



Objetivo: Aproximarse y caracterizar el intercambio internacional de servicios creativos en México en la última década, para conocer si a través de la cultura se pueden alcanzar algunos de los ODS.

# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



- Contenido:

- La cultura en los Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Los bienes y servicios culturales en el comercio internacional
- Los servicios culturales en el comercio internacional de México
- Conclusiones



# La cultura en los Objetivos de Desarrollo Sostenible

- El 19 de diciembre de 2019 la ONU estableció el 2021 como año internacional de la economía creativa para el desarrollo sostenible.
- La cultura, expresada en productos (bienes y servicios) culturales, es reconocida como elemento relevante para alcanzar el desarrollo sostenible en el mundo.
- La cultura no solo contribuye al desarrollo individual y la formación de identidad, sino que también puede considerarse un área de demanda de recursos que requiere financiamiento y apoyo. Además de aportar a la generación del ingreso y empleo a la economía de un país.

- “Al adoptar un enfoque más transversal e integrado, los vínculos entre la **cultura** y **Objetivos de Desarrollo Sostenible** aparentemente dispares se hacen evidentes, en consonancia con la Agenda 2030 y sus 17 objetivos y 169 metas asociadas, que son de carácter integrado e indivisible”. (UNESCO, 2019: 28).
- “Reconociendo que la economía creativa, conocida en varios países como la “economía naranja”, entraña, entre otras cosas, actividades económicas basadas en el conocimiento y la interacción entre la creatividad humana y las ideas, el conocimiento y la tecnología, así como los valores culturales o el patrimonio artístico y cultural y otras expresiones creativas individuales o colectivas,” (ONU, 2020: 1-2).



# Los bienes y servicios culturales en el comercio internacional

- La UNESCO (2022:5) señala que la cultura y la creatividad generan el 3.1% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y el 6.2% del empleo total en el mundo.

Comercio de bienes culturales por regiones seleccionadas (millones USD)

Exportaciones										
Región	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Asia	5,490,208	6,676,162	6,720,740	7,100,607	7,115,307	6,308,381	6,015,730	7,176,183	7,880,142	7,509,765
Europa	5,903,877	7,032,166	6,826,157	7,173,401	7,108,976	6,089,517	6,028,186	6,621,357	7,327,379	7,036,327
Norteamérica	1,665,067	1,932,605	1,999,518	2,034,749	2,095,488	1,910,958	1,840,343	1,966,491	2,116,349	2,090,382
LA & Caribe	879,266	1,085,653	1,103,789	1,098,151	997,282	874,074	844,573	943,947	1,017,824	989,184
Importaciones										
Asia	5,396,667	6,575,626	6,807,406	7,117,754	7,093,725	6,154,457	5,835,854	6,616,485	7,329,806	6,992,757
Europa	5,867,284	6,944,664	6,617,672	6,741,779	6,721,509	5,728,851	5,790,836	6,386,336	7,037,584	6,773,718
Norteamérica	2,362,185	2,716,081	2,798,771	2,790,325	2,875,769	2,734,395	2,651,160	2,840,160	3,073,279	3,021,969
LA & Caribe	847,275	1,048,516	1,081,840	1,098,469	1,054,062	944,961	864,011	959,575	1,040,802	970,785

Fuente: Elaboración propia con datos de UNESCO (2022)

## Comercio de servicios culturales por regiones seleccionadas (millones USD)

Exportaciones										
Región	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Asia	8,328	10,362	13,592	18,149	22,278	21,235	22,150	27,240	33,692	39,924
Europa	50,615	73,666	79,577	94,013	123,657	112,196	118,330	128,240	140,066	145,071
Norteamérica	50,679	56,584	62,378	62,960	65,052	66,188	65,578	73,473	75,166	70,543
LA & Caribe	534	637	647	733	1,071	1,002	1,188	1,039	1,057	1,126
Importaciones										
Asia	12,668	14,468	17,542	17,429	17,262	16,784	17,340	21,513	23,268	22,807
Europa	47,416	73,733	82,477	92,781	125,027	117,468	126,984	135,765	150,364	155,044
Norteamérica	20,160	23,000	25,254	26,497	29,548	30,806	31,933	39,392	41,352	39,878
LA & Caribe	1,462	1,634	1,595	1,731	2,912	2,161	1,777	2,018	2,355	2,260

