombre de la Oficina de Administración y Presupuesto de Estados Unidos) y, por parte de México, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). El objetivo del SCIAN-México es proporcionar un marco único, consistente y actualizado para la recopilación, análisis y presentación de estadísticas de tipo económico, que refleje la estructura de la economía mexicana. El SCIAN-México es la base para la generación, presentación y difusión de todas las estadísticas económicas del INEGI. Su adopción por parte de otras instituciones que también elaboran estadísticas permitirá homologar la información económica que se produce en el país, y con ello contribuir a la de la región de América del Norte. ((INEGI, 2014. Clasificador SCIAN).

INGRESOS (POR SUMINISTROS DE BIENES Y SERVICIOS): Es el monto que obtuvo la unidad económica durante el periodo de referencia, por todas aquellas actividades de producción de bienes, comercialización de mercancías y prestación de servicios. Incluye: el valor de los bienes y servicios transferidos a otras unidades económicas de la misma empresa, más todas las erogación o impuestos cobrados al comprador. Excluye: los ingresos financieros, subsidios, cuotas, aportaciones y venta de activos fijos (INEGI, 2014: 26).

MUESTREO POR JUICIO: También conocido como Muestreo Discrecional. Es un tipo de muestreo no probabilístico, en el que se selecciona a los individuos a encuestar a través del criterio profesional de quien realizará el estudio. Puede basarse en la experiencia de casos anteriores o en su conocimiento sobre la población y el comportamiento de ésta.

PERSONAL OCUPADO TOTAL: Comprende a todas las personas que trabajaron durante el periodo de referencia dependiendo contractualmente o no de la unidad económica, sujetas a su dirección y control (INEGI, 2014).

RAMAS (SCIAN): La rama de actividad agrupa las subramas en que se realizó, de acuerdo con la naturaleza del sector y con base en las semejanzas de insumos empleados, bienes o servicios manejados, el nivel de especialización del personal o los tipos de tecnología y técnicas utilizadas (INEGI, 2014).

ROI: Acrónimo de Return On Investment, Retorno de inversión en castellano. Proporciona la relación entre el beneficio y la inversión realizada, es decir, el ROI es un valor que mide la rentabilidad de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo. $ROI = (\text{beneficio obtenido} - \text{inversión}) / \text{inversión}$. Se expresa en porcentaje (Ruiz Sevilla, 2017).

SECTORES (SCIAN): El criterio fundamental de agregación en el SCIAN es la función de producción, es decir, la similitud de los procesos de producción que se llevan a cabo en ciertas unidades económicas denominadas “establecimientos”. El sector constituye el nivel más agregado de la clasificación y agrupa a las actividades de una misma naturaleza, con similar función de producción en el sentido más amplio (INEGI, 2014).

SUBSECTORES (SCIAN): El subsector está delimitado por el tipo de bienes producidos y de servicios prestados y por el proceso, tecnología y forma de organización con que aquellos se efectúan (INEGI, 2014).

SUBRAMAS (SCIAN): Las subramas y clases de actividad fueron definidas tomando en cuenta la forma de operar sólo de las unidades económicas, Clasificador para la Codificación de Actividad económica 2 es decir, la forma en que se organizan para producir (combinan procesos, materiales, mano de obra) (INEGI, 2014).

UNIDADES ECONÓMICAS: Son las unidades estadísticas sobre las cuales se recopilan datos, se dedican principalmente a un tipo de actividad de manera permanente en construcciones e instalaciones fijas, combinando acciones y recursos bajo el control de una sola entidad propietaria o controladora, para llevar a cabo producción de bienes y servicios, sea con fines mercantiles o no. Se definen por sector de acuerdo con la disponibilidad de registros contables y la necesidad de obtener información con el mayor nivel de precisión analítica (INEGI, 2014: 74).

09. ANEXOS

ANEXO A. GRÁFICA COMPARATIVA DE MODELOS TEÓRICOS DE AGRUPACIÓN PARA LAS INDUSTRIAS CREATIVAS DE ACUERDO A UNESCO, DCMS, NESTA, THROSBY Y WIPO.

UNESCO	DCMS	NESTA	THROSBY	WIPO
17	13	7	4	3
Museos Performance Festivales Artes visuales y artesanías Diseño Publicaciones Radio y televisión Cine y video Fotografía Interactivos ----- Instrumentos musicales Equipo de sonido Arquitectura Publicidad Equipo de impresión Software Equipo audiovisual	Publicidad Arquitectura Arte y Antigüedades Artesanías Diseño Moda Cine y Video Música Performance Publicaciones Software Radio y Televisión Videojuegos	Contenido Servicios Contenido, originales Experiencia, contenido, originales y servicios Contenido, originales, servicios Experiencia, originales Experiencia	Actividades centrales Espectro más amplio Actividades relacionadas Otras actividades	Principales Interdependientes Parciales

ANEXO B. MODELO ENCUESTA CUALITATIVA

ENCUESTA CUALITATIVA PARA EMPRESAS REPRESENTATIVAS DE LA INDUSTRIA CREATIVA EN JALISCO

GENERALIDADES SOBRE LA EMPRESA

Año de fundación de la empresa

¿En cuántas áreas está dividida la empresa y cuáles son?

Número de colaboradores

(incluye socios y empleados, no *freelancers* ni *outsourcing*)

- 1-10,
- 10-30
- 30-50
- 50 o más

¿Cuántos de estos tienen ocupación creativa dentro de la empresa?

(Puede ser en número o en porcentaje)

¿La empresa provee capacitación para su personal?

- ¿Frecuencia?
- ¿A qué áreas?
- ¿Te importa compartir un estimado de inversión anual (2015)? (Puede ser en rangos de \$50,000 pesos)

¿Tienes planes de capacitación para 2017?

¿Cuáles son los principales temas en los que te gustaría capacitar a tu gente?

PRODUCTOS O SERVICIOS

FUNCIÓN

- ¿Cuáles son los tres productos o servicios que ofreces, que mayor demanda tienen?

(desarrollar al menos una, la principal)

TECNOLOGÍAS

- ¿Qué herramientas tecnológicas utilizas actualmente en tu operación diaria? (Hardware & Software).
- En porcentaje, de cero a cien, en donde cien es el máximo, ¿Qué dependencia tienes de estas tecnologías para realizar tu trabajo?
- ¿Has incorporado en los últimos 5 años servicios, que pudiste ofrecer a partir de la utilización de nuevas herramientas tecnológicas? (Por ejemplo, equipo de foto, video, impresión, aplicaciones, herramientas).
- ¿Cuáles son los principales usos del internet en tu empresa?

CLIENTES

INDUSTRIA

- Piensa en tu 80/20. ¿Cuáles son las tres principales industrias o giros que atiendes?

(Si no quieres especificar industrias, podrías clasificarlas como sector primario, secundario o terciario)

MERCADO

- ¿Cuál es el perfil de tu cliente final?
-Empresas (B2B) / Gobierno / Consumidor final
- Si trabajas para empresas (B2B), ¿Qué área de la empresa demanda tus servicios?
- ¿Puedes mencionar a tres de tus principales competidores?

GEOGRAFÍA

COBERTURA

¿En dónde tienes oficinas representativas?

Cobertura en donde ofreces tus servicios:

En caso de que sea en más de una región... ¿En qué región tienes mayor demanda de servicios (en términos económicos)? (Puedes hacer referencia a estados, o dentro del país zona norte, centro, sur, occidente...) o en destinos internacionales, por país).

ETAPAS DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN

CANALES

- ¿Cuentas con revendedores, representantes o alianzas estratégicas para la comercialización de tus productos o servicios?
- ¿Cuál es tu principal canal de venta?

ENTREGA DEL PRODUCTO

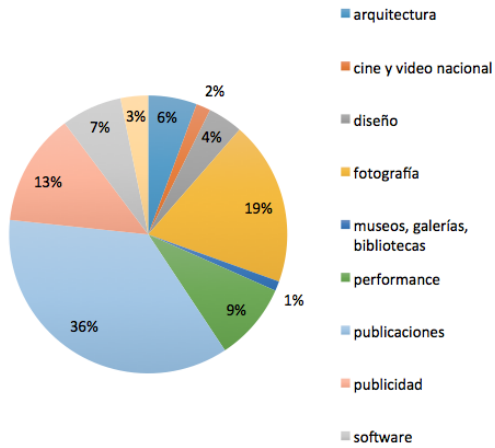
- ¿Cuál es el formato de tus entregables (digital, impreso,)?
- ¿Cuál es el tiempo promedio de desarrollo de un proyecto (del principal servicio que ofreces) desde que se autoriza una orden de compra o cotización, hasta que se entrega?

¿QUÉ NO ESTÁ EN EL MAPA?

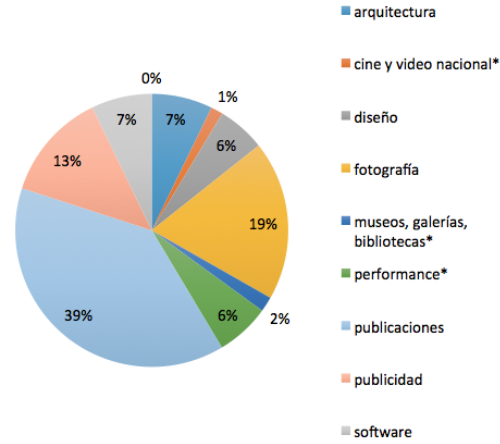
- ¿Habías escuchado el término de Industrias Creativas o Culturales?
- Cuando escuchas hablar de la industria creativa... ¿Te consideras parte de esta?
- ¿Qué reflexiones o temas deberían ser parte de la conversación al hablar de Industrias creativas, que aún no es parte del discurso a nivel regional o nacional?

ANEXO C. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las industrias agrupadas bajo la clasificación de UNESCO.

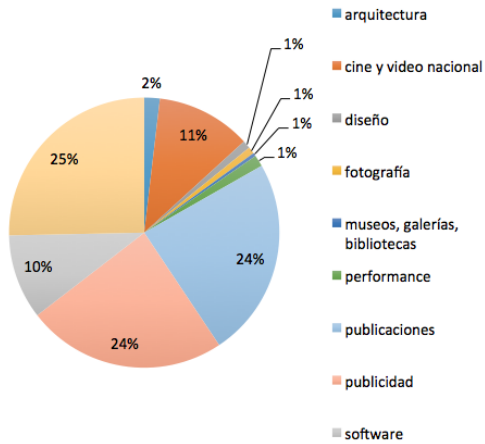
UNESCO UE 2014 nacional



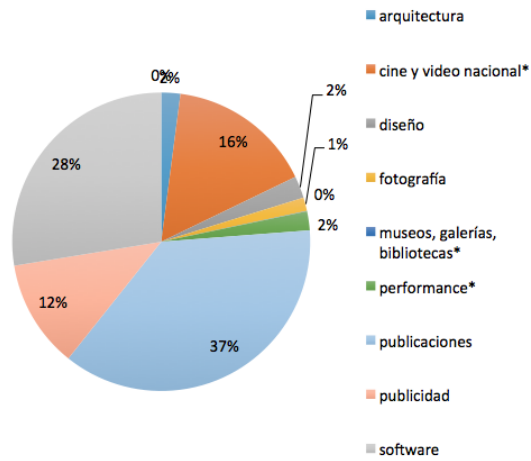
UNESCO UE 2014 estatal



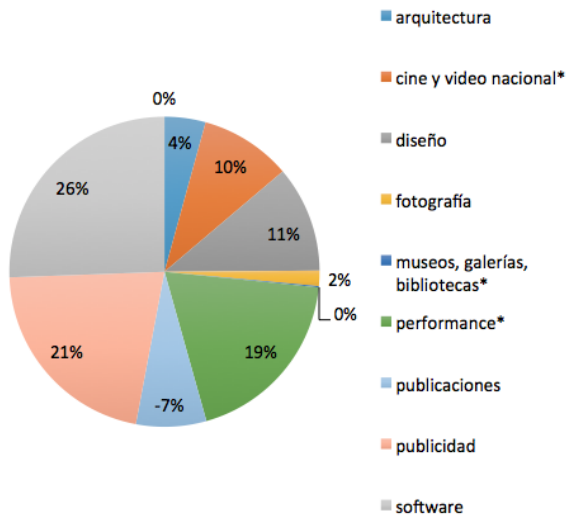
UNESCO Ingresos 2014 nacional



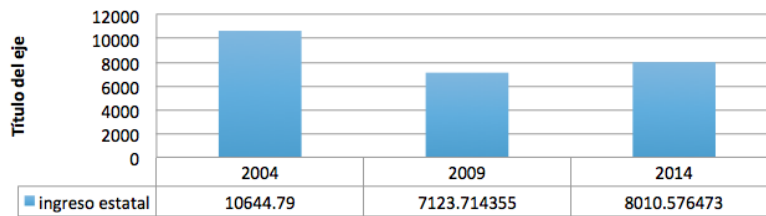
UNESCO Ingresos 2014 estatal



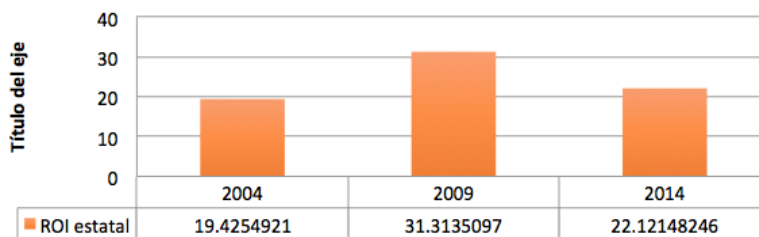
UNESCO ROI estatal 2014



ingreso estatal



ROI estatal



Desglose informativo por sector de acuerdo con clasificación UNESCO:

N de Actividades	Descripción	UE	Pers Ocupado	Ingresos Ctes	ROI	Ingresos 2
45	TOTAL UNESCO Nacional 2014	55063	459174	164841.186	40.2678017	179354.788
31 de 45	TOTAL UNESCO Estatal 2014	4105	31388	8010.57647	22.1214825	6812.288
	Proporción TOTAL UNESCO Nac-Estatal 2014	7.46%	6.84%	4.86%	54.94%	3.80%
45	TOTAL UNESCO Nacional 2009	52910	423847	141808.772	26.1882335	126743.098
34 de 45	TOTAL UNESCO Estatal 2009	3719	27015	7123.71436	31.3135097	4593.585
	Proporción TOTAL UNESCO Nac-Estatal 2009	7.03%	6.37%	5.02%	119.57%	3.62%
	Crecimiento Estatal TOTAL UNESCO 2009-2014	10%	16%	12%	-29%	48%
45	TOTAL UNESCO Nacional 2004	41427	338499	125605.776	29.3845968	91245.113
34 de 45	TOTAL UNESCO Estatal 2004	2956	22847	10644.79	19.4254921	7727.766
	Proporción TOTAL UNESCO Nac-Estatal 2004	7.14%	6.75%	8.47%	66.11%	8.47%
	Crecimiento TOTAL UNESCO 2004-2009	25.81%	18.24%	-33.08%	61.20%	-40.56%

3	Arquitectura Nacional 2014	3123	16945	3537.66736	1.63030705	5234.217
2 de 3	Arquitectura Estatal 2014	296	1341	165.501906	1.11158837	238.57
	Proporción Arquitectura Nac -Estatal 2014	9.48%	7.91%	4.68%	68.18%	4.56%
3	Arquitectura Nacional 2009	3140	21849	7376.18816	3.19397538	8945.091
3	Arquitectura Estatal 2009	209	1413	269.545861	3.27983494	331.037
	Proporción Arquitectura Nac -Estatal 2009	6.66%	6.47%	3.65%	102.69%	3.70%
	Crecimiento Estatal Arquitectura 2009 - 2014	41.63%	-5.10%	-38.60%	-66.11%	-27.93%
3	Arquitectura Nacional 2004	2480	15937	4525.134	2.20629013	4499.236
3	Arquitectura Estatal 2004	182	1064	196.89	1.94448885	194.898
	Proporción Arquitectura Nac -Estatal 2004	7.34%	6.68%	4.35%	88.13%	4.33%
	Crecimiento Estatal Arquitectura 2004 -2009	14.84%	32.80%	36.90%	68.67%	69.85%

4	Cine y Video Nacional 2014	924	32552	21547.8894	10.3791929	27618.297
1 de 4	Cine y Video Estatal 2014	59	2139	1261.60369	2.47192575	1539.771
	Proporción Cine y Video Nac- Estatal 2014	6.39%	6.57%	5.85%	23.82%	5.58%
	Cine y Video Nacional 2009	621	16008	9334.93785	3.27506421	10165.229
2 de 4	Cine y Video Estatal 2009	41	919	423.222033	2.12220534	421.104
	Proporción Cine y Video Nac- Estatal 2009	6.60%	5.74%	4.53%	64.80%	4.14%
	Crecimiento Estatal Cine y Video 2009 -2014	43.90%	132.75%	198.09%	16.48%	265.65%
4	Cine y Video Nacional 2004	621	13148	7784.914	0.2028255	6648.122
1 de 4	Cine y Video Estatal 2004	51	853	385.986	0.16074468	342.663
	Proporción Cine y Video Nac- Estatal 2004	8.2%	6.5%	5.0%	79.3%	5.2%
	Crecimiento Estatal Cine y Video 2004 -2009	-19.6%	7.7%	9.6%	1220.2%	22.9%

