

Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado

---

CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE PEQUEÑAS Y  
MEDIANAS EMPRESAS

---

TRABAJO FINAL DE ESPECIALIZACIÓN

---

Impacto de Beneficios Fiscales en Pymes localizadas en el  
Distrito Económico de C.A.B.A.  
El Caso del Distrito de las Artes (2012-2014)

---

**AUTOR: ROMINA ARAMBURU**

**TUTOR: SARA DIANA TELIAS**

JUNIO 2016

---

## **Resumen**

La política de distritos productivos es una de las principales iniciativas de desarrollo urbano implementadas por el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Su objetivo principal es revitalizar y estimular el crecimiento de áreas de menor desarrollo relativo, incentivando la radicación de empresas privadas mediante la implementación de beneficios fiscales e inversión pública.

El presente trabajo de investigación estudiará las políticas de distritos económicos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, focalizando el análisis en el Distrito de las Artes, el caso de estudio.

Se intentará comprobar si la implementación de estas políticas favorece el rendimiento económico de las pymes localizadas en la zona beneficiada; estimula el desarrollo de nuevos emprendimientos artísticos y culturales; genera ventajas competitivas en las pymes artísticas debido al asociativismo y la aglomeración de empresas del mismo rubro; favorece el crecimiento y sostenimiento de las pymes localizadas en la zona aun cuando los beneficios impositivos dejaran de existir.

Para avanzar en la investigación se utilizarán técnicas, tales como relevamiento bibliográfico de autores de referencia en las Finanzas Públicas y de políticas de clusters económicos; análisis documental, consultando leyes y decretos reglamentarios que han dado origen al Distrito bajo análisis; análisis estadístico, obteniendo indicadores económicos que demuestren el impacto de las industrias culturales en la economía de la Ciudad y por último la realización de encuestas a pymes/emprendedores del rubro artístico para analizar el impacto que ha tenido esta política en su emprendimiento.

Con el análisis de esta información se podrá determinar el alcance y las implicancias económicas que la política de Distrito de las Artes ha generado a los emprendedores localizados en el área.

## **Palabras claves**

Beneficios Fiscales, Clúster, Distrito de las Artes.

## Índice

Resumen	1
Índice	2
Introducción	4
<u>CAPÍTULO I: Políticas de Beneficios Impositivos</u>	7
<u>CAPÍTULO II: Clusters</u>	8
2.1. Definición	8
2.2. ¿Cómo surgen y se desarrollan los Clusters?	11
<u>CAPÍTULO III: Revisión Internacional de Clusters Artísticos</u>	13
3.1. Uruguay	14
3.2. Reino Unido	21
3.3. Estados Unidos	26
<u>CAPÍTULO IV: Políticas de Distritos de C.A.B.A.</u>	32
4.1. Distrito Tecnológico	33
4.2. Distrito Audiovisual	36
4.3. Distrito de Diseño	38
4.4. Distrito de las Artes	40
4.5. Similitudes y Diferencias	42
<u>CAPÍTULO V: Industrias Culturales</u>	44
5.1. Definición	44
5.2. Índices Económicos	46
5.2.1. Participación de Empleo en Industrias Culturales	46
5.2.2. Comercio Exterior en Industrias Culturales	47
5.2.3. Industria Editorial	51

5.2.4. Industria de la Música _____	53
<b>CAPÍTULO VI: Distrito de las Artes _____</b>	<b>54</b>
6.1. Historia del Distrito _____	54
6.2. Características del Distrito _____	57
6.2.1. Ubicación _____	57
6.2.2. Actividades promovidas _____	58
6.2.3. Ley de Mecenazgo _____	59
6.2.4. Beneficios Impositivos _____	59
6.3. Propuestas de transformación _____	60
6.4. Resultados de Encuestas _____	61
6.5. Caso Práctico _____	67
6.5.1. Características del Emprendimiento _____	68
6.5.2. Comparación _____	69
6.5.3. Resultados _____	71
Conclusión _____	73
Referencia Bibliográfica _____	76
Anexos _____	79

## **Introducción**

### **A) Fundamentación y planteamiento del problema**

La existencia de zonas ambientalmente degradadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha impulsado la creación de distritos económicos con el objetivo de revitalizar y estimular el crecimiento de estas áreas.

Los distritos son concentraciones de empresas de un mismo sector industrial, en un espacio geográfico delimitado, dedicadas a desarrollar actividades similares, incentivadas con beneficios fiscales y de promoción (Chamatrúpulo, 2014).

En la C.A.B.A. se han desarrollado los siguientes polos económicos: Tecnológico, Audiovisual, de Diseño y el Distrito de las Artes, nuestro caso de estudio.

Mediante el análisis de los efectos económicos y sociales que genera esta política estatal se podrá dar respuesta a los siguientes interrogantes: ¿la creación del Distrito de las Artes genera mayores rendimientos en las pymes del sector?, ¿implica un impacto positivo en la economía regional?, ¿estimula el desarrollo de nuevos emprendimientos?, ¿es positiva la concentración geográfica de pymes de un mismo rubro?, ¿favorece a la competitividad de esas empresas?, ¿fomenta el desarrollo local en forma sostenida, aun cuando los beneficios por los cuales fueron creados dejarán de existir?.

Será objetivo del presente trabajo de investigación analizar el desarrollo del rendimiento económico de las Pymes a partir de la implementación de la política de distritos productivos de la Ciudad, basando el análisis en las empresas localizadas en el caso de estudio. Se considera que es un tema importante porque no ha sido abordado con anterioridad.

## **B) Objetivos**

- Analizar los efectos económicos de la creación del Distrito de las Artes en las pymes artísticas localizadas en la zona durante el período bajo estudio (2012-2014).
- Determinar si las políticas de concentración de empresas genera ventajas competitivas para las pymes artísticas localizadas en esa zona.

## **C) Hipótesis**

- La implementación de beneficios fiscales para pymes localizadas en el Distrito de las Artes fomenta el desarrollo de nuevos emprendimientos artísticos y genera un aumento en el rendimiento económico de las pymes existentes.
- Los beneficios implementados por la creación del Distrito de las Artes favorece la aglomeración de empresas del rubro artístico y promueve el desarrollo del asociativismo, generando ventajas competitivas para las pymes localizadas en esa zona.

## **D) Metodología**

Dentro de las técnicas de investigación a implementar, se ha decidido utilizar las siguientes:

- Relevamiento bibliográfico:  
Relevamiento de libros de autores de referencia en el marco teórico de la temática del trabajo, es decir, de las Finanzas Públicas y de clusters económicos.

- **Análisis Documental:**  
Comprende el análisis de leyes, decretos reglamentarios y sus modificatorias, relacionadas con la creación del Distrito de las Artes.  
Del mismo modo, se han tomado documentos de investigación sobre los posibles efectos económicos de la implementación de distritos en la Ciudad.
- **Análisis Estadístico:**  
Se utilizarán indicadores económicos para evaluar el impacto de las Industrias Culturales en la economía de la Ciudad.
- **Caso de Estudio:**  
Se tomará como caso de estudio el sector del Distrito de las Artes, CABA.
- **Encuestas:**  
Se realizaron encuestas a veinte pymes/emprendedores del rubro artístico (seleccionadas al azar) que se encuentren localizados en el Distrito de las Artes para analizar el impacto que ha tenido esta política en sus negocios.  
Se elige esta técnica de investigación porque, si bien se está analizando un caso de estudio, la población a estudiar es numerosa y heterogénea por lo que no es viable tomar personas representativas para efectuar entrevistas.

En el Anexo I se presenta un modelo de encuesta.

## Estado de la cuestión

### Capítulo 1: Políticas de Beneficios Impositivos

Los impuestos son “tributos que se establecen sobre los sujetos en razón de la valorización política de una manifestación de la riqueza objetiva o subjetiva, teniendo en cuenta las circunstancias personales de los sujetos pasivos, tales como: estado civil, cargas de familia, monto total de ingresos y fortunas.” (Dino Jarach, 1996).

Según detalla el autor **Horacio Miñana Nuñez** (1994), la implementación de un esquema impositivo puede tener distintas finalidades.

Se considera que su fin es fiscal cuando aquello que recauda el Estado se aplica en gastos para financiar servicios públicos, es decir, para satisfacer necesidades públicas de manera indirecta. El objetivo principal es la recaudación.

Su fin es extrafiscal cuando la aplicación del impuesto tiende a satisfacer una necesidad pública de manera directa. En este caso, se pretende modificar conductas sociales, alentar o desalentar el consumo de ciertos productos, incentivar inversiones, etc.

Cuando nos referimos a la existencia del uso de incentivos tributarios regionales para Pymes estamos viendo cómo impactan estos fines de manera inversa. Es decir, vemos cómo la no aplicación de impuestos, la reducción de alícuotas o la existencias de boletas de crédito fiscal puede alentar el desarrollo de ciertas empresas y zonas que se vean beneficiados por estos incentivos.

Como establece el **Dr. Vicente Oscar Díaz** (2013) “la política tributaria que adopte la autoridad pública sobre las pymes juega un rol esencial para inducir o impedir el crecimiento y sostenimiento de dichas unidades económicas”. Por tal motivo, se debe inferir que un sistema fiscal inapropiado para las pequeñas y medianas empresas, impide la competitividad y el crecimiento, desalentando el esfuerzo del sector micro.

El autor resalta la “necesidad de formular un sistema de *imposición-impulsora* de las actividades de las pequeñas y medianas empresas a contrario del sistema *impositivo-freno* que rige actualmente en el mercado local” (Díaz Vicente Oscar, 2013).

“Un sistema tributario convenientemente diseñado, puede ser un medio eficaz para su fomento. El mundo de los tributos no se constriñe a la captación de ingresos necesarios

para hacer frente a los gastos públicos. Sus fines se extienden más allá de una simple política recaudatoria. Así nos topamos con las actividades de naturaleza extrafiscal. Un régimen de incentivos fiscales, entendido como inversión resulta sustancial para el mejoramiento o fomento de las actividades (...)" (García Bueno Marco César, 2002).

La Ley 4,353 tiene como finalidad generar estos beneficios fiscales en la zona del Distrito para promover el crecimiento de las Pymes localizadas allí, utilizando la política fiscal como un instrumento de política económica, social y cultural.

## **Capítulo 2: Clusters**

### **2.1. Definición**

La política de Distritos utiliza como herramienta la implementación de beneficios impositivos para poder cumplir uno de sus objetivos, fomentar la “concentración de empresas de un mismo sector industrial (y asimilados a tales), en un espacio geográfico delimitado, dedicadas al desarrollo de actividades similares incentivadas con beneficios fiscales y de promoción.” (Chamatrópulo, 2014).

**Michael Porter** en su libro **Clusters and the new economic of competition** define a los clusters como “concentraciones geográficas de varias empresas que interactúan entre sí, permitiendo un incremento de la productividad, el aprendizaje y la difusión del conocimiento en todas y cada una de las unidades productivas componentes del conjunto”. Establece que “los clusters no tienen un carácter único, sino ciertas características comunes y algunas otras que los diferencian. Allí reside una paradoja: en una economía global, las ventajas competitivas duraderas tienen que ver, al menos parcialmente, con factores locales – como el conocimiento, las relaciones y la motivación – que los rivales distantes no pueden igualar” (Porter, 1998).

Este término proviene del concepto “distritos industriales” de **Alfred Marshall**, quien, en su obra **Los Principios de Economía** (1890) los define como “concentraciones de sectores especializados en una localidad específica, concentraciones cuya interacción genera ventajas para las empresas allí localizadas, bajo la forma de externalidades, las que son externas para cada empresa en particular, pero endógenas para la región donde se localizan el conjunto de estas empresas. De este modo, grupos de empresas localizadas

en un área geográfica se benefician de las mismas ventajas presentes en las grandes empresas.”

Marshall afirma que al crecer el distrito crecerá la fuerza de trabajo necesaria para la producción, como también los proveedores. La mutua confianza entre los empresarios genera condiciones favorables a la creación de las innovaciones y su difusión entre las empresas que conforman el distrito industrial. Habría pues una “atmósfera industrial” en el ámbito de las empresas. Los trabajadores, por lo general, no migran, puesto que han desarrollado el sentido de pertenencia al territorio donde viven y a la empresa donde trabajan.

**Giacomo Becattini**, en su obra **Reflexiones sobre los Distritos Industriales de Marshall: Concepto Socioeconómico** (1989) utiliza el nombre de “Aglomeración” para identificar el concepto de Marshall. Afirma que para que exista un verdadero Distrito Industrial es imprescindible que las empresas se integren con la población local, reserva de cultura, valores y normas sociales adaptadas por un proceso de industrialización desde abajo.

Como establece **Mario Blacutt Mendoza** en su libro **El desarrollo local complementario** “se supone que las empresas que conforman un cluster realizan actividades relacionadas que permiten economías externas, unas con relación a las otras, en aspectos que tienen que ver con servicios que se intercambian entre ellos. Lo más importante de esto es que desean llevar a cabo un accionar común que permitan un incremento en la eficiencia productiva común.”

El modelo del **Diamante de Porter**<sup>1</sup> (2001), surge de un análisis microeconómico, especialmente referido a la estrategia empresarial, para elevarlas a una dimensión nacional. Este modelo se estructura sobre cuatro planos muy bien diferenciados.

---

<sup>1</sup> El diamante de Michael Porter es un sistema mutuamente autorreforzante, ya que el efecto de un determinante depende del estado de los otros. El diamante es un sistema en el que el papel de sus componentes puede contemplarse por separado, porque se encuentran todos interrelacionados entre sí, y el desarrollo o actuación de uno siempre va a beneficiar o a afectar a los otros.

El marco en el que se gestan las ventajas competitivas consta de cuatro atributos: Condiciones de los factores, condiciones de la demanda, empresas relacionadas horizontal y verticalmente y la estructura y rivalidad de las industrias. Todos estos atributos conforman un sistema, al cual Porter denominó "Diamante". Dos variables auxiliares complementan el marco del análisis: el gobierno y los hechos fortuitos o causales. (Consúltese en *The Competitive Advantage of Nations*).

“La síntesis interactiva de estos cuatro vértices del “diamante” da forma a una nueva ventaja por encima de la simplemente comparativa; esto es, da lugar al concepto de ventaja competitiva. La Ventaja Competitiva va más allá de la reducción de costos, propios de la ventaja comparativa, para enfocar lo que ha denominado Ventaja Competitiva, la que se basa más bien en el grado de innovación en todos sus sentidos. Estas ventajas no sólo tendrían un espacio nacional, sino que también estarían presentes en las regiones.

(...) Lo más importante de la visión es la afirmación de que las empresas no realizan sus actividades en un entorno solitario, sino que están conscientes del entorno geográfico, sociocultural y económico, además de la existencia de organizaciones públicas y privadas. En general, se rocían recíprocamente con la bondad de las interacciones que no hacen otra cosa que propiciar el clima de negocios.” (Mendoza, 2013).

Por su parte, **Porter** determina que “los clusters alientan tanto la competencia como la cooperación. Sin una competencia vigorosa un cluster fracasaría, pero también es clave la existencia de relaciones de cooperación interfimas, que promuevan el llamado juego de suma positiva. De esta forma dentro de un cluster pueden convivir ambas dimensiones, debido a que se dan en terrenos distintos y entre actores diferentes”. (Porter, 1998).

El autor desarrolla en el artículo académico **The Dawn of the E-Lance Economy**, que “los clusters afectan a la forma de competir de tres maneras: aumentando la productividad de las empresas radicadas en la zona; imponiendo el rumbo y el ritmo de la innovación, basamento del futuro crecimiento de la productividad; y estimulando la formación de nuevas empresas, lo cual expande y fortalece al cluster. Un cluster permite que cada miembro se beneficie “como si” tuviera gran escala, o “como si” se hubiera unido a otros de manera formal, sin tener, por ello, que sacrificar su flexibilidad.”

“Del mismo modo, las relaciones de proximidad que caracterizan a los clusters tienen una influencia positiva sobre la generación de nuevas empresas por múltiples razones. En primer lugar, la concentración geográfica de clientes y productores reduce los riesgos y les permite a quienes trabajan allí identificar con mayor facilidad nuevas oportunidades (nichos inexplorados). En segundo lugar, estas personas encontrarán menores barreras a la entrada que en otros espacios de mercado, dada la posibilidad de

conseguir fácilmente información, insumos y personal dentro del clúster. Por otro lado, las instituciones financieras o los inversores familiarizados con el clúster, suelen exigir menores requisitos para financiar nuevas empresas y proyectos que se desarrollen en su interior. Finalmente, el clúster puede representar en sí mismo un importante mercado para el surgimiento de nuevos proyectos que puedan beneficiarse de las relaciones que se dan en su interior.” (Porter, 1998).

La creación del distrito se convierte en una plataforma potencial para el surgimiento y desarrollo de nuevos empresarios y emprendedores, captando aquellos recursos humanos cuyos perfiles se adecúan a los entes beneficiarios establecidos por la Ley.

## 2.2. ¿Cómo surgen y se desarrollan los clusters?

Los clusters tienden a evolucionar con el paso del tiempo. En este sentido, deberían ser entendidos más como un proceso en marcha que como un resultado (o estado) final. Los clusters evolucionan a medida que emergen o declinan nuevas empresas o industrias, y en función del desarrollo y cambio de las instituciones locales. Así como las empresas tienen ciclos de vida, los clusters también los tienen. En términos generales, el sendero evolutivo de un cluster se puede dividir en cuatro etapas: los antecedentes, la formación, la expansión y la consolidación.

Los **antecedentes** están formados por un conjunto de condiciones sociales, culturales, históricas y económicas que caracterizan al medio local donde se localiza el cluster y en gran medida determinan su configuración y desarrollo. En este sentido, los antecedentes de un cluster son tan importantes como la evolución del mismo. Dentro de los antecedentes se pueden incluir factores tales como flujos migratorios en el pasado, inversiones y obras públicas anteriores, iniciativas industriales, políticas (regionales, de innovación, etc.) llevadas adelante en el pasado, instalación de grandes empresas, existencia de un entramado de instituciones locales, etc.

El **nacimiento** de un cluster se puede dar de diversas maneras. Los orígenes de un cluster pueden obedecer a circunstancias históricas, sociales, económicas, o a hechos fortuitos. Si bien la lista de razones que dan origen a un cluster puede ser muy amplia, en general se observa que existe un momento clave en su formación caracterizado por algún

evento que actúa como disparador o también catalizador del proceso. Estos eventos pueden ser positivos como la apertura de una nueva gran empresa en la región, la aparición de nuevas oportunidades/ proyectos de exportación de empresas existentes, o negativos como el cierre/ reducción de una empresa grande en la localidad.