Fuente: Elaboración propia con datos de International Trade Center (ITC) (2022)

- La pandemia mundial amplió la brecha de inversión entre países.
- El comercio de los países en desarrollo significa menos del 0.5 % del comercio mundial de bienes culturales.
- La participación de los países en desarrollo en el comercio mundial de bienes culturales se ha estancado en los últimos años.
- Los países desarrollados siguen dominando el comercio de servicios culturales, con el 95% del total de las exportaciones.
- Solamente un 12% de los países desarrollados aceptaron conceder medidas de trato preferente (UNESCO, 2022).

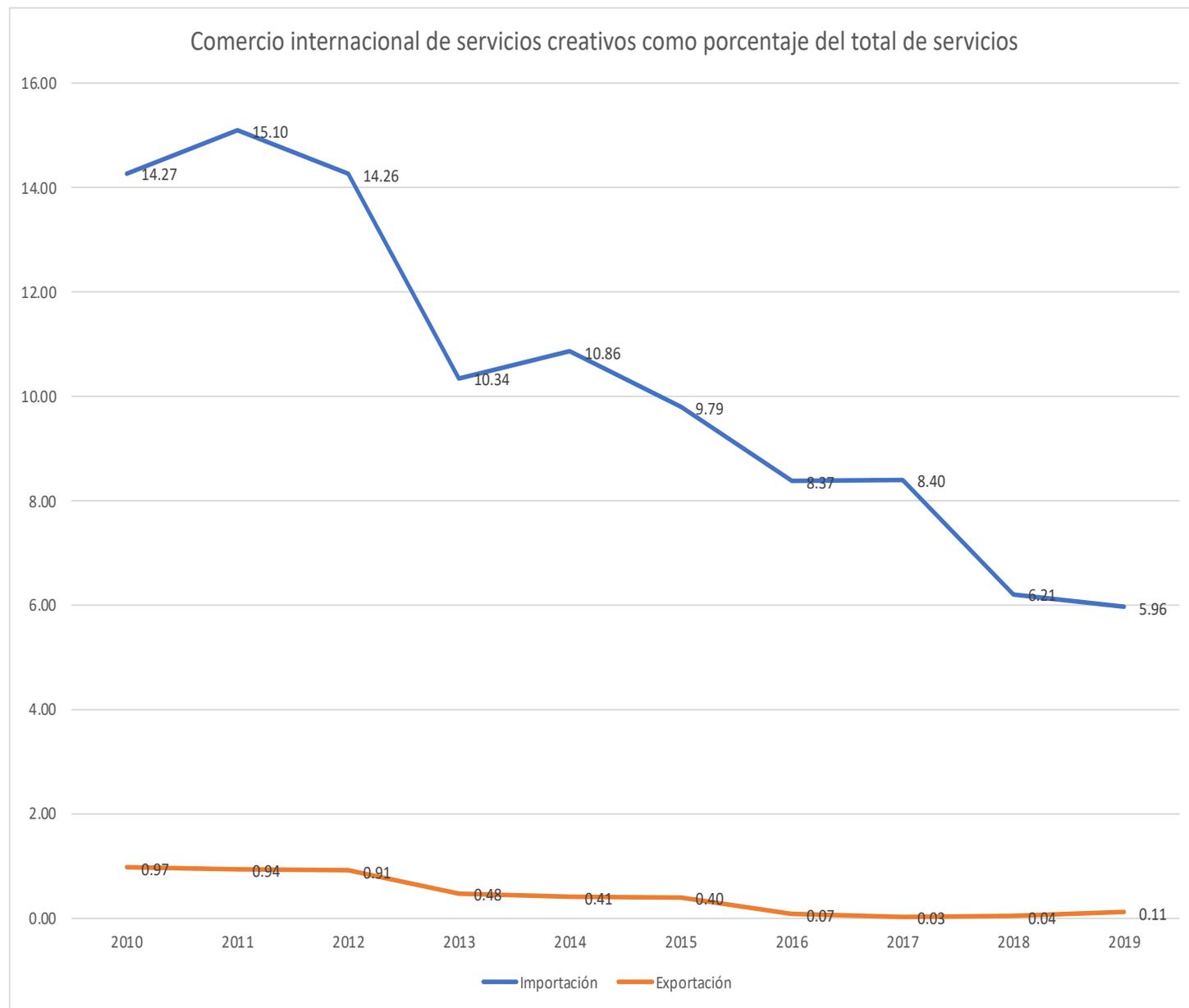