4	Diseño Nacional 2014	2234	10624	1808.00174	3.20545219	2673.283
4	Diseño Estatal 2014	233	931	189.798703	2.87608052	272.306
	Proporción Diseño Nac-Estatal 2014	10.43%	8.76%	10.50%	89.72%	10.19%
4	Diseño Nacional 2009	3363	18408	4237.40515	2.98955792	5068.688
4	Diseño Estatal 2009	266	1418	283.083922	2.3522508	340.995
	Proporción Diseño Nac-Estatal 2009	7.91%	7.70%	6.68%	78.68%	6.73%
	Crecimiento Estatal Diseño 2009-2014	-12.41%	-34.34%	-32.95%	22.27%	-20.14%
4	Diseño Nacional 2004	3580	17721	5019.62	4.65242818	4965.737
4	Diseño Estatal 2004	331	1508	382.089	3.53061837	377.838
	Proporción Diseño Nac-Estatal 2004	9.25%	8.51%	7.61%	75.89%	7.61%
	Crecimiento Estatal Diseño 2004-2009	-19.64%	-5.97%	-25.91%	-33.38%	-9.75%
3	museos, galerías, bibliotecas Nacional 201	620	4952	777.88203	1.46506652	988.296
2 de 3	museos, galerías, bibliotecas Estatal 2014	73	238	15.8697251	-0.0065054	23.489
	Proporción museos, galerías, bibliotecas l	11.77%	4.81%	2.04%	-0.44%	2.38%
3	museos, galerías, bibliotecas Nacional 200	502	3681	526.325453	-1.1427308	595.06
1 de 3	museos, galerías, bibliotecas Estatal 2009	8	47	0.25347307	-1.2880312	0.312
	Proporción museos, galerías, bibliotecas l	1.59%	1.28%	0.05%	112.72%	0.05%
	Crecimiento Estatal museos, galerías, bib	813%	406%	6161%	-99%	7429%
3	museos, galerías, bibliotecas Nacional 200	193	2277	473.701	0.03619339	449.044
2 de 3	museos, galerías, bibliotecas Estatal 2004	16	54	3.412	-0.0342283	2.717
	Proporción museos, galerías, bibliotecas l	8.29%	2.37%	0.72%	-94.57%	0.61%
	Crecimiento Estatal museos, galerías, bib	-50%	-13%	-93%	3663%	-89%
1	Fotografía Nacional 2014	10517	20613	1555.04447	0.3610673	2250.764
1	Fotografía Estatal 2014	776	1493	116.781917	0.41676507	170.766
	Proporción Fotografía Nac-Estatal 2014	7.38%	7.24%	7.51%	115.43%	7.59%
1	Fotografía Nacional 2009	10244	23913	1771.90755	0.24939977	2093.405
1	Fotografía Estatal 2009	746	1676	124.261922	0.26095629	149.02
	Proporción Fotografía Nac-Estatal 2009	7.28%	7.01%	7.01%	104.63%	7.12%
	Crecimiento Estatal Fotografía 2009-2014	4.02%	-10.92%	-6.02%	59.71%	14.59%
1	Fotografía Nacional 2004	6192	13105	1182.729	0.32311166	1144.584
1	Fotografía Estatal 2004	465	948	81.322	0.34680327	77.752
	Proporción Diseño Nac-Estatal 2004	7.51%	7.23%	6.88%	107.33%	6.79%
	Crecimiento Estatal Fotografía 2004-2009	60.43%	76.79%	52.80%	-24.75%	91.66%

8	Performance Nacional 2014	4990	30402	2597.81248	4.09061292	3456.183
6 de 8	Performance Estatal 2014	263	1373	164.551595	4.93947974	226.608
	Proporción Performance Nac-Estatal 2014	5.27%	4.52%	6.33%	120.75%	6.56%
8	Performance Nacional 2009	3549	27024	2974.02713	3.00270257	3411.51
4 de 8	Performance Estatal 2009	140	1205	66.2092778	3.65716223	77.014
	Proporción Performance Nac-Estatal 2009	3.94%	4.46%	2.23%	121.80%	2.26%
	Crecimiento Estatal Performance 2009-2014	87.86%	13.94%	148.53%	35.06%	194.24%
8	Performance Nacional 2004	3878	29406	4284.794	4.71498512	4070.751
6 de 8	Performance Estatal 2004	146	946	106.859	2.46916096	101.641
	Proporción Performance Nac-Estatal 2004	3.76%	3.22%	2.49%	52.37%	2.50%
	Crecimiento Estatal Performance 2004-2009	-4.11%	27.38%	-38.04%	48.11%	-24.23%

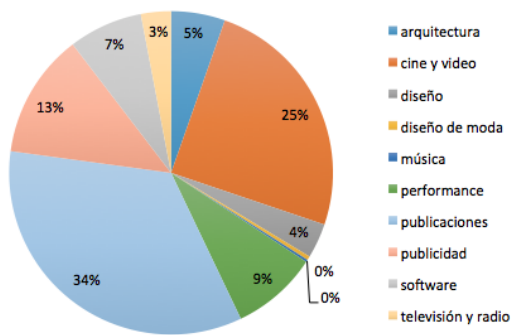
5	Publicaciones Nacional 2014	19806	136047	45348.8196	3.29962056	8927.67
5	Publicaciones Estatal 2014	1584	11077	2954.12894	-1.9015178	43.18
	Proporción Publicaciones Nac-Estatal 2014	8.00%	8.14%	6.51%	-57.63%	0.48%
5	Publicaciones Nacional 2009	18201	136899	42381.2186	3.30180525	8765.702
5	Publicaciones Estatal 2009	1433	11114	3278.10058	0.50056032	42.532
	Proporción Publicaciones Nac-Estatal 2009	7.87%	8.12%	7.73%	15.16%	0.49%
	Crecimiento Estatal Publicaciones 2009-2014	10.54%	-0.33%	-9.88%	-479.88%	1.52%
5	Publicaciones Nacional 2004	14328	110320	34242.21	3.13285972	2879.246
3 de 5	Publicaciones Estatal 2004	1115	7601	2055.473	0.55475884	1.972
	Proporción Publicaciones Nac-Estatal 2004	7.78%	6.89%	6.00%	17.71%	0.07%
	Crecimiento Estatal Publicaciones 2004-2009	28.52%	46.22%	59.48%	-9.77%	2056.80%

7	Publicidad Nacional 2014	7210	78081	19276.5733	6.98460283	28073.551
7	Publicidad Estatal 2014	527	6499	937.389153	5.57329238	1372.755
	Proporción Publicidad Nac-Estatal 2014	7.31%	8.32%	4.86%	79.79%	4.89%
7	Publicidad Nacional 2009	7769	79778	20939.173	5.10622232	25371.427
7	Publicidad Estatal 2009	570	5822	1214.09294	10.5234006	1481.185
	Proporción Publicidad Nac-Estatal 2009	7.34%	7.30%	5.80%	206.09%	5.84%
	Crecimiento Estatal Publicidad 2009-2014	-7.54%	11.63%	-22.79%	-47.04%	-7.32%
7	Publicidad Nacional 2004	5584	54982	16251.314	7.79456302	15973.483
7	Publicidad Estatal 2004	407	3728	981.635	6.02646269	967.694
	Proporción Publicidad Nac-Estatal 2004	7.29%	6.78%	6.04%	77.32%	6.06%
	Crecimiento Estatal Publicidad 2004-2009	40%	56%	24%	75%	53%

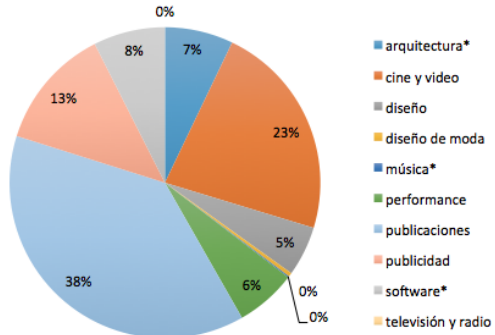
3 Software Nacional 2014	3875	69827	20308.2298	3.89131874	28647.44
3 Software Estatal 2014	294	6297	2204.95085	6.64037387	2924.843
Proporción Software Nac-Estatal 2014	7.59%	9.02%	10.86%	170.65%	10.21%
3 Software Nacional 2009	3608	53389	21169.9781	3.14144191	25127.496
3 Software Estatal 2009	235	2474	960.952149	5.52915959	1148.682
Proporción Software Nac-Estatal 2009	6.51%	4.63%	4.54%	176.01%	4.57%
Crecimiento Estatal Software 2009-2014	25.11%	154.53%	129.45%	20.10%	154.63%
3 Software Nacional 2004	2574	38632	15229.711	3.41531275	14443.428
3 Software Estatal 2004	197	5035	381.789	2.24196854	379.646
Proporción Software Nac-Estatal 2004	7.65%	13.03%	2.51%	65.64%	2.63%
Crecimiento Estatal Software 2004-2009	19.29%	-50.86%	151.70%	146.62%	202.57%

ANEXO D. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las industrias agrupadas bajo la clasificación DCMS.

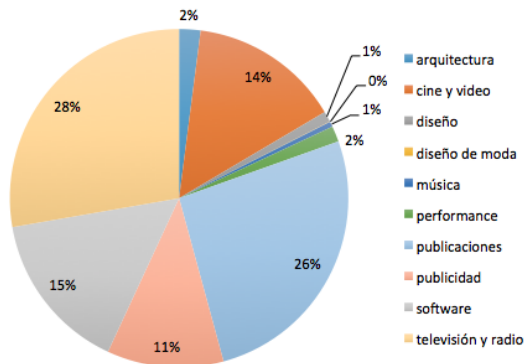
DCMS UE nacional 2014



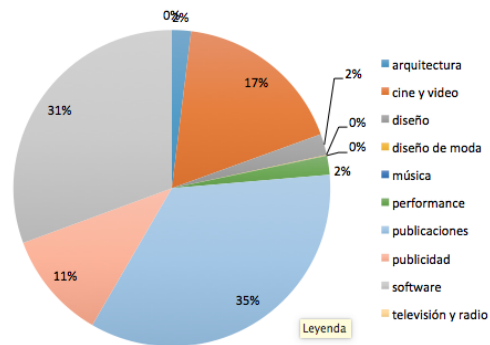
DCMS UE estatal 2014



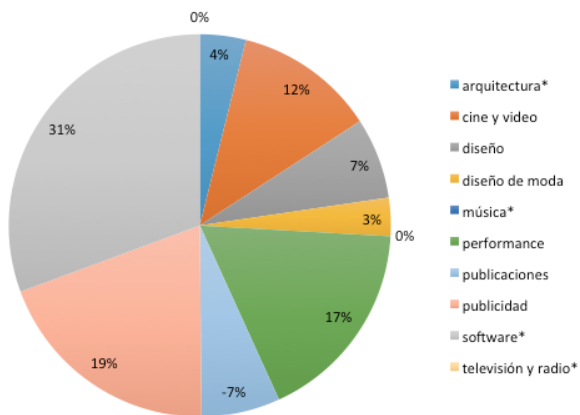
DCMS Ingresos Nacional 2014



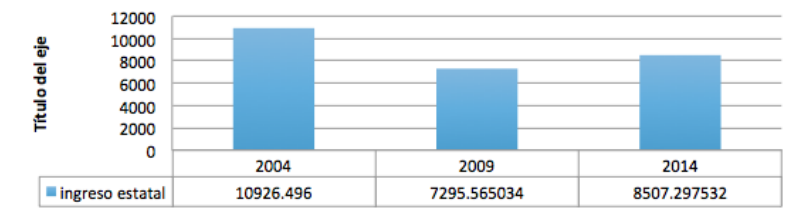
DCMS Ingresos Estatal 2014



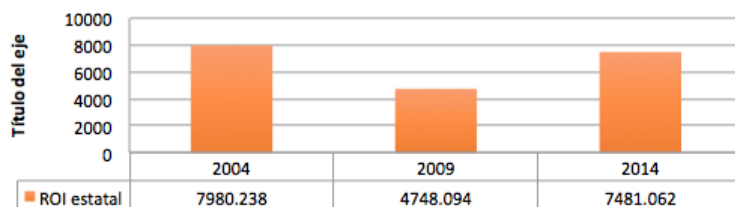
DCMS roi estatal 2014



DCMS ingreso estatal crecimiento 2004 -2014



DCMS ROI estatal crecimiento 2004 - 2014



Desglose informativo por sector de acuerdo con clasificación DCMS:

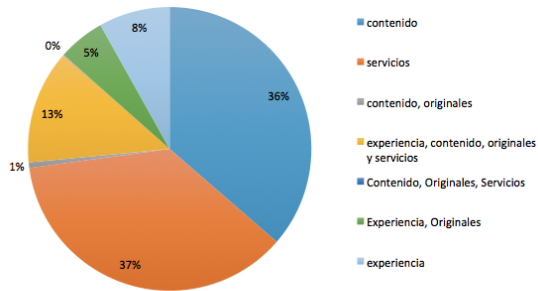
N de Actividades	Descripción	UE	Pers Ocupado	Ingresos Ctes	ROI	Ingresos 2
49	TOTAL DCMS Nacional 2014	57846	480919	172988.463	40.6321583	190321.884
39 de 49	TOTAL DCMS Estatal 2014	4156	31871	8507.29753	24.7456935	7481.062
	Proporción TOTAL DCMS Nac-Estatal 2014	7.18%	6.63%	4.92%	60.90%	3.93%
49	TOTAL DCMS Nacional 2009	58019	453252	148118.51	29.9177958	133549.791
37 de 49	TOTAL DCMS Estatal 2009	3938	27616	7295.56503	37.5862339	4748.094
	Proporción TOTAL DCMS Nac-Estatal 2009	6.79%	6.09%	4.93%	125.63%	3.56%
	Crecimiento Estatal TOTAL DCMS 2009-2014	6%	15%	17%	-34%	58%
49	TOTAL DCMS Nacional 2004	56542	389811	135472.842	35.1029415	100281.11
39 de 49	TOTAL DCMS Estatal 2004	3742	24816	10926.496	19.0950925	7980.238
	Proporción TOTAL DCMS Nac-Estatal 2004	6.62%	6.37%	8.07%	54.40%	7.96%
	Crecimiento TOTAL DCMS 2004-2009	5.24%	11.28%	-33.23%	96.84%	-40.50%
3	Arquitectura Nacional 2014	3123	16945	3537.66736	1.63030705	5234.217
2 de 3	Arquitectura Estatal 2014	296	1341	165.501906	1.11158837	238.57
	Proporción Arquitectura Nac -Estatal 2014	9.48%	7.91%	4.68%	68.18%	4.56%
3	Arquitectura Nacional 2009	3140	21849	7376.18816	3.19397538	8945.091
3	Arquitectura Estatal 2009	209	1413	269.545861	3.27983494	331.037
	Proporción Arquitectura Nac -Estatal 2009	6.66%	6.47%	3.65%	102.69%	3.70%
	Crecimiento Estatal Arquitectura 2009 - 2014	41.63%	-5.10%	-38.60%	-66.11%	-27.93%
3	Arquitectura Nacional 2004	2480	15937	4525.134	2.20629013	4499.236
3	Arquitectura Estatal 2004	182	1064	196.89	1.94448885	194.898
	Proporción Arquitectura Nac -Estatal 2004	7.34%	6.68%	4.35%	88.13%	4.33%
	Crecimiento Estatal Arquitectura 2004 -2009	14.84%	32.80%	36.90%	68.67%	69.85%
6	Cine y Video Nacional 2014	14340	61968	25000.0508	11.2287337	31434.138
3 de 6	Cine y Video Estatal 2014	938	4036	1489.52585	3.40515348	1802.779
	Proporción Cine y Video Nac- Estatal 2014	6.54%	6.51%	5.96%	30.33%	5.74%
6	Cine y Video Nacional 2009	16228	53118	13252.9125	4.15344429	14181.207
4 de 6	Cine y Video Estatal 2009	999	3161	686.575676	3.5829714	685.31
	Proporción Cine y Video Nac- Estatal 2009	6.16%	5.95%	5.18%	86.27%	4.83%
	Crecimiento Estatal Cine y Video 2009 -2014	-6.11%	27.68%	116.95%	-4.96%	163.06%
6	Cine y Video Nacional 2004	20993	55226	12152.778	0.91528384	10522.39
3 de 6	Cine y Video Estatal 2004	1256	3412	638.925	1.01017792	567.675
	Proporción Cine y Video Nac- Estatal 2004	6.0%	6.2%	5.3%	110.4%	5.4%
	Crecimiento Estatal Cine y Video 2004 -2009	-20.5%	-7.4%	7.5%	254.7%	20.7%
3	Diseño Nacional 2014	2010	9935	1744.64589	2.72158928	2582.526
3	Diseño Estatal 2014	216	885	184.4787	1.95243757	264.641
	Proporción Diseño Nac-Estatal 2014	10.75%	8.91%	10.57%	71.74%	10.25%
3	Diseño Nacional 2009	3183	17656	4043.10992	1.59521177	4831.477
3	Diseño Estatal 2009	247	1353	278.400357	1.36894788	335.264
	Proporción Diseño Nac-Estatal 2009	7.76%	7.66%	6.89%	85.82%	6.94%
	Crecimiento Estatal Diseño 2009-2014	-12.55%	-34.59%	-33.74%	42.62%	-21.06%
3	Diseño Nacional 2004	3284	15705	3391.858	2.94556132	3339.502
3	Diseño Estatal 2004	285	1382	372.94	3.27060081	368.798
	Proporción Diseño Nac-Estatal 2004	8.68%	8.80%	11.00%	111.03%	11.04%
	Crecimiento Estatal Diseño 2004-2009	-13.33%	-2.10%	-25.35%	-58.14%	-9.09%

