

Dimensión productiva cultural en Argentina: estimación a través de la Cuenta Satélite de Cultura

*Eliana Daniela Scialabba*³

Resumen

La cultura tiene un rol cada vez más importante en las sociedades, por lo que es necesario medir su aporte económico, que para ser comparable se estima en base a la Cuenta Satélite de Cultura en el marco del Sistema de Cuentas Nacionales. El valor agregado cultural representó el 3,49% del generado por la economía en 2014, similar al producido por los sectores construcción y servicio de intermediación financiera, y más del doble de electricidad, gas y agua y hoteles y restaurantes. Las industrias culturales, ligadas a los cambios tecnológicos, representaron en 2014 el 85,5% del valor agregado, mientras las artes y el patrimonio aportaron el 13% y 1,4%, respectivamente.

Códigos JEL: Z19, C43, C82

Palabras claves: economía de la cultura, estadísticas económicas, cuentas nacionales, cuenta satélite de cultura

Abstract

Culture plays an increasingly important role in societies, so it is necessary to measure its economic contribution, which, to be comparable, is estimated based on the Satellite Culture Account, within the framework of the System of National Accounts. The cultural added value represented 3.49% of that generated by the economy in 2014, similar to that produced by the construction and financial intermediation service sectors, and more than twice as much electricity, gas and water, and hotels and restaurants. The cultural industries, linked to technological changes, represented 85.5% of the value added in 2014, while the arts and heritage contributed 13% and 1.4%, respectively.

JEL Codes: Z19, C43, C82

Keywords: cultural economics, economic statistics, national accounts, cultural satellite account

³ Doctorando en Economía (UCEMA). edscialabb19@ucema.edu.ar

I. Introducción

Durante los últimos años, la cultura ha comenzado a tener un rol cada vez más importante en las sociedades, tanto desde el punto de vista del consumo de bienes y servicios culturales por parte de los agentes económicos, como desde la óptica de la producción, generando la necesidad de medir la dimensión productiva y el aporte económico del sector a la economía total.

La cultura no fue estudiada como una actividad generadora de valor por la escuela clásica, fundadora de la economía como ciencia, debido a que la consideraba improductiva. Dado que Smith (1776) y Ricardo (1821) no contemplaron este sector en su estudio de la teoría objetiva del valor – trabajo, el mismo no fue analizado por las escuelas económicas derivadas de ella. En la década de 1930, la cultura comienza a aparecer en los estudios sociológicos – filosóficos, los cuales se relacionaban con conceptos económicos; y recién en 1966, año en el que Baumol y Bowen publicaron "*Performing Arts: The Economic Dilemma*", surge la "economía de la cultura" como rama de estudio.

Además, las transformaciones productivas han llevado a que el sector industrial pierda importancia relativa en el nivel de actividad en detrimento de la producción de servicios, destacando que el conjunto de actividades relacionadas con el ocio, el esparcimiento y la cultura están adquiriendo cada vez dimensiones más apreciables (Herrero Prieto, 2002), tal como lo demuestran las mediciones recientes. Desde el punto de vista del consumidor, estos cuentan con un nivel promedio de ingreso per cápita superior y mayor tiempo disponible para dedicar a dichas actividades. Según Rausell y Abeledo (2012), el creciente aporte de las actividades culturales se explica, principalmente, por cuatro factores que tienen su origen en el cambio de paradigma económico:

1. Debido a la tercerización de la economía, los servicios, incluidas las actividades culturales, se han expandido de manera considerable;
2. la reestructuración de las cadenas de valor de muchos sectores ha llevado a que ciertos sectores ligados a la cultura han pasado a ser proveedores de servicios de los sectores restantes de la economía (diseño, publicidad, comunicación);
3. las actividades culturales son uno de los principales conductores del proceso de globalización;
4. la revolución tecnológica digital tiene efectos sobre toda la estructura económica, y en este escenario el contenido digital, principalmente las ligadas a las industrias culturales, son protagonistas centrales.

Otro factor a tener en cuenta es que, dado que la cultura se vincula cada vez más con los medios de comunicación, se ha transformado en un sector estratégico de la competitividad, el empleo y la circulación de información y conocimientos (Hopenhayn, 1994).

A pesar que la cultura no constituye un sector en sí mismo en la medición de la actividad económica, sino que es transversal a varios sectores de la economía, su dimensión productiva y el aporte al valor total generado parece haberse incrementado en la Argentina durante los últimos años a causa de las transformaciones productivas devenidas, tanto a raíz de la globalización, como de las modificaciones de los patrones de consumo de las sociedades.

Si bien el Ministerio de Cultura de la Nación (MCN) mide el aporte económico en términos de producción y producto de la cultura, en este trabajo se estimó en base a la revisión de las estadísticas de cuentas nacionales realizada por la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales (DNCN), dependiente del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), publicada en junio de 2016, para el período comprendido entre los años 2004 y 2014.

II. Marco teórico

II.1. Antecedentes

Si bien los estudios de la economía y la cultura datan desde épocas muy antiguas, el análisis conjunto constituye una disciplina muy reciente. Estas investigaciones no comenzaron hasta hace menos de un siglo debido a que para los padres de la economía, el arte y la cultura se encontraban englobados en la categoría de trabajo no productivo, por lo que no contribuían a la generación de la riqueza de la nación.

Para Adam Smith: *"algunos de los trabajos más respetables de la sociedad son como el de los sirvientes: no producen valor alguno que se fije o incorpore en un objeto permanente o mercancía vendible, que perdure una vez realizado el trabajo, (...) En la misma categoría hay que situar a algunas de las profesiones más serias e importantes y también algunas de las más frívolas: (...) actores, bufones, músicos, cantantes de ópera, bailarines, etc. (...) Como la declamación del actor, la arenga del orador y la melodía del músico, la labor de todos ellos perece en el mismo instante de su producción"* (Smith, 1776: 425-426).

En tanto, Ricardo planteaba que en el caso de: *"(...) las estatuas y pinturas notables, monedas y libros raros, y los vinos de calidad especial, (...) Su valor no depende en modo alguno de la cantidad de trabajo que ha sido requerida para producirlos, y varía con los cambios en la riqueza e inclinaciones de quienes desean poseerlos. Sin embargo, estos bienes constituyen tan sólo una pequeña parte de todo el conjunto de bienes que diariamente se intercambian en el mercado. Por tanto, al hablar de los bienes, de su valor en cambio y de las leyes que rigen sus precios relativos, siempre hacemos alusión a aquellos bienes que pueden producirse en mayor cantidad, mediante el ejercicio de la actividad humana, y en cuya producción opera la competencia sin restricción alguna"* (Ricardo, 1821: 19-20).

La influencia de los autores clásicos llevó a que el campo de estudio de la economía se enfoque en el análisis de las actividades consideradas productivas, dentro de la órbita de explicación de la teoría objetiva del valor trabajo, dejando de lado la investigación referida al rol de las artes, en particular, y la cultura, en general. Como las escuelas neoclásica y marxista derivan de los clásicos, ninguna de ellas realizó esfuerzos académicos para estudiar la dimensión económica de la cultura.

Uno de los primeros enfoques conceptuales que analizan la relación entre economía y cultura fue desarrollado en el seno de la Escuela de Frankfurt, con la introducción del concepto de "industria cultural". Si bien este análisis es más de carácter más filosófico-sociológico que económico, para sirve como punto de partida para estudios posteriores,

ya que se cuestiona la influencia del capitalismo en la creación, producción y distribución de la música, la televisión y el cine (Schargorodsky *et al.*, 2007). En "*Kulturalindustrie – Aufklärung als Massenbetrug*" de "*Dialektik de Aufklärung*", Horkheimer y Adorno (1944) analizan los cambios en la cultura, la cual, debido a las transformaciones de los procesos de producción de la época se convierte en una mercancía y el valor de la misma pasa a estar determinado por cuestiones económicas y ya no por los aspectos estéticos del producto cultural.

Estaba finalizando la Segunda Guerra Mundial y se vivía en la época de totalitarismos (fascismo y estalinismo), por lo que Horkheimer y Adorno plantean que la industria cultural aparece en las sociedades como elemento de dominación, siendo un elemento más del universo totalitario. Para ellos, la producción regula al consumo, siendo el consumidor un agente pasivo que pierde la capacidad de pensar de manera crítica y se transforma en un agente que sólo incorpora el contenido enviado a través los medios de comunicación. Esta posición se encuentra influenciada por el intercambio entre Adorno y Benjamin, quien en 1936 publicó su obra "*The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*", en la que plantea que el arte ya no es único, debido a la posibilidad de reproducción, configurando el punto de partida del análisis de la cultura como industria y su impacto sobre la sociedad, con la transformación de la misma en un elemento político a través del cual los gobernantes pueden influir en las masas. Considerando estas primeras posiciones teóricas, la industria cultural había quedado cargada de connotaciones negativas (Getino, 2006).

Existe un consenso entre los economistas que la piedra fundacional de la "economía de la cultura" como campo de estudio fue la publicación del trabajo de Baumol y Bowen (1966). Según Throsby (2001), este artículo delimita la parte de la realidad que se intenta explicar con el método económico: la naturaleza del valor cultural da origen a la relación entre la economía y la cultura. El mencionado estudio se realizó con información de los costos de operación por concierto de la Orquesta Filarmónica de Nueva York entre 1843 y 1964, comparado con el costo promedio por presentación del *Drury Lane Theatre* entre los períodos 1771-1772 y 1775-1776 con el del *Royal Shakespeare Theatre* en los años 1963-1964 (Palma y Aguado, 2010; Baumol y Bowen, 1966). Como resultado, los autores hallaron que los salarios de los artistas aumentaron a menores tasas que el resto de los salarios y que la mayor proporción de los costos de las artes escénicas (entre 70% y 80%) corresponden a remuneraciones, aunque los costos totales de las artes aumentaron a través del tiempo a una tasa superior que los costos de producción de la economía total. La "enfermedad de los costos" explica la necesidad de subsidiar las artes escénicas.