En el caso del Distrito de las Artes, la creación del Cluster viene acompañada por la idea del Gobierno de la Ciudad de fomentar el desarrollo social y económico del área.

Si bien el impulso para la **formación** de un cluster puede venir desde el gobierno (en sus diferentes niveles), desde el sector privado o – en menor medida – desde el entorno académico, un hecho recurrente es la presencia de personas clave que toman el liderazgo y la dirección del proceso. Estas personas, que podrían ser denominadas “clusterpreneurs”, ejercen una influencia casi determinante al inicio la cual se va diluyendo con el paso del tiempo y luego son reemplazados por estructuras más formales de conducción (una gerencia o un directorio) a medida que el cluster como tal va evolucionando (GCIS, 2003).

Luego de esta primera etapa de formación, el cluster comienza una etapa de **expansión** no sólo en su nivel de actividades sino también en la cantidad de empresas. En general en esta etapa se puede observar la convivencia del subgrupo de las empresas fundadoras y un conjunto de empresas (nuevas y existentes) que se van sumando más tarde. A medida que el cluster va evolucionando, el grado de institucionalización va aumentando, tanto en cuanto al grado de desarrollo de los vínculos entre los miembros como en cuanto a los objetivos del mismo. Asimismo la fuente principal de financiamiento del cluster va cambiando, desde una primera etapa de alta dependencia de subsidios del gobierno o de organismos internacionales a una estructura más basada en los aportes (cuotas) de los socios.

En los países en desarrollo el nacimiento de los clusters se conecta de manera particular con los fenómenos de creación de empresas debido a que, por lo general, la cantidad de empresas existentes en cada aglomeración no suele reunir la masa crítica y densidad empresarial observados en las experiencias internacionales. La existencia de un número de empresas subcrítico torna estratégico el tema de la ampliación de la base

empresarial local. En consecuencia, el enfoque de clusters debe integrarse con el enfoque del desarrollo emprendedor a los efectos de plantear adecuadamente las perspectivas de expansión del cluster. Para avanzar en esta dirección es necesario introducir dos elementos centrales cuya presencia condiciona la dinámica empresarial del cluster: a) la existencia de yacimientos de emprendedores y b) la existencia de organizaciones incubadoras.

La existencia de “yacimientos de emprendedores” alude a las reservas de recursos humanos cuyos perfiles (p.ej: de edad, capacidades técnicas, etc.) permiten identificarlos como plataformas potenciales para el surgimiento de nuevos empresarios. Sin embargo, para que ello ocurra deben existir “organizaciones incubadoras”, es decir, empresas, escuelas, universidades, otras instituciones, el cluster mismo en extremo, cuya cultura y condiciones sean estimulantes y favorables para el nacimiento de nuevas empresas. Por otra parte, otros elementos propios de la existencia de un cluster, tales como las redes de contacto (institucionales y de producción: proveedores/ clientes) deben jugar también un papel importante en el acoplamiento con quienes crean una empresa. En muchos casos las redes existentes en los clusters tienden a concentrarse en torno a las empresas maduras y de cierto tamaño y no se articulan con las empresas más nuevas y pequeñas.

### **Capítulo 3: Revisión Internacional de Clusters Artísticos**

El éxito de los clusters en diversas partes del mundo ha aumentado el interés por el estudio de estos fenómenos durante las últimas dos décadas, tanto por parte del mundo académico como de los responsables de la elaboración de las políticas industriales y de desarrollo territorial. Los clusters han sido reconocidos como espacios en los que se dan condiciones favorables para el desarrollo y crecimiento.

A continuación se desarrollará una revisión internacional de clusters artísticos:

### 3.1.Uruguay

Uruguay se ha caracterizado históricamente por un desarrollo notable de las artes. Diversos factores han contribuido a este desarrollo. Por un lado, el país logró una alfabetización temprana en relación a otros países de Latinoamérica, lo que contribuyó a la generación de una cultura letrada. Por otra parte, Uruguay se diferenció en América Latina por la instauración de un Estado de Bienestar en los primeros años del siglo XX. Esto implicó el desarrollo de una sociedad igualitaria, con una fuerte predominancia de la clase media y niveles de ingreso similares a los prevaecientes en los países desarrollados. Esta predominancia de la clase media ha estimulado históricamente un alto consumo de bienes culturales, que permitió posicionar a Uruguay (y Montevideo, en particular) como un centro importante de consumo, estímulo y difusión de las artes.

Se han desarrollado un programa de competitividad de conglomerados y cadenas productivas (PACC) para incentivar el desarrollo del cluster artístico en este país.

Este programa, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y ejecutado por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP), tiene como objetivo aumentar la competitividad de empresas, a través de la dinamización del conglomerado en el que éstas se insertan. Su intervención busca generar ventajas competitivas dinámicas promoviendo, una mejor articulación y la cooperación estratégica de cara a los mercados internacionales. Está conformado por tres componentes: el primero tiene como principal cometido la elaboración de un Plan de Refuerzo de la Competitividad, el segundo provee financiamiento para proyectos estructurantes (con beneficios para todo el Conglomerado) y acciones de red (en las que participan al menos tres empresas) y el tercer componente busca fortalecer las instituciones que apoyan al conglomerado.

Este programa ha trabajado con algunas industrias creativas, conformando los conglomerados audiovisual, de diseño, de música y editorial. Apunta a un fortalecimiento de la competitividad y a la creación de un entorno institucional favorable, que permita una adecuada articulación entre empresas, instituciones de investigación y enseñanza y gobierno.

A continuación se desarrollará una breve descripción de cada clusters con el impacto que ha generado su desarrollo en Uruguay.

**Cuadro 1: Cluster Audiovisual en Uruguay**

Características	Beneficios	Resultados
<p>La Ley 18.284 constituye el principal empuje para el sector audiovisual en Uruguay y tiene como principal cometido la creación del ICAU<sup>2</sup> y del Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual. Adicionalmente, se faculta al Poder Ejecutivo a exonerar de gravámenes aduaneros y de impuestos a las actividades del sector.</p>	<p>De acuerdo con las actualizaciones al decreto 220 de 1998, realizadas en 2005 y 2006, los servicios de producción cinematográfica y televisiva a empresas extranjeras y a coproducciones (actualización de 2006) con destino a la exportación están exonerados del Impuesto al Valor Agregado (IVA), que en Uruguay tiene una tasa de 22%. Este descuento abarca la contratación de diversos servicios como el alquiler de equipos, locaciones, muebles y utilería, la contratación de técnicos, seguros, transporte, catering, costos hoteleros, la construcción de escenografía, entre otros. También está exonerada la producción de publicidades. El régimen de Admisión Temporaria (Ley 18.184 y su decreto reglamentario 505/09) permite el ingreso de mercadería de origen extranjero exenta de tributos siempre que la misma vaya a ser reexpedida al exterior en un período inferior a dieciocho meses. Esta mercadería puede ser reexpedida</p>	<p>El sector audiovisual uruguayo ha generado un importante desarrollo en los últimos años, existiendo importantes casos de éxito en los diversos segmentos que lo componen: Cine (documental y ficción), Publicidad, y Animación y videojuegos. En el caso de la publicidad han recibido numerosos premios en los festivales internacionales de Cannes, Nueva York, FIAP, Gramado y en los Clio Awards. Empresas como Honda, Toyota, Peugeot, Colgate, Budweiser y Heineken, entre otras, han realizado sus publicidades en Uruguay. Por su parte, como casos de éxito en cine, cabe señalar los premios obtenidos por películas como Whisky (Cannes) dirigida por Juan Pablo Rebella y Pablo Stoll, Gigante (Oso de Plata y mejor Opera Prima en Festival de Berlín), La demora (India, Berlín), ANINA coproducción uruguayo-colombiana de animación (Festival de Cartagena, BAFICI), entre otras. Finalmente, cabe señalar el éxito que tuvo la empresa Ironhide Game Studio con el lanzamiento de su Kingdom Rush. Comenzando con sólo tres personas trabajando la primera edición de Kingdom Rush se transformó en un éxito en la tienda Apple de Estados Unidos,</p>

<sup>2</sup> Instituto de Cine y del Audiovisual (ICAU), creado por la Ley 18.284 de 2008, en sustitución del Instituto Nacional de Audiovisual. De acuerdo a lo establecido en el artículo 2, este instituto tiene funciones de fomento al clúster audiovisual, de monitoreo y coordinación de la información existente, de registro público del sector, de promoción del sector y de reserva del patrimonio fílmico y audiovisual, entre otras.

	<p>o bien en el estado original o luego de sufrir modificaciones. Esta modalidad es sumamente útil para la entrada de equipos que se deseen utilizar para la producción audiovisual.</p>	<p>alcanzando el segundo puesto del ranking de aplicaciones pagas de la Tienda de Apple. La segunda edición del juego (Kingdom Rush Frontiers) alcanzó el primer puesto en los rankings de descargas de la tienda de Apple de más de cuarenta países (incluido Estados Unidos) solo unas horas después de su lanzamiento en el mercado.</p> <p>Entre 2008 y 2011 la facturación del sector audiovisual pasó de US\$ 170 millones, a US\$ 360 millones. Esta facturación se divide entre televisión (75%), Servicios de producción, publicidad, animación y videojuegos (16%), Exhibición y distribución (7%) y Producción de cine (2%)<sup>3</sup>.</p> <p>Esta industria es de suma relevancia para la economía en su conjunto, no sólo por generar servicios y productos de alto valor agregado con mano de obra calificada de diversas disciplinas, sino también por generar encadenamientos con otros sectores a través de demanda por servicios gastronómicos, alojamiento, transporte, vestuario.</p> <p>Estos servicios generan una red de exportaciones competitivas muy amplia y beneficiosa para la economía del país.</p>
--	--	--

**Fuente: Elaboración propia, información obtenida de [www.uruguayxxi.gub.uy](http://www.uruguayxxi.gub.uy) (Industrias creativas, 2013).**

<sup>3</sup> Fuente: Hacia un Sistema Nacional Audiovisual, junio 2012, Audiovisual Uruguay.

**Cuadro 2: Cluster de Música en Uruguay**

Características	Beneficios	Resultados
<p>En 2009 surge el Cluster de música uruguaya, integrado por actores públicos y privados del sector, con la finalidad de coordinar acciones y fortalecer la Industria de la música en Uruguay.</p> <p>La principal institución pública que lidera el Cluster es el Departamento de Industrias Creativas (DICREA) perteneciente a la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura (MEC).</p> <p>En el marco del Programa Viví Cultura se realizó un Plan Estratégico, con la finalidad de seleccionar ciertas iniciativas para el desarrollo del sector. En dicho proceso se apuntó a incorporar como elementos constitutivos básicos del sector de la música a mediano plazo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La jerarquización de la inserción nacional e internacional,</li> <li>-La valoración del dinamismo y el profesionalismo,</li> </ul>	<p>El Fondo Nacional de Música (FONAM) fue creado en 1994 por la Ley 16.624 con el objetivo de financiar el apoyo y difusión de la actividad musical nacional en todo el territorio de la República.</p> <p>Para ello, se realizan dos llamados anuales a presentación de proyectos<sup>4</sup> a ser financiados total o parcialmente.</p> <p>A la vez, la Comisión administradora tiene la potestad de gestionar ante organismos oficiales exenciones, tarifas especiales y viabilizar mecanismos que favorezcan los fines mencionados. La Ley creadora establece que todo espectáculo de un conjunto musical extranjero deberá aportar al Fondo 5% del total de lo recaudado, a menos que estuviera complementado por lo menos por un espectáculo nacional, en cuyo caso aportará al Fondo el 3%. Si</p>	<p>Uruguay se caracteriza por un panorama musical sumamente diverso, con un alto nivel de calidad como el atributo más destacable de sus producciones. Sorprende a visitantes y a residentes por la cantidad de solistas, bandas de rock, de música popular, etc. que existen en la capital y en el interior del país. Se encuentran músicos de diferentes géneros y con diferentes influencias, pero todos con altos niveles de calidad, tanto en la ejecución como en las composiciones. En este contexto, se pueden señalar algunos casos de éxito que sin ser los únicos, han tenido un especial reconocimiento a nivel internacional, entre ellos encontramos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bandas sonoras: Óscar para Uruguay – Jorge Drexler</li> <li>- Rock de Uruguay rompiendo fronteras: NTVG, La Vela Puerca y El Cuarteto de Nos.</li> <li>- El éxito de la música tropical uruguaya en la década de los 90.</li> <li>- Uruguayos en los Grammy's.</li> </ul>

<sup>4</sup> De acuerdo a la ley creadora del fondo los proyectos versarán sobre: 1) Presentación de músicos o música nacionales en todo el territorio nacional y en el exterior. 2) Grabación de fonogramas aislados o series de fonogramas, de uno o varios músicos, con finalidad de promoción y difusión, sin fines comerciales. 3) Investigaciones sobre la música nacional, incluida su publicación. 4) Contribución a la formación del músico nacional, tanto dentro como fuera del país. 5) Estímulo a la creación e interpretación de la música nacional. 6) Promoción de la educación musical teórico-práctica en los diferentes niveles de enseñanza. 7) Edición de partituras de música nacional, con fines de promoción y difusión, sin fines comerciales. 8) Incentivo a la construcción, desarrollo, mantenimiento y recuperación de salas y espacios destinados prioritariamente a la actividad musical. La precedente enumeración podrá ampliarse con cualquier otro cometido que la Comisión considere de interés.

<p>-La búsqueda de alta calidad técnica, artística y creativa, -El reconocimiento de la diversidad.</p>	<p>bien el Fondo cuenta con otras formas de financiamiento, esta es sumamente importante.</p>	<p>De acuerdo con el estudio realizado para la Cuenta Satélite de la Cultura, la industria fonográfica generó un valor bruto de producción de US\$ 7,5 millones y un valor agregado de casi US\$ 3 millones, representando 0,1% del PIB en 2009. Este valor de producción supuso la creación de 212 puestos de trabajo e incluyó exportaciones por US\$ 130.000 de discos y licencias. A estos valores corresponde sumarle el valor generado por los shows de música en vivo, que en este estudio se categorizan como parte del sector “artes escénicas”.</p>
---	---	---

**Fuente: Elaboración propia, información obtenida de [www.uruguayxxi.gub.uy](http://www.uruguayxxi.gub.uy) (Industrias creativas, 2013).**

**Cuadro 3: Cluster de Diseño en Uruguay**

Características	Beneficios	Resultados
<p>El Conglomerado de Diseño surge en 2008 en el marco del Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas (PACC) del área de políticas Territoriales (APT) de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP). Está integrado por actores del sector público, privado y académico y constituye un espacio de planificación, coordinación y articulación de acciones estratégicas público-privadas.</p>	<p>El conglomerado de Diseño con el apoyo del Programa PACC desarrolló el fondo Pro-Industria + Diseño, que financia la contratación de servicios de diseño para dos modalidades: -Diseño de producto o packaging, -Diseño gráfico, web o de interfaz gráfica. Este programa tiene el objetivo de fomentar el encuentro entre las empresas del sector productivo y</p>	<p>De acuerdo con el Informe de Caracterización del sector incluido en el Plan de Refuerzo de la Competitividad para el Sector Diseño (2009)<sup>5</sup> existen en Uruguay aproximadamente 320 empresas/estudios de diseño, además de otras empresas industriales y de servicios relevantes para el sector, que han establecido y consolidado departamentos de diseño propios. Se estima que en esta situación de autoempleo se encuentran unos 150 diseñadores. De esta manera, existe un núcleo duro de 470 agentes en el</p>

<sup>5</sup> [www.cdu.org.uy/es/pages/documentos](http://www.cdu.org.uy/es/pages/documentos)

<p>En particular, desde 2009 existe una estrategia común plasmada en el Plan de Refuerzo a la Competitividad (PRC).</p>	<p>empresas de diseño o diseñadores independientes, permitiendo la valorización del diseño como una herramienta de mejora competitiva.</p> <p>Adicionalmente, promueve un vínculo duradero entre las empresas de diseño y sus clientes. Entre los proyectos seleccionados de esta herramienta, puede destacarse el emprendimiento de la empresa SIAC y el estudio de diseño DVLGroup quienes incorporaron diseño a una línea de autoclaves de la empresa SIAC, agregando valor y permitiendo que la misma sea competitiva a nivel internacional, al mismo tiempo que se alineó con la imagen corporativa y estrategia de dicha empresa, siendo presentado a posteriori en ferias internacionales.</p>	<p>diseño uruguayo. La gran mayoría de las empresas está radicada en Montevideo. Se estima que el empleo total en el diseño alcanza a 1.300 profesionales y que genera 2.700 trabajos indirectos. Finalmente, en dicho informe se estima en US\$ 20 millones la facturación del sector, de la cual aproximadamente 10% provendría de ventas al exterior.</p> <p>Además del núcleo duro se identificaron las siguientes empresas vinculadas al Cluster de Diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-100 empresas vinculadas a la comercialización de productos “con diseño”</li> <li>-200 empresas proveedores de servicios complementarios como imprentas y editoriales</li> <li>-150 empresas proveedores industriales como las matriceras u otras empresas de packaging</li> <li>-200 empresas relevantes para los estudios de diseño de interiores como carpinterías, tapicerías u otros servicios de acondicionamiento</li> <li>-150 empresas de programación relacionadas al diseño web</li> <li>-50 empresas de jardinería y viveros relacionadas directamente con los estudios de diseño en paisajismo.</li> </ul>
---	---	---

**Fuente: Elaboración propia, información obtenida de [www.uruguayxxi.gub.uy](http://www.uruguayxxi.gub.uy) (Industrias creativas, 2013).**

