



OBSERVATORIO DE
INDUSTRIAS CREATIVAS

INFORME 2013

Valor agregado por las Industrias Creativas en la Ciudad de Buenos Aires



Buenos Aires Ciudad

EN TODO ESTÁS VOS

VALOR AGREGADO POR LAS IC

En este informe presentamos un análisis de la composición y evolución reciente del valor agregado las Industrias Creativas (IC) en la Ciudad de Buenos Aires (CABA) y sus distintos componentes: a saber, las industrias culturales, las actividades culturales y los servicios creativos conexos. Dadas las características propias de la generación de esta información por parte de la Dirección General de Estadística y Censos (DGEyC) del Ministerio de Hacienda del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la información con la que se cuenta llega hasta el año 2011.

EL VALOR AGREGADO BRUTO Y SU UTILIDAD PARA EL ESTUDIO DE LAS IC

La medición del valor agregado bruto (VAB) constituye una herramienta de suma utilidad para comprender el volumen económico creado por distintos sectores de actividad. Para conocer el valor agregado generado por un sector económico específico hay que calcular el total de las ventas finales de ese sector (valor bruto de producción) neto de sus compras de bienes intermedios utilizados en el proceso productivo (que se computan como ventas finales de los sectores que las proveen).

El análisis del VAB de las Industrias Creativas da la posibilidad de comparar a lo largo del tiempo el desempeño comercial de este conjunto y de ponderar el valor que genera en relación a otros sectores de la industria. También permite conocer la capacidad de apropiación de valor de actividades IC en relación a otros eslabones de sus respectivas cadenas productivas. Por otra parte, la propia definición de VAB nos brinda una dimensión adicional de análisis: la de los ingresos. En efecto, la diferencia entre el total del valor comercializado y los consumos intermedios de cada sector compone los ingresos de los distintos actores intervinientes en los procesos de transforma-

ción y/o comercialización. A nuestros fines, esto nos permite calcular la participación de las IC en el ingreso generado por la totalidad de la economía porteña, así como estimar, en base a datos complementarios, la productividad del sector y las remuneraciones correspondientes a los distintos factores productivos.

LA ESTIMACIÓN DEL VALOR AGREGADO POR LAS IC

Conviene notar que, con frecuencia, la información estadística disponible no se adapta al valor generado específicamente por las distintas actividades que componen las Industrias Creativas, conformadas por sectores que en ocasiones funcionan con un carácter transversal. A esto hay que sumar las dificultades conceptuales y de medición que emergen del mismo concepto de *creatividad*, característica que puede reconocerse integrada, en mayor o menor medida, a los procesos productivos de un gran número de industrias (no todas las cuales podrían ser por ello consideradas Industrias Creativas). Aún cuando se delimite el concepto para solo considerar las actividades conocidas tradicionalmente como *culturales* y aquellas otras que resultan particularmente intensivas en la utilización de la *creatividad* como insumo, resulta que tampoco se cuenta con estadísticas que permitan visualizar claramente su impacto, evolución y composición. Es por esta razón que en el análisis del valor agregado por las IC hemos omitido considerar ciertas actividades económicas en su totalidad, como las vinculadas al diseño industrial. Su inclusión, dada la información disponible, nos hubiera llevado a incurrir en un sesgo de medición difícilmente cuantificable del que derivaría un sobredimensionamiento de las IC en la CABA. Por otro lado, algunos eslabones de la cadena de valor de ciertas industrias, como la comercialización minorista de libros y de fonogramas, no pudieron ser incluidos por falta de información¹. A las problemáticas presentadas, deben agregarse aquellas no exclusivas

1. De todas maneras, en próximos informes se realizarán distintas estimaciones de sus respectivos volúmenes comerciales en base a datos sectoriales.

del sector creativo, como es el carácter informal bajo el cual funcionan distintas actividades que por ello quedan excluidas de los registros oficiales.

Diversos estudios de alcance nacional e internacional han reflejado las dificultades que acabamos de mencionar en la medición del VAB de las IC, como así también otras resultantes de la incompatibilidad existente entre los distintos nomencladores utilizados por los organismos estadísticos para dimensionar actividades económicas. Por todo lo expuesto, la información que presentamos a continuación debe interpretarse como una estimación del valor agregado por las IC y no como el cálculo correspondiente a una rama de actividad cuyos límites están formalmente definidos.