1	Diseño Moda Nacional 2014	224	689	63.3558483	0.48386291	90.757
1	Diseño Moda Estatal 2014	17	46	5.32000268	0.92364294	7.665
	Proporción Diseño Moda Nac-Estatal 2014	7.59%	6.68%	8.40%	190.89%	8.45%
1	Diseño Moda Nacional 2009	180	752	194.295231	1.39434616	237.211
1	Diseño Moda Estatal 2009	19	65	4.68356487	0.98330292	5.731
	Proporción Diseño Moda Nac-Estatal 2009	10.56%	8.64%	2.41%	70.52%	2.42%
	Crecimiento Estatal Diseño Moda 2009-2014	-10.53%	-29.23%	13.59%	-6.07%	33.75%
1	Diseño Moda Nacional 2004	296	2016	1627.762	1.70686686	1626.235
1	Diseño Moda Estatal 2004	46	126	9.149	0.26001756	9.04
	Proporción Diseño Moda Nac-Estatal 2004	15.54%	6.25%	0.56%	15.23%	0.56%
	Crecimiento Estatal Diseño Moda 2004-2009	-58.70%	-48.41%	-48.81%	278.17%	-36.60%
5	Música Nacional 2014	134	1921	868.027821	1.19077065	1229.508
1 de 5	Música Estatal 2014	5	22	1.7708821	0.00027791	2.643
	Proporción Música Nac-Estatal 2014	3.73%	1.15%	0.20%	0.02%	0.21%
5	Música Nacional 2009	189	2018	872.797953	2.42444221	940.404
3 de 5	Música Estatal 2009	13	35	7.49614104	1.83828132	8.227
	Proporción Música Nac-Estatal 2009	6.88%	1.73%	0.86%	75.82%	0.87%
	Crecimiento Estatal Música 2009-2014	-61.54%	-37.14%	-76.38%	-99.98%	-67.87%
5	Música Nacional 2004	272	3030	1945.489	5.14888597	1858.267
5	Música Estatal 2004	34	177	46.068	1.19970585	45.806
	Proporción Música Nac-Estatal 2004	12.50%	5.84%	2.37%	23.30%	2.46%
	Crecimiento Estatal Música 2004-2009	-61.76%	-80.23%	-83.73%	53.23%	-82.04%
8	Performance Nacional 2014	4990	30402	2597.81248	4.09061292	3456.183
6 de 8	Performance Estatal 2014	263	1373	164.551595	4.93947974	226.608
	Proporción Performance Nac-Estatal 2014	5.27%	4.52%	6.33%	120.75%	6.56%
8	Performance Nacional 2009	3549	27024	2974.02713	3.00270257	3411.51
4 de 8	Performance Estatal 2009	140	1205	66.2092778	3.65716223	77.014
	Proporción Performance Nac-Estatal 2009	3.94%	4.46%	2.23%	121.80%	2.26%
	Crecimiento Estatal Performance 2009-2014	87.86%	13.94%	148.53%	35.06%	194.24%
	Performance Nacional 2004	3878	29406	4284.794	4.71498512	4070.751
	Performance Estatal 2004	146	946	106.859	2.46916096	101.641
	Proporción Performance Nac-Estatal 2004	3.76%	3.22%	2.49%	52.37%	2.50%
	Crecimiento Estatal Performance 2004-2009	-4.11%	27.38%	-38.04%	48.11%	-24.23%
	Publicaciones Nacional 2014	19806	136047	45348.8196	3.29962056	8927.67
5	Publicaciones Estatal 2014	1584	11077	2954.12894	-1.9015178	43.18
	Proporción Publicaciones Nac-Estatal 2014	8.00%	8.14%	6.51%	-57.63%	0.48%
5	Publicaciones Nacional 2009	18201	136899	42381.2186	3.30180525	8765.702
5	Publicaciones Estatal 2009	1433	11114	3278.10058	0.50056032	42.532
	Proporción Publicaciones Nac-Estatal 2009	7.87%	8.12%	7.73%	15.16%	0.49%
	Crecimiento Estatal Publicaciones 2009-2014	10.54%	-0.33%	-9.88%	-479.88%	1.52%
5	Publicaciones Nacional 2004	14328	110320	34242.21	3.13285972	2879.246
3 de 5	Publicaciones Estatal 2004	1115	7601	2055.473	0.55475884	1.972
	Proporción Publicaciones Nac-Estatal 2004	7.78%	6.89%	6.00%	17.71%	0.07%
	Crecimiento Estatal Publicaciones 2004-2009	28.52%	46.22%	59.48%	-9.77%	2056.80%
7	Publicidad Nacional 2014	7210	78081	19276.5733	6.98460283	28073.551
7	Publicidad Estatal 2014	527	6499	937.389153	5.57329238	1372.755
	Proporción Publicidad Nac-Estatal 2014	7.31%	8.32%	4.86%	79.79%	4.89%
7	Publicidad Nacional 2009	7769	79778	20939.173	5.10622232	25371.427
7	Publicidad Estatal 2009	570	5822	1214.09294	10.5234006	1481.185
	Proporción Publicidad Nac-Estatal 2009	7.34%	7.30%	5.80%	206.09%	5.84%
	Crecimiento Estatal Publicidad 2009-2014	-7.54%	11.63%	-22.79%	-47.04%	-7.32%
7	Publicidad Nacional 2004	5584	54982	16251.314	7.79456302	15973.483
7	Publicidad Estatal 2004	407	3728	981.635	6.02646269	967.694
	Proporción Publicidad Nac-Estatal 2004	7.29%	6.78%	6.04%	77.32%	6.06%
	Crecimiento Estatal Publicidad 2004-2009	40%	56%	24%	75%	53%

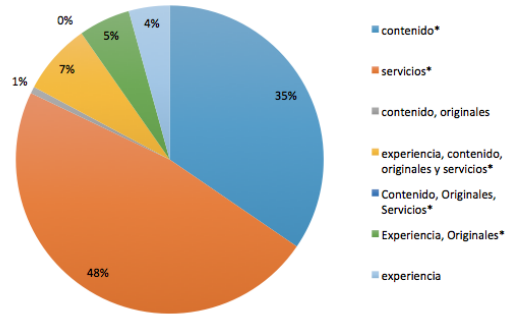
5	Software Nacional 2014	4274	86092	26568.1863	4.5104109	37957.091
4 de 5	Software Estatal 2014	310	6592	2604.63051	8.74133899	3522.221
	Proporción Software Nac-Estatal 2014	7.25%	7.66%	9.80%	193.80%	9.28%
5	Software Nacional 2009	3724	71743	25083.677	3.36663278	29774.948
4 de 5	Software Estatal 2009	240	2524	986.692664	9.22049836	1180.366
	Proporción Software Nac-Estatal 2009	6.44%	3.52%	3.93%	273.88%	3.96%
	Crecimiento Estatal Software 2009-2014	29.17%	161.17%	163.98%	-5.20%	198.40%
5	Software Nacional 2004	3484	60654	20538.757	3.95124419	19437.273
5	Software Estatal 2004	229	5284	452.433	0.47076947	444.98
	Proporción Software Nac-Estatal 2004	6.57%	8.71%	2.20%	11.91%	2.29%
	Crecimiento Estatal Software 2004-2009	4.80%	-52.23%	118.09%	1858.60%	165.26%
6	Televisión y Radio Nacional 2014	1735	58839	47983.3237	4.49164754	71336.243
0 de 6	Televisión y Radio Estatal 2014	0	0	0	0	0
	Proporción Televisión y Radio Nac-Estatal 2014	0	0	0	0	0
	Televisión y Radio Nacional 2009	1856	42415	31001.1106	2.37901309	37090.814
3 de 6	Televisión y Radio Estatal 2009	68	924	503.767975	2.63127392	601.428
	Proporción Televisión y Radio Nac-Estatal 2009	3.66%	2.18%	1.62%	110.60%	1.62%
	Crecimiento Estatal Televisión y Radio 2009-2014	-1	-1	-1	-1	-1
6	Televisión y Radio Nacional 2004	1943	42535	36512.746	2.58640133	36074.727
3 de 6	Televisión y Radio Estatal 2004	42	1096	6066.124	1.88894959	5277.734
	Proporción Televisión y Radio Nac-Estatal 2004	2.16%	2.58%	16.61%	73.03%	14.63%
	Crecimiento Estatal Televisión y Radio 2004-2009	62%	-16%	-92%	39%	-89%

ANEXO E. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las industrias agrupadas bajo la clasificación de NESTA.

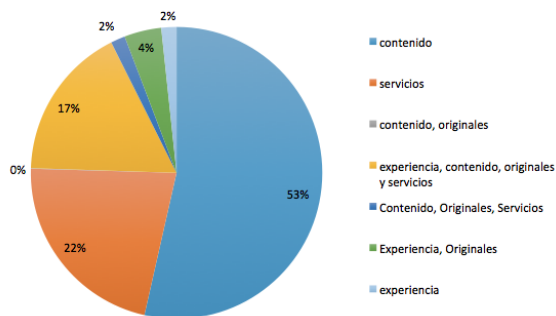
NESTA UE nacional 2014



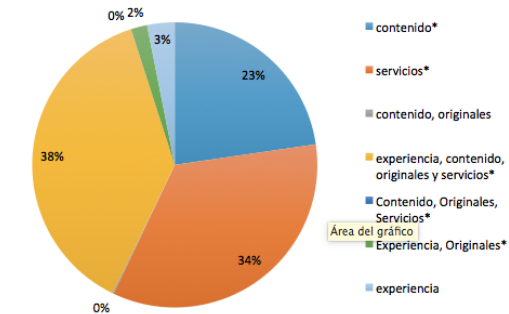
NESTA UE estatal 2014



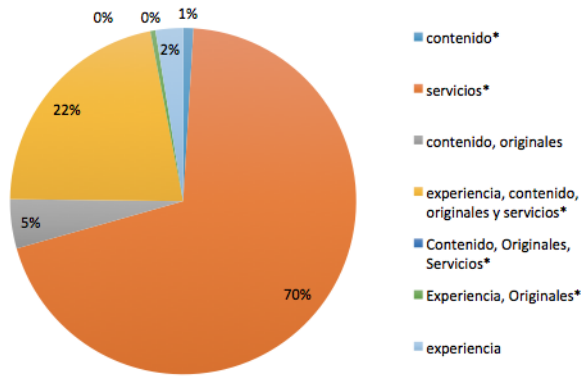
NESTA Ingresos Nacional 2014



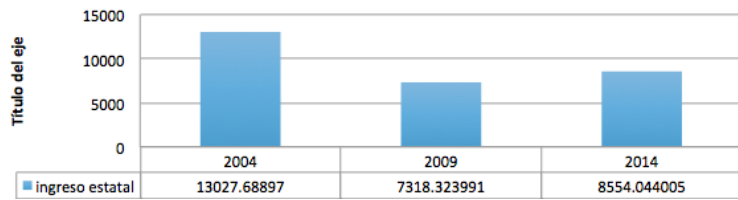
NESTA Ingresos Estatal 2014



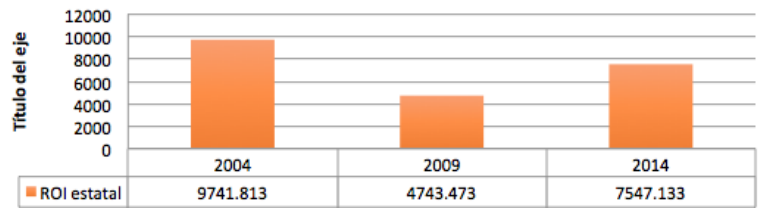
NESTA ROI Estatal 2014



NESTA ingreso estatal crecimiento 2004 -2014



NESTA ROI estatal crecimiento 2004 - 2014



Desglose informativo por sector de acuerdo con clasificación NESTA:

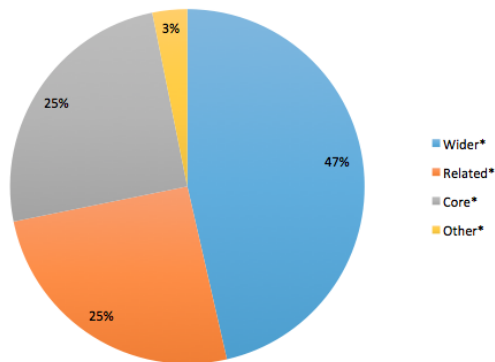
N de Actividades	Descripción	UE	Pers Ocupado	Ingresos Ctes	ROI	Ingresos 2
55	TOTAL NESTA Nacional 2014	58706	493644	176519.288	42.287429	195030.666
35 DE 55	TOTAL NESTA Estatal 2014	4237	32578	8554.044	24.3689169	7547.133
	Proporción TOTAL NESTA Nac -Estatal 2014	7.22%	6.60%	4.85%	57.63%	3.87%
54 DE 55	TOTAL NESTA Nacional 2009	58140	457539	148662.209	28.1112762	133638.651
39 DE 55	Experiencia Estatal 2009	3934	27927	7318.32399	35.9473959	4743.473
	Proporción TOTAL NESTA Nac -Estatal 2009	6.77%	6.10%	4.92%	127.88%	3.55%
	Crecimiento Estatal TOTAL NESTA 2009 - 2014	7.70%	16.65%	16.89%	-32.21%	59.11%
54 DE 55	TOTAL NESTA Nacional 2004	56784	405556	140751.149	38.0398707	105222.996
41 DE 55	TOTAL NESTA Estatal 2004	6633	34461	13027.689	23.7279343	9741.813
	Proporción TOTAL NESTA Nac -Estatal 2004	11.68%	8.50%	9.26%	62.38%	9.26%
	Crecimiento Estatal TOTAL NESTA 2004 - 2009	-40.69%	-18.96%	-43.82%	51.50%	-51.31%
12	Contenido Nacional 2014	12992	101516	60349.2851	4.35869898	85445.709
6 de 12	Contenido Estatal 2014	828	2335	808.463185	0.19394466	813.69
	Proporción Contenido Nac -Estatal 2014	6.37%	2.30%	1.34%	4.45%	0.95%
12	Contenido Nacional 2009	12469	92100	43761.3356	6.79630014	48323.34
9 de 12	Contenido Estatal 2009	847	3035	947.106995	6.9812248	813.003
	Proporción Contenido Nac -Estatal 2009	6.79%	3.30%	2.16%	102.72%	1.68%
	Crecimiento Estatal Contenido 2009 - 2014	-2.24%	-23.06%	-14.64%	-97.22%	0.08%
12	Contenido Nacional 2004	9272	75331	31027.925	6.78154351	26040.19
8 de 12	Contenido Estatal 2004	552	2572	6397.374	2.08681602	5362.118
	Proporción Contenido Nac -Estatal 2004	5.95%	3.41%	20.62%	30.77%	20.59%
	Crecimiento Estatal Contenido 2004 - 2009	53.44%	18.00%	-85.20%	234.54%	-84.84%
14	Servicios Nacional 2014	13028	107061	24692.2885	11.5493551	35724.788
13 de 14	Servicios Estatal 2014	1140	9239	1223.84204	14.0018157	1770.528
	Proporción Servicios Nac -Estatal 2014	8.75%	8.63%	4.96%	121.23%	4.96%
14	Servicios Nacional 2009	14561	121926	32581.8214	9.5790763	39211.003
14	Servicios Estatal 2009	1076	9131	1600.00162	16.9968106	1945.168
	Proporción Servicios Nac -Estatal 2009	7.39%	7.49%	4.91%	177.44%	4.96%
	Crecimiento Estatal Servicios 2009 - 2014	5.95%	1.18%	-23.51%	-17.62%	-8.98%
14	Servicios Nacional 2004	11367	86095	25587.058	12.0303989	25045.327
14	Servicios Estatal 2004	887	6184	1498.246	10.1266764	1476.766
	Proporción Servicios Nac -Estatal 2004	7.80%	7.18%	5.86%	84.18%	5.90%
	Crecimiento Estatal Servicios 2004 - 2009	21.31%	47.66%	6.79%	67.84%	31.72%
13	Contenido y Servicios Nacional 2014	22991	202362	63816.9705	12.2025669	38971.933
	Contenido y Servicios Estatal 2014	1840	16938	4991.64515	4.2590235	3106.965
	Proporción Contenido y Servicios Nac -Estatal 2014	8.00%	8.37%	7.82%	34.90%	7.97%
13	Contenido y Servicios Nacional 2009	20865	177901	56767.566	5.59004592	29522.232
9 de 13	Contenido y Servicios Estatal 2009	1627	13233	4107.03307	10.169914	1357.46
	Proporción Contenido y Servicios Nac -Estatal 2009	7.80%	7.44%	7.23%	181.93%	4.60%
	Crecimiento Estatal Contenido y Servicios 2009 - 2014	-0.9999508	-0.9999937	-0.999981	-0.9656805	-0.9999413
13	Contenido y Servicios Nacional 2004	16747	151706	63263.998	8.43859618	34991.815
9 de 13	Contenido y Servicios Estatal 2004	1292	12246	2226.477	6.30283564	409.922
	Proporción Contenido y Servicios Nac -Estatal 2004	7.71%	8.07%	3.52%	74.69%	1.17%

Contenido y Originales Nacional 2014	224	689	63.3558483	0.48386291	90.757
Contenido y Originales Estatal 2014	17	46	5.32000268	0.92364294	7.665
Proporción Contenido y Originales Nac -	7.59%	6.68%	8.40%	190.89%	8.45%
Contenido y Originales Nacional 2009	180	752	194.295231	1.39434616	237.211
Contenido y Originales Estatal 2009	19	65	4.68356487	0.98330292	5.731
Proporción Contenido y Originales Nac -	10.56%	8.64%	2.41%	70.52%	2.42%
Crecimiento Estatal Contenido y Origina	-10.53%	-29.23%	13.59%	-6.07%	33.75%
Contenido y Originales Nacional 2004	296	2016	1627.762	1.70686686	1626.235
Contenido y Originales Estatal 2004	46	126	9.149	0.26001756	9.04
Proporción Contenido y Originales Nac -	15.54%	6.25%	0.56%	15.23%	0.56%
Crecimiento Estatal Contenido y Origina	-99.77%	-99.93%	-99.74%	171.22%	-99.73%
6 experiencia, contenido, originales y servi	4652	51476	19263.309	3.57359502	24233.906
4 de 6 experiencia, contenido, originales y servi	179	2659	1347.85795	4.37792621	1661.566
Proporción experiencia, contenido, origi	3.85%	5.17%	7.00%	122.51%	6.86%
6 experiencia, contenido, originales y servi	3176	32502	6942.91494	2.16976033	7512.937
2 de 6 experiencia, contenido, originales y servi	87	1096	429.197335	0.6640858	428.435
Proporción experiencia, contenido, origi	2.74%	3.37%	6.18%	30.61%	5.70%
Crecimiento Estatal experiencia, conten	106%	143%	214%	559%	288%
6 experiencia, contenido, originales y servi	3804	31072	6608.942	2.96415177	5556.839
4 de 6 experiencia, contenido, originales y servi	130	1303	418.502	1.17845661	375.176
Proporción experiencia, contenido, origi	3.42%	4.19%	6.33%	39.76%	6.75%
Crecimiento Estatal experiencia, conten	-33%	-16%	3%	-44%	14%
Contenido, Originales, Servicios Nacional	19	585	1803.11309	7.59973885	2667.368
Contenido, Originales, Servicios Estatal 2	0	0	0	0	0
Proporción Contenido Nac -Estatal 2014	0%	0%	0%	0%	0%
Contenido, Originales, Servicios Nacional	17	626	2369.99594	2.6716248	2741.027
Contenido Estatal 2009	0	0	0	0	0
Proporción Contenido, Originales, Servi	0%	0%	0%	0%	0%
Crecimiento Estatal Contenido, Original	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Contenido, Originales, Servicios Nacional	22	450	1939.459	-0.2842526	1840.556
Contenido, Originales, Servicios Estatal 2	0	0	0	0	0
Proporción Contenido, Originales, Servi	0	0	0	0	0
Crecimiento Estatal Contenido, Original	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
7 Experiencia, Originales Nacional 2014	1901	21152	4633.84873	2.03113788	6331.128
4 Experiencia, Originales Estatal 2014	130	957	65.7754297	0.09610116	94.477
Proporción Experiencia, Originales Nac -	6.84%	4.52%	1.42%	4.73%	1.49%
6 de 7 Experiencia, Originales Nacional 2009	1509	18535	3898.21269	-0.7188577	4168.328
3 de 7 Experiencia, Originales Estatal 2009	66	801	91.209684	-1.047752	78.49
Proporción Experiencia, Originales Nac -	4.37%	4.32%	2.34%	145.75%	1.88%
Crecimiento Estatal Experiencia, Origina	96.97%	19.48%	-27.89%	-109.17%	20.37%
6 de 7 Experiencia, Originales Nacional 2004	816	18449	2944.498	2.78297969	2687.589
4 de 7 Experiencia, Originales Estatal 2004	67	1260	124.164	0.17617765	112.404
Proporción Experiencia, Originales Nac -	8.21%	6.83%	4.22%	6.33%	4.18%
Crecimiento Experiencia, Originales Con	-1.49%	-36.43%	-26.54%	-694.71%	-30.17%