**Cuadro 4: Cluster Editorial en Uruguay**

Características	Beneficios	Resultados
<p>El Conglomerado editorial surge al impulso de la Dirección de Industrias Creativas y la Dirección Nacional de Culturas del MEC con el apoyo metodológico del Programa PACC. Está integrado por la Cámara Uruguaya del Libro<sup>6</sup> y la Asociación Uruguaya de Creadores de Historietas<sup>7</sup>. Tiene como objetivos fortalecer la industria editorial del país, creando un diferencial estratégico que permita ampliar su presencia tanto en el mercado interno como en los mercados internacionales. Asimismo el Conglomerado configurará un entorno más adecuado para aprovechar las oportunidades generadas por las nuevas tecnologías. Para lograr esta tarea, busca fortalecer los espacios de articulación y generar identidad entre los actores del sector (empresas, instituciones, técnicos, creadores e investigadores relacionados a la edición).</p>	<p>Se han desarrollado diversos fondos para promover el sector, entre ellos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Convenio CUNY-MEC: otorga un viaje anual de un escritor/a a Nueva York para difusión de la literatura uruguaya.</li> <li>-Premios Anuales de Literatura: En el marco de la ley N° 15.843, estos premios tienen como objetivo reconocer el esfuerzo, la dedicación y el talento de ciudadanos uruguayos productores de obras literarias. Se premian obras inéditas o editadas en el año estipulado.</li> </ul>	<p>De acuerdo con la Cuenta Satélite de la Cultura en 2009, la industria del libro generó un valor agregado de US\$ 18 millones incluyendo sector editorial, comercio mayorista y minorista de libros.</p> <p>Con el desarrollo de las tecnologías de la información la industria del libro ha enfrentado importantes transformaciones. En particular, el auge de los libros electrónicos y de la lectura online fue generando que, sobre todo a nivel internacional, la venta de libros fuera dando lugar a una mayor incidencia de la venta de derechos. A su vez, las importantes sinergias con otras actividades han llevado a que esta venta de derechos no se encuentre asociada únicamente a los derechos de reproducción de la obra original, sino también a la venta de los derechos para desarrollar otras actividades como ser una película o serie televisiva sobre la historia, el desarrollo de juegos o juguetes asociados a la historia para el caso de los libros infantiles, entre otros. Los principales destinos de las exportaciones del sector, son aquellos países de habla hispana: Argentina, España y México.</p>

**Fuente: Elaboración propia, información obtenida de [www.uruguayxxi.gub.uy](http://www.uruguayxxi.gub.uy) (Industrias creativas, 2013).**

<sup>6</sup> CUL Cámara Uruguaya del Libro

<sup>7</sup> AUCH Asociación Uruguaya de Creadores de Historietas

**Cuadro 5: Cluster Artes Escénicas en Uruguay**

Características	Beneficios	Resultados								
<p>El Instituto Nacional de Artes Escénicas es el resultado de un proceso iniciado en 2009 y finalizado en 2012 y supone la continuidad de los programas y actividades del área de Artes Escénicas (creado en 2008) de la Dirección Nacional de Cultura del MEC. Tiene entre sus objetivos la promoción, protección, fortalecimiento, producción, investigación y difusión de las artes escénicas en todas sus manifestaciones, así como la formulación de políticas de fomento del teatro, la danza, los títeres y el circo, tanto en el país, como su proyección en el exterior. En esta misma línea, se promueve la concreción de residencias con artistas nacionales e internacionales.</p>	<p>El INAE desde sus comienzos ha realizado un apoyo al medio en forma constante, trabajando con la Asociación de Críticos Teatrales del Uruguay (ACTU) y la Asociación de Teatros del Interior (ATI). Adicionalmente ha brindado apoyo a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Apoyo a dramaturgos uruguayos a la realización de residencias en el exterior: Sala Beckett de Barcelona y Escena Sur, Buenos Aires.</li> <li>-Apoyo a Muestra y Encuentros de Teatro: Festival de Punta del Este, Festival Ciudad de la Costa, Festival de Teatro leído (Minas, Fundación Lolita Rubial).</li> <li>-Apoyo a la presentación de artistas o elencos nacionales en festivales, becas o giras en el exterior</li> </ul>	<p>De acuerdo con la estimación realizada en ocasión del lanzamiento de la Cuenta Satélite para el año 2009, el valor total de producción del sector alcanzó a US\$ 39 millones, siendo el 30% de dicha producción de mercado. Esto implicó la generación de 1.600 puestos de trabajo. Dentro de la producción de mercado, aproximadamente US\$ 8 millones correspondieron a ingresos por taquilla, que se dividieron del siguiente modo entre las categorías:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tbody> <tr> <td><b>TEATRO</b></td> <td><b>26%</b></td> </tr> <tr> <td><b>MÚSICA</b></td> <td><b>55%</b></td> </tr> <tr> <td><b>CARNAVAL</b></td> <td><b>15%</b></td> </tr> <tr> <td><b>DANZA</b></td> <td><b>4%</b></td> </tr> </tbody> </table>	<b>TEATRO</b>	<b>26%</b>	<b>MÚSICA</b>	<b>55%</b>	<b>CARNAVAL</b>	<b>15%</b>	<b>DANZA</b>	<b>4%</b>
<b>TEATRO</b>	<b>26%</b>									
<b>MÚSICA</b>	<b>55%</b>									
<b>CARNAVAL</b>	<b>15%</b>									
<b>DANZA</b>	<b>4%</b>									

**Fuente: Elaboración propia, información obtenida de [www.uruguayxxi.gub.uy](http://www.uruguayxxi.gub.uy) (Industrias creativas, 2013).**

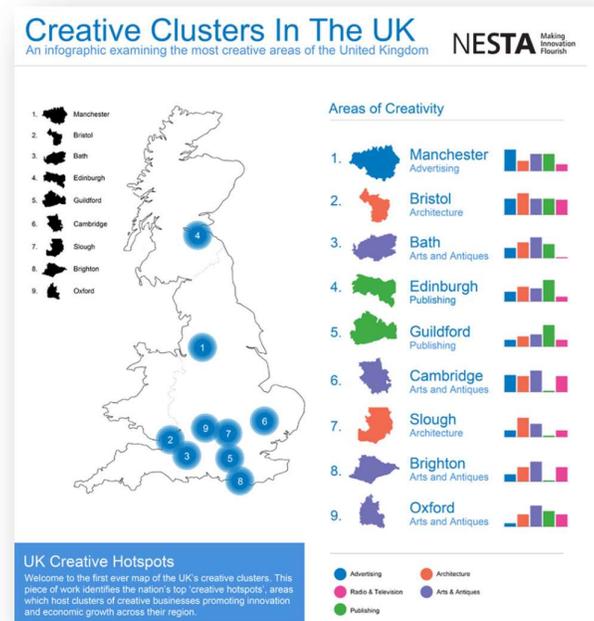
### 3.2.Reino Unido

“Nos estamos moviendo en un mundo diferente, un mundo donde las materias primas no son más el carbón y el acero, sino la información; donde el valor de los productos está en las ideas y significados, producidos no por máquinas, sino por la

imaginación. Nuevo valor que se crea en este sector, en que la innovación técnica, la creatividad artística y el espíritu empresarial de negocios se implementan en conjunto para hacer y distribuir un producto cultural nuevo. Los creadores de contenido deben ser rápidos para responder a los cambios en la moda y la tecnología (...) Sus activos son invisibles y volátiles: la reputación, las habilidades y las marcas. (...) Operan en nichos de mercado mundial. Una buena parte de sus infraestructuras críticas es externa a la empresa (...) Todo esto contribuye a un perfil de negocio que no es ampliamente reconocido por los bancos, los inversionistas o el gobierno. La principal estrategia que el sector creativo en su conjunto adopta para hacer frente a estos problemas estructurales es poner en común recursos y conocimientos: en las redes, polos productivos, barrios y otros tipos de agrupaciones informales.” (Simon Evans<sup>8</sup>, 2010).

En el siguiente mapa encontramos la ubicación de los distritos creativos más importantes del Reino Unido:

**Mapa 1: Distritos Creativos UK**



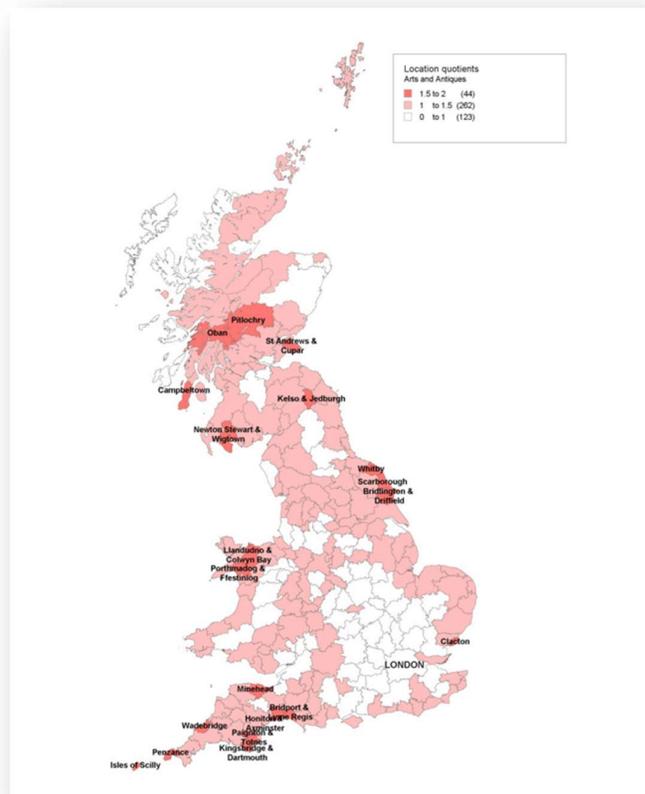
Fuente: [www.nesta.org.uk](http://www.nesta.org.uk) (Nesta, 2010)

<sup>8</sup> Simon Evans, Director de Creative Clusters Ltd., UK.

Según estudios de NESTA<sup>9</sup>, las empresas creativas dedicadas a las artes se encuentran ubicadas a lo largo del Reino Unido, tanto en zonas rurales como urbanas, sin tener un lugar de ubicación específico.

Lo vemos en el siguiente mapa:

**Mapa 2: Presencia de clusters artísticos en el Reino Unido**



Fuente: <http://www.nesta.org.uk/> (Nesta, 2009)

<sup>9</sup> NESTA (National Endowment for Science, Technology and the Arts) es uno de los expertos independientes más importante del Reino Unido sobre cómo la innovación puede resolver algunos de los principales retos económicos y sociales de un país.

Su trabajo es financiado por una dotación y opera sin costo alguno para el gobierno o contribuyente. NESTA es un líder mundial en su campo y lleva a cabo su trabajo a través de una mezcla de programas experimentales, la investigación analítica y la inversión en jóvenes compañías. (Amplíese en [www.nesta.org.uk](http://www.nesta.org.uk))

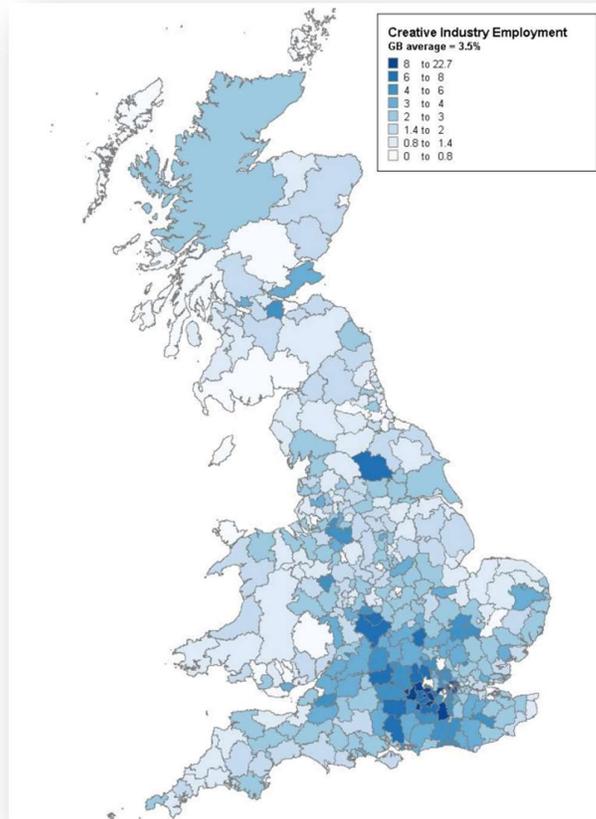
“Las industrias creativas desempeñan un papel vital en la economía del Reino Unido y el sector se ha destacado como una fuente de crecimiento futuro en las estrategias de desarrollo económico de muchos pueblos y ciudades en el Reino Unido. Se ha demostrado que las industrias creativas tienen más probabilidades de crecer en lugares que ya tienen una fuerte presencia creativa en términos de negocios y profesionales creativos. Las industrias creativas han jugado un papel clave en la conducción de los negocios y en la creación de empleo durante la última década, pero también pueden tener una serie de características beneficiosas:

- 1- En primer lugar, las industrias creativas son importantes en el impulso de la innovación y el aumento de la productividad en otros sectores de la economía. Esto puede suceder a través de efectos indirectos, donde la ubicación cerca de industrias creativas proporciona beneficios para otros sectores cercanos, como el acceso a las ideas creativas, pero donde estos beneficios no se comercializan en el mercado. Más precisamente, podría ser a través de la integración de las industrias creativas como parte de las cadenas de producción más amplias de otras industrias, agencias de diseño pueden ser comisionados para añadir valor a los productos de los fabricantes, por ejemplo. Estos dos procesos pueden significar que las empresas no creativas que se encuentran cerca de las empresas creativas sean más productivas y exitosas.
- 2- En segundo lugar, las industrias creativas pueden hacer de lugares más atractivos para otras empresas e individuos altamente cualificados. El foco de la investigación en esta área ha sido el papel de las industrias creativas en la atracción de los miembros altamente cualificados de la 'clase creativa' o la creatividad.
- 3- En tercer lugar, a menudo se argumenta que los aspectos particulares de las industrias creativas - como el arte, la música o el rendimiento - tienen un valor intrínseco en sí mismos. Esto ha generado que las estrategias basadas en las industrias creativas se convierta en una parte muy popular de la política urbana.

Las industrias creativas jugarán un papel importante en el desarrollo económico del Reino Unido, dirigiendo la innovación, las exportaciones y el crecimiento del empleo más la próxima década.” (Nesta, 2013).

Podemos ver en el próximo mapa la influencia que los clusters artísticos tienen en la generación de empleo del país y por lo tanto, en el crecimiento de su economía.

**Mapa 3: Empleo en las Industrias Creativas en Reino Unido**



**Fuente: Nesta, 2013.**

Reconociendo la importancia de las industrias creativas y el potencial que tienen para incentivar el crecimiento de la economía, se ha estimulado su crecimiento mediante políticas económicas locales.

### 3.3. Estados Unidos

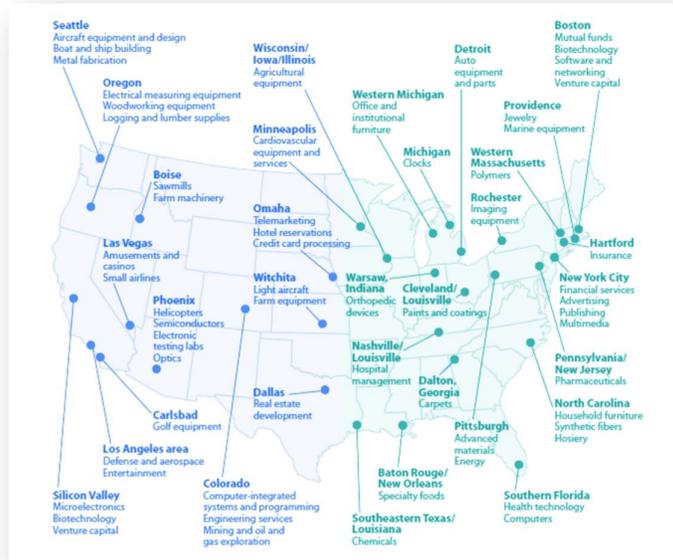
Los clusters son una característica notable de las economías, generando regiones singularmente competitivas para el empleo y la inversión privada.

Las economías regionales son los componentes básicos de la competitividad en EE.UU. La capacidad del país para producir productos y servicios de alto valor depende de la creación y el fortalecimiento de las agrupaciones regionales de industrias que se convierten en centros de innovación. Las agrupaciones mejoran la productividad y estimulan la innovación, reuniendo a la tecnología, la información, talentos especializados, empresas competidoras, instituciones académicas, y otras organizaciones relacionadas, todas en una misma área para estimular el crecimiento y ventajas competitivas de las empresas del cluster. La cercanía y los estrechos vínculos que se generan, dan mejores conocimientos del mercado, talentos especializados, y un despliegue más rápido de nuevos conocimientos. (U.S. Cluster Mapping Project, 2015)

Estas agrupaciones surgen de forma natural en desarrollo del mercado, proporcionando beneficios de productividad a las empresas a medida que van creciendo en tamaño. Se convierten en atractivos para las empresas que buscan una nueva ubicación y fomentan el crecimiento de las empresas que ya se encuentran allí. Las empresas ubicadas en los clusters logran tener acceso a proveedores especializados regionales, proveedores de servicios e instituciones, y también pueden beneficiarse de empleados calificados y una infraestructura compartida dedicada a sus necesidades.

A continuación, veremos un mapa de EEUU con la identificación de los clusters más importantes de la región:

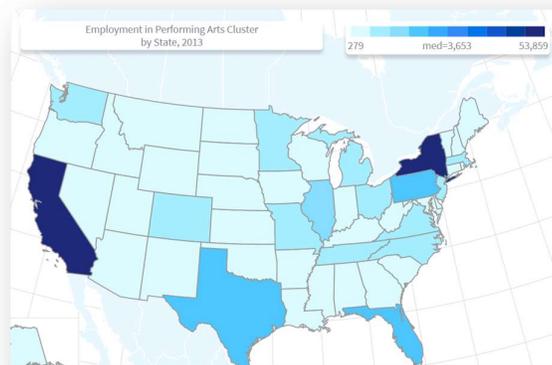
Mapa 4: Clusters en EEUU



Fuente: U.S. Cluster Mapping Project, Instituto de Estrategia y Competitividad, Harvard Business School.

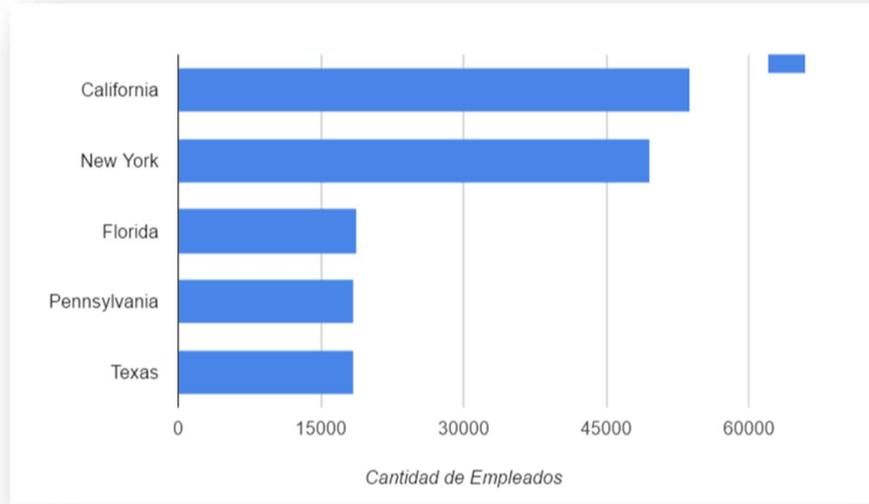
El distrito artístico de los Estados Unidos presenta las siguientes características:

Mapa 5: Cantidad de empleados en Distrito Artístico



Fuente: U.S. Cluster Mapping Project, Instituto de Estrategia y Competitividad, Harvard Business School.