La explicación a este dilema es consecuencia de las características técnicas de producción de las artes escénicas (Baumol, 1987). Palma y Aguado (2010) consideran la existencia de un modelo con dos sectores: el de manufacturas, de alta productividad que admite cambios tecnológicos ahorradores de mano de obra, y el de artes escénicas, de productividad baja, mano de obra intensivo y con escasas y esporádicas mejoras tecnológicas, por lo que "*a lo largo del tiempo, los salarios se igualan entre sectores y crecen a la misma tasa que la productividad del trabajo en el sector de alta productividad; esta situación genera dos efectos: el costo relativo de los bienes del sector de baja productividad crece en forma continua; el incremento del precio relativo de los bienes del sector de baja productividad, si su demanda no es inelástica al precio o*

no es elástica al ingreso, lleva a que los niveles de producción de dicho sector se reduzcan e incluso desaparezcan” (Palma y Aguado, 2010: 131).

El estudio de Baumol y Bowen se centraba en el análisis de las artes escénicas, por lo que el campo de estudio se denominó “economía del arte”, dejando fuera del campo de investigación al patrimonio y las industrias culturales. Con el fin de incorporar estas actividades que habían quedado relegadas, pasó a llamarse “economía de la cultura”, ampliando el campo de estudio.

II.2. Conceptualizaciones actuales

Más allá de las posturas de Benjamin, Horkheimer y Adorno en cuanto a la industria cultural, y la de Baumol y Bowen respecto a las artes escénicas, entre otras, el campo cultural incluye no sólo a las artes (escénicas, plásticas y visuales) y a las industrias culturales, sino también al patrimonio. Si bien existen numerosas definiciones de economía de la cultura, casi todas ellas incluyen a todos los bienes y servicios culturales en general.

Según Towse (2003) la economía de la cultura es: *“la aplicación de la economía a la producción, distribución y consumo de todos los bienes y servicios culturales”* (Towse, 2003: 1), mientras que para Colombo Vilarrasa (2006) es el resultado de la interacción de distintos sectores económicos en relación a la producción, la distribución y los servicios generados por estos actores. Herrero Prieto (2002) plantea que los productos culturales se constituyen tanto por expresiones y creaciones “vivas”, tales como las artes; como por el patrimonio cultural acumulado y el resto de los bienes reproducibles cuyo contenido constituye una forma de creatividad, y también existen marcos más amplios en el que los dominios culturales considerados son el patrimonio cultural y natural, presentaciones artísticas y celebraciones, artes visuales y artesanías, libros y prensa, medios audiovisuales e interactivos, diseño y servicios creativos y patrimonio cultural inmaterial (UNESCO, 2009).

Dada la amplitud del campo de estudio, en este trabajo se utilizará la delimitación presentada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), en la cual no sólo se consideran las industrias culturales tradicionales, tales como el cine, la música, los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) y los campos tradicionales de las artes (artes escénicas, artes visuales y el patrimonio), sino también las ligadas al diseño, la arquitectura y la publicidad (CEPAL y OEI, 2012: 88).

Todos presentan diversa naturaleza, pero tienen en común que su producción implica alguna forma de creatividad y están relacionados con la generación y comunicación de un contenido simbólico, el cual dota a los productos culturales de rasgos distintivos del resto de los bienes en el análisis de oferta, demanda y mercado.

II.2.1 Demanda cultural

La demanda de productos culturales tiene un rasgo característico que la diferencia del resto de los bienes, ya que su utilidad marginal es creciente: *"ya Alfred Marshall, en sus principios de economía de 1890, cuando explicaba la ley de Gossen decía que una de las excepciones a la ley es justamente el producto cultural"* (Schargorodsky, et al., 2007: 23). Esto se debe a que el consumo de cultura posee carácter aditivo, y, por lo tanto, no se valora sólo la satisfacción presente, sino también la pasada, que constituye conocimiento y experiencia (Throsby, 2001: 131). Además, los precios que los consumidores pagan por los productos culturales no revelan el grado de escasez de los mismos, sino que constituyen una valoración subjetiva de un contenido simbólico.

La cultura como manifestación de identidad implica la formación de preferencias que no se revelan en el mercado, pero que son apreciadas por los consumidores, afectando su comportamiento. Según Zallo (2007), debido a la subjetividad de la demanda de estos productos se producen situaciones de muchas obras dignas no apreciadas y muchas indignas con éxito.

Para Herrera Prieto (2002) los productos culturales se caracterizan por tener una alta elasticidad ingreso, en especial en las artes, por lo tanto, su demanda aumenta en mayor proporción que el alza del ingreso por habitante, y viceversa. De esta forma, para estos productos el interés se encuentra muy correlacionado con el nivel educativo, y por lo tanto, con el ingreso (Frey, 2004). En tanto, desde el análisis de la elasticidad precio de la demanda, las artes y el patrimonio tienen demanda más elástica, por lo que ante variaciones en los precios, las cantidades varían en sentido contrario más que proporcionalmente, mientras que en la medida que ciertos consumos culturales son percibidos como esenciales, principalmente los derivados de las industrias culturales, la elasticidad precio de la demanda de los productos se reduce, volviéndose la demanda más inelástica (Dirección de Observatorio de Industrias Creativas y de Contenidos de la Provincia de Buenos Aires, 2015).

II.2.2 Oferta de cultura

La oferta de productos culturales tiene características distintivas de acuerdo a que porción del campo cultural se analice, y esto se traduce en que los tipos de oferta son múltiples. La forma económica no es uniforme debido a que la cultura puede ser capital, producto o servicio, aunque en todos los casos existe un valor intangible simbólico (Zallo, 2007)

En las artes escénicas se verifica la existencia de la "enfermedad de los costos" analizada por Baumol y Bowen (1966), ya que los costos son muy inelásticos, por lo que su producción depende de subsidios, tanto públicos como privados. En tanto, las artes plásticas tienen dos tipos de oferta derivada: la de la exhibición, ligada a la generación de una renta; o la del bien en sí.

La particularidad que caracteriza al patrimonio cultural es la oferta fija: no se vende un producto cultural sino un servicio derivado, el cual produce una renta. Debido a que una proporción importante de los bienes que se encuentran enmarcados en esta clasificación cuentan con problemas de apropiabilidad de los resultados, y por lo tanto, de provisión

óptima en una economía mercado, el Estado los administra y suministra como bienes públicos.

En el caso de las industrias culturales, estas se caracterizan por la producción en masa. Si bien los costos de producción disminuyen de manera constante al operar con economías de escala, en el contexto actual de globalización de la economía y de proliferación de contenidos simbólicos, se incrementan los costos relativos a la originalidad y al marketing que buscan diferenciar el producto. Ligado a esta expansión del gasto ligado a la promoción e instalación del producto, el costo (marginal) de reproducción tiende a cero, generando espacio para la piratería.

II.2.3 Mercado de cultura

En el mercado de la cultura los avances tecnológicos modifican día a día las condiciones de producción, y por lo tanto de oferta, y estos cambios, junto a las variaciones en los niveles de ingreso per cápita y la mayor valorización de las actividades de ocio por parte de los individuos, afectan los patrones de consumo, los cuales se van adaptando a las modificaciones. Una característica general que comparten los productos culturales es que se encuentran en: *"permanente renovación productiva, interpretativa o comercial, en continua innovación y con una gran dosis de flexibilidad y adaptación a los inagotables cambios"* (Zallo, 2007: 223).

De las complejas características de los productos culturales, diferentes a la mayoría de los bienes y servicios que se intercambian en los mercados tradicionales, surgen diversas interacciones que caracterizan los mercados de la cultura. La oferta es previa y puede crear la demanda, la cual puede quedar satisfecha o no, sin que el precio tenga que ver con la experiencia cultural, cumpliéndose la "Ley de Say": en la medida que se genera la oferta, esta termina determinando su demanda a largo plazo (Schargorodsky *et al.*, 2007).

Para analizar este mercado se deben diferenciar los productos de carácter único de los reproducibles. En el caso de los que forman parte del patrimonio cultural, al ser únicos, no han sido objeto de mercado, proporcionando una renta por los servicios: cuando un demandante visita un museo, no compra los productos culturales allí contenidos, sino que paga por el servicio de disfrute de los mismos.

Similar ocurre con las artes, ya que en una obra de teatro o en una exposición de cuadros, el consumidor paga por la experiencia de apreciar la obra. Estas pueden generar una renta por su exposición o un ingreso por ventas, tal es el caso de un cuadro, el cual puede ser adquirido tanto para consumir el placer estético o como reserva de valor (en el caso de obras de pintores de renombre, los cuadros "compiten" con productos financieros, dado que son considerados una inversión de bajo riesgo, la cual da lugar a una rentabilidad generada por la revalorización del bien). Además, en cierto sentido pueden ser reproducibles, ya que pueden venderse reproducciones de obras clásicas originales o grabaciones de shows en vivo, o llegar al consumidor en formato de *streaming*.

Para las industrias culturales, su análisis se aproxima más al mercado de los bienes tradicionales, debido a sus características de producción, aunque no pierden la esencia

de la originalidad creativa. Un consumidor puede adquirir un CD de música, una película en DVD o un libro, y la oferta y demanda de estos productos culturales no difiere al resto.

III. Cuenta Satélite y Valor Agregado Bruto Cultural

III.1. Sistema de Cuentas Nacionales y Cuenta Satélite de Cultura

La creciente importancia de la cultura en la economía genera la necesidad de contar con información económica que facilite la toma de decisiones y que sirva como insumo para la implementación y evaluación de políticas públicas. Dada esa necesidad, surge como herramienta cuantitativa la Cuenta Satélite de Cultura (CSC), la cual constituye un sistema de medición que se elabora en torno al marco central del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), ampliando sus capacidades analíticas al hacerlo más flexible, con el fin de captar información con mayor profundidad.