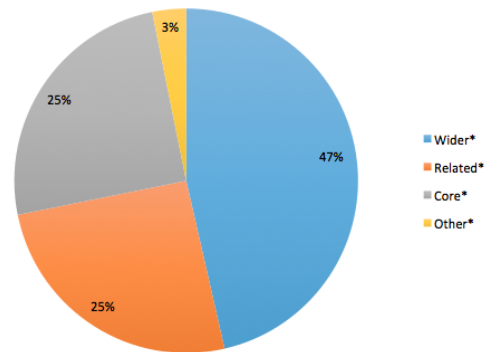
1	Experiencia Nacional 2014	2899	8803	1897.11697	0.48847345	1565.077
1	Experiencia Estatal 2014	103	404	111.140239	0.51646267	92.242
	Proporción Experiencia Nac -Estatal 201	3.55%	4.59%	5.86%	105.73%	5.89%
1	Experiencia Nacional 2009	5363	13197	2146.06711	0.6289803	1922.573
1	Experiencia Estatal 2009	212	566	139.091722	1.19980977	115.186
	Proporción Experiencia Nac -Estatal 200	3.95%	4.29%	6.48%	190.75%	5.99%
	Crecimiento Estatal Experiencia 2009 - 2	-51.42%	-28.62%	-20.10%	-56.95%	-19.92%
1	Experiencia Nacional 2004	14180	28973	3185.135	0.38934668	2729.684
1	Experiencia Estatal 2004	740	1611	171.617	0.50262998	147.26
	Proporción Experiencia Nac -Estatal 200	5.22%	5.56%	5.39%	129.10%	5.39%
	Crecimiento Estatal Experiencia 2004 -2	-71.35%	-64.87%	-18.95%	138.71%	-21.78%

ANEXO F. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las industrias agrupadas bajo la clasificación de THROSBY.

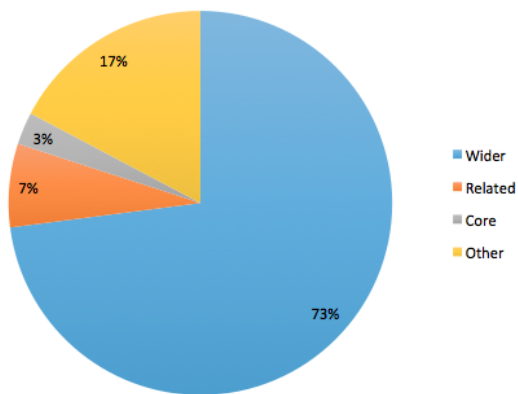
THROSBY UE Estatal 2014



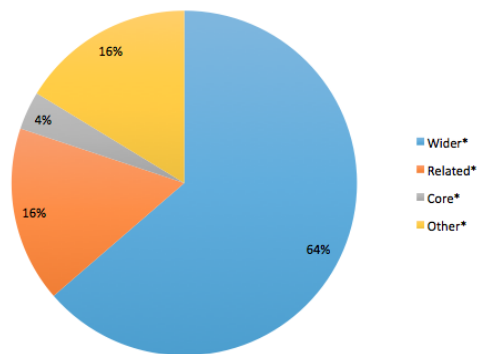
THROSBY UE Estatal 2014



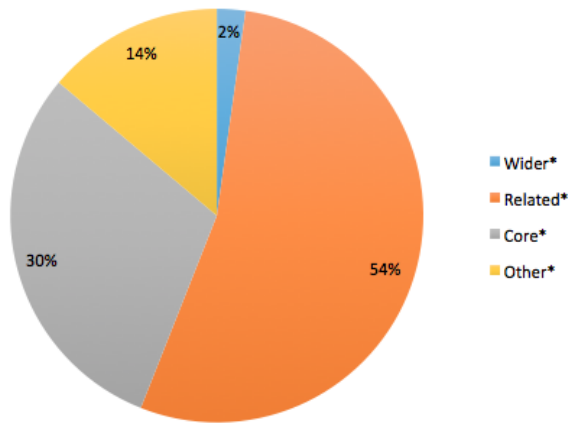
THROSBY Ingresos Nacional 2014



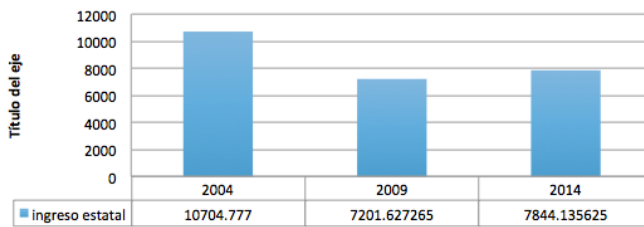
THROSBY Ingresos Estatal 2014



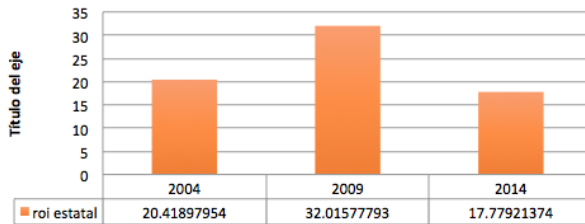
THROSBY ROI Estatal 2014



THROSBY ingreso estatal crecimiento 2004 - 2014



THROSBY ROI estatal crecimiento 2004 - 2014



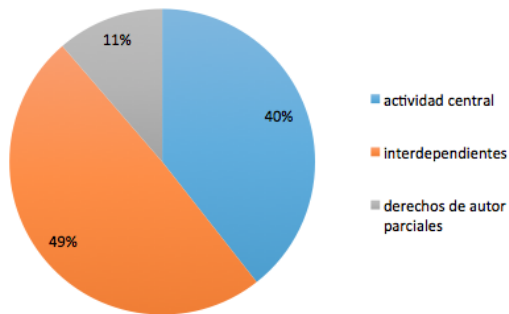
Desglose informativo por sector de acuerdo a clasificación THROSBY:

N de Actividades	Descripción	UE	Pers Ocupado	Ingresos Ctes	ROI	Ingresos 2
49	TOTAL THROSBY Nacional 2014	56975	459253	164984.125	38.2602256	178322.713
31 de 49	TOTAL THROSBY Estatal 2014	4156	31239	7844.13562	17.7792137	6514.194
	Proporción TOTAL THROSBY Nac -Estatal 2014	7.29%	6.80%	4.75%	46.47%	3.65%
49	TOTAL THROSBY Nacional 2009	57017	424331	141376.623	27.4622123	125417.931
36 de 49	TOTAL THROSBY Estatal 2009	3871	27123	7201.62726	32.0157779	4633.611
	Proporción TOTAL THROSBY Nac -Estatal 2009	6.79%	6.39%	5.09%	116.58%	3.69%
	Crecimiento Estatal TOTAL THROSBY 2009 - 2014	7.36%	15.18%	8.92%	-44.47%	40.59%
49	TOTAL THROSBY Nacional 2004	55019	362117	128642.466	33.766868	93761.078
38 de 49	TOTAL THROSBY Estatal 2004	3646	23929	10704.777	20.4189795	7763.437
	Proporción TOTAL THROSBY Nac -Estatal 2004	6.63%	6.61%	8.32%	60.47%	8.28%
	Crecimiento Estatal TOTAL THROSBY 2004 - 2009	6.17%	13.35%	-32.73%	56.79%	-40.31%
17	Wider Nacional 2014	27051	258657	111076.74	12.2733645	103781.384
9 de 17	Wider Estatal 2014	1929	17225	4992.63894	0.3965873	2669.929
	Proporción Wider Nac -Estatal 2014	7.13%	6.66%	4.49%	3.23%	2.57%
17	Wider Nacional 2009	27438	227270	90028.9699	8.51624326	65104.989
13 de 17	Wider Estatal 2009	1878	14568	4805.9095	10.3154419	1822.421
	Proporción Wider Nac -Estatal 2009	6.84%	6.41%	5.34%	121.13%	2.80%
	Crecimiento Estatal Wider 2009 - 2014	2.72%	18.24%	3.89%	-96.16%	46.50%
17	Wider Nacional 2004	32096	202539	70193.533	12.4130484	37196.429
13 de 17	Wider Estatal 2004	2022	14689	8529.55	4.57681908	5661.2
	Proporción Wider Nac -Estatal 2004	6.30%	7.25%	12.15%	36.87%	15.22%
	Crecimiento Estatal Wider 2004 -2009	-7.12%	-0.82%	-43.66%	125.38%	-67.81%
15	Related Nacional 2014	12691	107815	24865.3621	11.2622439	36337.154
13 de 15	Related Estatal 2014	1056	8771	1292.68976	9.56096127	1883.631
	Proporción Servicios Nac -Estatal 2014	8.32%	8.14%	5.20%	84.89%	5.18%
15	Related Nacional 2009	14395	121558	32980.1999	12.4314725	39844.777
14 de 15	Related Estatal 2009	1045	8653	1766.72272	16.1554863	2153.217
	Proporción Related Nac -Estatal 2009	7.26%	7.12%	5.36%	129.96%	5.40%
	Crecimiento Estatal Related 2009 - 2014	1.05%	1.36%	-26.83%	-40.82%	-12.52%
15	Related Nacional 2004	11750	90012	26013.5	14.8252122	25654.413
15	Related Estatal 2004	926	6321	1563.565	11.4062582	1543.381
	Proporción Related Nac -Estatal 2004	7.88%	7.02%	6.01%	76.94%	6.02%
	Crecimiento Estatal Related 2004 -2009	12.85%	36.89%	12.99%	41.64%	39.51%
9	Core Nacional 2014	15507	51015	4152.85695	4.45168022	5706.947
7 de 9	Core Estatal 2014	1039	2866	281.333512	5.3562448	397.374
	Proporción Core Nac -Estatal 2014	6.70%	5.62%	6.77%	120.32%	6.96%
9	Core Nacional 2009	13793	50937	4745.93468	3.25210234	5504.915
5 de 9	Core Estatal 2009	886	2881	190.4712	3.91811851	226.034
	Proporción Contenido y Servicios Nac -Estatal 2009	6.42%	5.66%	4.01%	120.48%	4.11%
	Crecimiento Estatal Core 2009 - 2014	-0.9999244	-0.9999805	-0.9996443	-0.6929148	-0.9996919
9	Core Nacional 2004	10070	42511	5467.523	5.03809678	5215.335
7 de 9	Core Estatal 2004	611	1894	188.181	2.81596423	179.393
	Proporción Core Nac -Estatal 2004	6.07%	4.46%	3.44%	55.89%	3.44%
	Crecimiento Estatal Core 2004 -2009	0.45008183	0.52111932	0.0121702	0.39139499	0.25999342

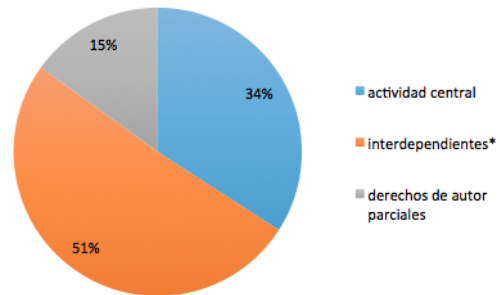
8	other Nacional 2014	1777	43692	26308.4057	13.1149769	34552.698
3 de 8	other Estatal 2014	132	2377	1277.47342	2.46542037	1563.26
	Proporción other Nac -Estatal 2014	7.43%	5.44%	4.86%	18.80%	4.52%
	other Nacional 2009	1391	24566	13621.5184	3.26239427	14963.25
4 de 8	other Estatal 2009	62	1021	438.523844	1.62673122	431.939
	Proporción other Nac -Estatal 2009	4.46%	4.16%	3.22%	49.86%	2.89%
	Crecimiento Estatal other 2009 - 2014	-0.9988019	-0.9999467	-0.9998893	-0.88444	-0.9998953
8	other Nacional 2004	1103	27055	26967.91	1.49051065	25694.901
4 de 8	other Estatal 2004	87	1025	423.481	1.61993805	379.463
	Proporción other Nac -Estatal 2004	7.89%	3.79%	1.57%	108.68%	1.48%
	Crecimiento Estatal other 2004 -2009	-0.2873563	-0.0039024	0.03552189	0.00419347	0.13829016

ANEXO G. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las industrias agrupadas bajo la clasificación de WIPO.

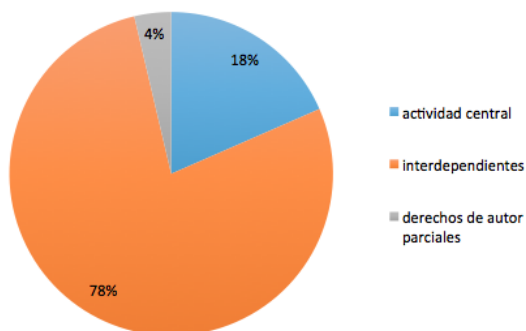
WIPO UE Nacional 2014



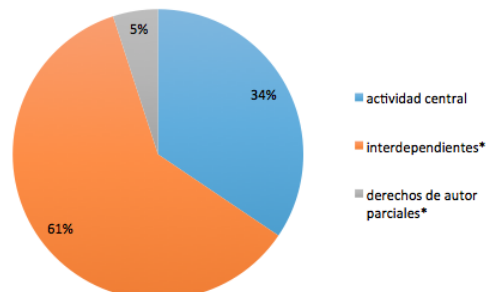
WIPO UE Estatal 2014



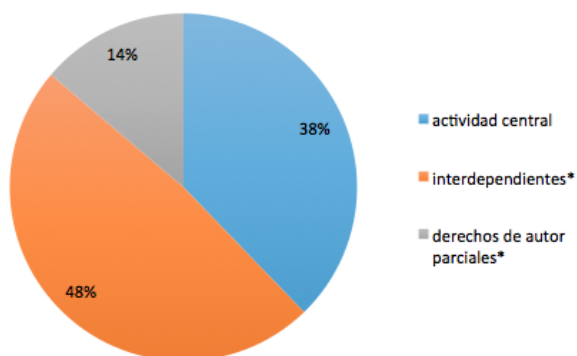
WIPO Ingresos Nacional 2014



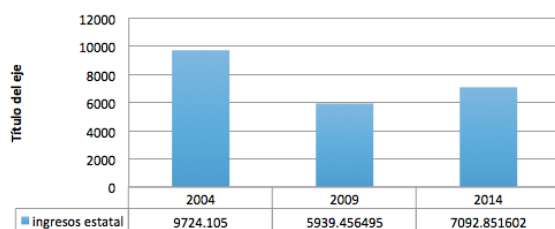
WIPO Ingresos Estatal 2014



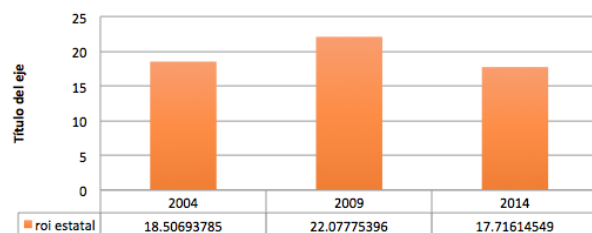
WIPO ROI Estatal 2014



WIPO Ingresos estatal crecimiento 2004-2014



WIPO ROI estatal crecimiento 2004 -2014



Desglose informativo por sector de acuerdo con clasificación DCMS:

N de Actividades	Descripción	UE	Pers Ocupado	Ingresos Ctes	ROI	Ingresos 2
39	TOTALES WIPO Nacional 2014	47267	376541	145664.054	35.034243	151491.089
24 de 39	TOTALES WIPO Estatal 2014	3514	24714	7092.8516	17.7161455	5461.596
	Proporción TOTALES WIPO Nac -Estatal 2014	7.43%	6.56%	4.87%	50.57%	3.61%
39	TOTALES WIPO Nacional 2009	44704	341185	122391.947	23.3743365	103168.506
29 de 39	TOTALES WIPO Estatal 2009	3160	21308	5939.4565	22.077754	3147.933
	Proporción TOTALES WIPO Nac -Estatal 2009	7.07%	6.25%	4.85%	94.45%	3.05%
	Crecimiento Estatal TOTALES WIPO 2009	11.20%	15.98%	19.42%	-19.76%	73.50%
39	TOTALES WIPO Nacional 2004	35786	282856	110881.22	27.5979036	76712.485
29 de 39	TOTALES WIPO Estatal 2004	2560	19288	9724.105	18.5069378	6820.76
	Proporción TOTALES WIPO Nac -Estatal 2004	7.15%	6.82%	8.77%	67.06%	8.89%
	Crecimiento Estatal TOTALES WIPO 2004	23.44%	10.47%	-38.92%	19.29%	-53.85%
19	Actividad Central Nacional 2014	18623	120013	26857.4233	13.2340729	38142.274
9 de 19	Actividad Central Estatal 2014	1199	8373	2443.52103	10.1245894	3262.956
	Proporción Actividad Central Nac -Estatal 2014	6.44%	6.98%	9.10%	76.50%	8.55%
19	Actividad Central Nacional 2009	16962	103614	28834.8972	9.23555963	34082.982
10 de 19	Actividad Central Estatal 2009	1057	4536	1134.52677	9.5841055	1357.186
	Proporción Actividad Central Nac -Estatal 2009	6.23%	4.38%	3.93%	103.77%	3.98%
	Crecimiento Estatal Actividad Central 2009	13.43%	84.59%	115.38%	5.64%	140.42%
19	Actividad Central Nacional 2004	12520	87320	37771.718	14.6324608	36700.805
13 de 19	Actividad Central Estatal 2004	778	6691	566.151	8.88061677	559.478
	Proporción Actividad Central Nac -Estatal 2004	6.21%	7.66%	1.50%	60.69%	1.52%
	Crecimiento Estatal Actividad Central 2004	35.86%	-32.21%	100.39%	7.92%	142.58%
13	interdependientes Nacional 2014	23287	228959	113460.962	16.9644109	105441.315
9 de 13	interdependientes Estatal 2014	1786	14069	4294.02996	3.60388717	1687.764
	Proporción interdependientes Nac -Estatal 2014	7.67%	6.14%	3.78%	21.24%	1.60%
13	interdependientes Nacional 2009	21239	197314	81943.4568	7.95524361	55071.745
12 de 13	interdependientes Estatal 2009	1628	13941	4252.29994	6.86156272	1118.715
	Proporción interdependientes Nac -Estatal 2009	7.67%	7.07%	5.19%	86.25%	2.03%
	Crecimiento Estatal interdependientes 2009	9.71%	0.92%	0.98%	-47.48%	50.87%
13	interdependientes Nacional 2004	17206	161878	63564.748	6.10672457	30546.707
9 de 13	interdependientes Estatal 2004	1269	10025	8578.975	4.15121386	5688.546
	Proporción interdependientes Nac -Estatal 2004	7.38%	6.19%	13.50%	67.98%	18.62%
	Crecimiento Estatal interdependientes 2004	28.29%	39.06%	-50.43%	65.29%	-80.33%
7	derechos de autor parciales Nacional 2014	5357	27569	5345.6691	4.83575924	7907.5
6 de 7	derechos de autor parciales Estatal 2014	529	2272	355.300609	3.98766888	510.876
	Proporción derechos de autor parciales Nac -Estatal 2014	9.87%	8.24%	6.65%	82.46%	6.46%
7	derechos de autor parciales Nacional 2009	6503	40257	11613.5933	6.1835333	14013.779
7	derechos de autor parciales Estatal 2009	475	2831	552.629783	5.63208573	672.032
	Proporción derechos de autor parciales Nac -Estatal 2009	7.30%	7.03%	4.76%	91.08%	4.80%
	Crecimiento Estatal derechos de autor parciales 2009	11.37%	-19.75%	-35.71%	-29.20%	-23.98%
7	derechos de autor parciales Nacional 2004	6060	33658	9544.754	6.85871831	9464.973
7	derechos de autor parciales Estatal 2004	513	2572	578.979	5.47510722	572.736
	Proporción derechos de autor parciales Nac -Estatal 2004	8.47%	7.64%	6.07%	79.83%	6.05%
	Crecimiento Estatal derechos de autor parciales 2004	-7.41%	10.07%	-4.55%	2.87%	17.34%

ANEXO H. Detalle de actividades económicas en México, de industria de arquitectura de acuerdo con la clasificación DCMS

Código	Actividad	Descripción
541310	Servicios de arquitectura	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la planeación y diseño de edificaciones residenciales y no residenciales.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la supervisión de la construcción de las obras; a la construcción de edificaciones y obras de ingeniería civil; a los servicios de arquitectura en combinación con actividades de construcción (23, Construcción); a los servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo (541320, Servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo); a los servicios de ingeniería (541330, Servicios de ingeniería); a la elaboración de planos, ilustraciones, modelos o dibujos que muestran la distribución o arreglo de especificaciones de arquitectura (541340, Servicios de dibujo), y a la planeación, diseño y decoración de espacios interiores de edificaciones residenciales y no residenciales (541410, Diseño y decoración de interiores).</p>
541320	Servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la planeación y diseño de paisajes, y a la elaboración de planes para el uso del suelo.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la construcción de obras de urbanización (237212, Construcción de obras de urbanización); a la planeación y diseño de edificaciones residenciales y no residenciales (541310, Servicios de arquitectura), y a la instalación y mantenimiento de áreas verdes (561730, Servicios de instalación y mantenimiento de áreas verdes).</p>
541340	Servicios de dibujo	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la elaboración de planos, ilustraciones, modelos o dibujos que muestran la distribución o arreglo de especificaciones de ingeniería o arquitectura.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la planeación y diseño de edificaciones residenciales y no residenciales (541310, Servicios de arquitectura); a los servicios de ingeniería (541330, Servicios de ingeniería); al diseño gráfico (541430, Diseño gráfico), y caricaturistas independientes (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).</p>
Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)		

ANEXO H1. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las actividades económicas de la Industria Creativa de Arquitectura, agrupadas bajo la clasificación DCMS.

Base de cálculo valores constantes. (dos índices de inflación) y el porcentaje es un índice basado en el año 2004.

Cobertura	Nacional	Todas las actividades económicas			Pesos corrientes			Suma de ROI
		Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	
								290.71%
	541310							78.44%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	75.49%
	2009	165.86%	164.65%	175.19%	164.11%	-60.26%	103.01%	124.97%
	2014	77.11%	67.06%	92.06%	87.61%	59.41%	78.72%	87.30%
	541320							218.38%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	75.49%
	2009	101.99%	82.49%	131.89%	125.65%	39.69%	85.53%	110.91%
	2014	39.32%	45.21%	45.05%	25.05%	45.68%	59.15%	31.97%
	541340							193.97%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	66.70%
	2009	219.58%	140.62%	318.44%	290.29%	55.99%	231.81%	83.52%
	2014	173.54%	133.76%	313.82%	161.48%	141.40%	246.14%	43.76%
	suma 2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	73.54%
	suma 2009	162.48%	129.25%	208.51%	193.35%	11.81%	140.12%	106.47%
	suma 2014	96.65%	82.01%	150.31%	91.38%	82.17%	128.00%	54.34%

Cobertura	Jalisco	Todas las actividades económicas			Pesos corrientes			Suma de ROI
		Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	
								169.51%
	541310							63.91%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	65.07%
	2009	102.55%	103.14%	115.09%	94.82%	83.68%	93.13%	40.53%
	2014	79.98%	84.03%	102.42%	60.40%	87.22%	95.26%	129.98%
	541320							23.15%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	106.82%
	2009	510.85%	746.83%	36.91%	521.08%	4.21%	112.93%	0.00%
	2014	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	334.10%
	541340							107.39%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	156.08%
	2009	366.20%	225.07%	797.93%	315.88%	29.12%	217.32%	70.63%
	2014	271.66%	209.77%	329.33%	301.62%	201.57%	458.56%	64.82%
	suma 2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	109.33%
	suma 2009	326.54%	358.35%	316.64%	310.59%	39.00%	141.13%	37.05%
	suma 2014	117.21%	97.93%	143.92%	120.68%	96.26%	184.61%	

ANEXO I. Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Cine y Video de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad	Descripción
512111	Producción de películas	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la producción de películas en formato de cine y de video no realizada por las estaciones de televisión. Incluye también: u.e.d.p. a la producción de películas en formato de cine y de video integrada con su distribución.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la reproducción masiva de películas en formato digital (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la producción de programas para la televisión no realizada por las estaciones de televisión (512112, Producción de programas para la televisión); de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales no realizada por las estaciones de televisión (512113, Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales); a la distribución de películas en formato de cine y de video, y de otros materiales audiovisuales (512120, Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales); a los servicios de postproducción (512190, Servicios de postproducción y otros servicios para la industria filmica y del video); a la producción de la programación de un canal de televisión, con material propio o adquirido, para su distribución a los sistemas de televisión por suscripción (515210, Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales), y a los servicios técnicos de apoyo a la industria filmica y del video, como actuación, producción ejecutiva y diseño de vestuario teatral por cuenta propia (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).</p>
512120	Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la distribución de películas en formato de cine y de video, y de otros materiales audiovisuales entre las distintas ventanas de exhibición, como cines, cadenas transmisoras de televisión, líneas transportistas y museos.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la comercialización de cintas y discos de video digital (DVD) al por mayor y al por menor (433311, Comercio al por mayor de discos y casetes; 465211, Comercio al por menor de discos y casetes); a la producción de películas en formato de cine y de video, videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales integrada con su distribución (51211, Producción de películas, programas para la televisión y otros materiales audiovisuales); a la transmisión de programas de televisión mediante señal abierta (515120, Transmisión de programas de televisión), y al alquiler de videocasetes, casetes de juegos de video y discos de acetato, compactos (CD) o de video digital (DVD) (532230, Alquiler de videocasetes y discos).</p>

512130	Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la exhibición de películas en formato de cine y de video, y otros materiales audiovisuales. Incluye también: u.e.d.p. a la organización de festivales cinematográficos, y a la exhibición de películas combinada con el comercio al por menor de dulces bajo la misma razón social.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al comercio al por menor especializado de dulces (461160, Comercio al por menor de dulces y materias primas para repostería); a los servicios de filmotecas y videotecas (51912, Bibliotecas y archivos); al alquiler de videocasetes, cassetes de juegos de video y discos de acetato, compactos (CD) o de video digital (DVD) (532230, Alquiler de videocasetes y discos), y a la organización y promoción de espectáculos artísticos y culturales con y sin instalaciones (7113, Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares).</p>
512190	Servicios de postproducción y otros servicios para la industria filmica y del video	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a proporcionar servicios de postproducción, como doblaje, titulado, subtítulo, efectos visuales, animación, edición, conversión de formato, copiado de videos, y a otros servicios para la industria filmica y del video como la cretomatía y los servicios prestados por los laboratorios filmicos.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la producción de películas, programas para la televisión, videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales (51211, Producción de películas, programas para la televisión y otros materiales audiovisuales); a los servicios de filmotecas y videotecas (51912, Bibliotecas y archivos); a proporcionar servicios de fotografía y videograbación (541920, Servicios de fotografía y videograbación); a proporcionar servicios de traducción de textos e interpretación de un idioma a otro (541930, Servicios de traducción e interpretación); a la transcripción simultánea de diálogos para la televisión (561490, Otros servicios de apoyo secretarial y similares), y a proporcionar servicios de revelado e impresión de fotografías (812910, Servicios de revelado e impresión de fotografías).</p>
532230	Alquiler de videocasetes y discos	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente al alquiler de videocasetes, cassetes de juegos de video y discos de acetato, compactos (CD) o de video digital (DVD).</p>
541920	Servicios de fotografía y videograbación	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a proporcionar servicios de fotografía y videograbación.</p> <p>Estas unidades pueden especializarse en actividades como fotografía de retratos, fotografía y videograbación para eventos especiales, fotografía y videograbación para el comercio o la industria.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales, no realizada por las</p>

	estaciones de televisión (512113, Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales); a la postproducción de películas cinematográficas y de video; laboratorios filmicos (512190, Servicios de postproducción y otros servicios para la industria filmica y del video); u.e.d.p. a proporcionar servicios de revelado e impresión de fotografías (812910, Servicios de revelado e impresión de fotografías); servicios de máquinas fotográficas que funcionan con monedas (812990, Otros servicios personales), y fotógrafos artísticos independientes (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).
Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)	

ANEXO I1. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las actividades económicas de la Industria Creativa de Cine y Video, agrupadas bajo la clasificación DCMS.

Base de cálculo valores constantes. (dos índices de inflación) y el porcentaje es un índice basado en el año 2004.

Cobertura	Nacional	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
Etiquetas de fila	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI	
512111							122.68%	
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	18.38%	
2009	393.28%	527.38%	297.92%	186.57%	1057.64%	334.13%	10.26%	
2014	547.31%	633.76%	232.14%	518.74%	1549.42%	101.36%	94.04%	
512120							998.71%	
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-28.43%	
2009	122.20%	105.62%	73.36%	-1276.87%	-46.19%	135.86%	267.16%	
2014	92.97%	80.96%	34.21%	-983.27%	0.45%	36.78%	759.97%	
512130							188.19%	
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	10.00%	
2009	110.18%	120.43%	75.84%	59.11%	825.09%	85.71%	6.90%	
2014	336.43%	165.60%	559.46%	1251.01%	-897.52%	73.05%	171.29%	
512190							76.12%	
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	20.33%	
2009	156.02%	137.04%	100.25%	273.16%	1147.00%	128.59%	43.18%	
2014	197.24%	266.18%	98.60%	71.66%	1041.05%	115.52%	12.61%	
532230							150.68%	
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	38.93%	
2009	67.38%	70.39%	80.00%	57.75%	57.00%	35.75%	62.90%	
2014	59.56%	55.75%	43.37%	71.80%	68.46%	57.23%	48.85%	
541920							93.36%	
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	32.31%	
2009	149.82%	156.57%	153.24%	137.21%	125.79%	177.76%	24.94%	
2014	131.48%	120.02%	130.18%	151.16%	124.17%	135.27%	36.11%	
suma 2004	100%	100%	100%	100%	100%	100%	15%	
suma 2009	166%	186%	130%	-94%	528%	150%	69%	
suma 2014	227%	220%	183%	180%	314%	87%	187%	

Jalisco	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
Etiquetas de fila	Suma de IngresosCte	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Cte	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI
512111							
2004	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	
2009	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	
2014	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	
512120							
2004	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	
2009	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	
2014	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	
512130							300.10%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	16.07%
2009	107.96%	64.68%	23.69%	343.58%	547.01%	149.95%	36.83%
2014	326.85%	157.71%	380.10%	1143.74%	-337.72%	74.38%	247.19%
512190							175.39%
2004	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	
2009	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	175.39%
2014	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	
532230							221.89%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	50.26%
2009	81.05%	86.01%	76.83%	72.64%	96.96%	30.43%	119.98%
2014	64.76%	63.40%	44.68%	71.38%	110.02%	69.47%	51.65%
541920							102.45%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	34.68%
2009	152.80%	155.16%	189.12%	140.32%	187.82%	186.48%	26.10%
2014	143.60%	138.04%	117.04%	157.72%	159.50%	131.24%	41.68%
suma 2004	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	17%
suma 2009	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	60%
suma 2014	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	57%

ANEXO J. Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Diseño según la clasificación DCMS:

Código	Actividad	Descripción
541410	Diseño y decoración de interiores	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la planeación, diseño y decoración de espacios interiores de edificaciones residenciales y no residenciales.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la instalación de muros y plafones falsos (238311, Colocación de muros falsos y aislamiento); al comercio de muebles, cuadros, cortinas y otros objetos para decorar interiores (46, Comercio al por menor), y a la planeación y diseño de edificaciones residenciales y no residenciales (541310, Servicios de arquitectura).</p>
541420	Diseño industrial	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la creación y desarrollo de procesos industriales y productos para optimizar su función, valor o apariencia.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a las actividades de maquila y ensamble en serie de partes y componentes fabricados (31 □ 33, Industrias manufactureras); al diseño en ingeniería (541330, Servicios de ingeniería); al diseño gráfico (541430, Diseño gráfico); a la creación y desarrollo de productos de moda, como ropa, calzado, joyería, accesorios y de otros diseños especializados (541490, Diseño de modas y otros diseños especializados), y a la investigación científica y desarrollo en ingeniería (54171, Servicios de investigación científica y desarrollo en ciencias naturales y exactas, ingeniería, y ciencias de la vida).</p>
541430	Diseño gráfico	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente al diseño de mensajes visuales que se plasman en logotipos, tarjetas de presentación, folletos y trípticos. Incluye también: artistas dedicados exclusivamente a generar dibujos e ilustraciones, requiriendo exactitud técnica y habilidad de interpretación.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la edición de historietas (511121, Edición de revistas y otras publicaciones periódicas; 511122, Edición de revistas y otras publicaciones periódicas integrada con la impresión); a la elaboración de dibujos que muestran la distribución o arreglo de especificaciones de ingeniería o arquitectura (541340, Servicios de dibujo); a la creación y desarrollo de procesos industriales y productos para optimizar su función, valor o apariencia (541420, Diseño industrial); a la creación de campañas publicitarias y su difusión en medios masivos de comunicación (541810, Agencias de publicidad); a la colocación de anuncios publicitarios y al diseño de anuncios (con la subcontratación de otra unidad económica para que los fabrique) (541850, Agencias de</p>

		<p>anuncios publicitarios); a proporcionar servicios de campañas de publicidad por correo directo (541860, Agencias de correo directo); a los servicios de rotulación (541890, Servicios de rotulación y otros servicios de publicidad), y caricaturistas independientes (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).</p>
<p>Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)</p>		

ANEXO K. Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Diseño de modas de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad	Descripción
541490	Diseño de modas y otros diseños especializados	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la creación y desarrollo de productos de moda, como ropa, calzado, joyería, accesorios, y de otros diseños especializados no clasificados en otra parte.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al diseño y confección de modelos de prendas de vestir para su reproducción masiva (315999, Confección de otros accesorios y prendas de vestir no clasificados en otra parte); al diseño industrial (541420, Diseño industrial), y diseñadores de vestuario teatral (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).</p>
Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)		

ANEXO K1. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las actividades económicas de la Industria Creativa de Diseño de Moda, agrupadas bajo la clasificación DCMS.

Base de cálculo valores constantes. (dos índices de inflación) y el porcentaje es un índice basado en el año 2004.

