



# **ECONOMIA CREATIVA DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES: SU VALOR AGREGADO**



# **Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**

## **JEFE DE GOBIERNO**

Mauricio Macri

## **VICEJEFA DE GOBIERNO**

Gabriela Michetti

## **JEFE DE GABINETE**

Horacio Rodríguez Larretta

## **MINISTRO DE DESARROLLO ECONÓMICO**

Francisco Cabrera

## **SUBSECRETARIO DE INVERSIONES**

Carlos Luis Pirovano

## **DIRECTORA GENERAL DE INDUSTRIAS CREATIVAS**

María Alejandra Ungaro

## Dirección General de Industrias Creativas

*El presente informe ha sido elaborado por Luciano Borgoglio del OIC, Observatorio de Industrias Creativas, dependiente de la Dirección General de Industrias Creativas del Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.*

### DIRECCION GENERAL DE INDUSTRIAS CREATIVAS

#### COORDINADORA GENERAL

Alba Ferrero

### OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS

#### Coordinación

Fernando Arias

#### Equipo de Investigación

Gabriel Mateu

Luciano Borgoglio

*Fecha de cierre de la presente publicación: 29 de septiembre de 2008*



**OBSERVATORIO DE  
INDUSTRIAS CREATIVAS**

Mail: [observatoriocultural@buenosaires.gov.ar](mailto:observatoriocultural@buenosaires.gov.ar)

Web: [www.buenosaires.gov.ar/observatorio](http://www.buenosaires.gov.ar/observatorio)

# **Economía Creativa de la Ciudad de Buenos Aires: su Valor Agregado**

## **Introducción**

### **Objetivo del estudio**

El objetivo principal de este estudio es realizar un análisis pormenorizado de mediano plazo de la composición y evolución del Valor Agregado de las Industrias Creativas (IC) en la Ciudad de Buenos Aires y su aporte al Valor Agregado global porteño durante el período 2003-2007.

Este documento es un adelanto del Informe sobre la Economía Creativa de la Ciudad de Buenos Aires que se encuentra elaborando el Observatorio de Industrias Creativas (OIC), el cual incluirá otros módulos con el análisis de información correspondiente al empleo generado por las IC en la Ciudad de Buenos Aires y el comercio exterior de este conjunto de actividades. Estos estudios completarán un panorama de las reales potencialidades del sector como factor de desarrollo económico y social para la ciudad y el país.

Se ha tomado como punto de partida el año 2003 debido a que se ha querido estudiar la evolución con posterioridad a la grave crisis económica ocurrida en 2001-2002, mientras que 2007 es el último año para el que se cuenta con la información estadística necesaria. El contexto general del período analizado es el de una fuerte recuperación sostenida luego de la citada crisis aunque con visibles indicios de una desaceleración hacia el final del mismo.

Este análisis continúa los estudios anteriores del OIC realizados sobre el conjunto de las Industrias Culturales ampliando el rango de actividades analizadas, en particular, incluyendo aquellas relacionadas con el diseño. Por este motivo, es esperable que el conjunto represente un volumen de actividad económica mayor que la estudiada con anterioridad, por lo cual estas estimaciones no son estrictamente comparables con los análisis previos.

Agradecemos a la Dirección General de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires por habernos gentilmente facilitado los datos estadísticos empleados en este estudio<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Agradecemos especialmente a José Núñez por sus pertinentes comentarios acerca de las estadísticas empleadas. Los eventuales errores u omisiones son de nuestra absoluta responsabilidad.

## El enfoque de Industrias Creativas

Según la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), en un documento pionero en esta materia, las Industrias Creativas “se encuentran en la intersección entre el arte, la cultura, los negocios y la tecnología [...] comprenden el ciclo de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan capital intelectual como su insumo primario [...] Abarcan desde la música, los libros, la pintura y las artes dramáticas, hasta subsectores de alto índice tecnológico como la industria del cine, la radiodifusión, la animación digital y los video juegos, también incluyendo los sectores orientados a la prestación de servicios tales como la arquitectura y la publicidad. Todas estas actividades requieren un alto índice de talentos creativos y pueden generar ingresos por medio del comercio y de los derechos de la propiedad intelectual.”<sup>2</sup>

A los efectos de este estudio se hizo operativo el concepto incluyendo solamente las actividades susceptibles de ser estudiadas adecuadamente mediante las estadísticas disponibles de Valor Agregado. Esto obligó a excluir actividades completas (como por ejemplo el diseño industrial) o bien eslabones de la cadena de valor de ciertas actividades (por ejemplo el comercio de discos) por no ser adecuadamente identificables en las estadísticas disponibles. Los estudios previos en esta materia coinciden en subrayar que los clasificadores de actividades económicas vigentes no reflejan adecuadamente la estructura de las Industrias Creativas por lo cual es problemático captar el pleno alcance de estas actividades y su composición<sup>3</sup>. Debido a estas restricciones, debe enfatizarse que los datos de este estudio deben considerarse *estimaciones*: las IC no constituyen una rama de actividad propiamente dicha como sí lo hacen la Industria Manufacturera, la Construcción, el Comercio, etc., sino que representa una estimación de un conglomerado de actividades que atraviesa a un conjunto de estas ramas.

Con el doble propósito de simplificar la exposición y agrupar actividades que presentan características comunes, se subdividió el conjunto de las IC en 4 grandes ramas: 1) *Industrias culturales* (artes visuales y escénicas, libro, diarios y revistas, música); 2) *Industrias del audiovisual y medios* (cine, TV, radio, Internet); 3) *Industrias diseño-intensivas* (diseño textil, de moda, arquitectónico, de software); y 4) *Otros servicios creativos* (servicios de agencias de noticias, publicidad, fotografía, bibliotecas, archivos y museos, servicios empresariales –incluye otras actividades de publicidad, traducción y diseño textil y de moda-). A su vez, se ha considerado conveniente subdividir las industrias diseño intensivas en dos grupos: I) Diseño textil y de moda; y II) Diseño arquitectónico y de software; debido a que presentan una evolución dispar y el primer grupo está orientado a bienes mientras que el segundo a servicios.

La cuarta categoría comprende actividades que no es posible clasificar en sólo una de las restantes, debido a presentar una cualidad transversal: los servicios de agencias de noticias y de publicidad son utilizados tanto por

---

<sup>2</sup> Informe sobre la economía creativa. Reporte 2008. UNCTAD

<sup>3</sup> *Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin*, DMCS, Gran Bretaña, 2007.

medios gráficos como audiovisuales, los servicios de fotografía pueden utilizarse con fines artísticos-culturales o de publicidad, las bibliotecas, archivos y museos pueden albergar potencialmente materiales de cualquiera de las ramas (por ejemplo, libros, discos, pinturas, esculturas, filmes, etc., etc.) y por último *Servicios empresariales* incluye actividades de las *Industrias culturales* (las relacionadas con la traducción) y de las *Industrias diseño-intensivas* (diseño textil y de moda).