El SCN es un marco contable coherente y sistemático, aceptado a nivel internacional y utilizado por la mayoría de los países para la medición de sus economías: *"dentro del Sistema se definen ciertas magnitudes agregadas clave, como el producto interno bruto (PIB), que se utilizan generalmente como indicadores de la actividad económica de la economía total"* (SCN, 1993: 1.2). De este se desprenden indicadores agregados y resultados sectoriales, no sólo se presenta el detalle por actividad productiva, sino también la interacción de cada una con el resto de las actividades de la economía. En el marco central del SCN, las cuentas son:

- a) completas, ya que comprenden todas las actividades económicas especificadas y las consecuencias para todos los agentes económicos;
- b) coherentes, debido a que se utilizan idénticos valores para determinar las consecuencias que conlleva una acción individual para todas las partes implicadas, empleando las mismas reglas contables;
- c) integradas, ya que todas las consecuencias de cada acción individual de cada agente se reflejan necesariamente en las cuentas correspondientes, incluidos sus efectos sobre el cálculo de la riqueza que figura en los balances.

Si bien el SCN cuenta con estas propiedades, es rígido para medir determinados sectores como el turismo, la salud, el medio ambiente o la cultura, cuyas actividades características son transversales a varias ramas de actividad delimitadas en el marco de las cuentas nacionales. Es por ello que, en la nueva metodología de estimación, el SCN 2008 plantea la necesidad de flexibilidad, planteando que: *"el uso de las cuentas satélites como medio para ampliar la relevancia de las cuentas nacionales, sin que se afecte la comparabilidad del marco central empleado para la formulación de políticas, se ha convertido en un medio aceptado para desarrollar y probar nuevas fuentes de datos y métodos"* (SCN, 2008: XLIX).

III.2. Cuenta Satélite de Cultura: definición y delimitación sectorial

La CSC es un sistema de información económica, que cuenta como marco central de referencia el SCN. La misma constituye: *"una extensión del SCN, que amplía su capacidad analítica en ciertas áreas, como la cultura, en formato comparable a la economía como un todo, permitiendo realizar un acercamiento y profundización del sector elegido"* (SInCA, 2012: 13). Según el SCN 1993, la cuenta satélite permite:

- a) Proporcionar información adicional, de carácter funcional o de entrecruzamientos sectoriales, sobre determinados aspectos sociales;
- b) utilizar conceptos complementarios o alternativos, incluida la utilización de clasificaciones y marcos contables complementarios y alternativos, cuando se necesita introducir dimensiones adicionales en el marco conceptual de las cuentas nacionales;
- c) ampliar la cobertura de los costos y beneficios de las actividades humanas;
- d) ampliar el análisis de los datos mediante indicadores y agregados pertinentes;
- e) vincular las fuentes y el análisis de datos físicos con el sistema contable monetario.

El objetivo de la CSC es ampliar el detalle y la desagregación con la que la información se presenta en el marco central de SCN, buscando dar respuesta a la necesidad de ampliar la capacidad analítica a determinadas áreas de interés, de una manera flexible y sin sobrecargar o distorsionar el sistema central. Además, la elaboración de la CSC requiere el desarrollo de conceptos y categorías que sean complementarios a los que se presentan en el marco central, permitiendo ampliar el análisis en torno a situaciones y procesos que solo son abordados de manera general por el SCN.

La información así recolectada presenta dos características destacables: en primer lugar, se encuentra relacionada con el marco central del SCN, sus criterios y códigos, lo que permite analizar la nueva información generada en el marco y el contexto de la información general; mientras que, por otra parte, al referirse a un campo específico, los datos del sistema de información y las estadísticas que produce el sector cultural están estrechamente relacionadas, conectando datos monetarios, magnitudes físicas y valores no monetarios.

Debido a la necesidad de existencia de coherencia interna entre el marco central del SCN y la CSC como marco de representación contable de la cultura, la elaboración de la medición satélite debe llevarse a cabo mediante la acción coordinada de los encargados de la institucionalidad cultural y de los que construyen y utilizan las cuentas nacionales. En este sentido, el Convenio Andrés Bello (CAB) plantea que: *"la CSC debe estar vinculada a su Sistema de Cuentas Nacionales por medio de un proceso dinámico de acercamiento conceptual y estadístico que se operacionaliza por una colaboración entre los responsables de uno y otro sistema"* (CAB, 2009: 1.3, 21). Como la información se confecciona en el marco de una cuenta satélite, se escogió la metodología elaborada por el Proyecto de Cultura y Desarrollo del CAB, utilizada como referencia por todos los países de la región, la cual define de manera operativa a la cultura, la cual resulta indispensable para establecer un listado de productos y de actividades culturales. Son considerados de esta manera aquellos bienes y servicios cuya razón de ser consiste en: *"crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos"* (CAB, 2009: 2.5, 33; Calcagno y Lerman, 2007: 106).

En términos operativos, examinamos la *Central Product Classification* (CPC) en su versión 1.1, en su máximo nivel de desagregación de cinco dígitos, para analizar si cada uno de los productos cumplía o no con la definición presentada. A continuación, trabajamos con la información disponible por producto en los Cuadros de Oferta y Utilización (COU) elaborado en Argentina de acuerdo a la metodología del SCN, la cual se encuentra expresada con un nivel de desagregación menor - a tres dígitos - determinando los productos culturales incluir, considerando el listado propuesto en la metodología de estimación del CAB. Una vez seleccionados los productos culturales, identificamos cuáles eran las ramas de actividades que los producían, con el fin de calcular las cuentas de la producción y, de esta manera, estimar el Valor Agregado Bruto (VAB) Cultural⁴, para cuya selección utilizamos el Clasificador Internacional Industrial Uniforme (CIIU), en su versión 3.1, con un nivel de desagregación de hasta cuatro dígitos y luego lo homologamos con la Clasificación Nacional de Actividades Económica (CInAE), debido a que esta es la utilizada para estimar las cuentas nacionales en la Argentina.

III.2.1. Productos culturales

En primer lugar, realizamos un análisis exhaustivo de los productos comprendidos en la CPC 1.1, en su desagregación a tres dígitos, con el fin de determinar si cada producto presentado en los COU cumplía o no con la definición de "producto cultural". Luego de establecer si los mismos correspondían o no al sector, utilizando como base el listado de productos culturales considerados para la elaboración de la CSC en el marco metodológico del CAB, los clasificamos en productos característicos y conexos. Según el CAB y el SCN: *"la primera categoría comprende los productos que son típicos del campo en estudio. El interés se centra en el estudio de la forma en que se producen estos bienes y servicios, de las clases de productores que intervienen, de los tipos de mano de obra y capital fijo que se utilizan y de la eficiencia del proceso de producción, y por tanto, de la asignación de recursos (...) La segunda categoría (...) incluye productos cuyas utilidades interesan porque encajan claramente en el concepto de gasto en un campo dado, sin llegar a ser típicos de ese campo, bien por su naturaleza, bien por estar clasificados en categorías más amplias de productos. (...) La frontera precisa entre los productos característicos y los conexos depende de la organización económica de cada país y de la finalidad de la cuenta satélite"* (CAB, 2009: 4.4, 60; SCN, 1993: 21.61, 21.62).

Una vez clasificados en productos culturales característicos y conexos, los listamos, tal como se presentan en el Cuadro 1 y adicionamos dos productos, ya que a fin que la estimación del VAB Cultural sea comparable con la realizada por el MCN, se incorporaron a la frontera de producción de la CSC los sectores: "Contenido digital", y "Publicidad", los cuales no se incluyen en la metodología propuesta por el CAB:

- 836: Servicios de publicidad
- 842: Servicios de telecomunicaciones en Internet

⁴ En la sección 3.3. se define el VAB Cultural y las cuentas de la producción.

III.2.2. Actividades culturales

La elaboración de los cuadros de oferta (CO) nos permitió, una vez seleccionados los productos culturales característicos y conexos, determinar cuál era su actividad característica, es decir, que rama de actividad de la ClaNAE producía cada uno de estos productos. La posibilidad de realizar este cruce de productos y actividades culturales constituye un avance respecto a la estimación con base 1993, ya que en esta no era posible relacionar los productos culturales con su actividad característica debido a la falta de desagregación de la información.

Además, esta mayor disponibilidad de información nos permitió mejorar la estimación de la dimensión productiva del sector, dado que cuando la actividad característica produce tanto productos culturales como no culturales es posible mensurar sólo los correspondientes al campo específico, evitando de esta forma la sobreestimación de la producción y el producto. Para la selección de actividades culturales utilizamos la ClaNAE, con una desagregación de hasta dos o tres dígitos, según la información disponible en los COU, y en el Cuadro 2 mostramos cual es la rama de actividad característica que produce productos culturales característicos y/o conexos.

Seleccionadas las ramas de actividad que producen productos culturales característicos y/o conexos, procedimos a asignarlas a los sectores culturales propuestos en el manual de recomendaciones metodológicas del CAB, tal como se presentan en el Cuadro 3, en el cual se observa que la desagregación por rama de actividad es distinta para las diferentes actividades culturales. Dado que para algunas actividades se cuenta con información con menor detalle, debimos realizar estudios adicionales a fin de estimar los valores correspondientes a la cultura, evitando sobreestimar la medición.