**Gráfico 1: Top 5 Estados con mayor empleados en Distritos Artísticos**

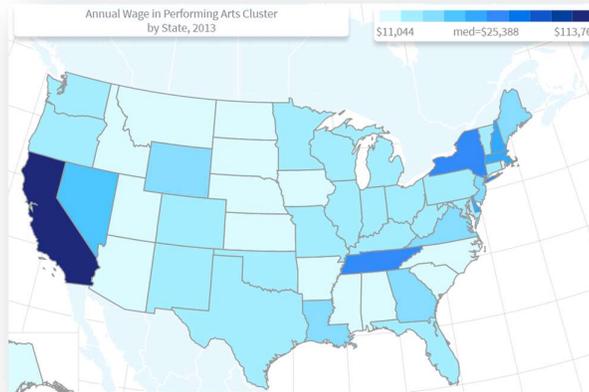


**Fuente: Elaboración propia, en base a información de U.S. Cluster Mapping Project.**

Según las estadísticas elaboradas por la Universidad de Harvard, en su proyecto “U.S. Cluster Mapping Project”, la cantidad de personal empleado en los distritos artísticos en Estados Unidos durante el 2013, asciende a:

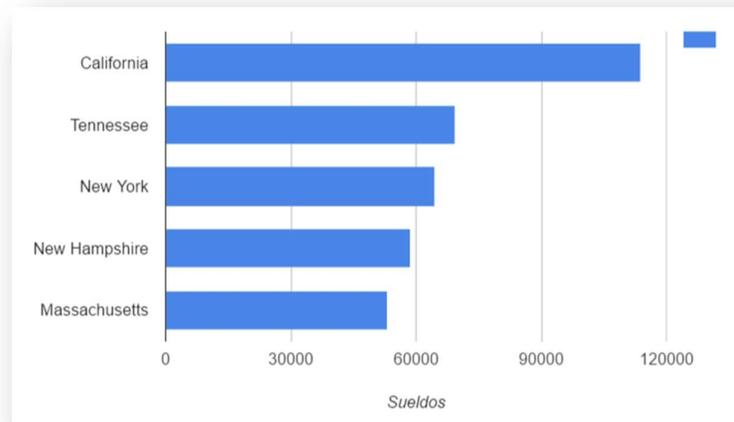
- California: 53,859 empleados,
- New York: 49,683 empleados,
- Florida: 18,782 empleados,
- Pennsylvania: 18,484 empleados,
- Texas: 18,463 empleados.

**Mapa 6: Sueldos en Distrito Artístico**



**Fuente: U.S. Cluster Mapping Project, Instituto de Estrategia y Competitividad, Harvard Business School.**

**Gráfico 2: Top 5 Estados con mejores sueldos en Distritos Artísticos**



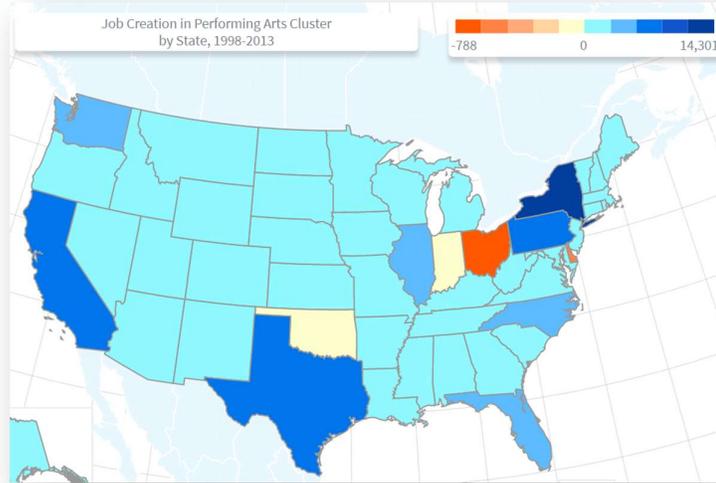
**Fuente: Elaboración propia, en base a información de U.S. Cluster Mapping Project.**

Por otro lado, el top cinco de los sueldos devengados en promedio para el periodo 2013, tienen el siguiente comportamiento:

- California: 113,769 usd,
- Tennessee: 69,550 usd,

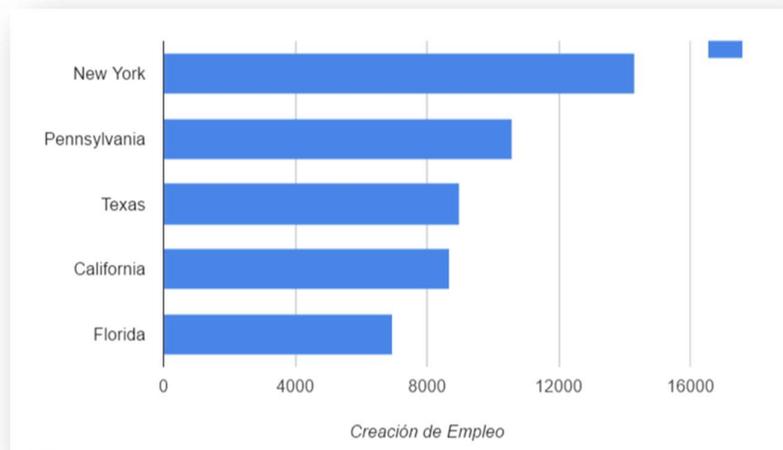
- New York: 64,452 usd,
- New Hampshire: 58,687 usd,
- Massachusetts: 53,223 usd.

**Mapa 7: Creación de Empleo en EEUU por Distritos Artísticos**



**Fuente: U.S. Cluster Mapping Project, Instituto de Estrategia y Competitividad, Harvard Business School.**

**Gráfico 3: Top 5 Estados con mayor Creación de Empleo en Distritos Artísticos**



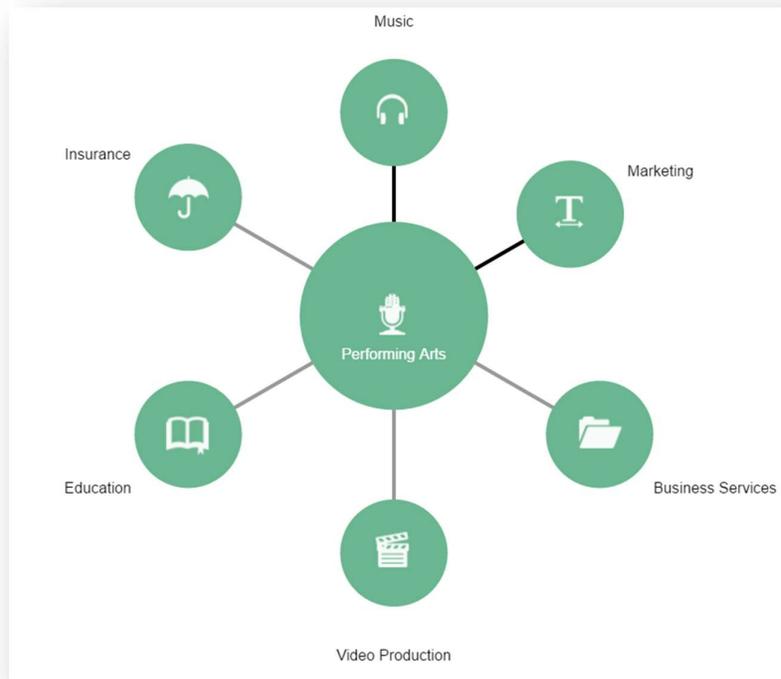
**Fuente: Elaboración propia, en base a información de U.S. Cluster Mapping Project.**

Por último, el índice “creación de puestos de trabajos” en distritos artísticos de Estados Unidos, para el período 1998-2013, tiene los siguientes Estados en las primeras cinco posiciones:

- New York: 14,301 puestos,
- Pennsylvania: 10,612 puestos,
- Texas: 8,978 puestos,
- California: 8,680 puestos,
- Florida: 6,973 puestos.

El desarrollo del cluster artístico fomenta indirectamente el desarrollo de actividades relacionadas, como ser: educación, música, marketing, servicios de negocios, servicios audiovisuales, entre otros.

**Cuadro 6: Actividades relacionadas**



**Fuente: U.S. Cluster Mapping Project, Instituto de Estrategia y Competitividad, Harvard Business School.**

Los clusters son importantes para la economía de Estados Unidos por:

- Perfil: los clusters son componentes básicos de las economías modernas y determinan el perfil de la economía del lugar.
- Desempeño: ayudan a impulsar el rendimiento económico regional, desde el crecimiento del empleo, a la mejora salarial y la innovación.
- Política: los clusters son una herramienta poderosa para la acción política y el marco para el desarrollo económico.
- Compañías: ofrecen oportunidades atractivas para la inversión empresarial, las exportaciones, selección de sitios y evaluación del cambio de suministros.

#### **Capítulo 4: Políticas de Distritos C.A.B.A.**

En base a esta política de desarrollo y crecimiento se da origen a los Distritos Económicos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, los cuales tienden a aplicar beneficios fiscales para promover la radicación de empresas de sectores seleccionados en áreas geográficas específicas de la Ciudad, a través de incentivos fiscales y de la inversión pública de la zona.

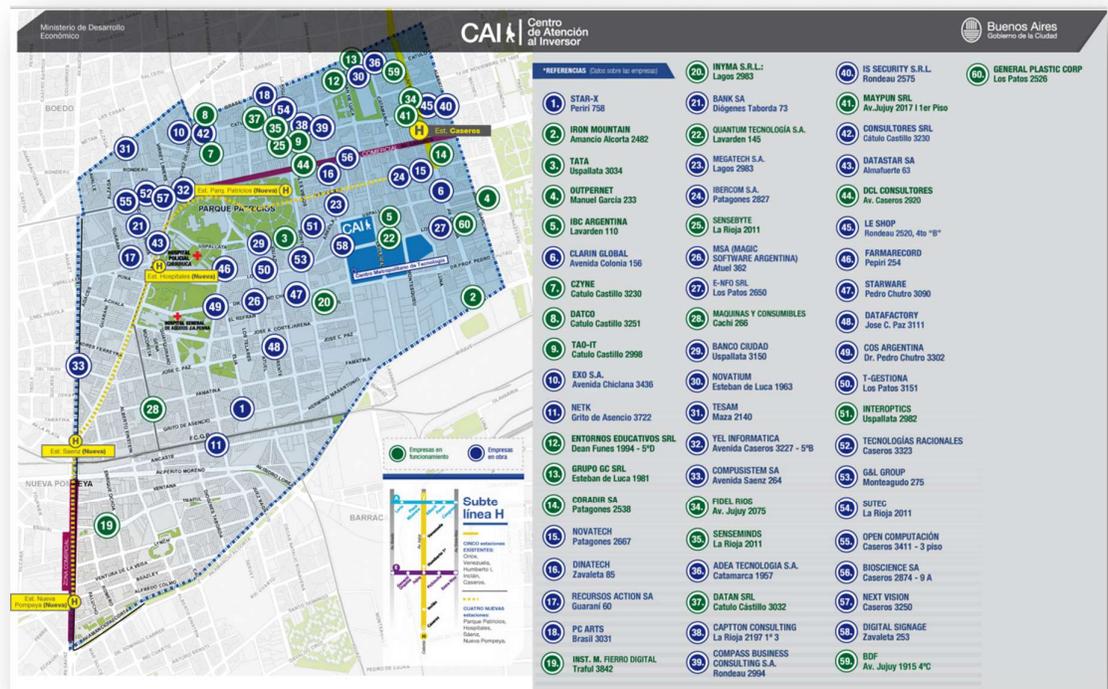
En el período bajo estudio, el Gobierno de la Ciudad impulsa cuatro iniciativas distritales: el Distrito Tecnológico (DT), el Distrito Audiovisual (DA), el Distrito del Diseño (DD) y el Distrito de las Artes (DAr). El Mapa 8 visualiza la localización geográfica de cada uno de ellos.



desarrollo de la zona Sur de la Ciudad. Está ubicado en Parque Patricios y abarca 200 hectáreas que se extienden hasta los barrios de Boedo, al norte, y Nueva Pompeya, al sur. El perímetro está marcado por: Avenidas Sáenz, Boedo, Chiclana, Sánchez de Loria y Brasil, las calles Alberti y Manuel García y la Avenida Amancio Alcorta, en ambas aceras.” (Gobierno Ciudad de Buenos Aires, 2014).

Ver mapa a continuación.

Mapa 9: Distrito Tecnológico



Fuente: Gobierno Ciudad de Buenos Aires - [www.buenosaires.gob.ar](http://www.buenosaires.gob.ar) - (2014)

El Distrito promueve las siguientes actividades:

Cuadro 7: Actividades Distrito Tecnológico

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>(a) Desarrollo y puesta a punto de productos de <i>software</i>.</li><li>(b) Implementación y puesta a punto a terceras personas sobre productos de <i>software</i> propios o de terceros.</li><li>(c) Desarrollo total o parcial de sistemas, módulos, rutinas, procedimientos, documentación y similares, para uso propio o provisión a terceros.</li><li>(d) Desarrollo de <i>software</i> a medida.</li><li>(e) Prestación de servicios informáticos orientados a mejorar la seguridad de equipos y redes.</li><li>(f) Servicios informáticos vinculados a procesos de negocios.</li><li>(g) Desarrollo de productos y servicios aplicados a actividades como <i>e-learning</i>, marketing, <i>e-commerce</i>, etc.</li><li>(h) Servicios de codificación, programación, mantenimiento, soporte a distancia, etc.</li><li>(i) Desarrollo y puesta a punto de <i>software</i> embebidos.</li><li>(j) Producción de <i>hardware</i> (partes, piezas o componentes de equipos informáticos).</li><li>(k) Servicios de <i>contact centers</i>.</li><li>(l) Actualización, perfeccionamiento y capacitación de docentes o alumnos del sistema educativo.</li></ul> |
|---|

Fuente: Elaboración propia, datos obtenido Gobierno de la Ciudad (2014).

Aquellas empresas TIC ubicada en el Distrito Tecnológico gozará de los siguientes beneficios impositivos:

Cuadro 8: Beneficios Fiscales Distrito Tecnológico

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>(a) <b>Ingresos Brutos:</b> eximición del pago de la tasa por 10 años sobre las ganancias derivadas de la operación en el DT. Las empresas beneficiadas deben inscribirse en un Registro de Empresas TIC (RET) y mantener la cantidad de trabajadores declarada al momento de la inscripción para mantener la exención. Sin embargo, es posible solicitar un diferimiento de la tasa por dos años a cambio de un compromiso de radicación en un mismo plazo.</li><li>(b) <b>Sellos:</b> exención que beneficia solo a las empresas con propiedades dentro del área del DT destinadas a actividades comprendidas por la Ley 2.972<sup>1</sup>.</li><li>(c) <b>ABL y Derechos de Delineación y Construcciones:</b> de la misma manera que el impuesto de Sellos, beneficia a empresas con propiedades en el DT destinadas a actividades promovidas. Este beneficio se amplía también para las propiedades de la zona que sean propias o alquiladas por los empleados en relación de dependencia de las empresas inscriptas en el régimen de la Ley.</li><li>(d) <b>Subsidios y líneas de crédito preferenciales:</b> la ley establece el otorgamiento de subsidios a las empresas inscriptas en el registro de empresas TIC para financiar hasta un 50% del costo de obtenciones de certificados de calidad; y de líneas de créditos preferenciales del Banco Ciudad para la compra de inmuebles, realización de construcciones, mudanzas, reciclado y acondicionamiento de edificios y equipamiento.</li><li>(e) <b>Beneficios extendidos a instituciones educativas, académicas y de capacitación que se establezcan en el DT</b></li></ul> |
|---|

Fuente: Elaboración propia, datos obtenido Gobierno de la Ciudad (2014).

## 4.2. Distrito Audiovisual

El 29 de Septiembre de 2011 el Gobierno de la Ciudad promulgó la Ley 3.876 de Promoción de la Actividad Audiovisual. La ley declaró como industria al sector audiovisual y creó el Distrito Audiovisual (DA).

El DA abarca el polígono definido desde la intersección de Fray Justo Santa María de Oro y Guatemala, hasta las vías del ex ferrocarril Bartolomé Mitre ramal José León Suárez, hasta la Av. Federico Lacroze; Av. Álvarez Thomas; Av. Forest; Av. de Los Incas; Holmberg; La Pampa; Av. Triunvirato; Av. Combatientes de Malvinas; Av. Chorroarín; Av. San Martín; Paysandú; Av. Warnes; Av. Juan B Justo; Av. Córdoba; Uriarte; Fray Justo Santa María de Oro hasta la intersección con la calle Guatemala.

El polígono incluye ambas aceras de las arterias mencionadas y comprende los Barrios de Villa Ortúzar, Villa Crespo, Colegiales, Palermo, Chacarita y Paternal, tal como se puede apreciar en el Mapa 10.

Mapa 10: Distrito Audiovisual



Fuente: Gobierno Ciudad de Buenos Aires - [www.buenosaires.gob.ar](http://www.buenosaires.gob.ar) - (2014)

El DA busca promocionar el desarrollo de la actividad audiovisual en la Ciudad e impulsar la creación y radicación de nuevas empresas. De esta manera, pretende posicionar a la Ciudad como un destino confiable para la inversión local e internacional en materia audiovisual. Los beneficios del DA comprenden a personas físicas o legales para las cuales al menos la mitad de las ventas totales resulta de actividades vinculadas al sector de servicios audiovisuales. El cuadro 9 enumera las actividades beneficiadas por el régimen de incentivos del DA.

**Cuadro 9: Actividades beneficiadas por el DA**

<ul style="list-style-type: none"><li>(a) Producción de contenidos audiovisuales de todo tipo.</li><li>(b) Prestación de servicios de producción audiovisual.</li><li>(c) Procesamiento del material resultante de la filmación.</li><li>(d) Grabación o registro de la imagen y sonido.</li><li>(e) Posproducción del material resultante de la filmación, grabación o registro de la imagen o sonido.</li><li>(f) Prestación de servicios específicos para la actividad audiovisual, las actividades creativas, artísticas e interpretativas vinculadas directamente a una producción audiovisual.</li><li>(g) Alquiler de estudios de grabación, de filmación o de equipamiento técnico y la distribución de obras cinematográficas nacionales.</li><li>(h) Salas de exhibición cinematográficas que posean un máximo de ocho salas y se encuentren radicadas en el DA.</li><li>(i) Instituciones universitarias y centros de investigación y desarrollo relacionados al sector.</li></ul>
---

**Fuente: Elaboración propia, datos obtenido Gobierno de la Ciudad (2014).**

Con el fin de cumplir con el objetivo del régimen, el Gobierno de la Ciudad estableció una serie de beneficios funcionales e impositivos para las empresas radicadas en el DA. El Cuadro 10 enumera los beneficios fiscales otorgados. Una condición necesaria para percibir estos beneficios es la inscripción en el Registro de Empresas Audiovisuales (REA).