IMPACTO DE LAS IC EN LA ECONOMÍA DE LA CABA

Con componentes pertenecientes tanto a la industria manufacturera como a distintas ramas de servicios, las Industrias Creativas no están delimitadas como tales en las mediciones oficiales. No obstante, puede afirmarse que el conjunto de actividades que las conforman poseen una participación nada despreciable en el producto bruto geográfico (PBG) de la Ciudad de Buenos Aires. En efecto, los 38.497 millones de pesos corrientes que generaron las IC en 2011 representan el 9,17% del PBG de la CABA (que ese año alcanzó 419.771 millones de pesos corrientes).

El nivel de participación obtenido puede compararse con el propio de la totalidad de la industria manufacturera, que llega a un 10,95% del PBG a precios corrientes, o a la que consiguen los servicios de intermediación financiera, que logran un 10,82%. El aporte de las IC es superior al de actividades como la construcción y los servicios sociales y de salud, que obtienen alrededor del 5%. La participación de las IC en el PBG solo se ve superada ampliamente por los servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler, que representan el 20,72% del total, y por las actividades comerciales, que representan el

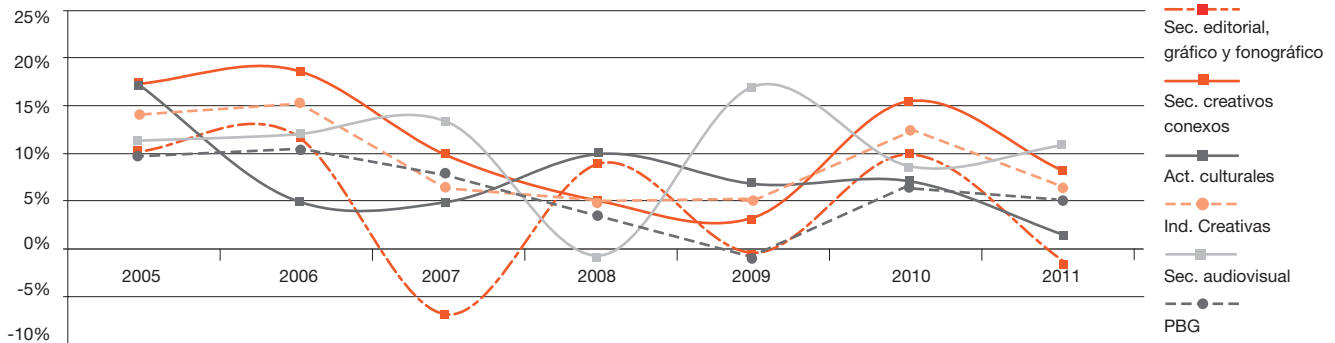
14,52%. Nótese, no obstante, que el primer porcentaje incluye el aporte de servicios creativos conexos como la informática y la publicidad; y que el segundo incluye a la venta minorista de bienes culturales (libros, discos) que no forman parte de la medición del conjunto IC por no ser posible la desagregación de los datos.

En su evolución, la participación del valor agregado por las Industrias Creativas en el PBG de la Ciudad de Buenos Aires ha tenido una tendencia positiva durante el período 2004-2010. Por cierto, solo durante 2007 las IC han crecido, a precios constantes y corrientes, a tasas inferiores a las del grueso de la economía porteñas. Esto se debió a un fuerte estancamiento de las actividades de impresión que, en menor medida, vuelve a observarse en 2011 con una contracción del 0,81% de los volúmenes físicos de todo el agrupamiento “sectores editorial, gráfico y fonográfico” (ver gráfico 1).