CUADRO 1. Productos culturales característicos y conexos

CPC 1.1.	DESCRIPCION
PRODUCTOS CARACTERISTICOS	
322	Libros, folletos y octavillas (excepto material de publicidad) impresos; mapas impresos; partituras impresas o manuscritas
323	Diarios, revistas y publicaciones periódicas, publicados por lo menos cuatro veces por semana
324	Diarios, revistas y publicaciones periódicas publicados menos de cuatro veces por semana
325	Sellos de correos, talonarios de cheques, billetes de banco, certificados de acciones, tarjetas postales, tarjetas de felicitación, material de publicidad, grabados y otros impresos
389	Otros artículos manufacturados n.c.p.
475	Cintas magnéticas y discos para equipo audiofónico o audiovisual
733	Concesión de licencias para el derecho de uso de activos intangibles
810	Servicios de investigación y desarrollo
832	Servicios de arquitectura y servicios de planificación urbana y de arquitectura paisajista
833/834	Servicios de ingeniería - Servicios especializados de diseño
836	Servicios de publicidad
838	Servicios fotográficos y servicios de revelado fotográfico
841	Servicios de telecomunicaciones y distribución de programas
842	Servicios de telecomunicaciones en Internet
844	Servicios de agencias de noticias
845	Servicios de bibliotecas y archivos
961	Servicios audiovisuales y servicios afines
962	Servicios de promoción y presentación relacionados con las artes escénicas y otros espectáculos en vivo
963	Servicios relacionados con actores y otros artistas
964	Servicios relacionados con museos y servicios de conservación
PRODUCTOS CONEXOS	
321	Pasta de papel, papel y cartón
326	Libros de registro, libros de contabilidad, cuadernillos de notas, bloques para cartas, agendas y artículos análogos, secantes, encuadernadores, clasificadores para archivos, formularios y otros artículos de escritorio, de papel o cartón
610	Servicios comerciales al por mayor
830	Otros servicios profesionales, científicos y técnicos
835	Servicios científicos y otros servicios técnicos
839	Otros servicios profesionales, técnicos y empresariales n.c.p.
851	Servicios de agencias de colocación y servicios de suministro de personal
852	Servicios de investigación y seguridad
854 - 859	Servicios de empaquetado - Otros servicios auxiliares
891	Servicios editoriales, de imprenta y reproducción

Fuente: elaboración propia en base a COU - DNCN y CAB

CUADRO 2. Productos y actividades culturales

ClaNaE	221 - Edición de libros, folletos, partituras, periódicos, revistas, publ. periódicas y otras publ.	642 - Servicios de transmisión de radio y televisión	644 - Servicios de Internet	73 - Investigación y desarrollo	742 - Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades técnicas	743 - Publicidad	749 - Actividades empresariales n.c.p	921 - Serv. de cinematografía, radio y televisión, espectáculos artísticos y diversión n.c.p.	922 - Servicios de Agencias de Noticias	923 - Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.
CPC 1.1										
PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS										
322	X									
323	X									
324	X									
325	X									
389										
475	X									
733	X							X		
810				X						
832					X					
833/834					X					
836	X	X				X		X		
838	X						X			
841		X								
842			X							
844									X	
845										X
961								X		
962								X		
963								X		
964										X
PRODUCTOS CONEXOS										
321	X									
326	X									
610	X									
830	X									
835					X			X		
839								X		
851								X		
852								X		
854 - 859								X		
891	X									

Fuente: elaboración propia en base a COU – DNCN y CAB

CUADRO 3. Actividades culturales por rama de actividad ClaNAE y sector cultural CAB

Sector cultural CAB	ClaNAE	Descripción
Creación literaria, musical, teatral, etc.	s/d	-
Artes escénicas y espectáculos artísticos	92 (p)	Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p. Servicios de espectáculos artísticos y de diversión n.c.p.
Artes plásticas y visuales	74 (p)	Servicios de fotografía
Libros y publicaciones	22 (p)	Edición de libros, folletos y otras publicaciones Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas Otras actividades de edición
Audiovisual	64 (p)	Servicios de radio y televisión Producción y distribución de filmes y videocintas
	92 (p)	Exhibición de filmes y videocintas Servicios de radio y televisión Servicio de agencia de noticias
Producción y edición musical	s/d	-
Diseño	74 (p)	Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de asesoramiento técnico
Juegos y juguetería	-	-
Patrimonio material	92 (p)	Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.
Formación cultural	73	Investigación y desarrollo
Contenido digital	64 (p)	Servicios de Internet
Publicidad	74 (p)	Servicios de publicidad

(p): la rama de actividad se incluye de manera parcial

Fuente: elaboración propia en base a DNCN y CAB

En los sectores "Creación literaria, musical, teatral, etc.", "Producción y edición musical" y "Juegos y juguetes" no asignamos ninguna rama de actividad. En el caso de los primeros dos sectores por carecer de datos de las ramas de actividad correspondientes, mientras que el último lo excluimos debido a la imposibilidad de desagregar la información, ya que no se contaba con productos culturales identificables en los COU (se encontraban agrupados en industria manufacturera n.c.p. con un gran número de productos no culturales de diversas características). Además, en la medición realizada en la Argentina, el SInCA ha agregado dos sectores adicionales no contemplados explícitamente en el CAB: "Contenido digital", debido a que en la actualidad gran cantidad de contenido cultural circula y es accesible por Internet y "Publicidad", ya que a que no es posible asignar la rama de actividad a un sector específico dada su transversalidad.

III.3. Valor Agregado Bruto Cultural

El Producto Interno Bruto (PIB) constituye la producción de bienes y servicios finales, realizado dentro del espacio económico de un país por sujetos residentes y no residentes, y se estima sumando al VAB de todas las unidades productivas los impuestos netos de subsidios, los cuales no se incluyen en la valoración de la producción. La contribución económica del sector se mide a través del VAB generado, el cual, a diferencia del PIB, no incluye todos los impuestos netos de subsidios, los cuales dependen de los precios al que el mismo sea medido. Dado

que el VAB Cultural constituye una porción del PIB al estimarse con el mismo marco metodológico, es posible estimar su aporte a la economía total.

III.3.1. Cuentas de la producción

De la confección de las cuentas de la producción para cada rama de actividad cultural surge el VAB generado por el sector cultural. Se obtiene como la diferencia entre la producción, denominada Valor Bruto de Producción (VBP), de todas las actividades seleccionadas y su Consumo Intermedio (CI), el cual: *"consiste en el valor de los bienes y servicios consumidos como insumo por un proceso de producción, excluidos los activos fijos"* (SCN, 1993: 6.147).

$$VAB\ Cultural_k = \sum VAB_{jk} = \sum VBP_{jk} - \sum CI_{jk} \quad (1)$$

Donde j representa el j-ésimo sector y k el k-ésimo año, k=0 es el año base.

Según la metodología propuesta por el CAB: *"las cuentas de producción de la CSC, agruparán y presentarán, de una parte, los establecimientos cuya actividad principal es cultural (las ramas de actividad culturales), y de otra, las actividades secundarias culturales de los establecimientos cuya actividad principal es no cultural, así como las unidades auxiliares que desarrollan una actividad cultural dentro de establecimientos, que estos sean o no culturales"* (CAB, 2009: 5.13, 94). Entonces, las cuentas de producción miden la producción generada por todas las actividades que se denominan culturales.

"El beneficio que se deriva de esta presentación, es que permite incluir la totalidad de la producción de los productos característicos, sin importar si corresponden o no a la actividad principal del productor: esto es importante en el caso de la cultura (...) ya que es frecuente y significativo el caso en que la producción cultural no es la actividad principal de los agentes económicos, como las publicaciones y libros publicados por las universidades u otros centros de investigación, u otras formas de cultura como las artes escénicas, las artes plásticas o la conservación del patrimonio"(CAB, 2009: 5.14, 95).

III.3.2. Año base y valoración de la producción

Para estimar un año base se debe realizar un Censo Nacional Económico (CNE) durante un año de estabilidad del nivel de precios y precios relativos, para evitar alteraciones (o que estas sean las menores posibles), dado que se busca que este represente la estructura productiva del país lo mejor posible. El mero paso del tiempo; los cambios tecnológicos, que producen la aparición y desaparición de bienes y servicios y cambios en la estructura de precios relativos (el precio de una conexión a Internet o de un teléfono móvil se modificó en los últimos 20 años, tanto en términos absolutos como relativos) y los cambios en las políticas económicas, entre otras, generan cambios constantes en la estructura de producción, por lo que deben actualizarse los precios de referencia.

Definido el año base 2004, según el detalle de impuestos, subsidios y márgenes de comercio y transporte incluidos, debe determinarse a que precios se valorizan las distintas partidas de las cuentas de la producción, ya que se analizan desde diferentes ópticas. Tanto el VBP como el VAB, al ser considerados desde la óptica del productor se valorizan a precios básicos (pb) o a precios productor (pp), aunque, según el SCN, el VBP debe estimarse a precios básicos, constituyendo los precios al productor el *second best*. Dado que el VAB es el resultado de una sustracción, los precios a los que se valore el VBP determinan los precios del VAB, mientras que el CI, se ve desde la óptica del consumidor y se valoriza a precios comprador (pc).

Según el SCN: *"el precio básico es el monto a cobrar por el productor al comprador por una unidad de un bien o servicio producido como producto, menos cualquier impuesto por pagar y más cualquier subvención por cobrar por esa unidad de producto como consecuencia de su producción o venta"* (SCN, 1993: 6.205). En este sistema de registro: *"cualquier impuesto a pagar realmente sobre una unidad de producto se trata como si fuera pagado por el comprador directamente al gobierno, en lugar de integrarse en el precio pagado al productor y recibido por él; a la inversa, cualquier subvención sobre una unidad de producto se trata como si fuera recibida directamente por el comprador y no por el productor"* (SCN, 1993: 6.206). *Estos precios excluyen tanto el Impuesto al Valor Agregado (IVA) como los márgenes de comercio y transporte* (Propatto, 2003: 41).

En tanto, *"el precio comprador es la cantidad pagada por el comprador, excluido el IVA deducible o impuesto deducible análogo, con el fin de hacerse cargo de una unidad de bien o servicio en el momento y lugar requeridos"* (SCN, 1993: 2.215). Este precio no se utiliza para valorizar la producción u oferta, sino sólo para valorar la utilización de los bienes y servicios; y además de los impuestos netos de subsidio sobre los productos (excluido IVA deducible) se incluyen los márgenes de comercio y transporte y los derechos de importación, ya que los mismos representan un costo para el comprador.

III.3.3. Metodología de estimación

Para la estimación del año base de las actividades totalmente culturales utilizamos como referencia la metodología elaborada por la DNCN (2016), mientras que para las actividades parcialmente culturales, ligadas a las actividades creativas en sectores no culturales (arquitectura, diseño) o a los ámbitos suministradores y facilitadores (telecomunicaciones, Internet) realizamos estudios adicionales en el marco de la CSC, para considerar solo el VAB correspondiente al sector.

En cuanto a la unidad de medida, la estimación del indicador a precios corrientes implica que tanto las cantidades como los precios del VBP y el VAB corresponden a las del período para el que se realiza la medición, y *"permiten tanto obtener la estructura de precios relativos en cada período como brindarle consistencia al SCN al facilitar la interrelación con los restantes agregados y cuentas"* (Propatto, 2003: 41 y 42), mientras que la estimación a precios constantes valoriza cantidades del período considerado de las mismas partidas de las cuentas de la producción a los precios del año base 2004.