**Cuadro 10: Incentivos fiscales del DA**

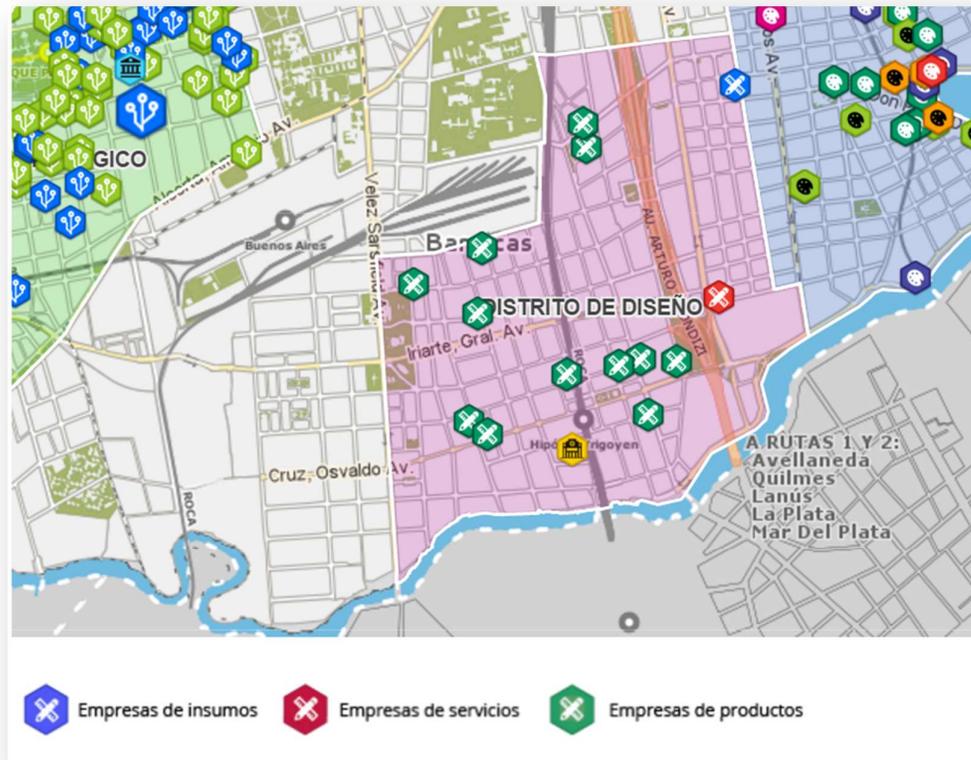
<p>(a) Exenciones del pago de ABL y del impuesto a los sellos por 10 años.</p> <p>(b) <b>Líneas de créditos preferenciales del Banco Ciudad para proyectos de inversión o mudanza:</b> financiamiento de proyectos de inversión destinados a obras civiles, compra de inmuebles, construcciones, reciclados y acondicionamiento de edificios hasta un 80% del monto total y el 70% de los proyectos de mudanzas y capital de trabajo de corto plazo mediante una línea de descuento de cheques de pago diferido producto de ventas a sus clientes o una línea de préstamos amortizables.</p> <p>(c) <b>Exención del pago del derecho de Delineación y Construcciones.</b></p> <p>(d) Exención del impuesto a los Ingresos Brutos por 10 años (15 años si es nacional) del 100% si se radican a partir de septiembre del 2011 y 50% si ya estaban radicadas en el primer año y 100% a partir del segundo.</p>
--

Fuente: Elaboración propia, datos obtenido Gobierno de la Ciudad (2014).

### 4.3. Distrito de Diseño

El Distrito de Diseño (DD) tiene tres objetivos principales: (a) impulsar la competitividad internacional del sector de servicios profesionales de diseño de la Ciudad; (b) promocionar el diseño como herramienta primaria del crecimiento económico y (c) favorecer el desarrollo territorial y económico del territorio asignado al distrito. El DA se ubica en el barrio de Barracas, en un espacio de alrededor de 400 hectáreas, con eje en el Centro Metropolitano de Diseño (CMD), tal como se aprecia en el Mapa 11.

Mapa 11: Distrito de Diseño



Fuente: Gobierno Ciudad de Buenos Aires - [www.buenosaires.gob.ar](http://www.buenosaires.gob.ar) - (2014)

El edificio del CMD es el primer hito del DD. El CMD ofrece una programación anual de eventos vinculados al diseño y las industrias creativas. En la actualidad, funcionan en el CMD cuatro actividades principales: (a) talleres de capacitación en oficios vinculados con el diseño; (b) laboratorios de incubación de emprendedores de diseño; (c) programas de residencias y (d) áreas gubernamentales dedicadas a la promoción de las industrias creativas.

La Ley de DD, a partir de beneficios fiscales, busca favorecer la radicación de empresas y profesionales del diseño en Barracas. El Cuadro 11 enumera las actividades beneficiarias del DD.

**Cuadro 11: Actividades beneficiadas por el DD**

- |  |
|--|
| (a) Desarrollo de manufacturas de moda.  |
| (b) Desarrollo de equipamiento para el hogar basado en diseño.                                   |
| (c) Instituciones universitarias y centros de investigación y desarrollo relacionados al sector. |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenido Gobierno de la Ciudad (2014).

Los beneficios fiscales obtenidos se encuentran detallados en el siguiente cuadro.

**Cuadro 12: Beneficios fiscales del DD**

- |   |
|---|
| (a) Exenciones del pago de Ingresos Brutos, ABL y del impuesto a los sellos por 10 años.  |
| (b) Computar 25% del monto invertido como pago a cuenta de los Ingresos Brutos para actividades de desarrollo de infraestructura artística. |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenido Gobierno de la Ciudad (2014).

“El objetivo del Distrito de Diseño es conformar un clúster, y posicionar a la ciudad como centro competitivo regional, para esto se fomentan las condiciones favorables que permitan potenciar y exportar diseño local.

El Distrito de Diseño revitaliza a Barracas, un barrio de pasado industrial que ha dejado grandes naves industriales de alto valor patrimonial, para estimular la radicación de los actores ligados al back productivo de la industria como las empresas, las academias y los profesionales del sector. Los nuevos residentes del polo generador de diseño reciben exenciones impositivas y facilidades para incitar el crecimiento propio junto con el de la industria.” (Gobierno Ciudad de Buenos Aires, 2014).

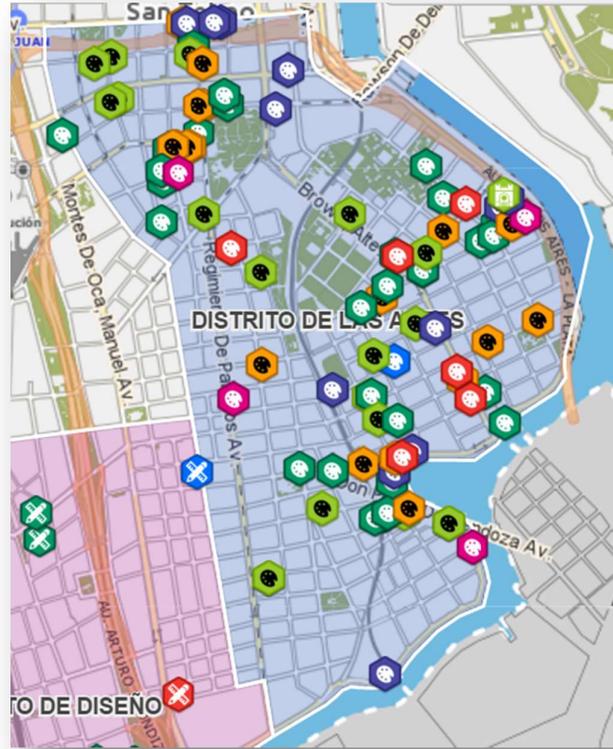
#### **4.4. El Distrito de las Artes**

El Distrito de las Artes (DAr), el caso bajo estudio, fue creado fines del año 2012 con la sanción de la Ley 4353, CABA.

En su texto se determina que serán beneficiarios aquellas personas físicas o jurídicas que estén radicadas en el polígono delimitado por las calles Avda. Regimiento de Patricios, Río Cuarto, Azara, Dellepiane, las parcelas frentistas de la Dársena Sur, ambas márgenes y la ribera norte del Riachuelo.

A continuación veremos el mapa correspondiente a este Distrito:

**Mapa 12: Distrito de las Artes**



**Fuente: Gobierno Ciudad de Buenos Aires - www.buenosaires.gob.ar - (2014)**

El proyecto del DAR tiene como objetivo promover una amplia gama de actividades artísticas. El siguiente cuadro enumera las actividades que serán beneficiadas por el DAR.

**Cuadro 13: Actividades beneficiadas por el DAR**

Actividades Beneficiadas	
(a)	Formación, creación, producción, gestión, difusión y/o comercialización de obras y/o suministros relacionados con las artes visuales, musicales, literarias y/o escénicas.
(b)	Desarrollo de infraestructura artística y a los centros educativos y culturales de la misma temática

**Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de Ley 4353 (2012)**

Aquellos beneficiarios al inscribirse en el Registro del Distrito de las Artes <sup>10</sup> gozarán de incentivos impositivos por un período de diez años desde que se celebra el presente régimen, es decir desde 2012 hasta 2022.

Entre ellos encontramos los detallados en el siguiente cuadro:

**Cuadro 14: Beneficios Impositivos en el DAR**

Beneficios Impositivos	
(a)	Exención Impuesto Ingresos Brutos (en adelante IIBB), Sellos y alumbrado, barrido y limpieza;
(b)	Otorgamiento boleta de crédito fiscal para quienes sean desarrolladores de infraestructura artística, por un importe equivalente al 25% del monto invertido.

**Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de Ley 4353 (2012)**

#### 4.5. Similitudes y Diferencias en Distritos C.A.B.A.

Al analizar cada uno de los Distritos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, podemos encontrar algunas similitudes y diferencias:

**Cuadro 15: Similitudes y Diferencias en Distritos CABA**

<b>Similitudes</b>	<b>Exenciones fiscales</b>	La utilización de exenciones fiscales como incentivo a la radicación de empresas de un sector específico en un área geográfica determinada está presente en todas las iniciativas.
<b>Diferencias</b>	<b>Tratamiento Impositivo de actividades no promovidas explícitamente</b>	Con la excepción del DT y el DA, el resto de los distritos prevé exenciones tributarias para otros sectores a cambio de inversiones en infraestructura en la zona seleccionada. En general, el incentivo consiste en la

<sup>10</sup> Registro creado por el Ministerio de Desarrollo Económico.

La aprobación de la inscripción es condición necesaria para el otorgamiento de los beneficios fiscales que establece la presente ley (Ley 4353, 2012).

		<p>posibilidad de computar el 25% del monto invertido como pago a cuenta de la tasa de ingresos brutos.</p> <p>El objetivo es contribuir a la mejora del espacio público en el área beneficiada.</p>
	<p><b>Monto de la inversión pública en las 26 zonas geográficas seleccionadas</b></p>	<p>Sólo algunos de los distritos prevén la realización de obras públicas importantes, como la nueva sede del Banco Ciudad y la apertura de nuevas estaciones de subterráneos en el DT o la puesta en valor del Cementerio de Chacarita en el DA, entre otros. Estas iniciativas distritales también contemplan inversiones en el mejoramiento del espacio urbano, como veredas, plazas, y calles en las zonas beneficiadas, entre otras. Estas diferencias en el monto y las modalidades de inversión pública pueden tener un impacto directo en las posibilidades de mejorar las amenidades y la calidad de vida de los barrios seleccionados. En particular, la evidencia internacional sugiere que las políticas de mejora de la educación pública, la seguridad, el transporte y el espacio público juegan un rol crucial en el éxito de las políticas de desarrollo territorial como los distritos del Gobierno de la Ciudad.</p>
	<p><b>Potencial de generar economías de aglomeración de los sectores productivos promovidos</b></p>	<p>Los beneficios derivados de la concentración geográfica de la actividad productiva estimulada por la política de distritos, como el aprovechamiento de economías de escala y derramamientos de conocimiento, varían de forma significativa entre los distintos sectores promovidos por los distritos del Gobierno de la Ciudad. Por ejemplo, las ganancias de la aglomeración no son las mismas para las empresas TIC que para sectores más heterogéneos como el distrito audiovisual.</p>

Fuente: Elaboración propia, en base página Gobierno de la Ciudad.

## **Capítulo 5: Industrias Culturales**

### **5.1. Definición**

La industria cultural es un concepto desarrollado por **Theodor Adorno**<sup>11</sup> y **Max Horkheimer**<sup>12</sup> para referirse a la capacidad de la economía capitalista, una vez desarrollados ciertos medios técnicos, para producir bienes culturales en forma masiva. En una definición más amplia, es el sector de la economía que se desarrolla en torno a bienes culturales y servicios culturales, tales como el arte, el entretenimiento, el diseño, la arquitectura, la publicidad, la gastronomía y el turismo.

La **UNESCO**, en 1978, define a las industrias culturales y creativas de la siguiente manera:

"Las Industrias Culturales son aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos, los cuales son intangibles y de naturaleza cultural. Los contenidos se encuentran protegidos por derechos de autor y pueden tomar la forma de bienes o servicios. Dentro de las industrias culturales por lo general se incluyen industrias como la imprenta, la editorial y la multimedia, la audiovisual, la fonográfica, la [cinematográfica], así como la artesanía y el diseño. [...]"

Las Industrias Creativas, por su parte, abarcan un conjunto más amplio de actividades las cuales contienen a las actividades propias de las industrias culturales más todas las producciones de carácter cultural o artístico. [...] En las industrias creativas, los productos o servicios contienen un elemento sustancial de valor artístico o de esfuerzo creativo, e incluyen actividades tales como la arquitectura y la publicidad."

Las nociones de la industria creativa crecieron con los aportes teóricos de estudiosos de la Economía de la Cultura como Graham Drake, Richard L. Florida y Paul

---

<sup>11</sup> Theodor Ludwig Wiesengrund Adorno (11 de septiembre de 1903, Fráncfort, Alemania - 6 de agosto de 1969, Viège, Valais, Suiza) fue un filósofo alemán de origen judío que también escribió sobre sociología, comunicología, psicología y musicología. Se le considera uno de los máximos representantes de la Escuela de Fráncfort y de la teoría crítica de inspiración marxista.

<sup>12</sup> Max Horkheimer (14 de febrero de 1895 – 7 de julio de 1973) fue un filósofo y sociólogo judío alemán, conocido por su trabajo en la denominada teoría crítica como miembro de la Escuela de Frankfurt de investigación social. Sus obras más importantes incluyen: Crítica de la razón instrumental (1947) y, en colaboración con Theodor Adorno, Dialéctica de la Ilustración (1947).

Roberts, e incluye mucho más que la producción de contenidos para los medios tradicionales (diarios, revistas, televisión abierta o de pago, cine, radio o publicidad) o para los medios digitales, como Internet, periódicos y revistas on-line, televisión y radio digital, móviles, ipods y palms. Esa es solamente una parte de las industrias creativas que actualmente hacen parte de la Economía de la Cultura. Las industrias creativas incluyen también todas las formas artísticas de la alta cultura a la popular, como la artesanía, el design, el patrimonio cultural, el turismo cultural, los equipos culturales (museos, teatros, cines), así como el trabajo conjunto de la cultura, el turismo y la educación como forma de llegar al desarrollo sustentable (Rausell Koster, 2003).

En el Reino Unido, las industrias creativas del país representan actualmente el 8% de su PIB. El gobierno inglés creó el Ministerio de las Industrias Creativas en 2006, con la intención de tornarse en el polo creativo del mundo con la exportación de sus productos.

En este sentido, el concepto de industria cultural suele utilizarse a modo de sinónimo para referirse a la economía cultural, que es el estudio del comportamiento económico de diversos agentes en la producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios directamente relacionados con la producción cultural. Del mismo modo, la noción de industria cultural está íntimamente relacionada con las políticas que implementan los estados en torno a su economía de la cultura.

Así, si el objeto de la ciencia económica es estudiar la correcta distribución de los recursos escasos para satisfacer las necesidades del ser humano, la economía cultural hace lo propio con el desarrollo cultural, buscando equidad en el acceso a la actividad cultural para una sociedad. En otras palabras, analiza la relación entre los recursos de los que se dispone, de carácter limitado, y las necesidades, que son de carácter ilimitado, aunque jerarquizadas.

Por otra parte, la industria creativa (también denominada economía creativa) es el sector de la economía que abarca tanto a la industria cultural como a la economía del conocimiento (educación, investigación y desarrollo, alta tecnología, informática, telecomunicaciones, robótica, nanotecnología, industria aeroespacial, entre otras áreas).

A continuación se analizarán índices económicos de las Industrias creativas obtenidos del Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.<sup>13</sup>

## **5.2. Índices Económicos**

### **5.2.1. Participación de Empleo en Industrias Artísticas**

La participación de las Industrias Creativas, en adelante IICC, en la creación de puestos de trabajo en la Ciudad se ha mantenido estable en los últimos tres años, en el orden del 9%. El empleo total de las IICC en 2014 fue de 142.213 puestos de trabajo.

Entre 2003 y 2014 la participación de IICC promedió 8,2%, alcanzando para los últimos tres años el 8,9%, participación que superó en 2014 a otras actividades trabajo intensivas como hotelería y restaurantes (5,6%), construcción (5,4%), intermediación financiera y otros servicios financieros (4,8%), servicios sociales y de salud (6,7%) y enseñanza (5,6%).

Para el período analizado, el comportamiento del empleo en IICC y del total en CABA sigue la misma tendencia, acentuándose en general la evolución del primero tanto en los períodos de crecimiento como en los de caída. Los datos 2014 muestran, en un contexto general de estancamiento de la creación de empleo, tanto a nivel nacional como local, una caída menor (-0,6%) en el empleo en IICC que en el empleo total de la Ciudad (-1,0%).