### **Estudios empíricos previos**

Existe un elevado número de estudios que intentan medir el impacto económico de las Industrias Creativas en diversos países, tanto en términos de Valor Agregado o producto como de comercio internacional y de empleo. En general, coinciden en enfatizar la importancia creciente de estas actividades, sea a nivel nacional o global.

Algunas de las conclusiones salientes de estos estudios se exponen a continuación:

- a) La participación de las industrias de derecho de autor dentro del Producto Bruto Interno de EE.UU. es del 12% y generan el 4% de la fuerza laboral<sup>4</sup>.
- b) El aporte de las Industrias Creativas al PBI de de Gran Bretaña es del 7,3% y de cerca del 5% del empleo<sup>5</sup>.
- c) El sector cultural y creativo en Francia aportaba un 3,1% del PIB en 2003<sup>6</sup>.
- d) En la Argentina la economía cultural participa en un 3% del PBI en 2005. En Brasil participa con el 1,4 % y en Uruguay con el 3,4 % de los respectivos productos nacionales<sup>7</sup>.

Debe tenerse en cuenta que las diferencias en las metodologías y estadísticas empleadas en los estudios de cada región hacen dificultosa la comparación de sus resultados. De todas maneras, es evidente la visibilidad que estas actividades están ganando tanto a nivel académico como de gestión, así como el esfuerzo de producir constantemente mayor y mejor información para el dimensionamiento y caracterización de las IC. Este trabajo es una contribución en ese sentido.

---

<sup>4</sup> *Industrias Culturales y Derecho de Autor*, en Jornadas de Derecho de Autor, organizadas por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). México D.F., 6 y 7 de septiembre de 2005

<sup>5</sup> *Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin*, DMCS, Gran Bretaña, 2007.

<sup>6</sup> *Informe sobre la economía creativa. Reporte 2008*. UNCTAD

<sup>7</sup> *Cuenta Satélite de Cultura. Primeros pasos hacia su construcción en el MERCOSUR Cultural*. Ministerio de Cultura de la Nación Argentina, 2006.

# Evolución y composición del Valor Agregado de las IC

## Definiciones

El Valor Agregado Bruto representa el valor que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo en el curso de un año. Tiene la ventaja de medir la actividad económica sin incurrir en duplicaciones, ya que resulta de la diferencia entre el Valor Bruto de la Producción (VBP) y el Consumo Intermedio (CI), es decir, no incluye el valor de los bienes intermedios empleados en el proceso de producción que ya fueron computados como bienes finales de los establecimientos a los cuales se realizan dichas compras. En términos de una empresa individual, el VAB es la diferencia entre las ventas totales de la empresa y las compras que ésta realiza a otras empresas<sup>8</sup>. Los datos de VAB están expresados en precios básicos, lo cual es relevante en cuanto al tratamiento de los impuestos: el VBP excluye todos los impuestos a los productos y el CI incluye todos los impuestos a los productos distintos del IVA<sup>9</sup>.

Se emplean datos de Valor Agregado tanto a precios corrientes como a precios constantes de 1993, según el caso. El empleo de series a precios constantes permite analizar la evolución aislando la variación de los precios, ya que se fijan a los del período base 1993. Las series a precios corrientes valúan el producto a los precios del momento considerado, por lo que una variación de la serie puede deberse a un cambio en las cantidades, a un cambio en los precios o a ambas cosas a la vez. La comparación de estas series permite bosquejar la evolución de los precios que se oculta en la evolución diferencial de ambas. Debe tenerse en cuenta, además, que los datos correspondientes a 2007 son provisorios, por lo que su interpretación debe ser realizada con cautela.

La selección de actividades económicas de este estudio se hizo a través del nomenclador ClaNAE-97 (Clasificador Nacional de Actividades Económicas-97) empleando códigos de 2 a 5 dígitos según la disponibilidad de información de la fuente consultada. Debe destacarse nuevamente la dificultad que presenta el nomenclador para realizar dicha selección, ya que en general no es posible discriminar con exactitud a las actividades creativas y separarlas de otras que no lo son pero se encuentran agrupadas en el mismo código de actividad. Esta situación se agrava en tanto y en cuanto se empleen códigos con baja desagregación (2 ó 3 dígitos) por la no disponibilidad de datos más desagregados y conduce a cierta sobremedición del sector.

Por otra parte, dicha sobremedición puede verse compensada por la existencia de actividades creativas que no ha sido posible incluir completamente en este estudio debido a que no están lo suficientemente

---

<sup>8</sup> Si además se le restara la depreciación del capital (el costo de reponer el desgaste de los bienes de capital acaecido en el período), arribaríamos al Valor Agregado Neto.

<sup>9</sup> Otro concepto relacionado, el Producto Bruto Geográfico, resulta de sumar al VAB los impuestos específicos (a los cigarrillos, las bebidas alcohólicas, las primas de seguros, etc.). La sumatoria del Producto Bruto Geográfico para las 24 jurisdicciones subnacionales es conceptualmente igual al Producto Bruto Interno. Debido a que las actividades analizadas en este estudio no son susceptibles de esta tributación, ambos conceptos coinciden en dicho conjunto de actividades.

reflejadas en el nomenclador ClaNAE-97, aún tal como están definidas las actividades a 5 dígitos. El caso paradigmático de este inconveniente es el diseño gráfico, que participa en el valor agregado de un número muy elevado de productos e incluye variadas actividades, tales como: diseño de marca, desarrollo de imagen institucional, diseño editorial, diseño Web, piezas de comunicación interna y externa, papelería, folletería, señalética, newsletters, gráfica para envases y embalajes, aplicaciones de marca a productos varios, presentaciones digitales, animaciones, afiches, etc., etc. Por ejemplo, con el nomenclador resulta imposible separar el valor agregado del packaging y su contenido y mucho menos aislar el valor agregado por el diseño de marca en un producto determinado. Con estas salvedades, aclaramos que un subconjunto del campo del diseño gráfico se encuentra reflejado en las actividades de *Edición e impresión* de la rama 22.

La misma problemática se observa en el diseño industrial, que agrega valor a un vasto conjunto de bienes como muebles, juguetes, equipamiento urbano, envases y packaging, electrodomésticos, productos para la salud, merchandising, productos de decoración, productos de electrónica, herramientas y utensilios, productos para la industria alimenticia, elementos para la arquitectura, stands y expositores, maquetería, diseño de piezas y un largo catálogo de actividades que no ha sido posible incluir debido a que están dispersas en un gran número de códigos y por imposibilidad de aislar el componente de diseño de estos bienes del volumen de Valor Agregado, por lo que la inclusión de este elevado número de códigos en su totalidad implicaría una gran sobremedición.