Respecto a la caída evidenciada por el mencionado agrupamiento, nótese que si bien la venta al por mayor de libros, diarios, revistas y otros productos de papelería y librería no sufrió en 2011 una reducción en unidades físicas, sí perdió dinamismo: creció a un ritmo de 4,14%, inferior al del nivel general de las IC (y por ende al del PBG). Algo similar sucedió con la edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas, con un incremento a precios constantes del 4,73%, nuevamente inferior al nivel general de las IC. Por otra parte, según datos de la Cámara Argentina del Libro (CAL), 2011 fue uno de los tres años dentro de la última década en el que decrecieron las exportaciones de libros valuadas en dólares. Si bien el registro de títulos y ejemplares de ese año resultó muy alto, parecería haber primado el efecto de la menor demanda externa. En relación a ello, no está de más aclarar que la edición e impresión de libros ocupan solo una parte de la actividad de estos sectores, por lo que el alto registro de títulos y ejemplares en ISBN y el pobre desempeño en edición e impresión no resultan necesariamente contradictorios. Dentro de las actividades del agrupamiento “sectores editorial, gráfico y fonográfico” se incluye la edición de folletos, partituras y otras publicaciones,

Gráfico 1

Variaciones interanuales del PBG y del valor agregado por las Industrias Creativas y sus componentes. Ciudad de Buenos Aires. Años 2005 a 2011. A precios constantes, en porcentajes.



Fuente: elaboración propia sobre datos de DGEyC.

la edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas, la edición y reproducción de grabaciones y las actividades y servicios de impresión en su totalidad.

Aunque su aporte a la dinámica general de las IC resulta bastante menor, las actividades culturales también presentaron una fuerte desaceleración, creciendo tan solo a una tasa de 1,34% en 2011 y contribuyendo negativamente al peso relativo del conjunto. En este caso la razón subyacente fue una contracción de 2,60% a valores constantes de los servicios de bibliotecas, archivos y museos, posición responsable de más de la mitad del valor generado en la categoría. El hecho de que esta posición incluya los “servicios culturales no clasificados previamente” le da tal peso relativo que puede contrarrestar por sí sola los incrementos en los servicios teatrales y musicales (8,3%) y los servicios de espectáculos artísticos y de diversión (3,4%).

Tanto el sector audiovisual como los servicios creativos co-

nexos (principalmente, los servicios informáticos, de arquitectura y publicidad) crecieron por encima del nivel general. En lo que hace a este agrupamiento cabe destacarse el crecimiento durante el período 2004-2011 de la posición “servicios de transmisión no clasificados previamente de sonido, imágenes, datos u otra información” dentro de la cual se registrarían las empresas proveedoras de servicios de Internet. Su crecimiento acumulado para estos siete años fue de 428,78% y de más del doble si se contabilizan las variaciones de precios.

COMPOSICIÓN DEL VAB IC

El mayor aporte al valor agregado por las Industrias Creativas es realizado por los servicios creativos conexos, responsables en 2011 de casi dos terceras partes del total generado por las IC. Menor desempeño económico tienen los componentes que resultan socialmente importantes por los valores simbólicos que transmiten. Las industrias culturales (sector editorial,

Gráfico 2

Participación de los distintos componentes en el valor agregado por las Industrias Creativas. Ciudad de Buenos Aires. Años 2004, 2007 y 2011. A precios corrientes, en porcentajes.

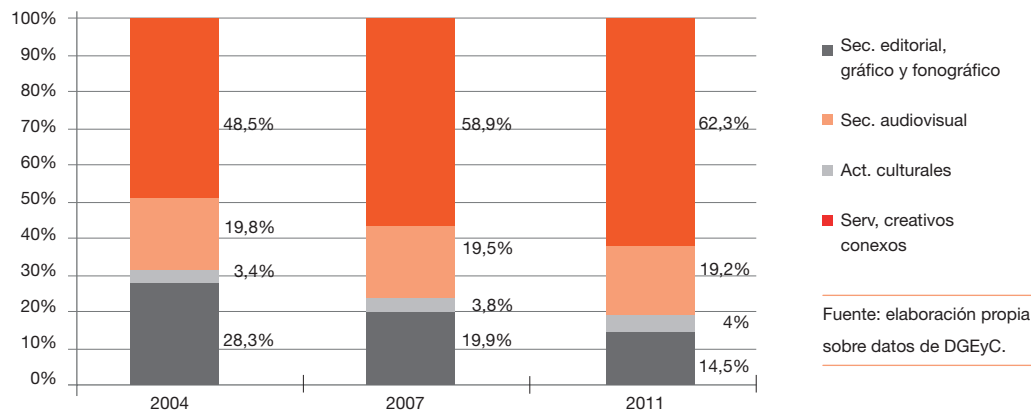


gráfico y fonográfico y sector audiovisual) quedan en un segundo lugar siendo responsables del 33,7% del total. Los valores más bajos corresponden a las actividades culturales, que aportan el 4% (ver gráfico 2).