- “En América Latina se observó un impulso sin precedentes en el desarrollo de las Cuentas Satélite de la Cultura (CSC), lo que ha puesto a la región a la vanguardia de estos esfuerzos. Aunque ya había experiencias puntuales de desarrollo de cuentas satélite en áreas de salud o medio ambiente, no hubo sector que acogiera con mayor entusiasmo este esfuerzo, aún cuando se tratara de un desafío mayúsculo debido a la relativa escasez de estadísticas, pero sobre todo a la **resistencia** que sus promotores encontraban entre los mismos **actores de la cultura a concebir posibles manifestaciones cuantitativas y, más aún, monetarias del quehacer artístico y cultural.**” (Convenio Andrés Bello, 2020:24).



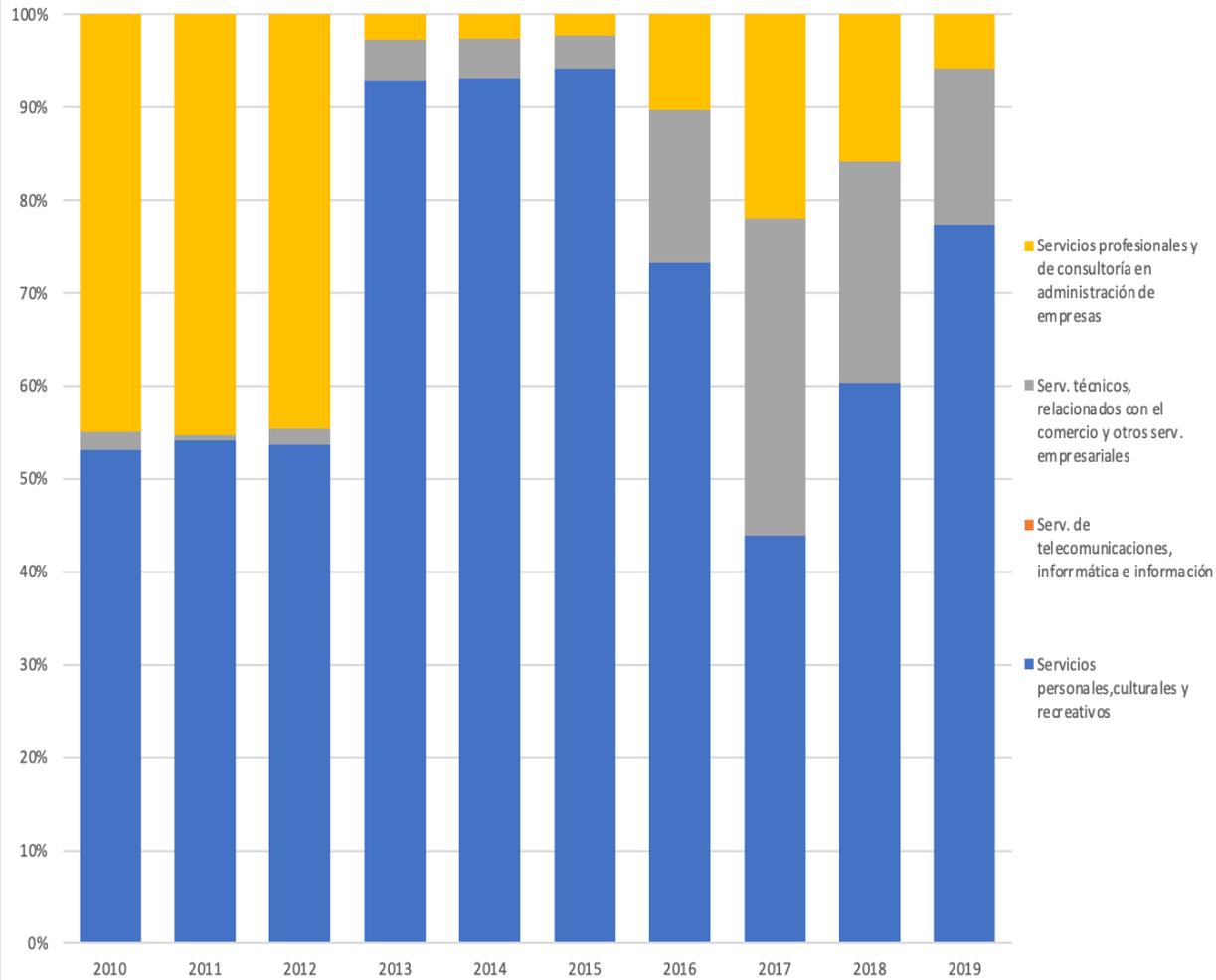
# Los servicios culturales en el comercio internacional de México