---

<sup>13</sup> Amplíese en <http://www.buenosaires.gob.ar/oic>

Gráfico 4: Evolución y participación de Empleo en IICC y total ciudad CABA (1997-2014)



Fuente: Elaboración Propia en base al Observatorio de Industrias Creativas (Gobierno de la Ciudad)

### 5.2.2. Comercio Exterior de Industrias Culturales

El comercio exterior de bienes y servicios creativos fue deficitario en los últimos 10 años, representando los servicios creativos la mayor parte de las transacciones. En este sentido, las exportaciones de bienes culturales representaron en 2014 sólo el 0,08% del total de bienes exportados por el país, en tanto las exportaciones de servicios creativos generaron el 20% de las exportaciones totales de servicios.

En cuanto a evolución, las exportaciones de bienes culturales cayeron un 25% en los últimos 10 años, mientras que los servicios creativos más que triplicaron los ingresos por exportación en igual período, duplicando a su vez el crecimiento de las exportaciones totales de servicios.

**Cuadro 16: Resumen Comercio Exterior Argentino**

<b>Comercio exterior argentino</b>	<b>2014</b>
Bienes culturales exportados (mill de USD)	51,4
Servicios creativos exportados (mill de USD)	2.804,7
Balanza comercial bienes culturales (mill de USD)	-133,0
Balanza comercial servicios creativos (mill de USD)	-964,9
Var. % exp. bienes culturales (2004-2014)	-25,0%
Var. % exp. servicios creativos (2004-2014)	330,7%

**Fuente: Elaboración Propia en base al Observatorio de Industrias Creativas (Gobierno de la Ciudad)**

Por otro lado, las exportaciones argentinas de bienes culturales alcanzaron en 2014 los USD 51,4 millones, luego de alcanzar los USD 117,7 millones en 2008.

Si bien todos los rubros que componen estas exportaciones cayeron, los libros fueron los que mejor comportamiento tuvieron (-7,1% entre 2004 y 2014), encontrándose en el otro extremo las exportaciones de películas y música (-58,2% y -49,3%, respectivamente).

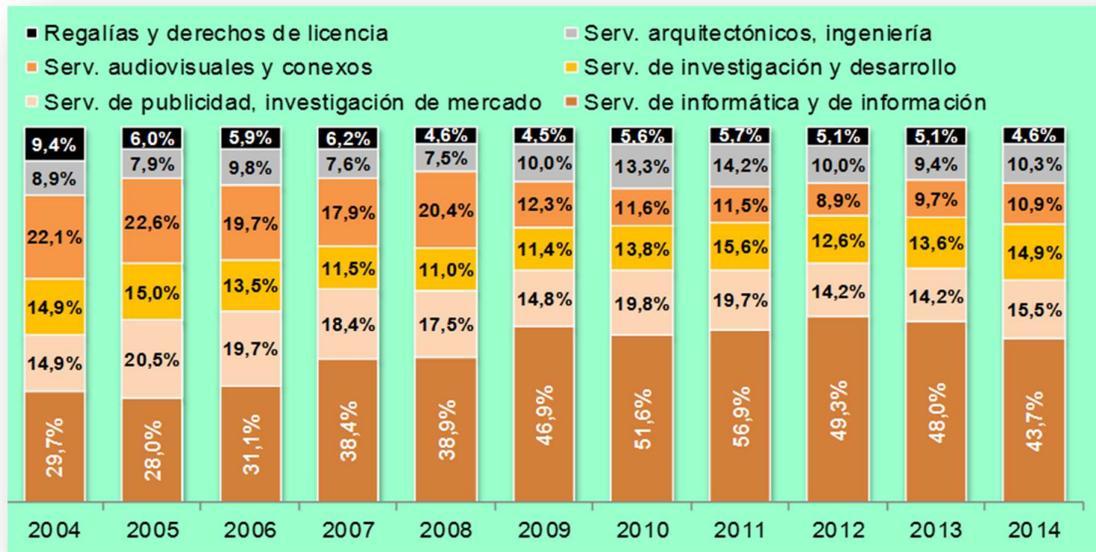
Los rubros de mayor peso fueron los libros y la música en soporte físico, alcanzando a representar para 2014 casi el 80% del total de bienes culturales exportados.

Gráfico 5: Exportaciones de Bienes Culturales por rubro (2004-2014)



Fuente: Elaboración Propia en base al Observatorio de Industrias Creativas (Gobierno de la Ciudad)

Gráfico 17: Composición de las Exportaciones de Servicios Creativos (2004-2014)



Fuente: Elaboración Propia en base al Observatorio de Industrias Creativas (Gobierno de la Ciudad)

Si bien las exportaciones de servicios creativos cayeron un 20% en los últimos dos años, experimentaron un fuerte crecimiento entre 2004 y 2014 (+330,7%), alcanzando a 2014 los USD 2.804,7 millones. Los servicios de informática representaron en 2014 más del 40% del total de servicios creativos exportados, creciendo en participación 10 p.p. en la última década, en detrimento de los servicios audiovisuales, que pasaron de representar el 22,1% de las exportaciones creativas en 2004 al 10,9% en 2014. Le siguen servicios de publicidad (15,5%) y de investigación y desarrollo (14,9%).

**Gráfico 6: Destino de Exportación de principales Bienes culturales (2004-2014)**

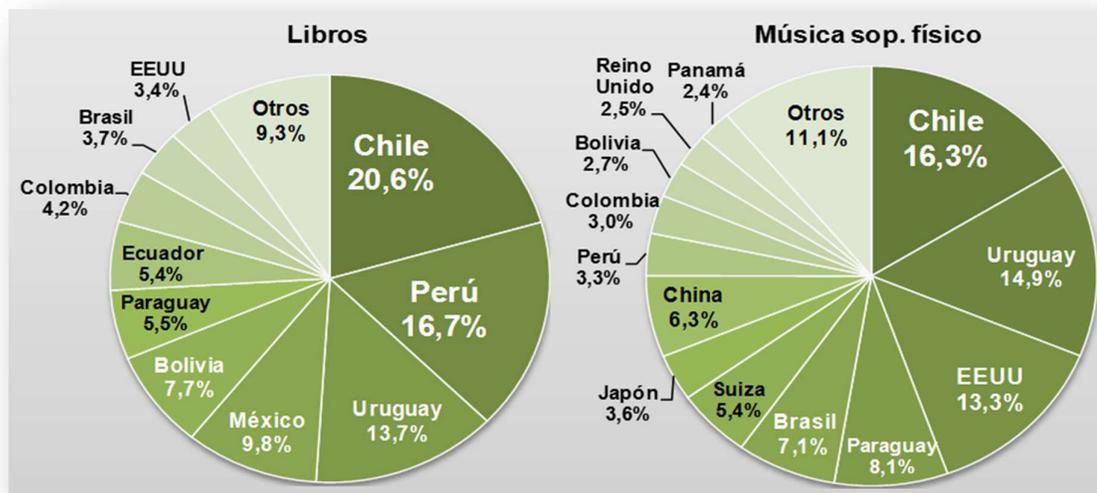
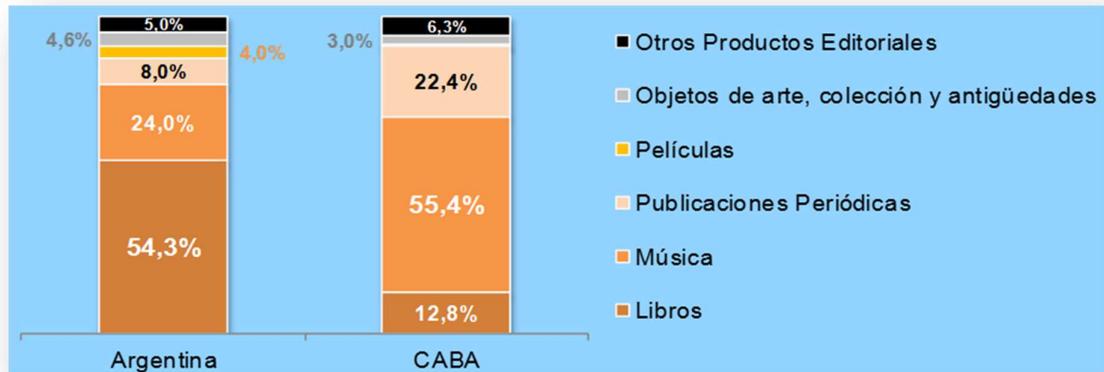


Gráfico 7: Composición de las Exportaciones de Bienes culturales (2004-2014)



Fuente: Elaboración Propia en base al Observatorio de Industrias Creativas (Gobierno de la Ciudad)

Las exportaciones de bienes culturales tienen mayor peso en las exportaciones totales de bienes en CABA que en el país (2,0% contra 0,08% en 2014). A su vez, en el último año tuvieron un mejor comportamiento en CABA que en Argentina (-13,1% contra -19,7%), no así en la última década (-31% contra -25%).

En la Ciudad, el rubro destacado en 2014 fue música (representó más de la mitad de las exportaciones de bienes culturales) y en segundo lugar las publicaciones periódicas, mientras que en el país fueron los libros.

Si bien la proporción que ocupan los objetos de arte en el total de los objetos exportados es baja, es importante considerar que la creación del Distrito tiende a mejorar estos índices al encontrar un lugar especializado, que promueva el desarrollo de la economía regional como extranjera, en su rama.

### 5.2.3. Industria Editorial

La Industria Editorial ha pasado de un modelo tradicional basado en la explotación de catálogos editoriales (aunque muy importantes todavía, especialmente para las firmas más consolidadas) a otro en el que se destacan la producción de novedades, la rotación

permanente de títulos y una disminución en la tirada promedio. Así, en 1994-2002 la tirada promedio fue de 4.549 ejemplares, mientras que en 2004-2013 fue de 3.504 ejemplares, una cifra sensiblemente inferior. Esta dinámica se rompe en 2014, con un salto de los ejemplares acompañado de un estancamiento en los títulos editados que abre un interrogante sobre el comportamiento del sector editorial.

**Gráfico 8: Títulos editados y tirada promedio (1994-2014)**

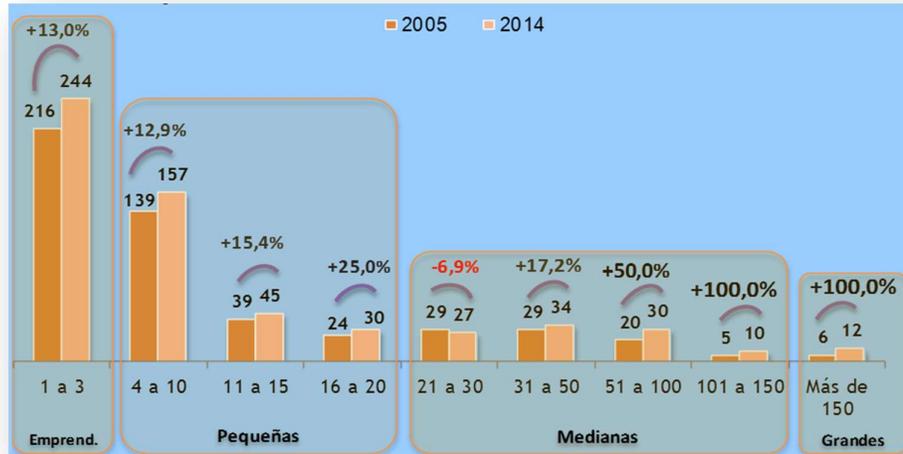


**Fuente: Elaboración Propia en base al Observatorio de Industrias Creativas (Gobierno de la Ciudad)**

Luego de reiteradas caídas en los últimos diez años, en 2014 se observó un fuerte aumento en la edición de ejemplares impresos (+46,2%), alcanzando un pico histórico de 128,9 millones de ejemplares impresos.

En relación a la cantidad de títulos editados, en 2014 alcanzó los 28.010 (+0,9% a/a), representando la mayor producción de los últimos 20 años. Asimismo, en 2013 fue el 3º país latinoamericano con una mejor relación títulos editados por habitante.

Gráfico 9: Títulos editados y tirada promedio (1994-2014)



Fuente: Elaboración Propia en base al Observatorio de Industrias Creativas (Gobierno de la Ciudad)

En los últimos 10 años se observa un predominio de los emprendimientos editoriales (1 a 3 títulos editados en el año), y en menor medida de las que editaron de 4 a 10 títulos.

En cuanto a la evolución, la cantidad de editoriales aumentó un 16,2% entre 2005 y 2014. Para el mismo período, aquellas que editaron 3 títulos o más (Proxy NEC) crecieron 24,1%. Por su parte, el único rango de editoriales que cayó fue el de 21 a 30 publicaciones anuales.

#### 5.2.4. Industria de la Música

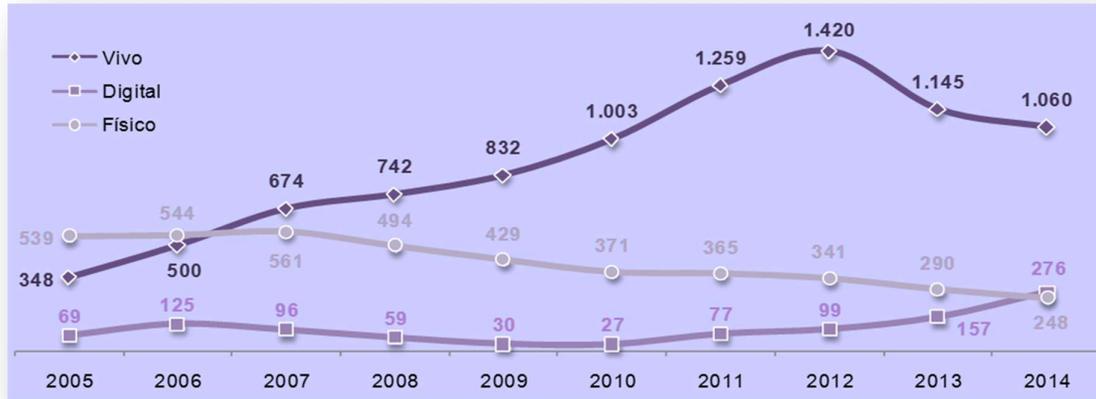
La reconfiguración de la industria de la música en los últimos años es visible:

El vivo es el segmento que más ingresos directos genera a la industria de la música. Aunque en los últimos dos años sus ingresos se redujeron un 25,3%, para 2014 representó el 56,3% de los ingresos de la industria musical.

Desde 2008 se observa una retracción del segmento físico absorbida por el sector digital: en el último año, el segmento digital pasó de generar poco más de la mitad de los

ingresos del sector físico a superarlo en un 11% para 2014. Así, el segmento digital representó en 2014 el 14,6% de los ingresos de la industria y el físico, el 13,2%.

Gráfico 10: Ingresos directos generados por la Industria de la Música



Fuente: Elaboración Propia en base al Observatorio de Industrias Creativas (Gobierno de la Ciudad)

## Diagnóstico

### Capítulo 6: Distrito de las Artes

#### 6.1. Historia del Distrito

“El barrio, que había logrado su autonomía jurisdiccional en el año 1870 con el establecimiento del juzgado de paz de San Juan Evangelista, se desarrollaba muy aceleradamente gracias a los sucesivos aluviones migratorios. Estos dieron forma a una sociedad cuyas características predominantes eran el constante ejercicio de la solidaridad, y los vehementes conflictos sociales, políticos, religiosos y hasta deportivos.

Era una aldea de profundos contrastes y contradicciones: la fe en el progreso basado en el trabajo chocaba con dolorosos problemas sociales, y la fiesta y la tragedia

podían suceder a la vez. El agua que en tantas inundaciones se lo llevaba todo, era también el elemento con que se jugaba en los míticos carnavales boquenses. Y el fuego que aún causa estragos, era el centro festivo de las celebraciones de San Juan y San Pedro. La sociedad cosmopolita que allí se formó, abierta a los aportes provenientes de todas las latitudes, proclive a la rebeldía y a la celebración de la “locura” que se sentía orgullosamente parte del “revés” de la cultura oficial, sedujo inexorablemente a bohemios, artistas y soñadores, que en este arrabal hallaron su hogar definitivo. Miguel Carlos Victorica, uno de los grandes nombres del arte boquense, quien es uno de los más cabales ejemplos de bohemio enamorado de estos lares.

Aldea “real” y despojada, donde nada es innecesario, es el lugar donde el arte no es un artículo de lujo sino una compañía omnipresente que dulcifica los avatares de la vida cotidiana. En ese ámbito, el doloroso desarraigo de tantos inmigrantes alejados de sus tierras de origen, se entrecruzó con la identidad criolla preexistente y dio a luz una cultura tan rica en matices como abundante en esplendores: herencias culturales diferentes que en el encuentro se reinventaban y ponían continuamente en escena las atávicas tensiones entre tradiciones e innovaciones.

Pasada aquella “edad dorada” que nos legó cultura, progreso y fe en el porvenir, la zona aún en medio de dolorosas realidades abrigaba las semillas de su recuperación. Porque aquí permanecieron muchas de las históricas instituciones y asociaciones culturales y benéficas que habían hecho grande al barrio. Y las sucesivas generaciones fueron dando nuevas formas a los sueños de siempre. Por eso, el barrio nunca dejó de ser una suerte de “República”, muy cercano al centro de la ciudad, pero a la vez sumergido en una suerte de mítica y ensoñada lejanía. Seguiría siendo por siempre territorio de contrastes; mágico, pero muy real; pacífico, y al mismo tiempo convulsionado; profundamente respetuoso de sus tradiciones, pero abierto a los proyectos innovadores y a los aportes de los nuevos inmigrantes; siempre más cercano a la celebración de la locura, que a la aceptación de los extravíos de la razón. Y queda la marca perenne del arte, esa huella trascendente que se remonta a los orígenes mismos de la zona, que siempre fue parte indisoluble de su sociedad y que hoy ha cobrado renovados esplendores.” (Victor Fernandez, Director del Museo Benito Quinquela Martín).

**Foto 1: Vista del Distrito desde el Puente Transbordador (Antes)**



**Fuente: Archivo General de la Nación**

Actualmente, el Distrito de las Artes es un lugar donde conviven talleres de artistas, centros culturales, museos, teatros, librerías y galerías de arte. Y, debido al impulso de la Usina del Arte y de los emprendimientos que se están instalando en el barrio, es una zona de gran atractivo turístico y cultural.

El surgimiento del Distrito de las Artes tiene como objetivo dar vida y color al sur de la ciudad, aprovechando su legado cultural y apostando fuertemente a revitalizar esa zona, a través de nuevos espacios culturales y recursos para que los artistas puedan desarrollarse ahí, crear y difundir sus obras.