Los servicios creativos conexos observan, asimismo, una tendencia de crecimiento positiva, en particular debida al comportamiento de los servicios de informática, arquitectura e ingeniería y, en menor medida, de los servicios de publicidad, que en conjunto representan el 96% de esta categoría. En efecto, los servicios creativos conexos representaban un 48,5% del valor agregado a precios corrientes por las IC en 2004 mientras que en 2007 tuvieron una participación del 56,86% y en 2011, del 62,3%.

Nuevamente, el sector que ha perdido más peso relativo entre las IC ha sido el editorial, gráfico y fonográfico, que en 2004 representaba el 28,3% y en 2011 constituía el 14,5%. Esto no se debe solo al crecimiento más acelerado que han tenido los servicios conexos, como queda en evidencia si observamos

la participación del sector al interior de todo el conjunto de industrias y actividades culturales. También aquí ha perdido terreno: en 2004 llegaba 55% del total mientras que en 2011 representaba el 39% (ver gráfico 3).

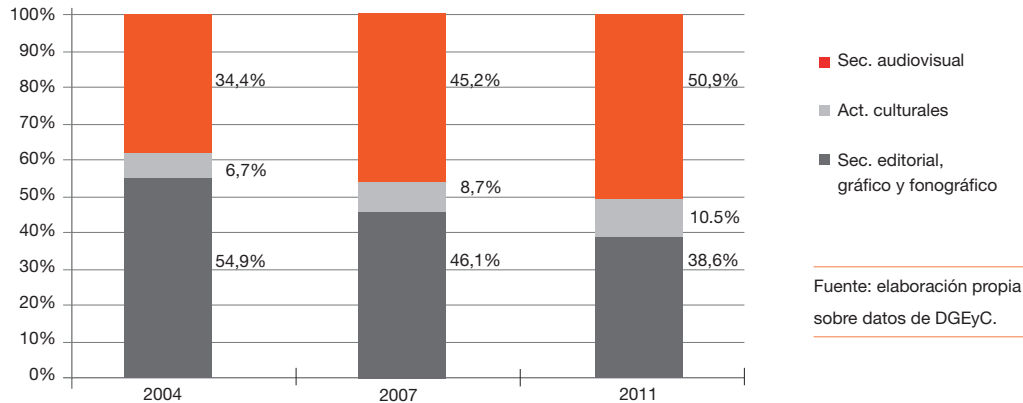
Entre 2004 y 2011, las actividades culturales ganan cuatro puntos porcentuales en de participación en este grupo, pasando del 6,7% al 10,6%². El sector audiovisual también gana terreno, pasando de una participación del 38,4% al 50,9% en el mismo período. Así, contribuye al atraso relativo de las actividades editoriales, gráficas y fonográficas que conforman el 38,6% restante del sector cultural tradicional (industrias y actividades culturales).

En valores acumulados, en el período 2004-2011 se observa que el sector audiovisual alcanza un crecimiento del 102% a valores constantes y del 418% si se tienen en consideración

2. Su aporte en el último año fue de 1.528 millones de pesos corrientes, el 4% del total generado por las IC.

Gráfico 3

Participación de los componentes en el total del valor agregado por las industrias y actividades culturales. Ciudad de Buenos Aires. Años 2004, 2007 y 2011. A precios corrientes, en porcentajes.



los aumentos de precios del sector durante esos siete años. El sector editorial, gráfico y fonográfico, en cambio, creció en el período un 40% a valores constantes y un 174% a valores corrientes, lo que explica la caída de su participación. Dado que partía de un piso considerablemente más alto, fue recién en 2009 que el audiovisual lo superó.