En este estudio sí se ha incluido el diseño textil y de moda, incluyendo actividades de confección de textiles, prendas, accesorios y calzados, dado que estas actividades se concentran en un número reducido de códigos<sup>10</sup>. Si bien el componente de diseño representaría una fracción del volumen de estas actividades, no existen estudios rigurosos que estimen dicha fracción por lo que se opta por imputar la totalidad de las mismas. Debido a que la fracción citada puede suponerse relativamente constante en el período de tiempo analizado, la evolución del conjunto puede ilustrar la evolución de dicha fracción. De todos modos, con el objetivo de arribar a una estimación conservadora del aporte de las IC como porcentaje del Valor Agregado global porteño, se excluyeron estas actividades para evitar la sobremedición que ellas implican<sup>11</sup>. Por último, recordamos que una porción de las actividades de servicios de diseño textil y de moda se encuentra incluida en los *Servicios empresariales*.

Habiendo hecho explícitas las dificultades en cuanto al empleo del nomenclador y las fuentes estadísticas consultadas, inconvenientes compartidos por todos los estudios de impacto económico de las Industrias

---

<sup>10</sup> Esta misma estrategia es seguida por el *Department for Culture, Media and Sport* de Gran Bretaña en su *Creative Industries Economic Estimates* de 2007. En dicho trabajo se establece que no puede determinarse el aporte de las actividades del diseño fuera del textil y de moda, y en estas actividades se aplica un coeficiente del 5% al total de los códigos involucrados. En dicho estudio no se justifica ese porcentaje imputado.

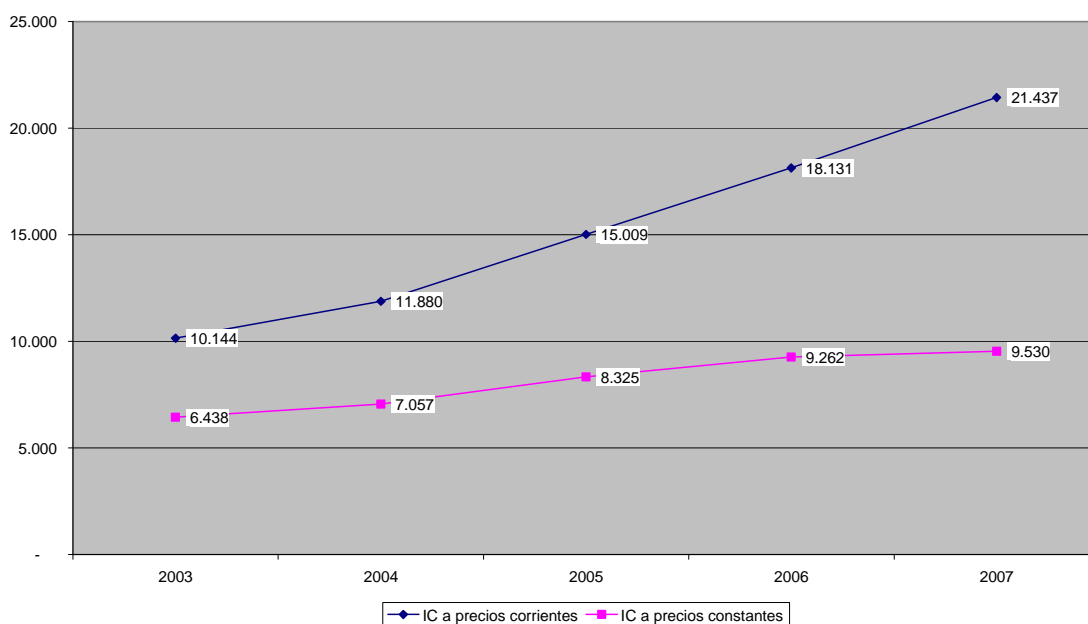
<sup>11</sup> El detalle de las actividades seleccionadas junto con los datos desagregados a ese nivel puede consultarse en el *Anexo estadístico*.

Creativas que utilizan fuentes secundarias, debe aclararse que la selección de actividades es exactamente la misma para todos los años analizados, por lo que los datos son estrictamente comparables entre sí y la evolución delineada por los mismos puede considerarse un reflejo adecuado de la evolución del conjunto de las Industrias Creativas dadas las limitaciones de las fuentes de información.

## Evolución general

El conjunto de las IC ha evolucionado favorablemente en el período 2003-2007, tanto a precios corrientes como constantes, habiendo crecido en el primer caso, de punta a punta, un 111% y en el segundo un 48%. Esto implica que del citado aumento total de *valor* experimentado por el conjunto de las industrias creativas, un 43% se debe a un incremento de las *cantidades* y el restante 57% se debe a un aumento de los *precios*.

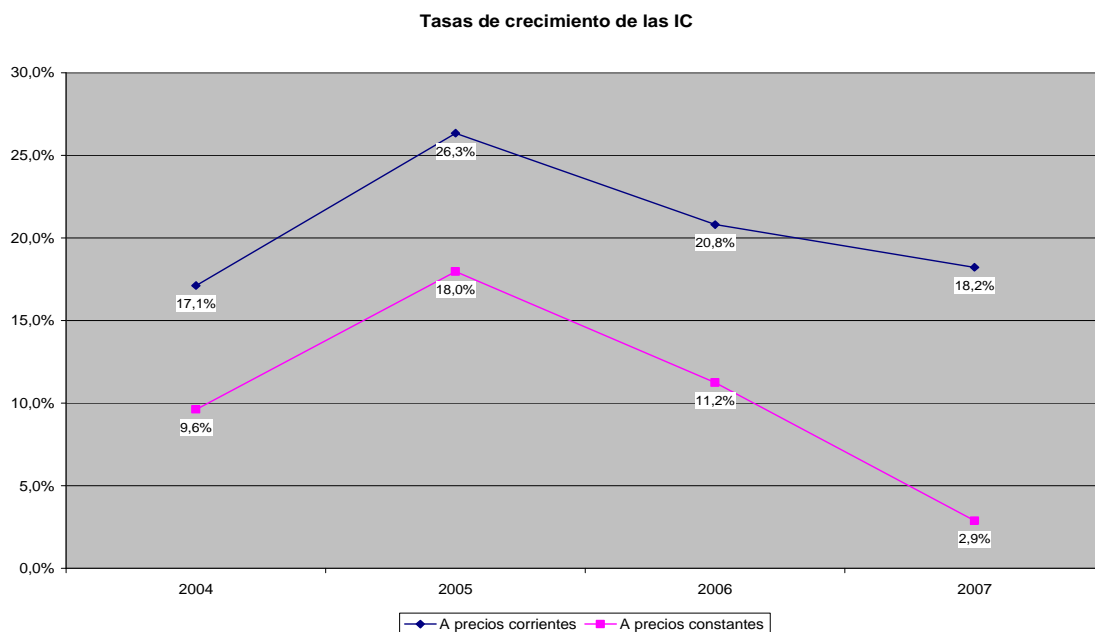
Evolución del Valor Agregado de las IC - En millones de pesos