III.3.3.1. Año base

Para los sectores con información disponible, lo calculamos considerando el COU para el año 2004, desagregando la rama de actividad a tres o cuatro dígitos de la ClaNaE, según la disponibilidad de información. En los casos en los que las cifras se encontraban más agregadas, se analizaron los productos correspondientes al sector, de acuerdo a la CPC 1.1., para evitar sobreestimar el VBP y el VAB generado por cada sector. En el caso específico del sector “Contenido Digital”, se estimaron sólo los usos culturales de los servicios de Internet, para los cuales utilizamos los resultados de la Encuesta de Consumos Culturales y Entorno Digital (ECCyED) (SInCA, 2014).

III.3.3.2. Precios constantes y corrientes

Para la estimación de la serie utilizamos las cifras correspondientes a las mencionadas ramas de actividad, medidas a precios de 2004, y se les aplicamos la estructura estimada para el año base.

$$VAB\ Cultural_k = \sum VAB_{jk} = \sum VBP_{jk} * \frac{\sum VAB_{j0}}{\sum VBP_{j0}} \quad (2)$$

El VAB lo calculamos considerando fija la relación VAB/VBP del año, debido a que constituye la metodología utilizada por el INDEC en el cálculo, y el CI lo obtuvimos como diferencia entre el VBP y el VAB. En tanto, para el cálculo en términos corrientes, usamos la misma metodología de estimación que para la serie a precios constantes, considerando la información publicada por la DNCN a los precios de cada período.

IV. Dimensión productiva de la cultura

En esta sección presentamos los resultados de nuestra estimación del VAB Cultural, alternativa a las cifras del MCN, de acuerdo a la revisión de 2016 de las cuentas nacionales realizada por la DNCN, INDEC. En los Cuadros 4 y 5 mostramos los resultados de la medición de la cuenta de la producción, tanto a precios constantes de 2004, como a precios corrientes. La misma arroja como resultado el VAB Cultural pb a nivel agregado, como diferencia entre el VBP pb y el CI pc, obtenidos luego de consolidar la información sectorial.

CUADRO 4. Cuenta de la producción de actividades culturales – millones de pesos constantes de 2004

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
VBPPb	22.933	25.805	29.482	33.045	35.876	35.263	37.652	40.604	40.977	41.728	40.830
CIpc	11.453	12.882	14.712	16.497	17.915	17.593	18.790	20.286	20.448	20.826	20.346
VABpb	11.480	12.923	14.769	16.548	17.960	17.670	18.862	20.318	20.529	20.903	20.485

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

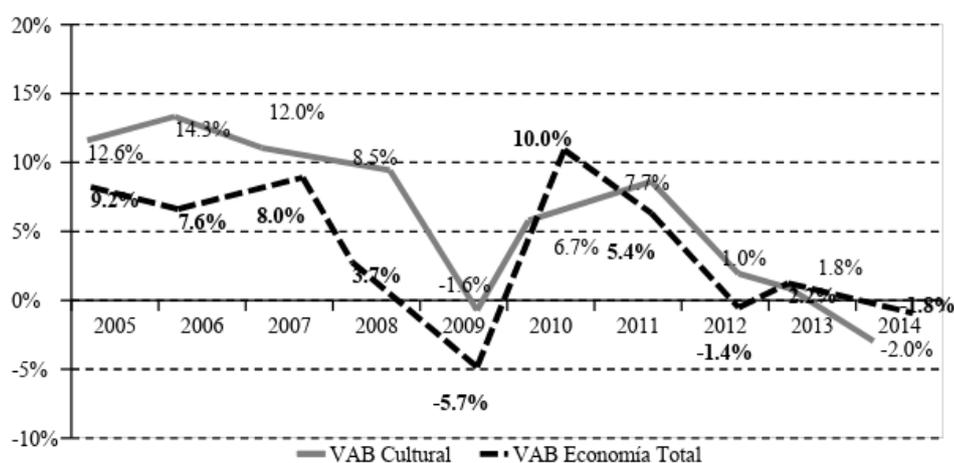
CUADRO 5. Cuenta de la producción de actividades culturales – millones de pesos corrientes

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
VBPPb	22.933	28.023	35.689	45.628	57.852	66.669	83.645	109.435	132.367	166.568	215.558
CIpc	11.453	13.993	17.814	22.783	28.872	33.248	41.712	54.624	65.982	83.056	107.391
VABpb	11.480	14.030	17.875	22.844	28.980	33.421	41.933	54.811	66.386	83.511	108.167

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

En el Gráfico 1 comparamos la evolución del VAB del sector cultural respecto a la economía total, a fin de determinar si las tendencias seguidas por ambos son similares, o, en caso de no serlo, que explicar las diferencias. Observamos que la variación interanual del VAB Cultural sigue una trayectoria análoga a la del VAB de la economía total.

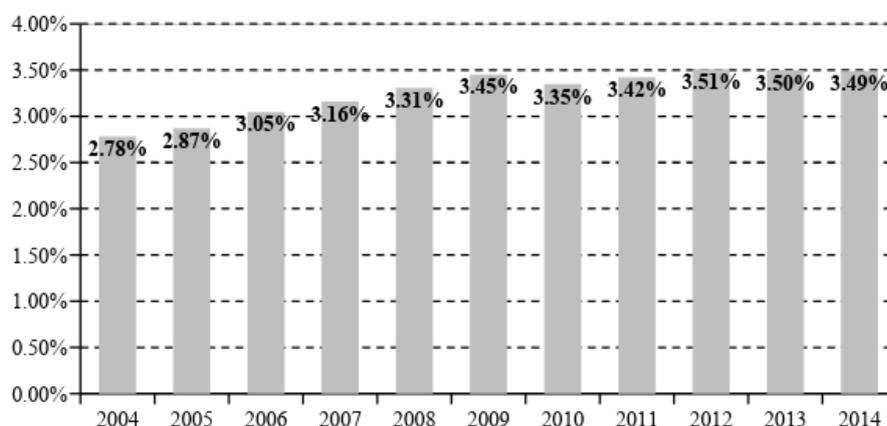
GRÁFICO 1. VAB Cultural y Economía Total – Variaciones % interanuales. 2005-2014



Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

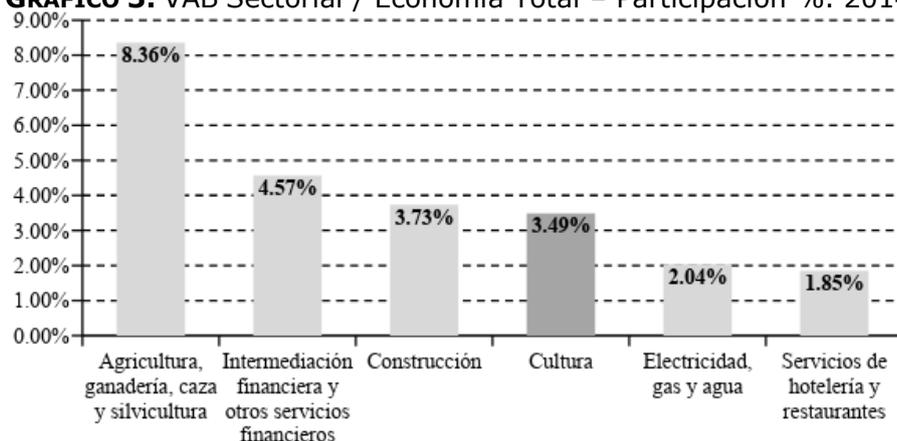
Dado el dinámico crecimiento del sector, con varios años expandiéndose por encima del valor agregado de la economía total, entre los años 2004 y 2014, el VAB Cultural se expandió un 78%, 36 puntos porcentuales por encima del 42% que creció la economía total. De esta forma, con el VAB Cultural aumentando más que el nivel de actividad, la participación del sector en la economía se incrementó, pasando de representar el 2,78% del total en 2004 al 3,49% en 2014, tal como observamos en el Gráfico 2. Sin embargo, la suba (o disminución) de la participación de la cultura en el PIB no implica sólo un crecimiento (o caída) real, sino que puede deberse a que la producción de otros sectores se ha expandido menos (más) que la cultura (Sánchez y Scialabba, 2015: 6).

GRÁFICO 2. VAB Cultural / Economía Total – Participación % 2004-2014



Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

Este análisis demuestra, no sólo la importante dimensión productiva de la cultura, contradiciendo la teoría de los clásicos, que la consideraban improductiva o “estéril”, sino también su creciente importancia en el transcurso de los años, explicada, principalmente, por los cambios en la producción y los avances tecnológicos.

GRÁFICO 3. VAB Sectorial / Economía Total – Participación %. 2014

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

A fin de comparar la importancia de la cultura en la economía total respecto a otros sectores considerados dinamizadores del nivel de actividad, en el Gráfico 3 observamos que durante el año 2014, el sector analizado generó poco menos de la mitad del valor agregado que los sectores "Agricultura, ganadería, caza y silvicultura", un 1% menos que "Intermediación financiera y otros servicios financieros", casi el mismo VAB que el sector "Construcción" y casi el doble que "Electricidad, gas y agua" y "Servicios de hotelería y restaurantes".

Presentado los resultados a nivel agregado, mostramos y analizamos las estimaciones por sectores. En los siguientes cuadros exhibimos los resultados del VAB Cultural obtenido en la cuenta de la producción, desagregado por sector cultural.