Nacional		Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
Etiquetas de fila	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI	
541490							358.51%	
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	170.69%	
2009	11.94%	10.99%	14.80%	13.33%	4.21%	16.32%	139.43%	
2014	3.89%	2.95%	8.80%	4.42%	5.02%	15.59%	48.39%	

Jalisco		Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
Etiquetas de f	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI	
541490							216.70%	
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	26.00%	
2009	51.19%	54.34%	52.86%	45.49%	-0.66%	12.03%	98.33%	
2014	58.15%	64.80%	49.57%	53.21%	68.06%	14.98%	92.36%	

ANEXO L. Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Música de acuerdo a la clasificación DCMS:

Código	Actividad	Descripción
512210	Productoras discográficas	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la producción de material discográfico, como discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales. Estas unidades económicas contratan a los artistas y realizan arreglos para financiar la grabación original del master, sus ingresos provienen de las ventas, alquiler y licenciamiento de los masters, mantienen los derechos de autor de la grabación original, y no cuentan con instalaciones propias para reproducir el master ni con la infraestructura para la distribución de los discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la reproducción masiva de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la producción de material discográfico, como discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales, integrada con su reproducción y distribución (512220, Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución), y a proporcionar las instalaciones y la experiencia técnica para la grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales (512240, Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales).</p>
512220	Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la producción de material discográfico, como discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales, integrada con su reproducción y distribución, y a la producción de este material integrada con su reproducción o con su distribución. Estas unidades económicas producen, promueven y distribuyen sus productos a comercios al por mayor, comercios al por menor o directamente al público a través de Internet.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la reproducción masiva de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la comercialización de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales al por mayor y al por menor (433311, Comercio al por mayor de discos y casetes; 465211, Comercio al por menor de discos y casetes); a la producción discográfica de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales (512210, Productoras discográficas), y a proporcionar las instalaciones y la experiencia técnica para</p>

		la grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales (512240, Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales).
512230	Editoras de música	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a administrar los derechos de autor de obras musicales en beneficio de sus poseedores, promoviendo y autorizando el uso de las composiciones a través de licencias en los medios de comunicación. Incluye también: u.e.d.p. a la edición de partituras.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la edición de libros de música y a la edición integrada con la impresión de libros de música (511131, Edición de libros; 511132, Edición de libros integrada con la impresión), y compositores musicales (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).</p>
512240	Grabación de discos compactos (cd) y de video digital (DVD) o casetes musicales	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a proporcionar las instalaciones y la experiencia técnica para la grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales. Estas unidades económicas son conocidas como estudios de grabación y proporcionan servicios de producción y postproducción de audio para grabaciones master, películas, programas de televisión y de video.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la producción discográfica, como discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales (512210, Productoras discográficas); a la producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución (512220, Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución), y a proporcionar servicios de audio grabación de reuniones, conferencias, audiolibros, material educativo, programas y comerciales radiofónicos (512290, Otros servicios de grabación del sonido).</p>
512290	Otros servicios de grabación del sonido	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a proporcionar servicios de audio grabación de reuniones, conferencias, audiolibros, material educativo, programas y comerciales radiofónicos.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a proporcionar las instalaciones y la experiencia técnica para la grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales (512240, Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales), y a la transmisión de programas de radio mediante señal abierta (515110, Transmisión de programas de radio).</p>
Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)		

ANEXO L1. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las actividades económicas de la Industria Creativa de Música, agrupadas bajo la clasificación DCMS.

Base de cálculo valores constantes. (dos índices de inflación) y el porcentaje es un índice basado en el año 2004.								
Cobertura	Nacional	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
	Etiquetas de fila	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI
	512210							100.82%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	33.08%
	2009	39.13%	33.30%	130.40%	27.63%	22.22%	57.79%	15.82%
	2014	7.92%	5.53%	11.39%	9.39%	8.07%	5.98%	51.92%
	512220							301.70%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	234.92%
	2009	34.11%	36.19%	89.24%	23.66%	14.34%	78.70%	70.61%
	2014	31.09%	72.42%	76.17%	-2.68%	-45.44%	164.00%	-3.83%
	512230							286.28%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	189.12%
	2009	71.86%	57.40%	119.53%	61.38%	72.44%	157.39%	73.76%
	2014	84.38%	83.16%	111.90%	64.40%	101.37%	520.50%	23.40%
	512240							39.58%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	25.80%
	2009	60.94%	75.45%	42.63%	56.04%	60.64%	110.57%	13.08%
	2014	68.51%	115.09%	50.82%	30.52%	-113.32%	1128.31%	0.70%
	512290							148.03%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	31.96%
	2009	97.57%	87.10%	102.35%	116.73%	19.46%	53.93%	69.18%
	2014	101.05%	86.69%	97.64%	132.31%	-93.12%	90.19%	46.89%
	suma 2004	100%	100%	100%	100%	100%	100%	103%
	suma 2009	61%	58%	97%	57%	38%	92%	48%
	suma 2014	59%	73%	70%	47%	-28%	382%	24%

Cobertura	Jalisco	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
	Etiquetas de fila	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI
	512210							57.14%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	43.62%
	2009	8.51%	12.33%	7.88%	5.63%	0.00%	18.15%	13.52%
	2014	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
	512220							-44.31%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-44.31%
	2009	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
	2014	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
	512230							62.37%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	62.37%
	2009	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
	2014	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
	512240							24.57%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	28.71%
	2009	33.62%	59.20%	23.77%	-2.99%	9.30%	20.61%	-4.17%
	2014	11.08%	16.05%	6.36%	7.32%	24.15%	7566.17%	0.03%
	512290							204.05%
	2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	29.58%
	2009	6.98%	2.85%	0.00%	27.30%	0.00%	4.63%	174.47%
	2014	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
	suma 2004	100%	100%	100%	100%	100%	100%	24%
	suma 2009	10%	15%	6%	6%	2%	9%	37%
	suma 2014	2%	3%	1%	1%	5%	1513%	0%

ANEXO M. Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Performance de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad	Descripción
711111	Compañías de teatro del sector privado	<p>Unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la producción y presentación de espectáculos de teatro, de mimos, de comedia y de títeres. Incluye también: unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la producción y presentación de espectáculos teatrales en combinación con la promoción de los mismos; compañías de ópera y de teatro musical del sector privado; compañías de teatro del sector privado que combinan su actividad con el alquiler de sus instalaciones (teatros, auditorios), y compañías teatrales del sector privado que ofrecen cena durante la presentación de la obra (teatros□ cena).</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al alquiler de teatros y auditorios (531115, Alquiler sin intermediación de teatros, estadios, auditorios y similares); a preparar y servir bebidas alcohólicas para consumo inmediato, con o sin pista para bailar o la presentación de algún espectáculo (72241, Centros nocturnos, bares, cantinas y similares); cantantes y grupos musicales del sector privado (711131, Cantantes y grupos musicales del sector privado); compañías de magos y compañías circenses del sector privado (711191, Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector privado); promotores de espectáculos artísticos y culturales (7113, Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares); actores, artistas y productores de obras de teatro que trabajan por cuenta propia (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes), y restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida (722511, Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida).</p>
711121	Compañías de danza del sector privado	<p>Unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la producción y presentación de espectáculos de danza, como compañías de ballet, de danza contemporánea o de danza regional. Incluye también: unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la producción y presentación de espectáculos de danza en combinación con la promoción de los mismos, y compañías de danza del sector privado que combinan su actividad con el alquiler de sus instalaciones.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al alquiler de teatros y auditorios (531115, Alquiler sin intermediación de teatros, estadios, auditorios y similares); promotores de espectáculos artísticos y culturales (7113, Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares), y bailarines y productores de espectáculos de danza que trabajan por</p>

		cuenta propia (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).
711131	Cantantes y grupos musicales del sector privado	<p>Unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la producción y presentación de espectáculos musicales, como orquestas, bandas, coros, grupos o individuos que trabajan por cuenta propia, como cantantes o músicos. Incluye también: unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la producción y presentación de espectáculos musicales en combinación con la promoción de los mismos, y cantantes y grupos musicales del sector privado que combinan su actividad con el alquiler de sus instalaciones.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al alquiler de teatros y auditorios (531115, Alquiler sin intermediación de teatros, estadios, auditorios y similares); compañías de ópera y teatro musical del sector privado (711111, Compañías de teatro del sector privado); promotores de espectáculos artísticos y culturales (7113, Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares); productores musicales que trabajan por cuenta propia, y compositores musicales (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).</p>
711191	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector privado	<p>Unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la producción y presentación de espectáculos circenses, de magia, patinaje y de otros espectáculos artísticos no clasificados en otra parte.</p> <p>Incluye también: unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la producción y presentación de espectáculos circenses, de magia, patinaje y de otros espectáculos artísticos no clasificados en otra parte, en combinación con la promoción de los mismos, y compañías y grupos del sector privado dedicados a la producción y presentación de espectáculos circenses, de magia, patinaje y de otros espectáculos artísticos no clasificados en otra parte, que combinan su actividad con el alquiler de sus instalaciones.</p> <p>Excluye: unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la producción y presentación de espectáculos de danza (711121, Compañías de danza del sector privado); compañías de mimos y de comediantes del sector privado (711111, Compañías de teatro del sector privado); cantantes y grupos musicales del sector privado (711131, Cantantes y grupos musicales del sector privado); promotores de espectáculos artísticos (7113, Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares), y acróbatas, payasos y magos que trabajan por cuenta propia (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).</p>
711311	Promotores del sector privado de espectáculos	Unidades económicas del sector privado dedicadas principalmente a la promoción de diversos espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares, por medio de actividades como la producción y organización de

	<p>artísticos culturales deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos</p>	<p>eventos; contratación o representación de artistas, deportistas y similares; comercialización de los eventos, y obtención de patrocinios. Los espectáculos se llevan a cabo en instalaciones que los propios promotores administran y operan. Incluye también: promotores del sector privado que combinan su actividad con el alquiler de sus instalaciones.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la organización de festivales cinematográficos (512130, Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales); al alquiler de teatros, estadios y auditorios (531115, Alquiler sin intermediación de teatros, estadios, auditorios y similares); a la organización y promoción de congresos, convenciones y ferias comerciales e industriales (561920, Organizadores de convenciones y ferias comerciales e industriales); a la producción y presentación de espectáculos artísticos y culturales en combinación con la promoción de los mismos (7111, Compañías y grupos de espectáculos artísticos y culturales); a la presentación de espectáculos deportivos profesionales en combinación con la promoción de los mismos (711212, Equipos deportivos profesionales); a la representación y administración de artistas, deportistas y similares (711410, Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares), y asociaciones regulatorias de actividades deportivas (813140, Asociaciones regulatorias de actividades recreativas).</p>
711320	<p>Promotores de espectáculos artísticos culturales deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos</p>	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la promoción de diversos espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares, por medio de actividades como la producción y organización de eventos; contratación o representación de artistas, deportistas y similares; comercialización de los eventos, y obtención de patrocinios. Los espectáculos se llevan a cabo en instalaciones administradas y operadas por terceros.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la organización de festivales cinematográficos (512130, Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales); a la organización y promoción de congresos, convenciones y ferias comerciales e industriales (561920, Organizadores de convenciones y ferias comerciales e industriales); a la producción y presentación de espectáculos artísticos y culturales en combinación con la promoción de los mismos (7111, Compañías y grupos de espectáculos artísticos y culturales); a la presentación de espectáculos deportivos profesionales en combinación con la promoción de los mismos (711212, Equipos deportivos profesionales); a la representación y administración de artistas, deportistas y similares (711410, Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares), y asociaciones regulatorias de actividades deportivas (813140, Asociaciones regulatorias de actividades recreativas).</p>

711410	Agentes y representantes de artistas deportistas y similares	<p>Unidades económicas (agentes y representantes) dedicadas principalmente a la representación y administración (que implica, entre otras cosas, asesoría fiscal, financiera y contable; negociaciones contractuales, organización y promoción de la carrera de los representados) de artistas y creativos, figuras deportivas, entrenadores y otras figuras públicas.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la promoción de diversos espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares, que cuentan con instalaciones para presentarlos (71131, Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos); a la promoción de diversos espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares, que se llevan a cabo en instalaciones administradas y operadas por terceros (711320, Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos), y agencias de modelos (561320, Agencias de empleo temporal).</p>
711510	Artistas escritores y técnicos independientes	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la creación y producción, por cuenta propia, de trabajos artísticos y culturales o a proveer la experiencia técnica necesaria para realizar dichos trabajos, como actores, escritores, compositores musicales, bailarines, magos, acróbatas, pintores, escultores, caricaturistas, diseñadores de vestuario teatral, camarógrafos, coreógrafos, productores ejecutivos, periodistas independientes (corresponsales, fotógrafos gráficos), fotógrafos artísticos y locutores. Incluye también: taxidermistas, restauradores de obras de arte y de muebles antiguos, atletas y celebridades dedicados exclusivamente a ofrecer discursos o a hacer apariciones públicas por las cuales reciben honorarios.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a administrar los derechos de autor de obras musicales en beneficio de sus poseedores (512230, Editoras de música); a los servicios de dibujo (541340, Servicios de dibujo); a los servicios de diseño gráfico (541430, Diseño gráfico); a la creación y desarrollo de productos de moda y de otros diseños especializados (541490, Diseño de modas y otros diseños especializados); a los servicios de fotografía y videograbación (541920, Servicios de fotografía y videograbación); a la producción y presentación de espectáculos circenses, de magia, patinaje y de otros espectáculos artísticos no clasificados en otra parte (71119, Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos); a la reparación de muebles para el hogar (811420, Reparación de tapicería de muebles para el hogar); agencias noticiosas (519110, Agencias noticiosas); artistas comerciales dedicados exclusivamente a generar dibujos e ilustraciones, requiriendo exactitud técnica y habilidad de interpretación (541430, Diseño gráfico); cantantes o músicos que trabajan por cuenta propia</p>

	(711131, Cantantes y grupos musicales del sector privado), y deportistas profesionales que trabajan por cuenta propia (711211, Deportistas profesionales).
Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)	

ANEXO M1. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las actividades económicas de la Industria Creativa de Performance, agrupadas bajo la clasificación DCMS.

Base de cálculo valores constantes. (dos índices de inflación) y el porcentaje es un índice basado en el año 2004.							
Nacional	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
Etiquetas de fila	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI
711111							106.78%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	64.65%
2009	137.39%	108.57%	470.39%	145.75%	85.65%	352.60%	26.72%
2014	113.37%	98.28%	435.56%	98.28%	262.67%	412.37%	15.41%
711121							127.51%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	96.61%
2009	1.52%	2.88%	2.70%	0.15%	-8.60%	3.96%	3.60%
2014	16.03%	29.14%	11.62%	11.04%	93.21%	39.08%	27.30%
711131							165.11%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	48.18%
2009	77.88%	83.99%	79.23%	71.82%	28.21%	49.75%	69.56%
2014	63.33%	55.98%	78.46%	62.35%	36.07%	63.42%	47.37%
711191							162.66%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	29.39%
2009	153.96%	109.06%	146.42%	274.82%	48.90%	94.82%	85.19%
2014	56.37%	52.62%	65.49%	60.60%	37.20%	37.06%	48.07%
711311							53.63%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	28.75%
2009	52.06%	55.34%	31.05%	56.55%	46.75%	88.33%	18.41%
2014	49.21%	65.03%	39.25%	33.78%	135.08%	150.05%	6.47%
711320							288.70%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	125.68%
2009	118.18%	155.81%	131.90%	52.64%	146.85%	226.80%	29.17%
2014	93.30%	112.41%	48.21%	70.82%	125.80%	66.50%	133.85%
711410							155.94%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	30.65%
2009	61.33%	49.01%	109.14%	134.58%	123.72%	96.79%	42.62%
2014	57.42%	51.25%	101.03%	83.61%	48.63%	31.00%	82.67%
711510							120.49%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	47.58%
2009	58.37%	36.78%	184.22%	83.84%	161.70%	159.58%	25.00%
2014	86.87%	63.92%	172.10%	126.20%	112.95%	125.31%	47.92%
suma 2004	100%	100%	100%	100%	100%	100%	59%
suma 2009	83%	75%	144%	103%	79%	134%	38%
suma 2014	67%	66%	119%	68%	106%	116%	51%

Jalisco	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				Suma de ROI	
	Etiquetas de fila	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte		Suma de ActtttCte
711111								-3.93%
2004	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	
2009	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	
2014	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	-3.93%
711121								12.84%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	12.84%
2009	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
2014	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
711131								245.02%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	68.37%
2009	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
2014	230.38%	264.87%	28.22%	302.35%	1210.63%	117.03%		176.64%
711191								
2004	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	
2009	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	
2014	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	
711311								6.13%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	1.97%
2009	65.41%	70.16%	63.66%	56.74%	5.48%	189.21%		0.59%
2014	140.73%	99.34%	77.28%	318.42%	212.34%	176.22%		3.57%
711320								313.96%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	37.94%
2009	162.92%	143.78%	167.31%	173.71%	0.00%	24.73%		266.57%
2014	35.32%	46.09%	48.48%	20.08%	4670.72%	80.67%		9.45%
711410								464.54%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	105.23%
2009	22.32%	23.94%	26.04%	18.89%	0.00%	28.82%		68.98%
2014	71.27%	69.38%	115.93%	54.41%	1432.07%	19.72%		290.33%
711510								68.01%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	20.56%
2009	355.06%	341.83%	452.33%	329.54%	12.29%	229.03%		29.58%
2014	208.58%	254.30%	260.39%	141.34%	128.69%	162.46%		17.88%
suma 2004	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	31%
suma 2009	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	46%
suma 2014	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	#i DIV/0!	62%

ANEXO N. Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Publicaciones de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad	Descripción
323111	Impresión de libros periódicos y revistas	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la impresión hecha sobre pedido de libros, periódicos y revistas.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la encuadernación y la elaboración de placas, clichés, grabados y otros productos similares (323120, Industrias conexas a la impresión), y a la edición integrada con la impresión de libros, periódicos y revistas (511112, Edición de periódicos integrada con la impresión; 511122, Edición de revistas y otras publicaciones periódicas integrada con la impresión, y 511132, Edición de libros integrada con la impresión).</p>
323119	Impresión de formas continuas y otros impresos	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la impresión de formas continuas y hojas membretadas con sello de agua, y a la impresión hecha sobre pedido de catálogos, agendas, folletos, programas de espectáculos, calendarios, tarjetas postales, tarjetas de felicitación, litografías, facturas, invitaciones, almanaques y otros impresos sobre cualquier tipo de material. Incluye también: u.e.d.p. a la impresión sobre prendas de vestir, y a los servicios de impresión rápida combinados con</p>