Fuente: DGEyC

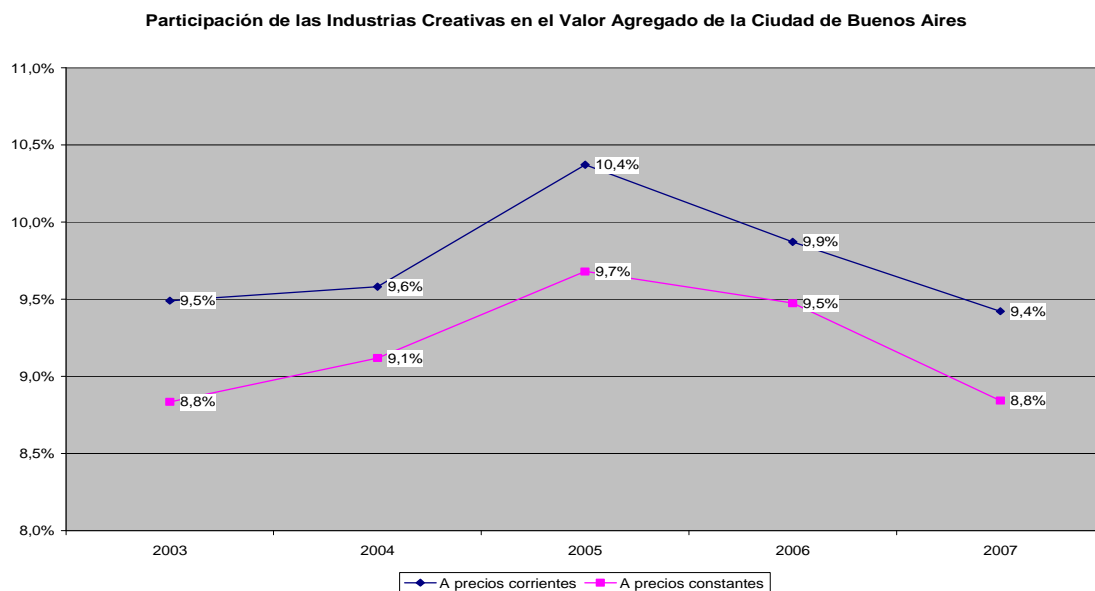
El aumento sostenido de la brecha entre la serie a precios constantes y a precios corrientes indica que además de haber aumentado continuamente las cantidades también lo han hecho los precios del conjunto de las IC, particularmente hacia el final del período. De hecho, la evolución implícita de los precios que surge de ambas series implica que las *tasas de crecimiento* de los precios (y no sólo su nivel) aumentan sistemáticamente a lo largo del período. Por otro lado, las tasas de crecimiento de las cantidades, reflejada en la serie a precios constantes, evidencian el comportamiento inverso, con un pico en el año 2005 y una importante desaceleración continua del crecimiento hasta el final del período. La fuerte desaceleración del crecimiento a precios

constantes hace que incluso la serie a precios corrientes reduzca sus tasas de crecimiento<sup>12</sup>.



Fuente: DGEyC

En términos de su aporte al Valor Agregado global porteño, tanto a precios corrientes como constantes, las IC han incrementado su participación hasta el año 2005 y posteriormente ésta ha declinado suavemente hasta la actualidad<sup>13</sup>:



Fuente: DGEyC

<sup>12</sup> En todos los casos en que se consideren *tasas de crecimiento*, éstas indican la variación porcentual entre el año inmediatamente anterior y el corriente. Por ejemplo, la tasa 2005 indica la variación experimentada entre 2004 y 2005.

<sup>13</sup> Recordamos que se realizó en este caso una estimación conservadora, excluyendo las *Industrias diseño-intensivas II*.

De todas maneras, debe destacarse que la participación de las IC se ha mostrado muy estable: ha evolucionado en el rango de solamente un punto porcentual (pp.) a lo largo del período, tanto a precios constantes como corrientes, prácticamente retomando en 2007 su posición en 2004. En este sentido, es conveniente comparar esta evolución con algunas de las ramas de actividad de las cuales forman parte las actividades de las IC: la *Industria manufacturera* porteña en su conjunto ha retrocedido 4,7 pp. a precios corrientes y 1,5 pp. a precios constantes, mientras que también han retrocedido los *Servicios comunitarios, sociales y personales* entre 2003 y 2007. Las IC, entonces, han evidenciado una evolución superior a las ramas de bienes y servicios citadas.

En términos de su impacto económico, las IC representan una participación superior a 11 de las 16 grandes ramas de actividad de la Ciudad en el año 2007 en lo que respecta a la generación de Valor Agregado. El aporte de las IC supera incluso al de la *Construcción* (5,8%), *Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria* (5,3%), *Servicios de hotelería y restaurantes* (4,7%), *Servicios sociales y de salud* (4,1%) y *Enseñanza* (3,2%), por citar sólo algunas que por sí mismas representan participaciones significativas<sup>14</sup>.

En definitiva, podemos establecer que las IC representan una participación muy significativa del Valor Agregado porteño, al tiempo que tal participación se muestra estable a lo largo del período considerado.

### **Estructura y evolución de los sectores**

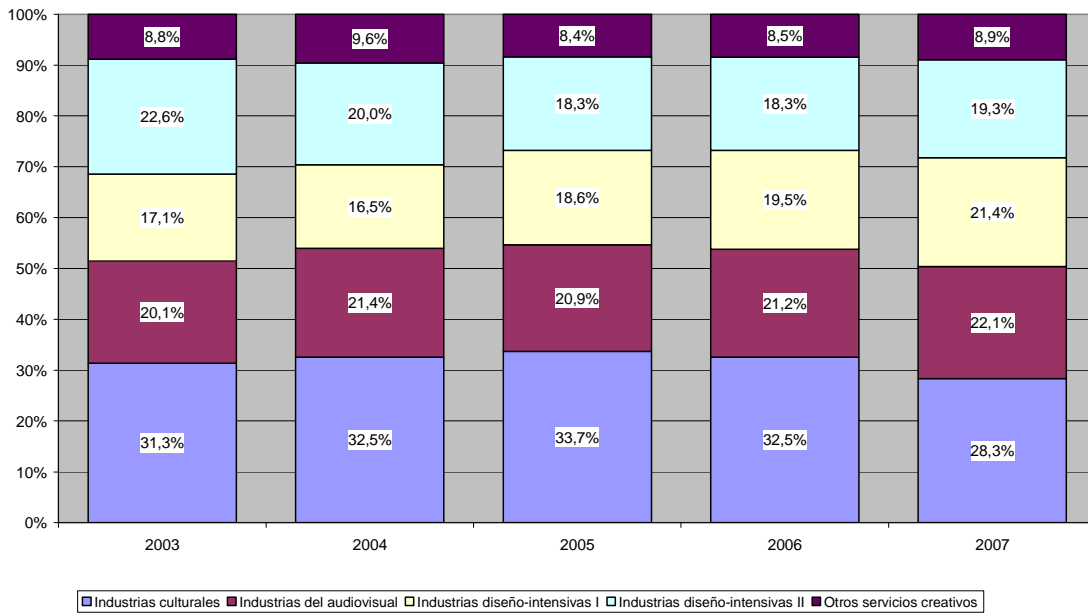
La evolución general bosquejada en el apartado anterior y la relativa estabilidad de su aporte a la economía porteña enmascara los importantes trasvasamientos ocurridos entre los distintos sectores de las IC. El análisis de las posiciones que ganan o pierden los diferentes conjuntos de actividades da indicios acerca del carácter relativamente dinámico de algunos de ellas, en oposición al estancamiento o retroceso de otros.