CUADRO 6. VAB Cultural por sector CAB – millones de pesos constantes de 2004

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Artes escénicas y espectáculos artísticos	1.476	1.606	1.814	1.948	2.034	1.986	2.058	2.119	2.112	2.090	1.981
Artes plásticas y visuales	467	514	570	625	677	634	680	729	711	710	691
Libros y publicaciones	1.604	1.737	1.964	2.191	2.365	2.193	2.368	2.700	2.483	2.507	2.164
Audiovisual	3.646	4.334	5.170	6.013	6.612	6.877	7.280	7.658	7.901	8.060	8.162
Diseño	1.301	1.433	1.588	1.742	1.888	1.769	1.897	2.034	1.982	1.981	1.928
Patrimonio material	217	236	266	286	299	292	302	311	310	307	291
Formación cultural	894	984	1.091	1.196	1.296	1.215	1.303	1.397	1.361	1.360	1.324
Contenido digital	180	213	237	278	329	398	500	720	1.086	1.308	1.432
Publicidad	1.696	1.867	2.070	2.270	2.460	2.306	2.473	2.651	2.583	2.581	2.513

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

CUADRO 7. VAB Cultural por sector CAB – millones de pesos corrientes

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Artes escénicas y espectáculos artísticos	1.476	1.762	2.213	2.617	3.242	3.733	4.572	5.775	7.062	8.710	11.346
Artes plásticas y visuales	467	557	706	923	1.173	1.324	1.712	2.321	2.841	3.783	4.975
Libros y publicaciones	1.604	1.874	2.328	2.919	3.566	3.832	4.792	6.592	7.326	9.482	11.286
Audiovisual	3.646	4.648	6.048	7.796	10.103	12.102	14.945	18.716	23.048	27.297	35.446
Diseño	1.301	1.568	1.984	2.597	3.288	3.733	4.799	6.504	7.925	10.491	13.841
Patrimonio material	217	259	325	384	476	548	671	848	1.037	1.279	1.666
Formación cultural	894	1.077	1.363	1.783	2.259	2.564	3.296	4.467	5.443	7.205	9.506
Contenido digital	180	242	323	441	588	720	893	1.113	1.376	1.593	2.064
Publicidad	1.696	2.044	2.585	3.384	4.285	4.865	6.254	8.476	10.328	13.671	18.037

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

A partir de la información estimada por sectores, analizamos el desempeño particular de cada uno, a fin de identificar cuáles son los más dinámicos y cuáles otros presentan un desempeño más débil. En el Cuadro 8 presentamos las variaciones porcentuales interanuales por sector del VAB Cultural, en el cual observamos que los sectores "Audiovisual" y "Contenido digital" presentaron las mayores tasas de crecimiento del producto generado, seguidos por "Formación cultural". En el extremo opuesto se encuentra "Libros y publicaciones", sector que si bien durante los primeros años presentó un comportamiento dinámico, hacia el final de la serie se encuentra en franco declive. En el resto de los sectores ha verificado un comportamiento mucho más heterogéneo, sin un patrón de desempeño definido, ligado a la coyuntura particular de cada uno de ellos.

CUADRO 8. VAB Cultural por sector CAB – Variaciones % interanuales. 2005-2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Artes escénicas y espectáculos artísticos	8,8%	13,0%	7,4%	4,4%	-2,4%	3,6%	2,9%	-0,3%	-1,1%	-5,2%
Artes plásticas y visuales	10,1%	10,9%	9,7%	8,4%	-6,3%	7,2%	7,2%	-2,6%	-0,1%	-2,6%
Libros y publicaciones	8,3%	13,1%	11,5%	8,0%	-7,3%	8,0%	14,0%	-8,0%	0,9%	-13,7%
Audiovisual	18,9%	19,3%	16,3%	10,0%	4,0%	5,9%	5,2%	3,2%	2,0%	1,3%
Diseño	10,1%	10,9%	9,7%	8,4%	-6,3%	7,2%	7,2%	-2,6%	-0,1%	-2,6%
Patrimonio material	8,8%	13,0%	7,4%	4,4%	-2,4%	3,6%	2,9%	-0,3%	-1,1%	-5,2%
Formación cultural	10,1%	10,9%	9,7%	8,4%	-6,3%	7,2%	7,2%	-2,6%	-0,1%	-2,6%
Contenido digital	18,2%	11,4%	17,2%	18,7%	20,9%	25,4%	44,1%	51,0%	20,4%	9,5%
Publicidad	10,1%	10,9%	9,7%	8,4%	-6,3%	7,2%	7,2%	-2,6%	-0,1%	-2,6%

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

Tanto para los sectores más dinámicos como para el que se encuentra en el otro extremo, los cambios en las técnicas de producción, principalmente avances tecnológicos, fueron una de las principales variables explicativas. Los medios audiovisuales y el contenido cultural que se ofrece a través de Internet - como plataforma de soporte - se encuentran en una fase "de oro", captando parte importante de la oferta que antes realizaban otros sectores, como el caso de la industria editorial y las artes, sectores que se encuentran en retroceso. Esta evolución dispar de los sectores culturales generó una modificación cambio en la participación de cada uno de ellos en el VAB Cultural total a lo largo del período bajo estudio.

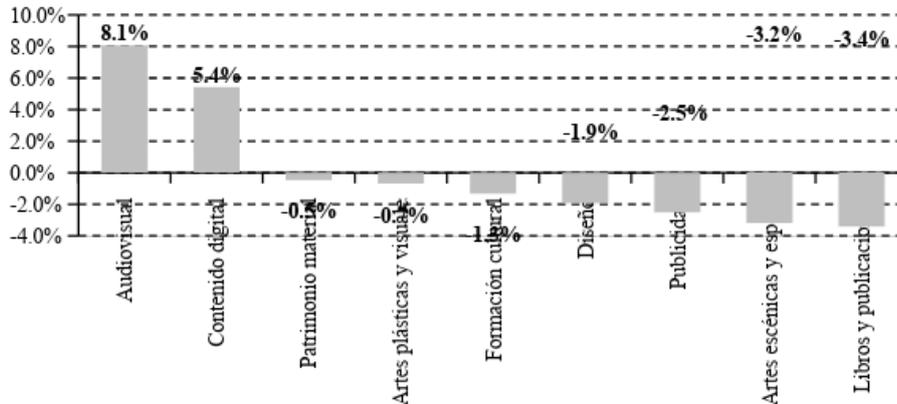
CUADRO 9. VAB Cultural por sector CAB / Cultural Total – Participación % 2004-2014

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Artes escénicas y espectáculos artísticos	12,9 %	12,4 %	12,3 %	11,8 %	11,3 %	11,2 %	10,9 %	10,4 %	10,3 %	10,0 %	9,7%
Artes plásticas y visuales	4,1%	4,0%	3,9%	3,8%	3,8%	3,6%	3,6%	3,6%	3,5%	3,4%	3,4%
Libros y publicaciones	14,0 %	13,4 %	13,3 %	13,2 %	13,2 %	12,4 %	12,6 %	13,3 %	12,1 %	12,0 %	10,6 %
Audiovisual	31,8 %	33,5 %	35,0 %	36,3 %	36,8 %	38,9 %	38,6 %	37,7 %	38,5 %	38,6 %	39,8 %
Diseño	11,3 %	11,1 %	10,8 %	10,5 %	10,5 %	10,0 %	10,1 %	10,0 %	9,7%	9,5%	9,4%
Patrimonio material	1,9%	1,8%	1,8%	1,7%	1,7%	1,7%	1,6%	1,5%	1,5%	1,5%	1,4%
Formación cultural	7,8%	7,6%	7,4%	7,2%	7,2%	6,9%	6,9%	6,9%	6,6%	6,5%	6,5%
Contenido digital	1,6%	1,6%	1,6%	1,7%	1,8%	2,3%	2,6%	3,5%	5,3%	6,3%	7,0%
Publicidad	14,8 %	14,4 %	14,0 %	13,7 %	13,7 %	13,0 %	13,1 %	13,0 %	12,6 %	12,3 %	12,3 %

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

El notable crecimiento del sector "Audiovisual", por encima del total cultural, provocó un gran incremento en la participación (+8,1%), ya que pasó de generar el 31,8% del VAB Cultural en 2004 al 39,8% en 2014. De esta forma, cada 10 pesos generados por el sector, casi 4 fueron producidos por el audiovisual. El VAB generado por "Contenido digital" presentó también un fuerte aumento, subiendo su peso relativo un 5,4%, al pasar de generar el 1,6% del VAB sectorial en el primer año al 7,0% en el último; mientras que los demás sectores, debido a su dispar e irregular desempeño, con contracciones o crecimiento por debajo de la tasa de expansión del sector, verificaron una pérdida en la participación, en detrimento de los dos sectores mencionados.

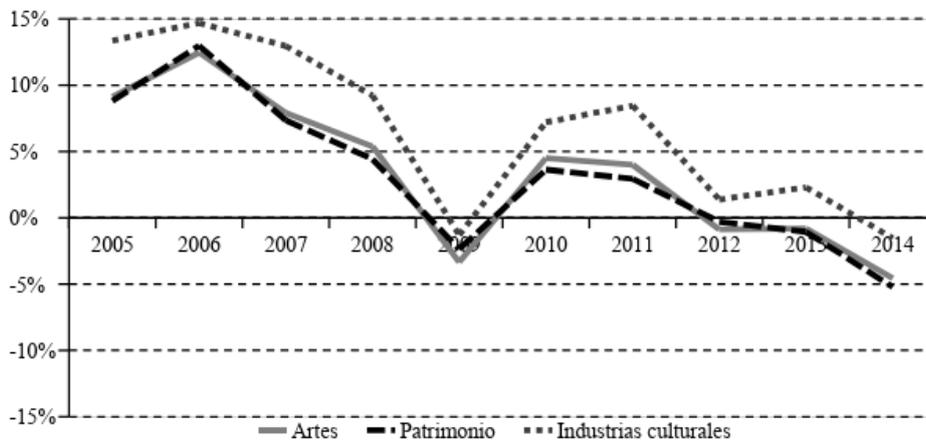
GRÁFICO 4. VAB Cultural por sector CAB / Cultural Total – Variación en la participación % 2004 y 2014



Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

Si consolidamos los sectores culturales propuestos por el CAB de acuerdo a la agregación presentada en la sección de oferta y demanda del sector – industrias culturales, artes y patrimonio – observamos la notable preponderancia del primer grupo, ligado desde el lado de la oferta, principalmente, a los avances tecnológicos; y desde el lado de la demanda, a los cambios en los patrones de consumo, relacionados con el aumento del nivel de ingreso y la mayor apreciación por el ocio. En el Gráfico 5, observamos que si bien los tres sectores presentan una dinámica similar, durante toda la serie las industrias culturales se expandieron a tasas mayores que artes y patrimonio: entre 2004 y 2014, las industrias culturales presentaron un crecimiento del producto generado del 88%, mientras que durante el mismo período, el valor agregado producido por artes y patrimonio se expandió un 37,6% y 34,2%, respectivamente.