EVOLUCIÓN EN EL ÚLTIMO AÑO

El valor agregado conjunto de las IC alcanzó un valor a precios corrientes de 2011 de 38.497 millones de pesos, luego de crecer a valores constantes un 6,4% respecto de 2010, mientras que el PBG porteño estuvo en el orden de los 419.771 millones, creciendo al 6% anual. A precios corrientes los incrementos fueron más cercanos, de un 28,3% para la Ciudad y de un 28,35% para las IC. Ambas presentan una desaceleración respecto de 2010, si bien la misma fue más leve para el nivel general de actividad que para las IC. Como se explicó, los sectores editorial, gráfico y fonográfico fueron, en 2011 y según

las mediciones registradas por la DGEyC, la única categoría que en tanto conjunto agregado decreció en valores absolutos.

Los mayores aportes al crecimiento del VAB de las IC fueron de parte del sector audiovisual y los servicios creativos conexos. En el caso del audiovisual, el incremento global de 11,27% a valores constantes para el sector se debió principalmente al impulso de los servicios de transmisión de radio y TV (11,55% de crecimiento en 2011) que aún representan más de la mitad del VAB audiovisual. También hicieron su parte los servicios de transmisión no clasificados previamente de sonido, imágenes, datos u otra información, categoría que incluiría servicios de Internet, con un crecimiento de 46,84%. El valor agregado por ambas actividades a precios corrientes pasó de los 4.100 millones de pesos en 2010 a los 5.725 en 2011, representando en este último año el 78% del sector audiovisual y el 15% del total de las IC. Las actividades de producción, distribución y exhibición de filmes y videos no presentaron un crecimiento a valores constantes significativo durante 2011. Solo el eslabón de la exhibición, probablemente

por el incremento en el precio de las entradas, presentó un incremento a valores corrientes superior al de la media de las IC, alcanzando el 34,19%.

Por otro lado, se destaca el desempeño de los servicios creativos conexos, la rama que no pertenece al sector cultural tradicional y que posee una mayor vinculación con la evolución favorable del resto de la economía. Con una dinámica que diverge de la propia del sector cultural, los servicios de informática y *software*, de publicidad, y de arquitectura e ingeniería sirven a modo de insumo para muchos otros sectores de actividad. Han sido estas tres actividades, que en conjunto representan a valores corrientes el 60% de las IC, los que más han contribuido al crecimiento de las mismas, aportando cerca del 63% de los incrementos a valores constantes y corrientes.

El 2011 fue un gran año para el sector de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Si bien la posición de actividad de la que se dispone para medir efectivamente los ingresos del sector incluye una amplia gama de actividades vinculadas (servicios informáticos y actividades conexas), se destaca que las TIC, en particular, y más precisamente las actividades de desarrollo de software y servicios informáticos tuvieron su mejor año en cuanto a incrementos en sus ventas en dólares desde 2005, según datos de CICOMRA. Esto contrasta con la desaceleración de las ventas que marcó al sector en 2012.

Si bien considerar la evolución de los precios corrientes no permite distinguir si las variaciones se deben a simples aumentos de precios o a auténticos incrementos en las cantidades producidas, dada la información ya presentada, creemos oportuno presentar la estructura interna de generación de valor de las IC para los distintos años considerados (ver gráfico 4).

OTROS ANÁLISIS: COEFICIENTES DE VALOR AGREGADO Y DINÁMICA DE PRECIOS

Los coeficientes de valor agregado nos muestran cuánto del valor comercializado por un sector corresponde a valor generado por el mismo y no a insumos obtenidos de otros eslabones del circuito productivo. En la medida en que la estructura del mercado lo permita (es decir, que la competencia no lleve a la reducción de los márgenes), si un sector establece un precio de venta para sus bienes o servicios que excede ampliamente el valor de sus consumos intermedios, el coeficiente de valor agregado resultante será alto. Dado que un coeficiente de valor agregado alto para una actividad determinada no necesariamente implica procesos de transformación de mayor complejidad ni un alto nivel de incorporación de tecnología, estos datos deben interpretarse con cuidado.