En el período considerado, a precios constantes, las *Industrias culturales* y las *Industrias diseño-intensivas II* (Moda y textil) han cedido una parte de su participación en el conjunto a favor de las *Industrias diseño-intensivas I* (Diseño arquitectónico y de software) y las *Industrias del audiovisual y medios* que la han aumentado. Por otra parte, *Otros servicios creativos* han mantenido relativamente estable su participación. Estos importantes cambios provocan una mutación de la morfología del sector, como se aprecia en el siguiente gráfico:

---

<sup>14</sup> En esta comparación no se incurre en la *doble imputación* ya que ninguna de las citadas ramas de actividad incluye actividades contempladas en este estudio. Los datos corresponden a series a precios corrientes.

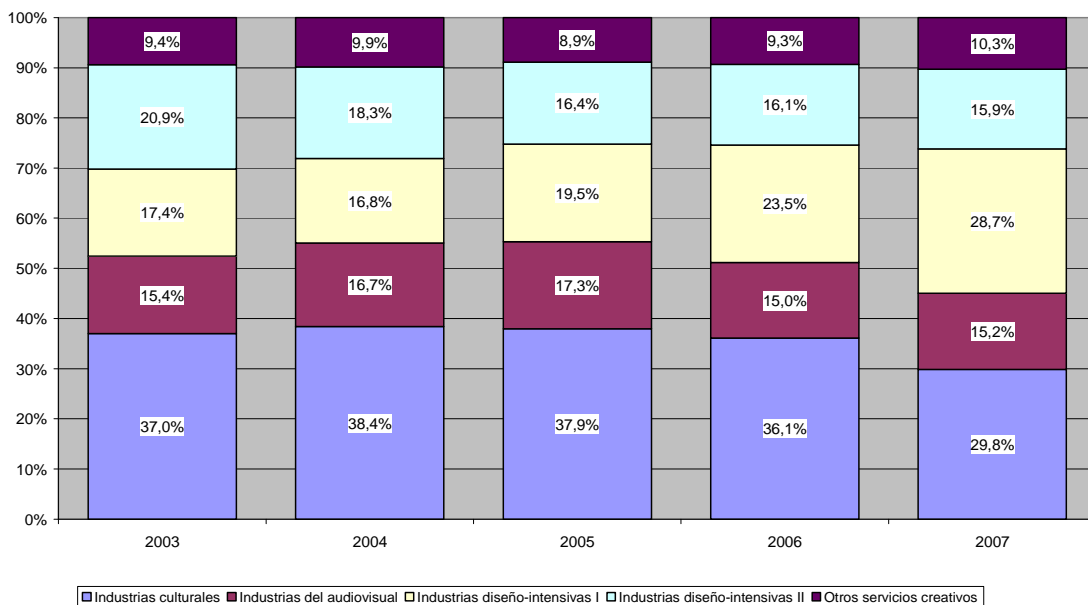
Estructura de las Industrias Creativas por sectores - A precios constantes



Fuente: DGEyC

Realizando el mismo análisis pero considerando las series a precios corrientes, los citados trasvasamientos se exageran, indicando que en general los aumentos de las cantidades relativas se corresponden con aumentos de los precios relativos y viceversa. En otras palabras, los sectores que progresivamente experimentan una mayor participación en las *cantidades* del conjunto IC simultáneamente evidencian mayores aumentos de *precios* respecto de los demás sectores. Estos dos efectos se conjugan en participaciones en el *valor* aún más altas para estos sectores, en desmedro de los otros donde ocurre el fenómeno inverso:

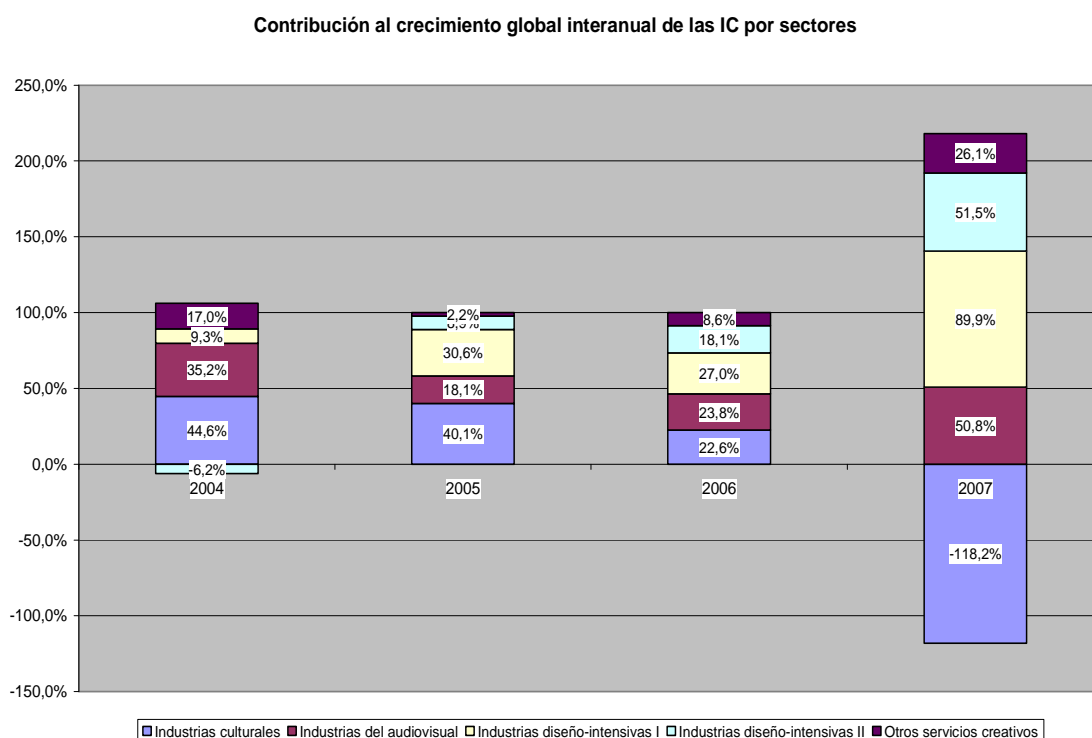
Estructura de las Industrias Creativas por sectores - A precios corrientes



Fuente: DGEyC

Por ejemplo, las *Industrias diseño-intensivas I* han visto incrementarse su participación en términos de cantidades. Pero, además, los bienes correspondientes a estas industrias han incrementado su precio en forma diferencial respecto a los restantes sectores, provocando que su ganancia de participación sea aún más alta considerando los datos a precios corrientes.