GRÁFICO 5. VAB Cultural por sector / Cultural Total – Variaciones % interanuales. 2005-2014



Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

Estas distintas expansiones generan cambios en la participación relativa. Entre 2004 y 2014, las industrias culturales incrementaron su participación un 4,3%, en detrimento de las artes y el patrimonio, que perdieron un 3,9% y 0,5% en su participación relativa en la cultura.

Estas cifras nos posibilitan cuantificar la creciente importancia de la cultura respecto a otros sectores de la economía, y también analizar cuáles son las áreas más dinámicas y cuales otras necesitan de la intervención gubernamental, como de las artes y el patrimonio.

Por otra parte, debido a los profundos cambios llevados a cabo en el INDEC, comparamos los principales resultados obtenidos con la publicación del oficial del SInCA (2015), dependiente del MCN, realizado en base a la metodología previa de la DNCN (2014). En los Cuadros 10 y 11 se presenta el VAB Cultural, tanto a precios constantes de 2004 como corrientes, para la estimación realizada para este trabajo y la oficial, y la diferencia entre ambos.

Cuando analizamos los resultados del indicador en términos reales, no existe una disparidad significativa, siendo consistentes ambas medidas de cantidades, las cuales presentan distintos valores debido a los cambios realizados en la estimación del año base. Entre 2004 y 2014, de acuerdo a la estimación oficial del MCN, el VAB generado por el sector se incrementó un 87%, mientras que considerando nuestra estimación el aumento fue del 78%, dado que, a partir de 2011, de acuerdo al Gráfico 6, las tasas de variación interanual de la estimación se ubicaron por debajo de las publicadas por el SInCA.

CUADRO 10. VAB Cultural: estimación oficial y propia – millones de pesos constantes de 2004

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Estimación oficial	11.094	12.479	13.923	15.026	16.568	16.076	16.941	18.157	18.794	20.078	20.774
Estimación propia	11.480	12.923	14.769	16.548	17.960	17.670	18.862	20.318	20.529	20.903	20.485
Diferencia	-386	-444	-846	-1.522	-1.393	-1.593	-1.921	-2.161	-1.735	-825	-289

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC y SInCA

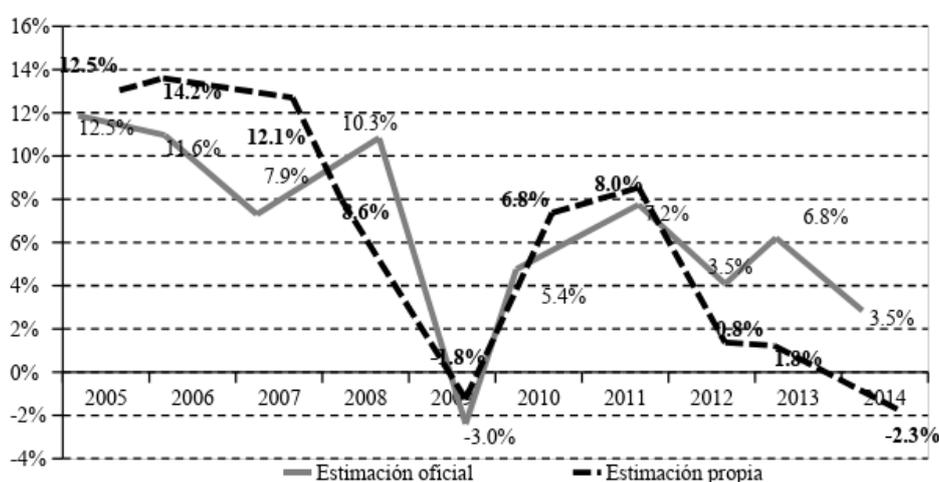
Cuando analizamos el VAB Cultural en términos nominales, existe una mayor brecha entre ambos estimadores, siendo superior en nuestra estimación, explicada por la subestimación de los índices de precios en las mediciones realizadas por el INDEC durante la intervención del organismo.

CUADRO 11. VAB Cultural: estimación oficial y propia – millones de pesos corrientes

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Estimación oficial	11.094	14.418	18.328	22.316	28.182	29.627	37.277	49.730	61.096	75.037	98.131
Estimación propia	11.480	14.030	17.875	22.844	28.980	33.421	41.933	54.811	66.386	83.511	108.167
Diferencia	-386	388	453	529	798	3.794	4.656	5.081	5.289	8.474	10.036

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC y SInCA

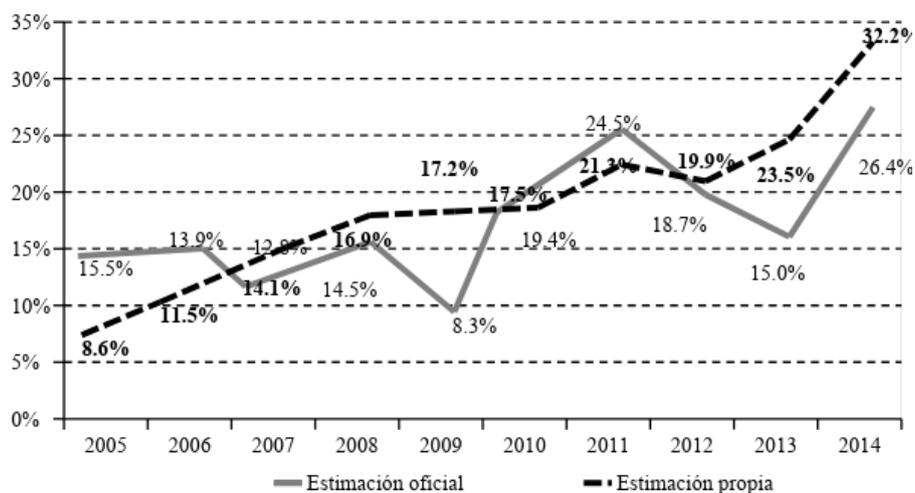
GRÁFICO 6. VAB Cultural: estimación oficial y propia. Variaciones % interanuales 2005-2014



Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC y SInCA

En el Gráfico 8 presentamos la evolución de precios del sector, a través del cálculo del Índice de Precios Implícitos (IPI) del VAB Cultural. A partir de 2009, año en el que los precios implícitos de nuestra estimación se comienzan a incrementar de manera acelerada, la brecha entre el indicador medido en términos nominales se amplía, dado que la suba de precios es mayor a la oficial, en línea con la tasa de inflación de la economía total. Para el período bajo estudio, los precios implícitos del sector aumentaron 4,7 veces de acuerdo a las cifras del MNC, mientras que en base a nuestra estimación, la suba de precios fue de 5,3 veces.

GRÁFICO 7. IPI del VAB Cultural: estimación oficial y propia. Variaciones % interanuales 2005-2014



Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC y SInCA

De esta forma, no sólo evidenciamos la creciente dimensión productiva del sector cultural en la economía argentina, sino que las modificaciones en la estimación del indicador no distorsionan los resultados previos, y mejoran la medición, debido a que en la revisión integral de las cuentas nacionales realizada por la DNCN arroja estimaciones más robustas, tanto en término de cantidades como de precios.

V. Conclusiones

De acuerdo a los resultados, la dimensión productiva de la cultura en la Argentina, no sólo es significativa, sino que se ha incrementado la participación del sector en la economía en el transcurso de los años. En dicho contexto, el sector cultural configura su creciente importancia de la mano de la revolución tecnológica, la cual no sólo mejora el acceso a numerosos contenidos de carácter cultural, sino que también crea nuevos productos. Es aquí donde la producción ligada a las actividades culturales comienza a tener mayor relevancia.

Asimismo, el incremento en el ingreso por habitante en los países de ingresos altos y medios ha generado cambios en los patrones de consumo: los individuos valoran más su tiempo libre y demandan más bienes y servicios ligados al ocio. Es a partir que la cultura deja de ser considerada un consumo de elite, y se transforma en un consumo de masas, que se vuelve necesario medir la dimensión productiva del sector. De acuerdo a nuestra estimación, la cultura generó el 3,49% del valor agregado de la economía argentina en 2014, similar al del dinámico sector "Construcción", y se encuentra en franco ascenso durante los últimos años.

El incremento en la participación de la cultura en la economía se explica debido a que este sector ha crecido la mayor parte de los años bajo estudio por encima de la tasa de crecimiento de la economía total; y parte importante de esta dinámica se

explica por la estrecha relación del sector con los cambios tecnológicos, los cuales permiten el acceso de cada vez mayor parte de la población a menores precios.

Debido a la estrecha relación entre el sector cultural y los cambios tecnológicos no es casual que los sectores más dinámicos sean "Audiovisual" y "Contenido digital" y que el de peor desempeño haya sido "Libros y publicaciones". Los dos primeros se encuentran en su "fase de oro", captando parte importante de la oferta que antes realizaban otros sectores, como el caso particular de la industria editorial, que se encuentra en franco retroceso.

Las actividades culturales se extienden a lo largo de todo el sistema productivo, generando externalidades positivas y cuentan con efectos arrastres hacia adelante y hacia atrás, tales como las actividades que impulsan el uso, la difusión y el comercio de los productos culturales y las ocupaciones que proveen los insumos necesarios para el núcleo del sector, lo cual no es considerado en la medición del VAB Cultural, pero que representa también una proporción importante del PIB.

Por otra parte, la estimación del aporte económico de la cultura brinda herramientas para diseñar mejores políticas sectoriales, ya sea prestando atención a los sectores más dinámicos y evaluando en qué se basa este crecimiento; sea sobre aquellos que mantienen o incrementan su participación, con la pregunta acerca de cómo se da la distribución al interior del sector; sea para no descuidar los que menos han crecido. Es por eso que los resultados de este trabajo, además de permitir realizar una exhaustiva evaluación tanto del sector agregado como de los subsectores culturales, pueden servir para determinar cuáles son los sectores que necesitan mayores recursos.