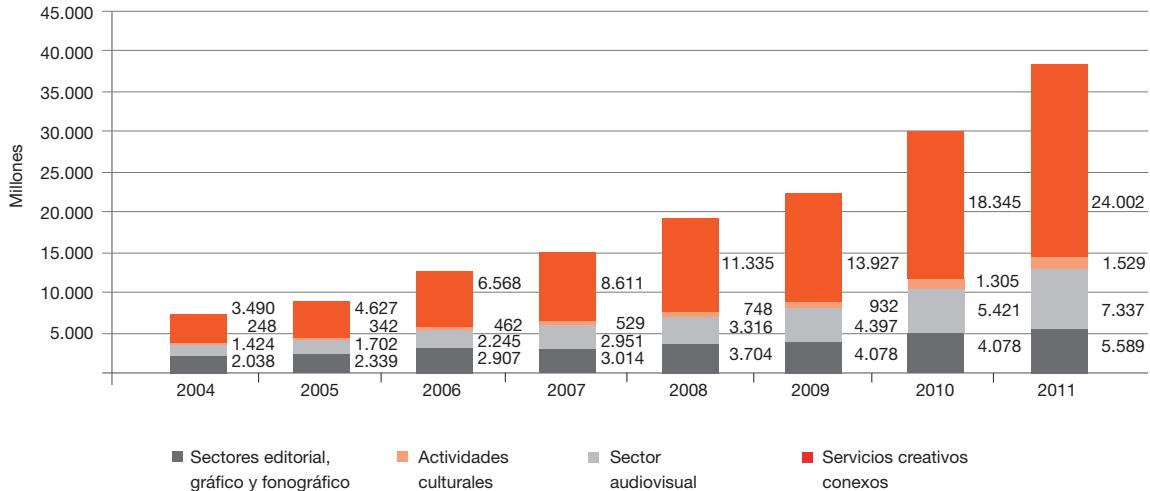
En el caso de las Industrias Creativas, los coeficientes de valor agregado resultan muy heterogéneos. En efecto, dentro de las IC podemos distinguir actividades con coeficientes de VA muy por encima de la media: es el caso de la venta mayorista de libros, productos de papelería y de librería (79% en 2011), de los servicios de bibliotecas, archivos, museos y servicios culturales (68%) y de los servicios de arquitectura e ingeniería (69%). Con coeficientes bajos encontramos los servicios de radio y televisión (22%) y los de publicidad (35%). No obstante, a nivel general, las IC consiguen un coeficiente cercano al 50%, más cercano a ramas de actividad vinculadas a los servicios que a aquellas de tipo industrial o comercial.

Observando la relación entre los valores corrientes y constantes para las distintas actividades del sector creativo, podemos obtener una medida estimada de su dinámica de precios. Esto surgiría como cociente entre los valores corrientes y constantes de un año determinado. El resultado, sin embargo, no debe ser considerado un índice de precios para consumo, dado que el objeto de la medición no es una canasta representativa de bienes demandados, sino la totalidad de lo producido por las empresas registradas en cada posición de actividad.

Gráfico 4

Evolución del valor agregado por las Industrias Creativas. Ciudad de Buenos Aires. Años 2004 a 2011. A precios corrientes, en millones de pesos.

Fuente: elaboración propia sobre datos de DGEyC.



Aplicando este análisis a la situación de las Industrias Creativas en 2011, observamos que la relación entre el valor agregado a precios corrientes y el valor agregado a precios de 2004 (que tomamos como año base) denota diversidad en los incrementos de precios de las distintas ramas IC. Sectores como el editorial, gráfico y fonográfico en conjunto presentaron en 2011 un nivel de precios un 96% por encima del que tenían en 2004. El valor obtenido está muy por debajo del incremento implícito en el PBG de la CABA, que fue del 191%, lo que implica un incremento promedio de 16,5% anual para la Ciudad, cercano al nivel general de las IC³. No sucede

lo mismo con los restantes sectores IC.

De hecho, en otro extremo, los servicios creativos conexos (y en particular, los de publicidad), tuvieron una dinámica de precios más favorable: consiguió un incremento de 237% en 6 años (a un 18% anual promedio). El sector audiovisual, por su parte, obtuvo un incremento generalizado del 155%, levemente por debajo de la media, aunque con una fuerte aceleración en el último año. Finalmente, las actividades culturales parecen haber tenido la evolución más empinada, con incrementos del orden del 275% en estos siete años.

3. Esta distancia del sector editorial respecto del nivel general no debe confundirse con rezago en el precio de los libros dado que este agregado comprende actividades de edición e impresión que no se corresponden exclusivamente con el sector librero y además no contempla la evolución del segmento de venta minorista.