		<p>servicios de fotocopiado, engargolado y enmicado.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al estampado de telas y prendas de vestir (313310, Acabado de productos textiles); a la encuadernación (323120, Industrias conexas a la impresión); a la edición integrada con la impresión de catálogos, agendas, folletos (511192, Edición de otros materiales integrada con la impresión), y a los servicios de fotocopiado, fax, engargolado y enmicado (561431, Servicios de fotocopiado, fax y afines).</p>
433420	Comercio al por mayor de libros	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente al comercio al por mayor especializado de libros.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al comercio de libros religiosos nuevos, independientemente de su forma de comercialización (465913, Comercio al por menor de artículos religiosos), y al comercio de libros religiosos usados, independientemente de su forma de comercialización (466410, Comercio al por menor de artículos usados).</p>
511131	Edición de libros	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la edición de libros. Las unidades económicas dedicadas a la edición se caracterizan por la creatividad intelectual que se requiere para el desarrollo de sus actividades, publican copias de trabajos de los cuales poseen los derechos de autor, ya sea porque realizaron una creación propia, o bien, porque adquirieron los derechos de reproducción a través de licenciamientos; pueden contar con la infraestructura necesaria para realizar las actividades de distribución de sus productos o realizan acuerdos para la distribución de los mismos; asimismo, contratan los servicios de impresión. Los ingresos que obtienen son por venta y licenciamiento de libros. Incluye también: u.e.d.p. a la edición de enciclopedias y atlas.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la impresión en papel de libros, enciclopedias y atlas (323111, Impresión de libros, periódicos, y revistas); a la reproducción masiva de libros, enciclopedias y atlas en discos compactos (CD) y otros medios electrónicos (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la edición de libros, enciclopedias y atlas integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, y a la edición de estas publicaciones integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico combinada con su difusión a través de Internet (511132, Edición de libros integrada con la impresión); a la edición de directorios y compendios de referencia (511141, Edición de directorios y de listas de correo); a la edición de libros para iluminar y mapas (511191, Edición de otros materiales); a la edición de partituras (512230, Editoras de música); a la edición y difusión de libros, enciclopedias y atlas exclusivamente a través de Internet (519130, Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red), y a la elaboración de</p>

		mapas (541370, Servicios de elaboración de mapas).
511132	Edición de libros integrada con la Impresión	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la edición de libros integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, por ejemplo, en discos compactos (CD) o casetes. Incluye también: u.e.d.p. a la edición de enciclopedias y atlas integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, y a la edición de libros, enciclopedias y atlas integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico combinada con su difusión a través de Internet.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la impresión en papel de libros, enciclopedias y atlas (323111, Impresión de libros, periódicos, y revistas); a la reproducción masiva de libros, enciclopedias y atlas en discos compactos (CD) y otros medios electrónicos (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la edición de libros, enciclopedias y atlas (511131, Edición de libros); a la edición de directorios y compendios de referencia integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, y a la edición de estas publicaciones integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico combinada con su difusión a través de Internet (511142, Edición de directorios y de listas de correo integrada con la impresión); a la edición de libros para iluminar y mapas integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, y a la edición de estas publicaciones integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico combinada con su difusión a través de Internet (511192, Edición de otros materiales integrada con la impresión); a la edición y difusión de libros, enciclopedias y atlas exclusivamente a través de Internet (519130, Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red), y a la elaboración de mapas (541370, Servicios de elaboración de mapas).</p>
Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)		

ANEXO N1. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las actividades económicas de la Industria Creativa de Publicaciones, agrupadas bajo la clasificación DCMS.

Base de cálculo valores constantes. (dos índices de inflación) y el porcentaje es un índice basado en el año 2004.							
Nacional	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
Etiquetas de fila	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI
323111							87.02%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	36.22%
2009	94.64%	99.34%	75.12%	97.72%	46.62%	110.42%	32.05%
2014	102.19%	143.79%	56.98%	44.13%	9.39%	85.24%	18.75%
323119							73.91%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	25.26%
2009	124.92%	126.76%	112.86%	129.80%	104.62%	123.71%	26.50%
2014	149.31%	169.30%	123.13%	115.18%	74.38%	131.28%	22.16%
433420							207.33%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	88.68%
2009	68.51%	71.02%	71.06%	45.76%	-36.76%	109.90%	36.93%
2014	51.38%	48.37%	48.80%	78.28%	43.28%	84.94%	81.72%
511131							343.58%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	82.57%
2009	232.50%	269.17%	126.48%	253.56%	-14.83%	97.97%	213.69%
2014	144.07%	192.90%	148.77%	75.78%	29.71%	132.25%	47.31%
511132							261.59%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	80.56%
2009	310.77%	292.59%	236.34%	410.11%	-18.79%	1572.60%	21.01%
2014	266.92%	227.76%	309.97%	378.84%	57.81%	190.73%	160.02%
suma 2004	100%	100%	100%	100%	100%	100%	63%
suma 2009	166%	172%	124%	187%	16%	403%	66%
suma 2014	143%	156%	138%	138%	43%	125%	66%

Jalisco	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
Etiquetas de fila	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI
323111							101.76%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	8.89%
2009	141.44%	143.36%	41.60%	586.44%	49.71%	67.12%	77.66%
2014	102.16%	125.89%	54.76%	107.56%	27.02%	62.89%	15.20%
323119							83.94%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	33.22%
2009	168.02%	178.87%	151.86%	151.84%	256.08%	213.06%	23.67%
2014	154.64%	165.26%	146.51%	132.74%	55.91%	163.01%	27.05%
433420							81.93%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	13.37%
2009	112.24%	95.21%	112.09%	684.15%	-62.68%	175.30%	52.17%
2014	107.86%	104.98%	116.43%	186.89%	90.41%	152.39%	16.39%
511131							-68.65%
2004	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	
2009	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	-5.84%
2014	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	-62.81%
511132							-283.60%
2004	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	
2009	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	-97.61%
2014	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	-185.99%
suma 2004	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	11%
suma 2009	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	10%
suma 2014	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	-38%

ANEXO O. Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Publicidad de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad	Descripción
541810	Agencias de publicidad	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la creación de campañas publicitarias y su difusión en medios masivos de comunicación, como radio, televisión, medios impresos y otros medios. Estas unidades proporcionan una amplia variedad de servicios (por ellas mismas o por medio de la subcontratación de servicios), como asesoría, servicios creativos, manejo de cuentas publicitarias, producción de materiales publicitarios, planeación y compra de medios. Incluye también: u.e.d.p. a la consultoría en publicidad, y agencias de promoción de ventas, es decir, las agencias que planean la publicidad, organizan y desarrollan campañas de promoción que estimulan en el consumidor la selección de productos o servicios.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al diseño gráfico (541430, Diseño gráfico); a la consultoría en mercadotecnia (541610, Servicios de consultoría en administración); a la consultoría política, y en relaciones públicas (541820, Agencias de relaciones públicas); a la compra de tiempo o espacio publicitario en los medios en nombre del publicista o agencia de publicidad (541830, Agencias de compra de medios a petición del cliente); a la representación de medios masivos de comunicación (541840, Agencias de representación de medios); a la colocación de anuncios publicitarios y al diseño de anuncios (con la subcontratación de otra unidad económica para que los fabrique) (541850, Agencias de anuncios publicitarios); a proporcionar servicios de campañas de publicidad por correo directo (541860, Agencias de correo directo), y a la distribución de material publicitario (541870, Distribución de material publicitario).</p>
541820	Agencias de relaciones públicas	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente al diseño e implementación de campañas de relaciones públicas para promover los intereses y mejorar la imagen de sus clientes. Incluye también: u.e.d.p. a los servicios de cabildeo, consultoría política, y en relaciones públicas. Excluye: u.e.d.p. a la consultoría en mercadotecnia (541610, Servicios de consultoría en administración), y a la consultoría en publicidad (541810, Agencias de publicidad).</p>
541830	Agencias de compra de medios a petición del cliente	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la compra de tiempo o espacio publicitario en los medios en nombre del publicista o agencia de publicidad.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la creación de campañas publicitarias y su difusión en medios masivos de comunicación (541810, Agencias de publicidad), y a la representación de medios masivos de comunicación (541840, Agencias de</p>

		representación de medios).
541840	Agencias de representación de medios	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la representación de medios masivos de comunicación para vender, en nombre de éstos, tiempo y espacio publicitario a publicistas y agencias de publicidad.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la creación de campañas publicitarias y su difusión en medios masivos de comunicación (541810, Agencias de publicidad), y a la compra de tiempo o espacio publicitario en los medios en nombre del publicista o agencia de publicidad (541830, Agencias de compra de medios a petición del cliente).</p>
541850	Agencias de anuncios publicitarios	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la renta de espacios publicitarios (en tableros, paneles, vehículos de transporte, áreas comunes de estaciones de tránsito, y mobiliario urbano) para colocar anuncios publicitarios, como carteles, anuncios pintados, eléctricos y electrónicos. Este servicio comprende la instalación, el mantenimiento y la remoción del material publicitario. Incluye también: u.e.d.p. a la publicidad aérea; a la colocación de anuncios publicitarios y al diseño de anuncios (con la subcontratación de otra unidad económica para que los fabrique).</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al montaje o instalación de estructuras prefabricadas para tableros publicitarios (23812, Montaje de estructuras prefabricadas); al diseño integrado con la fabricación de anuncios (339950, Fabricación de anuncios y señalamientos); al diseño gráfico (541430, Diseño gráfico); a la creación de campañas publicitarias y su difusión en medios masivos de comunicación (541810, Agencias de publicidad), y a los servicios de rotulación (541890, Servicios de rotulación y otros servicios de publicidad).</p>
541870	Distribución de material publicitario	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la distribución de material publicitario (catálogos, folletos, volantes, muestras) puerta por puerta, en parabrisas de automóviles, tiendas, etcétera. Excluye: u.e.d.p. al diseño gráfico (541430, Diseño gráfico); a la creación de campañas publicitarias y su difusión en medios masivos de comunicación (541810, Agencias de publicidad), y a proporcionar servicios de campañas de publicidad por correo directo (541860, Agencias de correo directo).</p>
541890	Servicios de rotulación y otros servicios de publicidad	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a los servicios de rotulación; a los servicios de perifoneo; a la organización de bienvenidas; a la decoración de aparadores o escenarios; a la demostración de productos, y otros servicios de publicidad no clasificados en otra parte.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al diseño gráfico (541430, Diseño gráfico); a la consultoría en mercadotecnia (541610, Servicios de consultoría en administración); a la colocación de anuncios publicitarios y al diseño de anuncios (con la subcontratación de otra unidad económica para que los fabrique) (541850, Agencias de anuncios publicitarios), y a</p>

		la organización y promoción de congresos, convenciones y ferias comerciales e industriales (561920, Organizadores de convenciones y ferias comerciales e industriales).
Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)		

ANEXO 01. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las actividades económicas de la Industria Creativa de Publicidad, agrupadas bajo la clasificación DCMS.

Base de cálculo valores constantes. (dos índices de inflación) y el porcentaje es un índice basado en el año 2004.

Etiquetas de fila	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes					Suma de ROI
	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte		
Nacional								
541810								280.31%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	99.78%
2009	148.30%	151.60%	136.71%	152.00%	114.16%	140.94%	140.94%	107.61%
2014	155.36%	170.37%	113.17%	163.76%	199.10%	224.09%	224.09%	72.92%
541820								329.94%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	135.61%
2009	257.64%	236.68%	458.32%	103.94%	109.10%	119.46%	119.46%	117.99%
2014	206.45%	180.75%	415.94%	51.25%	77.07%	91.04%	91.04%	76.33%
541830								384.40%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	96.07%
2009	351.92%	359.23%	168.08%	395.56%	12805.32%	382.98%	382.98%	99.23%
2014	284.11%	284.17%	76.61%	384.09%	9455.49%	195.13%	195.13%	189.11%
541840								252.89%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	99.03%
2009	52.14%	67.41%	33.52%	26.80%	36.10%	94.94%	94.94%	27.96%
2014	42.90%	40.76%	51.10%	44.37%	13.90%	34.90%	34.90%	125.91%
541850								168.73%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	39.32%
2009	103.01%	94.08%	123.50%	115.12%	434.05%	86.07%	86.07%	52.60%
2014	96.26%	110.28%	135.46%	59.73%	81.29%	30.58%	30.58%	76.81%
541870								431.49%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	237.36%
2009	115.14%	210.40%	76.40%	44.90%	815.25%	153.96%	153.96%	69.23%
2014	103.78%	143.66%	114.71%	42.26%	78.39%	80.30%	80.30%	124.90%
541890								140.78%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	72.28%
2009	123.31%	122.69%	135.84%	115.62%	74.54%	232.08%	232.08%	36.01%
2014	81.74%	91.20%	69.70%	70.48%	37.73%	156.80%	156.80%	32.49%
suma 2004	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	111%
suma 2009	164%	177%	162%	136%	2056%	173%	173%	73%
suma 2014	139%	146%	140%	117%	1420%	116%	116%	100%

Jalisco	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes					
Etiquetas de fila	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI	
541810								269.55%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	110.78%
2009	198.20%	226.74%	105.53%	221.41%	61.79%	242.91%	242.91%	100.98%
2014	166.15%	196.92%	156.48%	114.46%	189.72%	219.41%	219.41%	57.79%
541820								-76.66%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	#¡DIV/0!	100.00%	100.00%	-133.33%
2009	297.33%	61.24%	653.87%	-115.14%	#¡DIV/0!	385.42%	385.42%	39.83%
2014	183.57%	84.21%	0.00%	-67.94%	#¡DIV/0!	537.81%	537.81%	16.84%
541830								634.13%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	36.21%
2009	24.21%	25.51%	25.06%	10.30%	0.00%	9.58%	9.58%	38.95%
2014	17.45%	10.42%	42.60%	58.77%	7.35%	3.81%	3.81%	558.97%
541840								1085.54%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	260.59%
2009	29.09%	35.22%	8.03%	29.40%	90.92%	11.24%	11.24%	681.42%
2014	35.31%	41.11%	37.72%	24.82%	11.78%	45.06%	45.06%	143.54%
541850								225.42%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	29.77%
2009	183.83%	178.08%	138.12%	205.87%	25.70%	70.56%	70.56%	86.88%
2014	131.81%	134.72%	129.48%	126.75%	66.28%	34.69%	34.69%	108.77%
541870								-48.21%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	#¡DIV/0!	100.00%	100.00%	226.86%
2009	95.58%	241.06%	32.54%	60.03%	#¡DIV/0!	203.87%	203.87%	66.80%
2014	7.92%	37.22%	16.99%	-18.37%	#¡DIV/0!	12.19%	12.19%	-341.87%
541890								122.54%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	71.76%
2009	127.29%	109.30%	172.57%	134.98%	111.37%	258.38%	258.38%	37.49%
2014	62.67%	61.96%	90.67%	48.86%	-1166.46%	263.84%	263.84%	13.29%
suma 2004	100%	100%	100%	100%	#¡DIV/0!	100%	100%	86%
suma 2009	137%	125%	162%	78%	#¡DIV/0!	169%	169%	150%
suma 2014	86%	81%	68%	41%	#¡DIV/0!	160%	160%	80%

ANEXO P. Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Software según la clasificación DCMS:

Código	Actividad	Descripción
511210	Edición de software y Edición de software integrada con la reproducción	Desarrollo y edición de software masivo o empaçado integrados con su reproducción en discos compactos (CD). Incluye también: u.e.d.p. al desarrollo y edición de software masivo o empaçado integrados con su reproducción en discos compactos (CD), combinados con su difusión a través de Internet. Excluye: u.e.d.p. a la reproducción masiva de software en discos compactos (CD) y otros medios electrónicos (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la edición de bases de datos; a la edición de estas publicaciones integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, y a la edición de bases de datos integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico combinada con su difusión a través de Internet (511141, Edición de directorios y de listas de correo; 511142, Edición de directorios y de listas de correo integrada con la impresión); a la provisión de acceso a software como aplicación que se ofrece en servidores compartidos o dedicados (518210, Procesamiento electrónico de información, hospedaje y otros servicios relacionados); a la edición y difusión de software exclusivamente a través de Internet (519130, Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red), y a la planeación, diseño y desarrollo de software a petición del cliente (541510, Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados).
518210	Procesamiento electrónico de información hospedaje y otros servicios relacionados	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a proporcionar servicios de procesamiento electrónico de información, hospedaje, y otros servicios relacionados, como procesamiento de tarjetas de crédito no bancarias, de tiendas virtuales, de servicios de reservaciones, acceso a software como aplicación que se ofrece en servidores compartidos o dedicados, tiempo compartido de instalaciones de mainframe; hospedaje de páginas web y aplicaciones; servicios de flujo de datos en línea en tiempo real de audio y video (streaming), servicios de microfilmación y escaneo óptico.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. al desarrollo y edición de software masivo o empaçado, y al desarrollo y edición de software masivo o empaçado integrados con su reproducción (511210, Edición de software y edición de software integrada con la reproducción); a proporcionar servicios de acceso a Internet alámbrico en combinación con el hospedaje de páginas web (517110, Operadores de servicios de telecomunicaciones alámbricas); a proporcionar acceso a Internet vía conexiones de telecomunicaciones proporcionadas por el cliente</p>