Foto 2: Restaurante El Grand Paraiso (Actual)



Fuente: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

## 6.2. Características del Distrito

### 6.2.1. Ubicación

Situado en la zona sudeste de la ciudad, el Distrito comprende 300 hectáreas e incluye la totalidad del barrio de La Boca y parte de los barrios de San Telmo y Barracas. Es un área con un alto potencial de desarrollo por su cercanía al centro de la Ciudad y al río, su fácil accesibilidad y su rica historia social, urbanística y cultural.

Sólo en el área de La Boca, habitan 45.113 personas. El gran desafío del Distrito de las Artes es estimular el desarrollo económico y cultural de la zona promovida, con una fuerte articulación público – privada en actividades artísticas. Este tipo de iniciativas han sido llevadas a cabo exitosamente en otras ciudades del mundo: tomar al arte como actividad regeneradora de zonas postergadas.

Mapa 13: Ubicación Distrito de las Artes



Fuente: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

### 6.2.2. Actividades promovidas

Las actividades promovidas por esta iniciativa son las artes visuales, escénicas, musicales y literarias.

El Distrito otorga beneficios impositivos para toda la cadena de valor del sector artístico radicada o que se radique en la zona, desde los mismos artistas, hasta las instituciones educativas, los productores artísticos, y quienes se ocupan de la difusión y la comercialización de obras artísticas.

El objetivo de su creación es generar un lugar en donde convivan talleres de artistas, centros culturales, museos, escuelas artísticas, teatros, librerías y galerías de arte.

Y que sea, por lo tanto, una zona de atracción turística y cultural, ideal para realizar varios circuitos culturales de interés.

### **6.2.3. Ley de Mecenazgo**

El mecenazgo es una forma de financiar las actividades culturales, la cual consiste en un incentivo fiscal para quienes destinan aportes a dichas actividades; en la Ciudad de Buenos Aires se denomina Régimen de Promoción Cultural. A través de este régimen, los contribuyentes que tributan en el Impuesto Sobre los Ingresos Brutos, pueden destinar parte del pago de los mismos a apoyar Proyectos Culturales. A partir de la entrada en vigencia de La ley 4.353 que crea el Distrito de las Artes, se han incluido modificaciones en la Ley de Mecenazgo N° 2.264.

Representa mejoras en los porcentajes que un contribuyente al impuesto de Ingresos Brutos puede destinar para el financiamiento de proyectos de entidad artística y cultural que se lleven a cabo en el Distrito de las Artes:

- Hasta el 15 por ciento pequeños contribuyentes no adheridos al Régimen Simplificado del Impuesto Sobre los Ingresos Brutos.
- Hasta el 12,5 por ciento grandes contribuyentes.
- Hasta el 15 por ciento para la realización de las actividades promovidas en la Usina del Arte, independientemente del tipo de contribuyente.

### **6.2.4. Beneficios Impositivos**

La Ley 4.353 establece los siguientes beneficios para emprendimientos artísticos desarrollados en el Distrito:

**Cuadro 18: Beneficios Fiscales Distrito de las Artes**

<p>Quienes realicen actividades culturales en</p>	<p>Aquellos que financian</p>	<p>Quienes desarrollan infraestructura artística en</p>	<p>Quienes realicen actividades culturales</p>
<p>EL DISTRITO DE LAS ARTES</p>	<p>PROYECTOS CULTURALES MEDIANTE LA LEY DE MECENAZGO</p>	<p>en la zona obtienen un pago a cuenta de Ingresos Brutos equivalente al</p>	<p>PUEDEN ACCEDER A LÍNEAS DE CRÉDITO DEL BANCO CIUDAD PARA EL FINANCIAMIENTO</p>
<p>GOZAN DE UN ÁREA LIBRE DE IMPUESTOS LOCALES</p>	<p>pueden ampliar su porcentaje para deducción de Ingresos Brutos</p>	<p><b>25 %</b> DE LO INVERTIDO</p>	<p>de compra, construcción y restauración de <b>inmuebles</b></p>
<p>exención de Ingresos Brutos, ABL sellos y derechos de delineación y construcción</p>	<p>HASTA UN</p>	<p>Y quienes además recuperan inmuebles de valor patrimonial amplían su beneficio a un</p>	<p>mudanzas y adquisición de <b>equipamiento</b></p>
<p>POR 10 AÑOS</p>	<p><b>15 %</b></p>	<p><b>35 %</b> DE LO INVERTIDO</p>	

**Fuente: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**

### 6.3. Propuestas de transformación

Al momento de crearse el Distritos de las Artes, se establecieron políticas de Estado para acompañar las mejoras en el barrio. Esto, acompañado con las políticas de beneficios fiscales fomentan la llegada de emprendedores artísticos para el desarrollo del área.

Mapa 14: Propuesta de Transformaciones en el DA



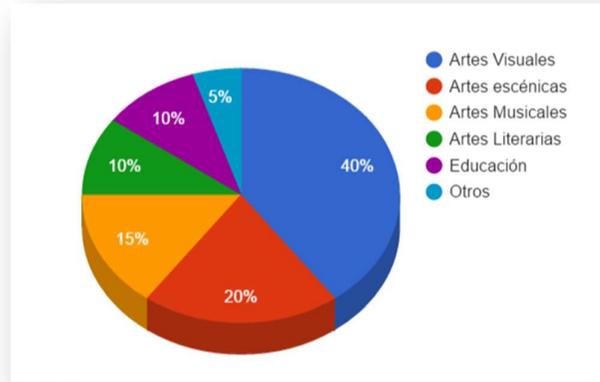
Fuente: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

## 6.4. Resultados Encuestas

Se han realizado encuestas de investigación académica a veinte comerciantes y emprendedores artísticos ubicados en el Distrito de las Artes para entender cuál fue el impacto económico que ha tenido su emprendimiento al localizarse en el Distrito.

Los resultados obtenidos han sido los siguientes:

Gráfico 11: 1) ¿Cuál es la actividad principal a la que se dedica su pyme/emprendimiento?

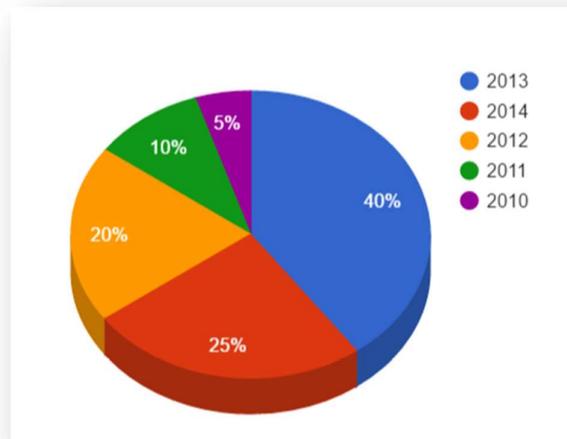


Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)

En la muestra analizada, existía predominancia de emprendedores y artistas trabajando en talleres y elaborando elementos relacionados con las artes visuales y escénicas. En menor medida, las artes musicales y literarias.

Se consultó en qué año habían comenzado su emprendimiento para entender si la apertura del Distrito de las Artes había tenido influencia en su decisión por comenzar el proyecto en esa zona.

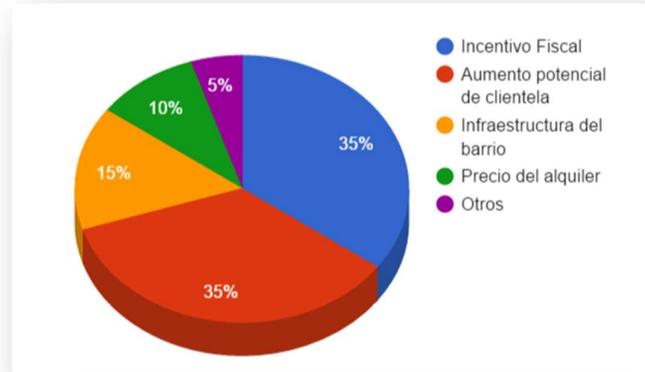
Gráfico 12: ¿En qué año comenzó a operar la pyme/emprendimiento en el barrio?



Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)

La mayoría de los emprendedores (17 de 20 encuestados), habían comenzado su emprendimiento durante la vigencia del Distrito.

**Gráfico 13: Señale la/las razones que lo impulsaron a ubicarse en este lugar.**



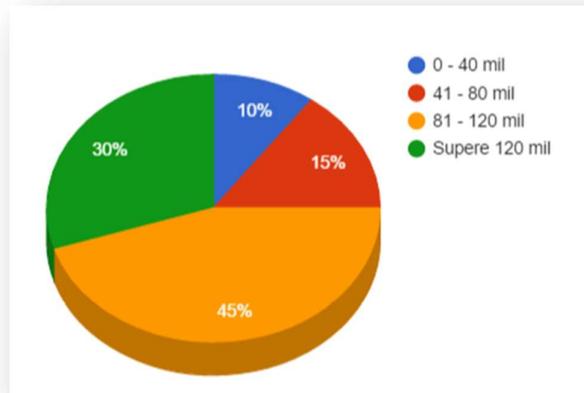
**Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)**

Los artistas encuestados conocían el Distrito y fue un factor importante al momento de elegir el lugar donde alojarse.

La mayoría le daba prioridad a los beneficios fiscales, alegaban que si tenían la opción de ubicarse entre otra área de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y ésta, se veían atraídos por escoger el Distrito, al analizar los beneficios fiscales que le iban a permitir mejorar sus ingresos y potenciar su emprendimiento.

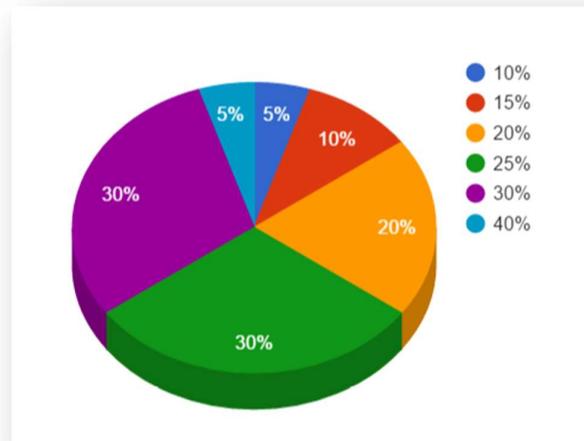
Por otro lado, existían otros encuestados que desconocían el tema impositivo, pero al estar ubicado en una zona donde existen diversas variedades de artistas, sentían que su emprendimiento podía tener más éxito que en otras áreas, por la proximidad con sus competidores, proveedores, para aprovechar las visitas de turistas, etc.

Gráfico 14: 4) ¿Cuál fue aproximadamente el total de ventas anual en pesos en 2013 y 2014?



Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)

Gráfico 15: 5) ¿Cuánto variaron sus ventas entre 2013 y 2014?



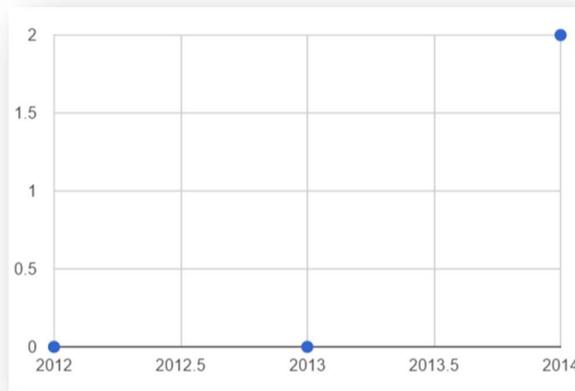
Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)

La facturación promedio de los encuestados era superior a los 80 mil pesos anuales, lo cual arroja un promedio mensual de 9,200 pesos. A su vez vieron incrementar sus ingresos entre un 20% y 30% durante la existencia del Distrito.

En relación a la cantidad de empleados, en la muestra encuestada, se manifestó que no solían emplear a personas para desarrollar sus emprendimientos. Como son tareas de tipo creativas, la mayoría se asociaba con otro artista y juntos desarrollaban el emprendimiento, o preferían trabajar solos, en forma independiente, en sus talleres.

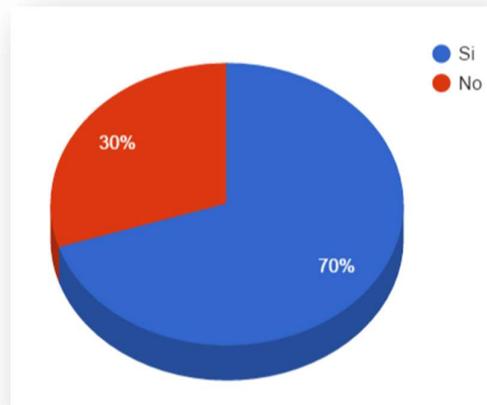
De todos modos, existe una pequeña subida en el último año de nuestro análisis, lo vemos en el siguiente gráfico:

**Gráfico 16: 6) ¿Cuánto empleados tenía en 2012, 2013 y 2014?**



**Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)**

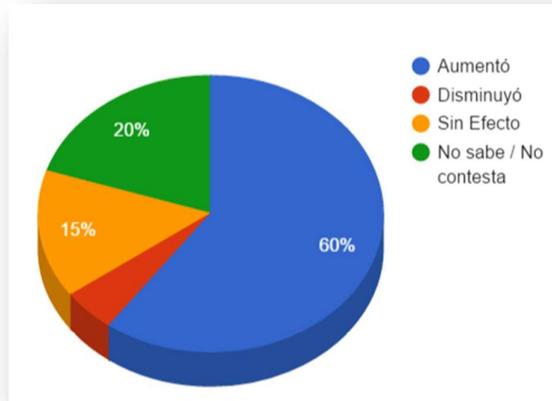
**Gráfico 17: 7) ¿Considera que el Distrito favoreció el rendimiento de las empresas artísticas del barrio?**



**Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)**

La mayoría de las empresas coinciden que el Distrito favoreció el rendimiento de las empresas localizadas en esa zona, ya sea por aumento de clientela, como por ser reconocidos por estar ubicados allí. Esto impactó directamente en sus ventas y en los rendimientos económicos de las Pymes localizadas en el Distrito.

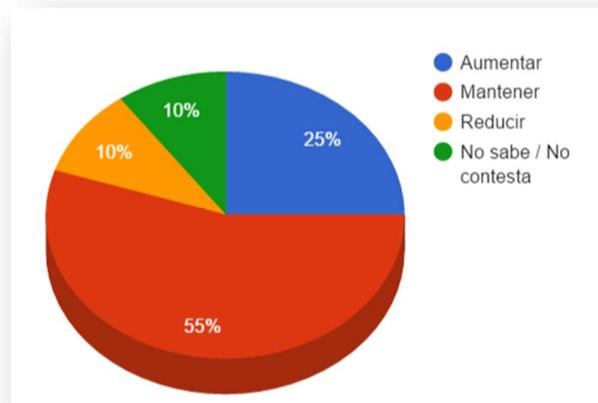
**Gráfico 18: 8) Cuál considera que fue el impacto sobre sus ventas / clientela?**



Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)

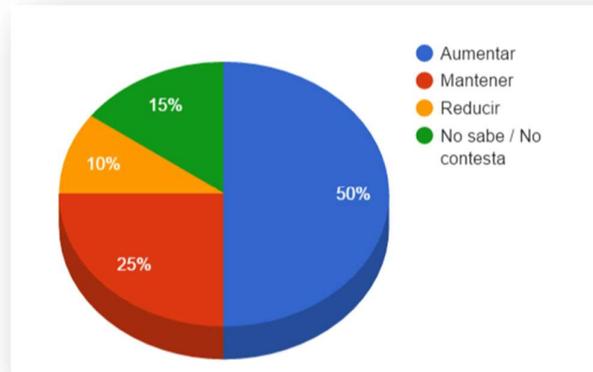
## Expectativas

**Gráfico 19: 9) Cuál es su perspectiva para los próximos años con respecto a la cantidad de empleados?**



Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)

**Gráfico 20: 10) Cuál es su perspectiva para los próximos años con respecto al nivel de ventas?**



**Fuente: Elaboración Propia en base resultado Encuesta Tesina (Anexo 1)**

Las expectativas de los emprendedores tienden a ser favorables. Si bien la proyección de generar empleo es baja (creen que van a mantener sus emprendimientos con el personal existente), consideran que las ventas van a acompañar sus expectativas de crecimiento y desarrollo en el mediano plazo.

## **6.5. Caso Práctico**

A continuación se va a desarrollar un ejercicio comparativo entre un emprendimiento artístico que se ubica en el Distrito de las Artes y otro de iguales características que se ubica en el barrio de Belgrano de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Para el análisis, se hará una proyección del estado de resultados de ambos casos para el primer semestre del año 2014.

### 6.5.1. Características del Emprendimiento

Nuestro caso práctico es un emprendimiento de un artista plástico que elabora objetos de arte, con las siguientes características, según se encuentre en el Distrito (Caso 1) o se localice en Belgrano (Caso 2):

**Cuadro 21: Supuestos del Caso Práctico**

<b>Características</b>	<b>Caso 1: Distrito de las Artes</b>	<b>Caso 2: Belgrano</b>
<b>Ventas Mensuales Promedio en unidades</b>	Enero/Febr: 20 unidades	Enero/Febr: 15 unidades
	Marz/Abril: 25 unidades	Marz/Abril: 18 unidades
	Mayo/Junio: 30 unidades	Mayo/Junio: 21 unidades
<b>Precio Unitario Promedio</b>	Enero/Febr: \$800	Enero/Febr: \$800
	Marz/Abril: \$850	Marz/Abril: \$850
	Mayo/Junio: \$900	Mayo/Junio: \$900
<b>Costo de Ventas unitario</b>	Enero/Febr: \$350	Enero/Febr: \$450
	Marz/Abril: \$370	Marz/Abril: \$470
	Mayo/Junio: \$400	Mayo/Junio: \$500
<b>Costos Operativos</b>	Alquiler: \$2500	Alquiler: \$3900
	Otros Gastos: \$500	Otros Gastos: \$600

**Fuente: Elaboración propia para Caso Práctico**

Según los supuestos detallados, el emprendedor al ubicarse en el Distrito de las Artes vende un número superior de unidades por la cercanía a otros emprendimientos similares, lo cual aumenta la atracción de clientela, teniendo más posibilidades de llegar al público que desea comprar un objeto artístico.

También es importante considerar que el Distrito tiene gran frecuencia de turistas de todas partes de mundo. La Cultura es el producto que más impacta a los turistas argentinos y extranjeros. En este sentido, La Boca es el destino turístico preferido por los

visitantes extranjeros: transita por la zona más de un millón de turistas anualmente, incluyendo ciudadanos locales. Asimismo, según encuestas efectuadas por el Gobierno de la Ciudad, se sabe que el 62,5% de los turistas extranjeros recorrió el Barrio de La Boca. Esta cercanía y preferencia por parte de los turistas, promueve el aumento de ventas de los productos artísticos al estar localizado en el Distrito.