El aumento (disminución) de la participación de un sector se da en general debido a que éste *crece* más (menos) que los demás. Pero existen casos en que la disminución relativa de un sector se debe *incluso* a una disminución absoluta de su volumen. A continuación se expone la contribución al *crecimiento* interanual del conjunto IC a precios constantes por parte de cada uno de los sectores:



Fuente: DGEyC

En los años 2005 y 2006 la totalidad de los sectores han evolucionado registrando tasas de crecimiento positivas, a diferencia de los años 2004 y 2007 donde los sectores *Industrias diseño-intensivas II* e *Industrias culturales* respectivamente han experimentado descensos absolutos aunque de magnitud muy dispar. En el segundo caso, el descenso es tan marcado que resulta incluso un 18% superior al aumento *global* del conjunto de las IC en ese período<sup>15</sup>. Además de esta abrupta caída absoluta del aporte del sector al conjunto IC, puede observarse una disminución sistemática del aporte al

<sup>15</sup> Esta caída debe tomarse con cautela, debido a que se debe principalmente a una caída en el capítulo 22 de *Edición e impresión* que incluye actividades fuera de la *industria editorial o fonográfica* propiamente dicha, como ser la impresión de billetes de lotería y chequeras de bancos. Por otra parte, recordamos que los datos correspondientes a 2007 son provisorios y por lo tanto sujetos a revisión por parte de la fuente consultada.

crecimiento todo a lo largo del período, reforzando lo observado en la evolución de la estructura de las IC acerca del carácter relativamente poco dinámico del sector, incluso en retroceso absoluto hacia el final del período.

La contracara de este fenómeno se observa en las *Industrias diseño-intensivas I* que en 2006-2007 aportan un 89,9% del crecimiento interanual en ese período, reforzando el carácter fuertemente dinámico del sector observado en la evolución de la estructura de las IC.

### **Evolución de las actividades**

En este apartado afinaremos el análisis para estudiar la composición de cada uno de los cuatro sectores que conforman las IC para determinar cuáles de las *actividades* puntuales que los componen resultan relativamente dinámicas en el interior del sector y cuáles más bien estáticas o incluso en retroceso absoluto. Diremos que las actividades resultan relativamente dinámicas cuando experimentan tasas de crecimiento de punta a punta del período superiores a las del sector del que forman parte, *alineadas* a aquellas que presentan tasas similares<sup>16</sup>, mientras que consideraremos actividades relativamente estáticas a aquellas que presentan tasas de crecimiento positivas pero menores a las del conjunto y, por último, en retroceso, a aquellas que presentan tasas negativas.

Debe destacarse que el carácter relativamente dinámico o estático de una actividad es *relativo*, es decir, en relación con la evolución general del sector del cual forman parte. En particular, no se excluye la posibilidad de que ciertas actividades puedan resultar dinámicas en este sentido pero estáticas si se las compara con la evolución general del conjunto de las IC y viceversa; en los casos excepcionales en que esto ocurra se lo hará explícito.

De modo de simplificar la exposición, se analizarán sólo los años 2003 y 2007 para estudiar los cambios entre los extremos del período y se estudiarán sólo las series a precios constantes<sup>17</sup>. Para ver la evolución a lo largo del período de cada actividad por separado, puede consultarse el *Anexo estadístico*.

#### *Industrias culturales*

En este sector integrado tanto por bienes como servicios, si se mide la variación de punta a punta del período, resultaron relativamente mucho más dinámicas las actividades relacionadas con la comercialización (de libros, diarios, revistas, obras de arte, etc.) ya que más que duplican el crecimiento del sector de las *Industrias culturales* tomado en su conjunto (códigos 513.2, 523.8 y 5239.9. Ver *Anexo estadístico*).

Las otras actividades de servicios (teatrales, musicales y artísticos; de espectáculos artísticos y de diversión) presentan el comportamiento contrario,

---

<sup>16</sup> Similares en un rango de  $+ \delta - 3\%$ .

<sup>17</sup> Por otro lado, es problemático inferir la evolución de los precios a nivel de *actividades*.

presentando tasas menores e incluso negativa en el segundo caso (códigos 9219 y 9214). En lo que respecta a la producción de bienes (edición e impresión de libros, diarios, revistas, etc.), se observa una evolución relativamente dinámica en *Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas* (2212) y estática en el resto del código 22 de *Edición e impresión; reproducción de grabaciones*<sup>18</sup> (donde se incluye la edición de libros, fabricación de CDs grabados, entre otras actividades). De todas maneras, el código 2212 pierde esta naturaleza dinámica si se lo compara con la evolución del conjunto IC.

#### *Industrias del audiovisual y medios*

En este sector de servicios, en lo que respecta al cine, la caracterización de su evolución depende del eslabón de la cadena de valor que se considere: en el caso de la producción y distribución (9211) la evolución resulta dinámica mientras que en la exhibición (9212) se muestra relativamente estática. En radio y televisión ocurre algo similar, ya que en los *Servicios de radio y televisión* (que incluyen la producción) se observa un dinamismo y en los *Servicios de transmisión de radio y televisión* cierto estancamiento relativo. Esto parece sugerir que la creación de contenidos del sector evolucionó más favorablemente que los posteriores eslabones de la cadena de valor. Por último, los *Servicios de transmisión de sonido, imágenes y datos* resultan relativamente estáticos en comparación con el sector, pero alineados con la evolución general del conjunto IC.

#### *Industrias diseño-intensivas I*

En este sector productor de servicios se encuentran dos actividades que han tenido una evolución positiva, si bien debe subrayarse que los *Servicios de arquitectura* (742) tuvieron un comportamiento excepcional, más que triplicándose su volumen de Valor Agregado. Por este motivo, si bien los *Servicios informáticos* resultan relativamente estáticos en el sector, presentan una evolución alineada con la del conjunto IC. Por último, las *Industrias diseño-intensivas I* en su conjunto se muestran más dinámicas que su contraparte textil y de moda.

#### *Industrias diseño-intensivas II*

En este sector productor de bienes se destacan por su evolución dinámica la producción de textiles y marroquinería (17 y 19) en oposición a la confección de prendas de vestir (18). Sin embargo, aún las citadas actividades dinámicas dejan de serlo si se compara su evolución con el conjunto IC.

#### *Otros servicios creativos*

En este sector conformado íntegramente por servicios, tuvieron un comportamiento dinámico los servicios de publicidad, de agencias de noticias y

---

<sup>18</sup> Ver nota 15.

empresariales<sup>19</sup> (743, 922 y 7499). Por otra parte, los *Servicios de fotografía* (7494) y los *Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales* (923) muestran el comportamiento opuesto, evidenciando en el segundo caso, incluso, un retroceso en términos absolutos.

---

<sup>19</sup> Los *Servicios empresariales n.c.p.* incluyen ciertas actividades de publicidad, servicios de traducción y de diseño de modas, entre otros.

# Anexo estadístico

Valor Agregado de las Industrias Creativas. Aporte al Valor Agregado de la Ciudad de Buenos Aires.  
A precios constantes de 1993. Años 2003-2007.