		(517910, Otros servicios de telecomunicaciones); a la operación de sitios web que usan un motor de búsqueda para generar y mantener extensas bases de datos para Internet (519130, Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red); a proporcionar otros servicios de suministro de información como los servicios de búsqueda de información (519190, Otros servicios de suministro de información); al procesamiento de transacciones vinculadas con transacciones de tarjetas de crédito (522510, Servicios relacionados con la intermediación crediticia no bursátil); a la administración de centros de cómputo (541510, Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados); a la preparación de documentos (561410, Servicios de preparación de documentos), y a proporcionar acceso a computadoras para usar Internet (561432, Servicios de acceso a computadoras).
519130	Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de internet y servicios de búsqueda en la red	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a editar y difundir publicaciones exclusivamente a través de Internet, como periódicos, revistas, libros, enciclopedias, atlas, directorios, tarjetas de felicitación y otras publicaciones, así como programas de radio y de televisión mediante textos, imágenes, audio y video. Estas unidades económicas son conocidas como sitios de libros, sitios de radio, sitios de juegos, sitios de apuestas, sitios con contenido para adultos. Asimismo, se clasifican las unidades económicas dedicadas principalmente a operar sitios web, usan un motor de búsqueda para generar y mantener extensas bases de datos para Internet en un formato de búsqueda fácil y se conocen como portales de búsqueda en la web, los cuales pueden servir como páginas de inicio para los usuarios de Internet, y proporcionan servicios adicionales de Internet, como correo electrónico, conexiones a otros sitios web, noticias y contenido limitado a suscriptores.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la comercialización de mercancías al por mayor y al por menor a través de Internet (437210, Intermediación de comercio al por mayor exclusivamente a través de Internet y otros medios electrónicos; 469110, Comercio al por menor exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares); a la edición de periódicos, revistas, libros, directorios, software y otros materiales; a la edición de estas publicaciones integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, y a la edición de estas publicaciones integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico combinada con su difusión a través de Internet (511, Edición de periódicos, revistas, libros, software y otros materiales, y edición de estas publicaciones integrada con la impresión); transmisión de programas de radio o televisión mediante señal abierta (515110, Transmisión de programas de radio; 515120, Transmisión de programas de televisión); a</p>

		<p>la producción de la programación de un canal de televisión, con material propio o adquirido, para su distribución a los sistemas de televisión por suscripción (515210, Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales); a proporcionar servicios de acceso alámbrico a Internet y transmisión de programas de televisión restringida (517110, Operadores de servicios de telecomunicaciones alámbricas); a proporcionar servicios de acceso inalámbrico a Internet (517210, Operadores de servicios de telecomunicaciones inalámbricas); servicios de flujo de datos en línea en tiempo real de audio y video (streaming) (518210, Procesamiento electrónico de información, hospedaje y otros servicios relacionados); a la elaboración de mapas (541370, Servicios de elaboración de mapas), y a proporcionar acceso a computadoras para usar Internet (561432, Servicios de acceso a computadoras).</p>
541510	<p>Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados</p>	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a proporcionar servicios en el campo de las tecnologías de información a través de actividades como planeación y diseño de sistemas de cómputo que integran hardware, software y tecnologías de comunicación, asesoría en la instalación de equipo y redes informáticas, administración de centros de cómputo y servicios de instalación de software. Incluye también: u.e.d.p. a la planeación, diseño y desarrollo de software a petición del cliente.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la instalación de cableado para redes y computadoras (238210, Instalaciones eléctricas en construcciones); al desarrollo y edición de software masivo o empackado (511210, Edición de software y edición de software integrada con la reproducción); a proporcionar acceso a software como aplicación que se ofrece en servidores compartidos o dedicados; al hospedaje de páginas web; al procesamiento electrónico de información (518210, Procesamiento electrónico de información, hospedaje y otros servicios relacionados); a la aplicación de los principios de la ingeniería en el diseño, desarrollo y utilización de procesos y sistemas (541330, Servicios de ingeniería), y a proporcionar una variedad de servicios administrativos para la administración diaria de negocios (561110, Servicios de administración de negocios).</p>
541690	<p>Otros servicios de consultoría científica y técnica</p>	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a proporcionar otros servicios de consultoría no clasificados anteriormente, como consultoría en biología, química, economía, sociología, estadística, matemáticas, física, agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza; desarrollos turísticos, seguridad, comercio exterior y desarrollo industrial.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a proporcionar servicios de asesoría en inversiones en el mercado de valores (523910, Asesoría</p>

		en inversiones); a la asesoría en la instalación de equipo y redes informáticas (541510, Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados); a la consultoría actuarial (541610, Servicios de consultoría en administración); a la consultoría ambiental (541620, Servicios de consultoría en medio ambiente); a la investigación científica y desarrollo en ciencias naturales y exactas, ingeniería, y ciencias de la vida (54171, Servicios de investigación científica y desarrollo en ciencias naturales y exactas, ingeniería, y ciencias de la vida); a la investigación científica y desarrollo en ciencias sociales y humanidades (54172, Servicios de investigación científica y desarrollo en ciencias sociales y humanidades); a la consultoría en publicidad (541810, Agencias de publicidad); a la consultoría política, y en relaciones públicas (541820, Agencias de relaciones públicas), y a la consultoría en educación (611710, Servicios de apoyo a la educación).
Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)		

ANEXO P1. Gráficas a detalle sobre estadística nacional y estatal de las actividades económicas de la Industria Creativa de Software, agrupadas bajo la clasificación DCMS.

Base de cálculo valores constantes. (dos índices de inflación) y el porcentaje es un índice basado en el año 2004.							
Nacional	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes				
Etiquetas de f	Suma de IngresosCtes	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActcttlCte	Suma de ROI
511210							480.66%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	150.25%
2009	224.48%	425.82%	253.93%	17.65%	1.25%	57.38%	46.21%
2014	198.60%	261.71%	164.56%	141.78%	31.49%	74.96%	284.20%
518210							78.28%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	20.07%
2009	85.81%	86.30%	94.46%	59.80%	13.58%	78.63%	15.26%
2014	138.64%	107.58%	159.49%	213.63%	0.36%	99.83%	42.95%
519130							59.74%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	33.52%
2009	48.18%	54.50%	81.59%	26.35%	159.38%	121.72%	7.26%
2014	74.15%	77.39%	39.96%	77.54%	249.42%	137.09%	18.96%
541510							334.16%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	107.65%
2009	129.48%	109.59%	144.77%	163.58%	86.86%	110.63%	159.17%
2014	142.06%	140.06%	124.18%	158.18%	138.94%	252.86%	67.34%
541690							229.99%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	83.63%
2009	168.14%	149.26%	138.90%	220.97%	281.86%	169.91%	108.77%
2014	55.29%	56.58%	58.23%	50.80%	152.54%	113.03%	37.59%
suma 2004	100%	100%	100%	100%	100%	100%	79%
suma 2009	131%	165%	143%	98%	109%	108%	67%
suma 2014	122%	129%	109%	128%	115%	136%	90%

Jalisco	Todas las actividades económicas		Pesos corrientes					
	Etiquetas de fila	Suma de IngresosCte	Suma de GastosCtes	Suma de RemunCtes	Suma de Utilidad2Ctes	Suma de InversnCte	Suma de ActttlCte	Suma de ROI
511210								524.81%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	46.09%
2009	323.84%	504.12%	160.39%	31.30%	2.23%	35.97%	40.11%	40.11%
2014	611.60%	710.23%	71.98%	798.32%	37.60%	83.88%	438.61%	438.61%
518210								579.65%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	0.42%
2009	128.70%	271.15%	30.21%	151.13%	0.00%	0.17%	369.13%	369.13%
2014	1998.40%	5830.97%	302.03%	1304.34%	0.31%	2.62%	210.10%	210.10%
519130								-177.54%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-177.54%
2009	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
2014	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
541510								768.64%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	136.80%
2009	408.50%	206.87%	194.98%	988.42%	145.89%	298.04%	453.70%	453.70%
2014	1042.34%	900.92%	479.24%	1899.26%	3733.67%	1458.57%	178.14%	178.14%
541690								147.70%
2004	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	41.31%
2009	44.31%	33.79%	47.44%	59.78%	75.94%	41.77%	59.11%	59.11%
2014	12.32%	12.31%	11.14%	14.28%	2.66%	12.47%	47.29%	47.29%
suma 2004	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	9%
suma 2009	181%	203%	87%	246%	45%	75%	184%	184%
suma 2014	733%	1491%	173%	803%	755%	312%	175%	175%

ANEXO Q. Listado de actividades económicas tomados en consideración para la medición de la Industria Creativa de Televisión y Radio de acuerdo con la clasificación DCMS:

Código	Actividad	Descripción
512112	Producción de programas para la televisión	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la producción de programas para la televisión no realizada por las estaciones de televisión.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la reproducción masiva de programas o series de televisión en formato digital (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la producción de películas en formato de cine y de video no realizada por las estaciones de televisión (512111, Producción de películas); de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales no realizada por las estaciones de televisión (512113, Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales); a la distribución de películas en formato de cine y de video, y de otros materiales audiovisuales (512120, Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales); a los servicios de postproducción (512190, Servicios de postproducción y otros servicios para la industria filmica y del video); a la transmisión de programas de televisión mediante señal abierta (515120, Transmisión de programas de televisión); a la producción de la programación de un canal de televisión, con material propio o adquirido, para su distribución a los sistemas de televisión por suscripción (515210, Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales), y a los servicios técnicos de apoyo a la industria filmica y del video, como actuación, producción ejecutiva y diseño de vestuario teatral por cuenta propia (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).</p>
512113	Producción de videoclips comerciales y otros materiales audiovisuales	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales, no realizada por las estaciones de televisión. Incluye también: u.e.d.p. a la producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales integrada con su distribución. Excluye: u.e.d.p. a la reproducción masiva de videoclips en formato digital (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la producción de películas en formato de cine y de video no realizada por las estaciones de televisión (512111, Producción de películas); de programas para la televisión no realizada por las estaciones de televisión (512112, Producción de programas para la televisión); a la distribución de películas en formato de cine y de video, y de otros materiales audiovisuales (512120, Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales); a los servicios de postproducción (512190, Servicios de postproducción y otros servicios para la industria filmica y del video); a la transmisión de programas de televisión</p>

		mediante señal abierta (515120, Transmisión de programas de televisión); a la videograbación de eventos especiales (541920, Servicios de fotografía y videograbación), y a los servicios técnicos de apoyo a la industria filmica y del video, como actuación, producción ejecutiva y diseño de vestuario teatral por cuenta propia (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).
515110	Transmisión de programas de radio	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la transmisión de programas de radio mediante señal abierta. Incluye también: u.e.d.p. a los servicios de repetición de programas de radio, y de radio por suscripción, redes de radio y radio satelital.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a proporcionar servicios de audio grabación de programas y comerciales radiofónicos (512290, Otros servicios de grabación del sonido); a la prestación de servicios de telecomunicaciones mediante sistemas de televisión restringida alámbrica (517110, Operadores de servicios de telecomunicaciones alámbricas); a los servicios de telecomunicaciones por satélite (517410, Operadores de servicios de telecomunicaciones vía satélite), y a la edición y difusión de programas de radio exclusivamente a través de Internet (519130, Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red).</p>
515120	Transmisión de programas de televisión	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la transmisión de programas de televisión mediante señal abierta. Incluye también: u.e.d.p. a la producción y transmisión de programas realizadas por las estaciones de televisión, y a los servicios de repetición de programas de televisión.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la producción de programas y comerciales para la televisión no realizada por las estaciones de televisión (512112, Producción de programas para la televisión; 512113, Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales); a la distribución de programas para la televisión (512120, Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales); a la producción de la programación de un canal de televisión, con material propio o adquirido, para su distribución a los sistemas de televisión por suscripción (515210, Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales); a la prestación de servicios de telecomunicaciones mediante sistemas de televisión restringida alámbrica (517110, Operadores de servicios de telecomunicaciones alámbricas); a los servicios de telecomunicaciones por satélite (517410, Operadores de servicios de telecomunicaciones vía satélite), y a la edición y difusión de programas de televisión exclusivamente a través de Internet (519130, Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red).</p>

515210	Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la producción de la programación de un canal de televisión, con material propio o adquirido, para su distribución a los sistemas de televisión por suscripción, como sistemas de cable, microondas y sistemas satelitales. Incluye también: u.e.d.p. a la producción de la programación de un canal de televisión integrada con su transmisión directa a los suscriptores de sistemas de cable, microondas y sistemas satelitales.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a la producción de películas en formato de video y programas para la televisión no realizada por las estaciones de televisión (512112, Producción de programas para la televisión; 512113, Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales); a la transmisión de programas de televisión mediante señal abierta (515120, Transmisión de programas de televisión); a la prestación de servicios de telecomunicaciones mediante sistemas de televisión restringida alámbrica (517110, Operadores de servicios de telecomunicaciones alámbricas), y a la edición y difusión de programas de televisión exclusivamente a través de Internet (519130, Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red).</p>
519110	Agencias noticiosas	<p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la recopilación y suministro de material informativo de actualidad mediante reportes de noticias, artículos, fotografías y reportajes especiales para estaciones de radio y televisión, periódicos y revistas.</p> <p>Excluye: u.e.d.p. a los servicios de información por teléfono mediante mensajes pregrabados y servicios de búsqueda de información, por ejemplo, para escritores e investigadores (519190, Otros servicios de suministro de información), y a los escritores, fotógrafos artísticos y servicios de corresponsalía por cuenta propia (711510, Artistas, escritores y técnicos independientes).</p>
Descripciones basadas en el Catálogo del Sistema de Clasificación SCIAN (INEGI, 2013)		

10. REFERENCIAS

- Alonso, G., Bonet, Ll., Garzón, A. & Schargorodsky, H. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. París: UNESCO.
- BOP CONSULTING. (2010). *Guía práctica para mapear las industrias creativas*. Londres: British Council.
- Casani, F., Rodríguez-Pomeda, J. & Sánchez, F. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes Sociales. *Universia Business Review*, 48-69.
- CIJ. (2013). Editorial. Defining defining: The creative industry of definition. *Creative Industries Journal*, 6 (2), 83-87.
- Clark, D. (2009). Crunching creativity: an attempt to measure creative employment. *Creative Industries Journal*, 2 (3), 217-230.
- DOF. (1998). Diario oficial de la Federación. Recuperado de: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4898933&fecha=11/11/1998
- DCMS. (2015). *Creative Industries Economic Estimates January 2015 Statistical Release*. UK; DCMS. Recuperado de: http://www.thecreativeindustries.co.uk/media/281787/creative_industries_economic_estimates_-_january_2015.pdf
- Dutrénit, G., Zaragoza, M., Saldívar, M., Solano E. & Zúñiga-Bello, P. (2013). *Ranking Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación*. Distrito Federal: Foro Consultivo Científico y Tecnológico. 1-208.
- Flew, T. & Cunningham, S. (2010). Creative Industries after the First Decade of Debate. *The Information Society*, 26, 113-123.
- Fundación para la Creativación. (2015). *Definición de creatividad por varios autores*. Recuperado de <http://www.fundacioncreativacion.org/es/blog/el-blog-creativador/definicion-de-creatividad-por-varios-autores/>
- Galloway, S. & Dunlop, S. (2007). A critique of definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International Journal of Cultural Policy*, 13 (1), 17-31.
- Glosario INEGI, INEGI, s.f., Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/aspectosmetodologicos/glosarios/default.aspx> .
- Guzmán Peña, A. R. (2017). Inteligencia Competitiva. Interprende Servicios de Inteligencia e Innovación. Presentación. (Profesor José Habvi) Inteligencia de Mercados. ITESO 2017. Pdf Digital.

- Higgs, P. & Cunningham, S. (2008). Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going? *Creative Industries Journal*, 1 (1), 7-30.
- Industrias Creativas: Cultura Digital. (s.f.) *Políticas Culturales*. Recuperado de <https://industriacreativa.wordpress.com/>
- INEGI. (2013). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2013*. Aguascalientes: INEGI. Recuperado de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/clasificadores/SCIAN/SCIAN_2013/scian2013.pdf
- INEGI, *Consulta INEGI, Censos económicos, 2015*, Censos Económicos INEGI, desde <http://www.beta.inegi.org.mx/app/saic/> .
- Inter-American Development Banc (IDB), O. E. B. C. O. of A. S. (2014). *The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/handle/11319/7747>
- IMSS. (2002). *Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y fiscalización (SECURED)*. Diario Oficial de la Federación (Mexicana), 11 de enero de 2002, desde <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/marco-normativo/reglamentos> .
- Lee, D., Hesmondhalgh D., Oakley, K. & Nisbett M. (2014). Regional creative industries policymaking under New Labour. *Cultural Trends*, 23 (4), 217-231.
- Marinova, E., & Borza, A. (2014). The Creative Economy, The Creative Industries And New Perspectives For Creative Cities. *Managerial Challenges of the Contemporary Society*, 7 (2), 22-26.
- Ministerio de Cultura de Colombia y Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (2005). *Guía para la elaboración de mapeos regionales de industrias creativas*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Piedras, E. (2004). *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el Derecho de Autor en México*. Distrito Federal: Conaculta, CANIEM, SOGEM, SACM.
- Podestá, P. & Hernández, M. (2012). Empresas de base cultural y creativa: Identificación y Clasificación de sus Factores Críticos de Desempeño. *Tec Empresarial*, 6 (2), 17-27.
- Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva, Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia* (2ª ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Rivera, N. (2017, abril 5). Busca Guadalajara ser “Ciudad Creativa” de la UNESCO. *Proceso*. Recuperado 12 abril 2017, de <https://www.proceso.com.mx/481140/busca-guadalajara-ciudad-creativa-la-unesco>

- Ruiz Sevilla, I. (2017). Definición de ROI (Return of Investment). Recuperado de <http://www.ivanruiz.es/definicion-de-roi-return-on-investment/>
- Sandoval, R., Carreón, M., Larragoiti M., Monroy, A., Archundia, L., Padilla, M. & Escorcía, G. (2013). *Mapa de Ruta de Industrias Creativas 2013: Industria y seguimiento de proyectos*. Distrito Federal: ProMéxico.
- SNIEG. (2014). *Glosario de los Censos Económicos 2014 -2015*. México; INEGI. Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/aspectosmetodologicos/glosarios/default.asp>
- UNCTAD. (2008). *Resumen. Informe sobre la economía creativa 2008*. Ginebra: UNCTAD.
- UNCTAD (2010). *Economía Creativa, Informe 2010*. Recuperado de: <http://www.unctad.org/creativeprogramme>
- UNESCO. (2005). *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. París: UNESCO.
- UNESCO-Global Alliance for Cultural Diversity. (s/f). *Comprender las Industrias Creativas: Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. Recuperado de: http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf (2015, Mayo 07).
- UNESCO-UNPD. (2013). *Creative Economy Report. Special Edition: Widening Local Development Pathways*. Nueva York y París: United Nations- UNPD - UNESCO. Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013>