Los costos de ventas son inferiores en el Distrito porque al estar concentradas las empresas del mismo rubro, pueden conseguir en conjunto precios preferenciales al momento de adquirir los productos e insumos necesarios para elaborar sus obras de artes.

A la vez, se presume que los costos fijos aumentan al estar fuera del Distrito. En un principio por los costos de alquiler, incide el hecho de que el dueño de la oficina/taller en Belgrano no posee los beneficios fiscales que tendría si desarrolla actividades de inversión en el Distrito. Al perder este beneficio, tiene que trasladar sus mayores costos al precio de alquiler. Al margen de que los alquileres en otras zonas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires suele ser mayores a los del barrio de La Boca.

### **6.5.2. Comparación**

A continuación se muestran la incidencia de estos comportamientos en el Estado de Resultados de cada una de las compañías.

Se detallan los indicadores de ventas, márgenes y gastos operacionales por empleado, el ratio de eficiencia del emprendimiento y el punto de equilibrio del negocio.

**Cuadro 19: Caso 1 Emprendimiento artístico ubicado en Distrito de las Artes**

P&L	Jan-2014	Feb-2014	March-2014	April-2014	May-2014	June-2014	YTD
<b>Gross Revenues</b>	16,000	16,000	21,250	21,250	27,000	27,000	128,500
Cost of Revenues	7,000	7,000	9,250	9,250	12,000	12,000	56,500
Sales Taxes	0	0	0	0	0	0	0
<b>Net Revenues</b>	9,000	9,000	12,000	12,000	15,000	15,000	72,000
<i>Margin (%)</i>	56.3%	56.3%	56.5%	56.5%	55.6%	55.6%	56.0%
<b>Operating Cost</b>	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	18,000
<b>EBIT</b>	6,000	6,000	9,000	9,000	12,000	12,000	54,000
<i>EBIT (%)</i>	37.5%	37.5%	42.4%	42.4%	44.4%	44.4%	42.0%
<b>Staff</b>							
Total	1	1	1	1	1	1	1
<b>KPI's</b>							
Revenue / Employee	16,000	16,000	21,250	21,250	27,000	27,000	128,500
Margin / Employee	9,000	9,000	12,000	12,000	15,000	15,000	72,000
Op. Expense / Employee	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	18,000
Efficiency Ratio	33.3%	33.3%	25.0%	25.0%	20.0%	20.0%	25.0%
Break-Even Point	5,333	5,333	5,313	5,313	5,400	5,400	32,125

Fuente: Elaboración propia, en base a ejercicio práctico.

**Cuadro 20: Caso 2 Emprendimiento artístico ubicado en Belgrano**

P&L	Jan-2014	Feb-2014	March-2014	April-2014	May-2014	June-2014	YTD
<b>Gross Revenues</b>	12,000	12,000	15,300	15,300	18,900	18,900	92,400
Cost of Revenues	6,750	6,750	8,460	8,460	10,500	10,500	51,420
Sales Taxes	360	360	459	459	567	567	2,772
<b>Net Revenues</b>	4,890	4,890	6,381	6,381	7,833	7,833	38,208
<i>Margin (%)</i>	40.8%	40.8%	41.7%	41.7%	41.4%	41.4%	41.4%
<b>Operating Cost</b>	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	27,000
<b>EBIT</b>	390	390	1,881	1,881	3,333	3,333	11,208
<i>EBIT (%)</i>	3.3%	3.3%	12.3%	12.3%	17.6%	17.6%	12.1%
<b>Staff</b>							
Total	1	1	1	1	1	1	1
<b>KPI's</b>							
Revenue / Employee	12,000	12,000	15,300	15,300	18,900	18,900	92,400
Margin / Employee	4,890	4,890	6,381	6,381	7,833	7,833	38,208
Op. Expense / Employee	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	27,000
Efficiency Ratio	92.0%	92.0%	70.5%	70.5%	57.4%	57.4%	70.7%
Break-Even Point	11,043	11,043	10,790	10,790	10,858	10,858	65,295

Fuente: Elaboración propia, en base a ejercicio práctico.

En el siguiente cuadro vemos la comparación entre los Estados de Resultados de cada uno de los casos.

Se distingue el porcentaje de margen bruto del negocio y el margen final.

**Cuadro 21: Comparación Casos Prácticos**

P&L De Enero 2014 a Junio 2014	P&L Opción 1	P&L Opción 2	P&L Comparación %
<b>Gross Revenues</b>	128,500	92,400	36,100
Cost of Revenues	56,500	51,420	5,080
Sales Taxes	0	2,772	-2,772
<b>Net Revenues</b>	<b>72,000</b>	<b>38,208</b>	<b>33,792</b>
<i>Margin (%)</i>	56.0%	41.4%	14.7%
<b>Operating Cost</b>	<b>18,000</b>	<b>27,000</b>	<b>-9,000</b>
<b>EBIT</b>	<b>54,000</b>	<b>11,208</b>	<b>42,792</b>
<i>EBIT (%)</i>	42.0%	12.1%	29.9%

Fuente: Elaboración propia, en base a ejercicio práctico.

### 6.5.1. Resultados

Las ventas netas se ven beneficiadas para el emprendimiento ubicado en el Distrito, ya que vendiendo al mismo precio, logra captar mayor clientela y sus ventas en unidades superan al emprendimiento que se ubica en otra zona. En números esta diferencia ronda los 36,000 pesos anuales.

En relación a los costos de ventas, el Caso 1 se ve beneficiado porque al estar en el Distrito logra asociarse con otros emprendedores para buscar mejores precios al momento de comprar sus insumos para elaborar las piezas de arte. Este beneficio por la

aglomeración de las empresas artísticas genera un impacto en el P&L de 5,080 pesos semestrales en los costos de ventas.

Por otro lado, como establece la Ley 4353 (2012), uno de los beneficios impositivos por alojarse en el Distrito es la exención al Impuesto sobre los Ingresos Brutos. Por ello, vemos en la línea “Sales Taxes” (Impuestos sobre Ventas), que en el Caso 1 el importe es cero, mientras que en el Caso 2, el importe asciende a 2,772. Otro atractivo económico para alojarse en el Distrito.

En relación a los márgenes del negocio, vemos que en el primer semestre del 2014 son superiores en el Caso 1 (56%) que en el Caso 2 (41%), esto genera un impacto en pesos semestrales de 33,792.

Los costos operativos son superiores en el Caso 2, por los supuestos explicados de aumento del precio del alquiler que influye en los costos operativos. Esto representa una pérdida semestral de 9,000 pesos.

Frente a estos escenarios, El EBIT<sup>14</sup> del emprendimiento ubicado en el Distrito asciende a 54,000 pesos semanales, lo cual implica un margen porcentual del 42%. Mientras que en el Caso 2, el EBIT se ubica en los 11,208 pesos semestrales, lo cual representa un 12% de margen.

Como se puede observar, la diferencia de que un emprendimientos artístico se ubique entre el Distrito de las Artes y otra zona se expresa en un diferencial de rentabilidad, expresado en margen del negocio, que asciende a un 30%.

---

<sup>14</sup> Es el acrónimo inglés Earnings Before Interest and Taxes (beneficio antes de intereses e impuestos). Constituye un indicador esencial dentro de los estados contables y financieros de una determinada compañía, y sirve para comparar los resultados empresariales entre compañías.

## **Conclusiones**

La política tributaria que aplique la autoridad pública sobre las Pymes juega un rol esencial para inducir o impedir el crecimiento y sostenimiento de dichas unidades económicas.

La reducción de alícuotas o la existencias de boletas de crédito fiscal puede alentar el desarrollo de ciertas empresas y zonas que se vean beneficiados por estos incentivos.

La creación de Distritos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en especial el Distrito de las Artes, el caso de estudio, tiene como finalidad promover la inversión en arte, estimular el crecimiento de espacios de creación, producción y difusión cultural, mejorando el rendimiento de las Pymes artísticas localizadas en el barrio. Para ello, se han establecido beneficios fiscales en una zona delimitada para ciertas actividades explicitadas en la Ley 4,353 (artes visuales, artes escénicas, literatura y música) con el objetivo de promover el crecimiento de las Pymes localizadas allí, utilizando la política fiscal como un instrumento de política económica, social y cultural.

Adicionalmente, el Distrito se convierte en una plataforma potencial para el surgimiento, desarrollo y aglomeración de nuevos empresarios y emprendedores, captando aquellos recursos humanos cuyos perfiles se adecúan a los entes beneficiarios establecidos por la Ley.

El interés por el arte en todas sus formas evidencia un constante crecimiento en todos los sectores sociales. Existe una alta predisposición del público para la existencia a eventos culturales y un creciente nivel de producción artística de alta calidad. Por lo tanto, contar con un área geográfica que concentre el talento y la actividad cultural permite elevar su potencialidad y fomenta el crecimiento en su conjunto.

Esta terminología de concentración de empresas de una misma rama es internacionalmente conocido como clusters. Los clusters son un éxito en todas partes del mundo por lo que se ha incrementado el interés por el estudio de estos fenómenos durante las últimas dos décadas, tanto por parte del mundo académico como de los responsables de la elaboración de las políticas industriales y del desarrollo territorial. Los clusters han sido reconocidos como espacios en los que se dan condiciones favorables para el desarrollo y crecimiento.

La creación del Distrito utiliza como herramienta la implementación de beneficios impositivos para poder cumplir otro de sus objetivos, fomentar la concentración de empresas de un mismo sector industrial (y asimilados a tales), en un espacio geográfico delimitado, dedicadas al desarrollo de actividades similares incentivadas con beneficios fiscales y de promoción.

Esta concentración de empresas va a generar ventajas competitivas para las Pymes ubicadas allí, quienes verán mejorar sus ingresos y márgenes de rentabilidad. Se impulsa el rendimiento económico regional, el crecimiento del empleo y la innovación.

La unidad de estas Pymes y el hecho de tener esta pertenencia en común facilitan acciones comunitarias que de forma individual serían inviables económicamente, como ser esfuerzos comunicacionales, publicitarios, mejoras en costos de insumos y visibilidad por parte del Estado.

La política de Distritos es una herramienta poderosa para la acción política y el marco para el desarrollo económico.

Las encuestas efectuadas a los emprendedores artísticos del Distrito, demuestra que las características del mismo fueron un factor importante al momento de elegir el lugar donde alocarse.

La mayoría le daba prioridad a los beneficios fiscales, alegaban que si tenían la opción de ubicarse entre otra área de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y ésta, se veían atraídos por escoger el Distrito, al analizar los beneficios fiscales que le iban a permitir mejorar sus ingresos y potenciar su emprendimiento.

Por otro lado, existían otros encuestados que desconocían el tema impositivo, pero al estar ubicado en una zona donde existen diversos tipos de artistas, sentían que su emprendimiento podía tener más éxito que en otras áreas, por la proximidad con sus competidores y proveedores, para aprovechar las visitas de turistas, etc.

La mayoría de las empresas coinciden en que el Distrito favoreció el rendimiento de las empresas localizadas en esa zona, ya sea por aumento de clientela, como por ser reconocidos por estar ubicados allí. Esto impactó directamente en sus ventas y en los rendimientos económicos de las Pymes localizadas en el Distrito.

Al analizarlo en un caso práctico, se llegó a la conclusión de que un emprendimiento artístico de similares características ubicado en el Distrito de las Artes en comparación con otro ubicado en la zona de Belgrano, tiene un margen de rentabilidad superior en un 30%.

Esta mejora en los márgenes de la compañía se debió a: beneficios impositivos del Distrito, ventajas comparativas y competitivas por la aglomeración de empresas del mismo rubro, ubicación privilegiada elegida por turistas nacionales y extranjeros al momento de consumir un producto artístico.

Frente a este escenario, podemos concluir que la implementación de beneficios fiscales para Pymes localizadas en el Distrito de las Artes fomenta el desarrollo de nuevos emprendimientos artísticos y genera un aumento en el rendimiento económico de las Pymes existentes; y los beneficios implementados por la creación del Distrito de las Artes favorecen la aglomeración de empresas del rubro artístico y promueve el desarrollo del asociativismo, generando ventajas competitivas para las Pymes localizadas en esa zona.

## **Referencia Bibliográfica**

### **LIBROS**

ALFRED MARSHALL (1890), Los Principios de Economía, Barcelona, España.

GIACOMO BECATTINI (1989), Reflexiones sobre los Distritos Industriales de Marshall: Concepto Socioeconómico, Italia.

JARACH, Dino (1996), Finanzas Públicas y Derecho Tributario, Buenos Aires, mes de Agosto.

MARIO BLACUTT MENDOZA (2013), El Desarrollo local complementario, Estados Unidos.

MIÑANA NUÑEZ, Horacio (1994), Finanzas Públicas, Buenos Aires, mes de Enero.

PORTER, Michel (1999), Clusters and the new economics of competition, Globalización y redes, IPAC, Buenos Aires.

### **INFORMES ACADÉMICOS**

CHAMATRÓPULO, Miguel Á. (2014). Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Exenciones tributarias distritales, en Doctrina Tributaria Errepar. Buenos Aires, mes de Mayo.

CHAPAIN, Caroline, COOKE Phil, DE PROPRIS Lisa, MACNEILL Stewart y MATEOS GARCIA Juan, (2010), Creative clusters and innovation, NESTA, UK, mes de Noviembre.

CHAPAIN, Caroline, COOKE Phil, DE PROPRIS Lisa, MACNEILL Stewart y MATEOS GARCIA Juan, (2009). The geography of creativity, NESTA, UK, mes de Agosto.

DIAZ, Vicente Oscar (2009), Esquema de Tributación de las Medianas y Pequeñas Empresas. Formulación de una política integral para el Sector. Buenos Aires, mes de Agosto.

GARCÍA BUENO, Marcos César (2002), Los beneficios fiscales: instrumentos para el fomento de la investigación y el desarrollo, México, mes de Enero.

PORTER, Michael (1998), The Dawn of the E-Lance Economy, Harvard, Cambridge, Estados Unidos.

RAUSELL KOSTER, Pau y CARRASCO ARROYO, Salvador (2003), Algunos Apuntes sobre la Economía de la Información, la Comunicación y la Cultura, AGETECA, Base de Datos de la Gestión Cultural, España, mes de Agosto.

UNESCO (2006), Understanding Creative Industries: Cultural Statistics for Public-Policy Making. Global Alliance for Cultural Diversity, Estados Unidos, mes de Mayo.

#### **PAGINAS INTERNET**

[www.buenosaires.gob.ar](http://www.buenosaires.gob.ar) (Consultado Noviembre 2015)

[www.buenosaires.gob.ar/oic](http://www.buenosaires.gob.ar/oic) (Consultado Mayo 2016)

[www.clustermapping.us](http://www.clustermapping.us) Harvard Business School, U.S. Economic Development Organization. (Consultado Diciembre 2015)

[www.nesta.org.uk](http://www.nesta.org.uk) (Consultado Diciembre 2015)

www.uruguayxxi.gub.uy, Industrias Creativas, Diciembre 2013. (Consultado Enero 2016).

## **LEYES**

LEY 2264 (2006), Ley de Promoción Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mes de Diciembre.

LEY 2972 (2008), Creación del Distrito Tecnológico, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mes de Diciembre.

LEY 3876 (2011), Promoción Actividad Audiovisual, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mes de Septiembre.

LEY 4353 (2012), Ingresos Brutos. Sellos. Alumbrado, barrido y limpieza. Creación del Distrito de las Artes. Beneficios Impositivos. Buenos Aires, mes de Diciembre.

LEY 4761 (2013), Creación del Distrito de Diseño, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mes de Noviembre.

## Anexos

### Anexo 1: Modelo de Encuesta

#### **Distrito de las Artes**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Romina Aramburu, soy alumna del Posgrado de Especialización en Pymes de la Universidad de Buenos Aires y lo invito a participar de la siguiente encuesta de investigación académica sobre el desarrollo de pymes artísticas localizadas en el Distrito de las Artes.

**1. 1) ¿Cuál es la actividad principal a la que se dedica su pyme/emprendimiento?**

*Marca solo un óvalo.*

- Artes musicales
- Artes visuales
- Artes literarias
- Artes escénicas
- Educación (centros culturales, centros de artes, institutos)
- Otros: .....

**2. 2) ¿En qué año comenzó a operar la pyme/emprendimiento en el barrio? (expresar en números)**

*Ejemplo: 15 de diciembre de 2012*

**3. PARA QUIENES RESPONDEN 2012/2013/2014: 3) Señale la/las razones que lo impulsaron a ubicarse en este lugar.**

*Marca solo un óvalo.*

- Incentivo Fiscal
- Aumento potencial de clientela
- Precio del alquiler
- Infraestructura del barrio
- Otros: .....

**4. CONTINUAR PARA TODOS: 4) ¿Cuál fue aproximadamente el total de ventas anual en pesos en 2013 y 2014?**

*Marca solo un óvalo.*

- 0 - 40mil
- 41 - 80mil
- 81 - 120mil
- Supera 120mil

5. 5) **¿Cuánto variaron sus ventas entre 2013 y 2014?**

*Marca solo un óvalo.*

- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- Mayor a 30%

6. 6) **¿Cuál fue la cantidad de empleados que tuvo la pyme/emprendimiento en 2012?**

*Marca solo un óvalo.*

- 1 - 3
- 4 - 6
- Supera 6
- Sin empleados

7. 7) **¿Cuál fue la cantidad de empleados que tuvo la pyme/emprendimiento en 2013?**

*Marca solo un óvalo.*

- 1 - 3
- 4 - 6
- Supera 6
- No tiene empleados

8. 8) **¿Cuál fue la cantidad de empleados que tuvo la pyme/emprendimiento en 2014?**

*Marca solo un óvalo.*

- 1 - 3
- 4 - 6
- Supera 6
- No tiene empleados

9. 9) **Su emprendimiento se encuentra localizado en el Distrito de las Artes, considera que el Distrito favoreció el rendimiento de las empresas artísticas localizadas aquí?**

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No

10. **10) Cuál considera que fue el impacto sobre sus ventas / clientela?**

*Marca solo un óvalo.*

- Aumentó
- Disminuyó
- Sin efecto
- No sabe / No contesta

11. **11) Cuál es su perspectiva para los próximos años con respecto a la cantidad de empleados?**

*Marca solo un óvalo.*

- Aumentar
- Mantener
- Reducir
- No sabe / No responde

12. **12) Cuál es su perspectiva para los próximos años con respecto al nivel de ventas?**

*Marca solo un óvalo.*

- Aumentar
- Mantener
- Reducir
- No sabe / No contesta