Código	CONCEPTO	2003	2004	2005	2006	2007 (*)
<b>Industrias culturales</b>						
22	EDICION E IMPRESION; REPRODUCCION DE GRABACIONES	1.447.734.215	1.624.874.594	2.049.471.070	2.215.592.145	1.851.051.257
2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	107.629.738	132.280.785	156.903.765	162.404.304	154.372.342
	Resto 22	1.340.104.476	1.492.593.810	1.892.567.304	2.053.187.841	1.696.678.915
513.2	Venta al por mayor de libros, revistas, diarios, papel, cartón, mat. de embalaje y artículos de librería	228.685.578	357.600.291	441.020.865	425.832.839	391.407.323
523.8	Venta al por menor de libros, revistas, diarios, papel, cartón, mat. de embalaje y artículos de librería	98.633.760	87.478.443	99.630.060	157.268.928	171.253.985
5239.9	Venta al por menor de artículos de colección, obras de arte, y artículos nuevos n.c.p.	56.772.296	51.763.729	61.478.196	68.723.702	123.379.479
9214	Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p.	125.415.017	111.989.488	90.883.953	86.140.231	94.086.266
	Servicios teatrales y musicales y Ss artísticos ncp público	42.427.589	43.076.222	32.552.240	34.598.668	37.790.234
	Servicios teatrales y musicales y Ss artísticos ncp privado	82.987.428	68.913.266	58.331.713	51.541.563	56.296.032
9219	Servicios de espectáculos artísticos y de diversión n.c.p.	60.672.254	60.730.206	60.959.461	61.114.379	66.766.552
	<b>Total</b>	<b>2.017.913.119</b>	<b>2.294.436.752</b>	<b>2.803.443.605</b>	<b>3.014.672.223</b>	<b>2.697.944.862</b>
	<b>Participación en el total IC</b>	<b>31,3%</b>	<b>32,5%</b>	<b>33,7%</b>	<b>32,5%</b>	<b>28,3%</b>
<b>Industrias del audiovisual y medios</b>						
6420.1	Servicios de transmisión de radio y televisión	349.003.421	366.938.659	391.058.193	416.763.147	444.157.733
6420.9	Servicios de transmisión n.c.p. de sonido, imágenes, datos u otra información	121.863.371	133.249.203	147.856.267	167.885.247	180.058.805
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	429.153.699	460.923.572	578.923.860	698.170.635	748.784.052
9212	Exhibición de filmes y videocintas	48.610.602	59.785.021	67.149.324	46.454.508	49.860.340
9213	Servicios de radio y televisión	346.060.915	491.718.488	557.791.388	636.189.178	678.686.931
	Servicios de radio y televisión - Sector público	2.112.498	2.037.614	6.278.769	5.665.625	6.044.991
	Servicios de radio y televisión - Sector privado	343.948.416	489.680.875	551.512.619	630.523.553	672.642.840
	<b>Total</b>	<b>1.294.692.007</b>	<b>1.512.614.944</b>	<b>1.742.779.033</b>	<b>1.965.462.714</b>	<b>2.101.547.862</b>
	<b>Participación en el total IC</b>	<b>20,1%</b>	<b>21,4%</b>	<b>20,9%</b>	<b>21,2%</b>	<b>22,1%</b>
<b>Industrias diseño-intensivas I (Software y arquitectura)</b>						
72	Servicios informáticos y actividades conexas	874.203.448	825.236.320	1.104.575.461	1.187.444.119	1.286.491.969
742	Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios técnicos n.c.p.	228.931.642	335.768.372	444.863.611	614.463.263	756.225.349
	<b>Total</b>	<b>1.103.135.089</b>	<b>1.161.004.692</b>	<b>1.549.439.072</b>	<b>1.801.907.382</b>	<b>2.042.717.318</b>
	<b>Participación en el total IC</b>	<b>17,1%</b>	<b>16,5%</b>	<b>18,6%</b>	<b>19,5%</b>	<b>21,4%</b>
<b>Industrias diseño-intensivas II (Textil y moda)</b>						
17	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	122.090.031	135.026.371	159.165.038	158.246.558	179.498.703
18	CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, TERMINACIÓN Y TEÑIDO DE PIELÉS	605.393.856	526.650.395	583.615.651	662.679.006	705.769.342
19	CURTIDO Y TERMINACIÓN DE CUEROS; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE MARROQUINERÍA	725.425.332	752.941.671	784.751.304	875.992.856	949.586.036
	<b>Total</b>	<b>1.452.909.220</b>	<b>1.414.618.437</b>	<b>1.527.531.993</b>	<b>1.696.918.420</b>	<b>1.834.854.080</b>
	<b>Participación en el total IC</b>	<b>22,6%</b>	<b>20,0%</b>	<b>18,3%</b>	<b>18,3%</b>	<b>19,3%</b>
<b>Otros servicios creativos</b>						
743	Servicios de publicidad	248.109.070	342.285.050	364.275.751	417.870.578	455.667.991
7494	Servicios de fotografía	31.934.674	32.984.538	35.349.218	37.757.283	40.261.906
7499	Servicios empresariales n.c.p.	167.688.828	183.869.959	208.476.255	236.898.197	258.196.591
922	Servicios de agencias de noticias	24.846.671	27.402.059	32.620.606	37.641.033	41.122.270
923	Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.	96.588.839	88.066.408	61.534.798	52.918.813	57.681.506
	<b>Total</b>	<b>569.168.083</b>	<b>674.608.014</b>	<b>702.256.627</b>	<b>783.085.903</b>	<b>852.930.264</b>
	<b>Participación en el total IC</b>	<b>8,8%</b>	<b>9,6%</b>	<b>8,4%</b>	<b>8,5%</b>	<b>8,9%</b>
<b>Total y participación en el Valor Agregado de la Ciudad de Buenos Aires</b>						
	<b>Total Industrias Creativas</b>	<b>6.437.817.519</b>	<b>7.057.282.839</b>	<b>8.325.450.330</b>	<b>9.262.046.643</b>	<b>9.529.994.387</b>
	<b>Crecimiento de las Industrias Creativas</b>		<b>9,6%</b>	<b>18,0%</b>	<b>11,2%</b>	<b>2,9%</b>
	<b>Valor Agregado Bruto global de la Ciudad a precios constantes de 1993</b>	<b>56.424.003.481</b>	<b>61.877.556.055</b>	<b>70.222.682.091</b>	<b>79.845.080.257</b>	<b>87.011.730.406</b>
	<b>Crecimiento del Valor Agregado Bruto global de la Ciudad a precios constantes de 1993</b>		<b>9,7%</b>	<b>13,5%</b>	<b>13,7%</b>	<b>9,0%</b>
	<b>Participación de las IC en el VAB global a precios constantes</b>	<b>11,4%</b>	<b>11,4%</b>	<b>11,9%</b>	<b>11,6%</b>	<b>11,0%</b>
	<b>Participación de las IC en el VAB global a precios constantes (**)</b>	<b>8,8%</b>	<b>9,1%</b>	<b>9,7%</b>	<b>9,5%</b>	<b>8,8%</b>