- “Los servicios creativos, un elemento importante de la economía creativa, son más complejos de reportar, medir y estimar. Sin embargo, es probable que se conviertan en una de las mayores áreas de crecimiento futuro” (UNCTAD, 2018: 10)

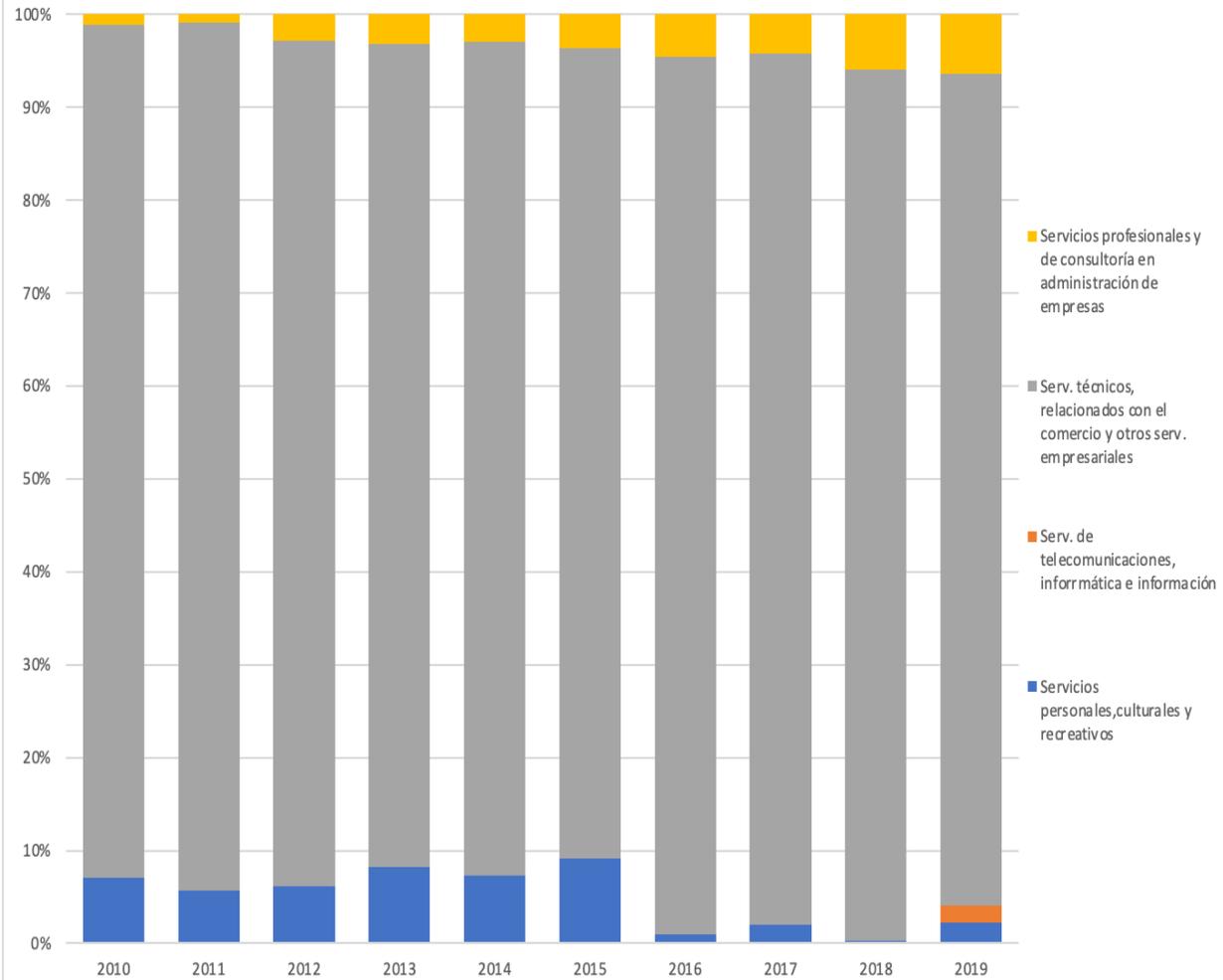


Fuente: Elaboración propia con datos de International Trade Center (ITC) (2022)

EXPORTACIÓN DE SERVICIOS CULTURALES SEGÚN TIPO DE SERVICIO (%), 2010-2019



IMPORTACIÓN DE SERVICIOS CULTURALES SEGÚN TIPO DE SERVICIO (%), 2010-2019



# Conclusiones



- La cultura representada en los diversos productos artísticos constituye, por un lado, una necesidad de expresión de los diferentes pueblos alrededor del mundo, por otro lado, los seres humanos demandamos bienes y servicios creativos para satisfacer necesidades no materiales si no simbólicas.
- La cultura ha comenzado a ser reconocida como parte relevante de los Objetivos de Desarrollo Sostenible reconocidos por los organismos internacionales como la UNESCO, ya que es fundamental para el crecimiento personal, de la sociedad y la economía, así como la sostenibilidad del medio ambiente.

- El comercio internacional de servicios no se puede analizar de manera precisa porque no existen cifras puntuales para el caso de México, aunque es la misma situación para la gran mayoría de los países latinoamericanos, a excepción de Costa Rica y Colombia.
- Los datos señalan que los productos culturales mexicanos han perdido importancia en el mundo, aunque también las importaciones han caído, y no se ven buenas perspectivas en el corto plazo.
- La comercialización de servicios culturales, con los datos obtenidos, permiten señalar que se encuentran muy concentrados en pocas actividades, lo que no permite incidir en aquellos ODS relacionados con la cultura, como son el desarrollo social, local, educativo, comunitario, la cohesión social, la identidad, la internacionalización, lo sanitario, el medio ambiente, igualdad de género, etc.



Gracias por su atención

[jorge.romeroamado@correo.buap.mx](mailto:jorge.romeroamado@correo.buap.mx)

[jra2405@gmail.com](mailto:jra2405@gmail.com)