(\*) Datos provisionarios

(\*\*) Estimación conservadora sin incluir las Industrias diseño-intensivas II (Textil y moda)

FUENTE: DGEyC

**Valor Agregado de las Industrias Creativas. Aporte al Valor Agregado de la Ciudad de Buenos Aires.  
A precios corrientes. Años 2003-2007.**

Código	CONCEPTO	2003	2004	2005	2006	2007 (*)
<b>Industrias culturales</b>						
22	EDICION E IMPRESION; REPRODUCCION DE GRABACIONES	3.025.092.619	3.665.796.148	4.586.452.156	5.254.738.464	4.891.338.136
2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	336.497.829	419.806.127	499.216.172	576.250.524	585.107.558
	Resto 22	2.688.594.790	3.245.990.020	4.087.235.984	4.678.487.940	4.306.230.578
513.2	Venta al por mayor de libros, revistas, diarios, papel, cartón, mat. de embalaje y artículos de librería	319.998.240	512.783.045	669.193.126	721.455.883	709.753.621
523.8	Venta al por menor de libros, revistas, diarios, papel, cartón, mat. de embalaje y artículos de librería	158.593.620	146.988.345	179.951.274	259.078.436	371.080.469
5239.9	Venta al por menor de artículos de colección, obras de arte, y artículos nuevos n.c.p.	69.000.595	63.951.395	78.567.225	113.212.631	173.810.560
9214	Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p.	119.240.829	111.594.427	115.078.960	124.206.207	158.372.873
	Servicios teatrales y musicales y Ss artísticos ncp público	41.949.619	47.411.335	45.789.102	60.009.241	76.512.416
	Servicios teatrales y musicales y Ss artísticos ncp privado	77.291.210	64.183.092	69.289.858	64.196.966	81.860.457
9219	Servicios de espectáculos artísticos y de diversión n.c.p.	57.530.623	59.386.382	64.612.456	72.489.831	92.836.051
	<b>Total</b>	<b>3.749.456.526</b>	<b>4.560.499.743</b>	<b>5.693.855.198</b>	<b>6.545.181.452</b>	<b>6.397.191.710</b>
	Participación en el total IC	37,0%	38,4%	37,9%	36,1%	29,8%
<b>Industrias del audiovisual y medios</b>						
6420.1	Servicios de transmisión de radio y televisión	584.185.778	631.055.577	747.668.329	862.135.036	983.278.422
6420.9	Servicios de transmisión n.c.p. de sonido, imágenes, datos u otra información	109.902.479	124.239.904	145.464.514	156.252.006	176.782.216
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	282.586.717	354.399.867	559.391.244	693.246.947	870.995.811
9212	Exhibición de filmes y videocintas	55.495.227	78.321.877	103.072.526	82.595.719	105.034.545
9213	Servicios de radio y televisión	533.791.863	790.508.437	1.046.524.636	926.836.117	1.123.972.748
	Servicios de radio y televisión - Sector público	6.692.691	6.938.002	26.986.616	23.567.502	26.583.571
	Servicios de radio y televisión - Sector privado	527.099.172	783.570.434	1.019.538.020	903.268.615	1.095.389.178
	<b>Total</b>	<b>1.565.962.063</b>	<b>1.978.525.662</b>	<b>2.602.121.249</b>	<b>2.721.065.825</b>	<b>3.260.063.743</b>
	Participación en el total IC	15,4%	16,7%	17,3%	15,0%	15,2%
<b>Industrias diseño-intensivas I (Software y arquitectura)</b>						
72	Servicios informáticos y actividades conexas	1.415.793.975	1.422.959.384	2.033.966.202	2.785.735.306	3.995.476.815
742	Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios técnicos n.c.p.	345.506.448	576.733.873	885.743.014	1.471.563.713	2.159.339.682
	<b>Total</b>	<b>1.761.300.423</b>	<b>1.999.693.256</b>	<b>2.919.709.215</b>	<b>4.257.299.020</b>	<b>6.154.816.497</b>
	Participación en el total IC	17,4%	16,8%	19,5%	23,5%	28,7%
<b>Industrias diseño-intensivas II (Textil y moda)</b>						
17	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	248.642.801	273.745.681	321.584.904	359.133.741	442.840.700
18	CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, TERMINACIÓN Y TEÑIDO DE PIELS	836.726.807	817.341.119	974.190.912	1.215.573.641	1.439.705.479
19	CURTIDO Y TERMINACIÓN DE CUEROS; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE MARROQUINERÍA	1.029.806.263	1.079.413.991	1.159.289.111	1.346.862.686	1.530.655.039
	<b>Total</b>	<b>2.115.175.870</b>	<b>2.170.500.791</b>	<b>2.455.064.928</b>	<b>2.921.570.068</b>	<b>3.413.201.218</b>
	Participación en el total IC	20,9%	18,3%	16,4%	16,1%	15,9%
<b>Servicios creativos transversales</b>						
743	Servicios de publicidad	501.141.487	616.112.186	750.660.602	954.944.422	1.289.351.062
7494	Servicios de fotografía	41.990.765	53.656.266	70.664.011	94.207.994	127.594.139
7499	Servicios empresariales n.c.p.	251.787.055	301.539.265	359.736.334	457.863.841	568.384.814
922	Servicios de agencias de noticias	29.036.677	35.489.532	49.498.671	67.526.960	86.445.841
923	Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.	127.863.393	163.992.732	107.537.295	111.806.931	139.881.691
	<b>Total</b>	<b>951.819.377</b>	<b>1.170.789.981</b>	<b>1.338.096.913</b>	<b>1.686.350.148</b>	<b>2.211.657.547</b>
	Participación en el total IC	9,4%	9,9%	8,9%	9,3%	10,3%
<b>Total y participación en el Valor Agregado de la Ciudad de Buenos Aires</b>						
	<b>Total Industrias Creativas</b>	<b>10.143.714.260</b>	<b>11.880.009.433</b>	<b>15.008.847.503</b>	<b>18.131.466.512</b>	<b>21.436.930.716</b>
	<b>Crecimiento de las Industrias Creativas</b>		17,1%	26,3%	20,8%	18,2%
	<b>Valor Agregado Bruto global de la Ciudad a precios corrientes</b>	<b>84.599.645.666</b>	<b>101.341.099.228</b>	<b>121.040.949.708</b>	<b>154.070.061.167</b>	<b>191.288.251.536</b>
	<b>Crecimiento del Valor Agregado Bruto global de la Ciudad a precios corrientes</b>		19,8%	19,4%	27,3%	24,2%
	<b>Participación de las IC en el VAB global a precios corrientes</b>	12,0%	11,7%	12,4%	11,8%	11,2%
	<b>Participación de las IC en el VAB global a precios corrientes (**)</b>	9,5%	9,6%	10,4%	9,9%	9,4%

(\*) Datos provisionarios

(\*\*) Estimación conservadora sin incluir las Industrias diseño-intensivas II (Textil y moda)

FUENTE: DGEyC