A pesar de que la estimación aquí presentada permite una mejor evaluación sectorial, aún hay mucho que avanzar en materia de cuantificación de la dimensión productiva. De contar con información más desagregada, tanto en término de productos como de actividades económicas, sería posible realizar un mejor diagnóstico de cuáles son los sectores que necesitan mayor cantidad de recursos, permitiendo una asignación más eficiente de fondos públicos: mientras las industrias culturales tendrían poder de auto sustentarse debido a las crecientes ventajas competitivas con las que cuentan, las artes y el patrimonio, deberían que ser el destino principal de los recursos estatales.

En el contexto de las ventajas competitivas de las industrias culturales, generadoras de más del 80% del VAB, la noción de creatividad se ha incorporado como eje central del análisis vinculado a la innovación y al crecimiento. La digitalización y la convergencia tecnológica hacen que la inversión se concentre en la producción del contenido simbólico, en su promoción y reconocimiento, los que constituyen el costo fijo, y son la mayor parte del costo de producción; mientras que el costo de reproducción tiende a cero.

Si bien en este trabajo cuantificamos la dimensión productiva de la cultura en un terreno estrictamente económico, no debemos dejar de considerar que además de la función económica, la cultura cumple un importante rol social, el cual difiere no sólo en los distintos países, sino al interior de cada uno de ellos.

Por último, queda pendiente para futuros estudios, en la medida de contar con mayor información primaria, la estimación de la oferta de no mercado, la cual queda por fuera de la frontera de producción del SCN, y la demanda. Además, debido a la heterogeneidad del rol económico de la cultura y sus distintas manifestaciones sociales al interior del país, podría realizarse la estimación del aporte económico de cada una de las provincias al total del país, y analizar en qué actividades se concentra la producción y demanda de bienes y servicios culturales, con el objetivo de llevar adelante no sólo políticas públicas a nivel sectorial, sino también encarar una distribución más federal de los recursos.

VI. Bibliografía

Baumol, W., "Performing Arts", J. Eatwell, M. Milgate y P. Newman eds., *The New Palgrave: A Dictionary of Economics II*, London, MacMillan Press, 1987.

Bowen, W., "Performing Arts: The Economic Dilemma", New York, Twentieth Century Found, 1966.

Benjamin, W., *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*, Hannah Arendt, ed., *Illuminations*. London: Fontana. (1936 [1968]), pp. 214–218.

Calcagno, N., Lerman, G., "La información cultural en Argentina", *Cuadernos de Economía de la Cultura*, Nº 7/8, enero / diciembre 2007, Sevilla.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe y OEI para la Educación, la Ciencia y la Cultura, *Avanzar en la construcción de un espacio cultural compartido: desarrollo de la carta cultural iberoamericana*, CEPAL, OEI. Enero, 2012.

Colombo Vilarrasa, A., "Economía de la cultura. L'impacte econòmic del sector cultural des d'una òptica europea", *Revista dels Estudis d' Humanitats I dels Estudis de Llengües i Cultures de la UOC*, Nº8, Maig del 2006.

Convenio Andrés Bello, *Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica*, Segunda Edición, CAB, Bogotá, 2015.

Cuentas Satélites de Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica, Proyecto de Cultura y Desarrollo, Convenio Andrés Bello; Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo; Banco Interamericano de Desarrollo (BID); Colombia, 2009.

Dirección de Observatorio de Industrias Creativas y de Contenidos de la Provincia de Buenos Aires, *Economía Naranja*, 1ª edición, Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires, 2015.

Dirección Nacional de Cuentas Nacionales, "Cuentas Nacionales: Metodología de estimación. Base 2004 y serie a precios constantes y corrientes", Metodología INDEC Nº21, septiembre, 2016.

"Cuentas Nacionales de la República Argentina – Año Base 2004: versión revisada y ampliada", Serie Documentos de trabajo N°23, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014.

Frey, B., "¿Cuáles son los valores que deberían tenerse en cuenta en la cultura? Tensión entre los efectos económicos y los valores culturales", Revista Asturiana de Economía, RAE N° 29, 2004.

Getino, O., El Capital de la cultura, Bs. As., Parlamento Cultural del MERCOSUR, 2006.

Herrero Prieto, L., "La economía de la cultura en España: una disciplina incipiente", Revista Asturiana de Economía, RAE N° 23, 2002.

Hopenhayn, M., "Industria cultural y nuevos códigos de modernidad", Revista de la CEPAL 54, Diciembre 1994.

Horkheimer, M., Adorno, T., Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt a.M: Fischer Verlag 16. Auflage [1944 (2006)].

Naciones Unidas, CCE-Eurostat, FMI, OCDE, Banco Mundial, Sistema de Cuentas Nacionales 2008, Bruselas/Luxemburgo, Nueva York, París, Washington DC, 2008.

Sistema de Cuentas Nacionales 1993, Bruselas/Luxemburgo, Nueva York, París, Washington DC, 1993.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO, Instituto de Estadísticas, 2009.

Palma, L., Aguado, L., "Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía", Revista de Economía Institucional, Vol. 12, N°22, Primer semestre 2010, pp. 129-165.

Propatto, J. C., El Sistema de Cuentas Nacionales: Visión desde la Economía Aplicada; Ediciones Macchi, Segunda Edición. Buenos Aires, 2003.

Rausell, P., Abeledo, R., "La cultura como factor de innovación económica y social". Informe presentado en la conferencia final de Sostenuto. Econcult, Universidad de Valencia. Valencia, 2012.

Ricardo, D., Principios de economía política y tributación. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, [1821 (1959)].

Sánchez, G., Scialabba, E., "PBI Cultural: Cambio de base 2004. Metodología y resultados", Universidad Nacional de Tres de Febrero, 2015.

Schargorodsky, H., Bonet, L., Dupuis, X., Elia, C., Gak, A., Getino, O., Harari, L., Hermida, R., Moneta, C., Querejazu, P., Rapetti, S., Throsby, D., Urthiague, A., Economía de la cultura, Planeamiento Estratégico para Pymes, 1ª edición, Buenos Aires, 2007.

Sistema de Información Cultural del MERCOSUR, "Enclave cultural", Publicación del SICSUR, Año 4, N°3, Mayo 2014.

Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), "Cuenta Satélite de Cultura - Cambio de base: año 2004", Ministerio de Cultura de la Nación (mimeo), 2015.

Encuesta de Consumos Culturales y Entorno Digital. Ministerio de Cultura de la Nación, 2014.

Cuenta Satélite de Cultura en la Argentina: Aspectos Metodológicos para su Construcción, Secretaría de Cultura de la Nación, 2012.

Smith, A., Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones. Madrid: Alianza Editorial, (1776 [1994]).

Throsby, D., Economics and Culture, Cambridge, Cambridge University Press, 2001.

Towse, R., A Handbook of Cultural Economics, Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2003.

Zallo, R., "La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio", Zer: Revista de Estudios de Comunicación, Vol. 12, N°22, 2007, pp. 215-234.

VII. Anexo

Apéndice A: Cuadros de Oferta

En este Apéndice presentamos los CO correspondientes al año 2004, en millones de pesos. Los mismos cuentan con una desagregación de dos o tres dígitos de la ClaNAE (de acuerdo a la información publicada por la DNCN) para las ramas de actividades económicas, y a tres dígitos de la CPC1.1 para los productos culturales.

El Apéndice 1 corresponde al CO Cultural correspondiente al año base 2004 utilizado para la estimación oficial realizada por el Ministerio de Cultura de la Nación.

A1. Cuadro de oferta: estimación oficial – millones de pesos. 2004

ACTIVIDA D	221	642	644	73	742	743	749	921	922	923
PRODUCTOS CARACTERISTICOS										
322	686.051	-	-	-	-	-	-	-	-	-
323	742.976	-	-	-	-	-	-	-	-	-
324	290.994	-	-	-	-	-	-	-	-	-
325	79.022	-	-	-	-	-	-	-	-	-
389	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
475	236.088	-	-	-	-	-	-	-	-	-
733	18.761	-	-	-	-	-	-	409.434	-	-
810	-	-	-	902.879	-	-	-	-	-	-
832	-	-	-	-	1.508.19 8	-	-	-	-	-
833/834	-	-	-	-	191.471	-	-	-	-	-
836	1.377.34 8	1.503.53 9	-	-	-	4.780.16 8	-	816.916	-	-
838	6.976	-	-	-	-	-	186.192	-	-	-
841	-	2.358.10 1	-	-	-	-	-	-	-	-
842	-	-	960.654	-	-	-	-	-	-	-
844	-	-	-	-	-	-	-	-	269.645	-
845	-	-	-	-	-	-	-	-	-	171.711
961	-	-	-	-	-	-	-	1.586.56 0	-	-
962	-	-	-	-	-	-	-	2.284.01 0	-	-

963	-	-	-	-	-	-	-	167.773	-	-
964	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.107.789
PRODUCTOS CONEXOS										
321	1.063	-	-	-	-	-	-	-	-	-
326	8.442	-	-	-	-	-	-	-	-	-
610	76.104	-	-	-	-	-	-	-	-	-
830	-	-	-	-	-	-	1.435.564	-	-	-
835	-	-	-	-	365.117	-	79.180	-	-	-
839	-	-	-	-	-	-	390.751	-	-	-
851	-	-	-	-	-	-	1.048.054	-	-	-
852	-	-	-	-	-	-	3.530.276	-	-	-
854 - 859	-	-	-	-	-	-	436.852	-	-	-
891	315.913	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	3.887.831	3.861.640	960.654	902.879	3.100.786	4.780.168	9.039.582	5.264.693	269.645	1.279.500

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC

En tanto, el Apéndice 2 corresponde al CO del sector cultura elaborado con las cifras revisadas por la DNCN del INDEC, utilizado para nuestra estimación del VAB Cultural.

A2. Cuadro de oferta: estimación propia – millones de pesos. 2004

ACTIVIDAD	221	642	644	73	742	743	749	921	922	923
PRODUCTOS CARACTERISTICOS										
322	542.688	-	-	-	-	-	-	-	-	-
323	192.957	-	-	-	-	-	-	-	-	-
324	791.146	-	-	-	-	-	-	-	-	-
325	41.051	-	-	-	-	-	-	-	-	-
389	69.796	-	-	-	-	-	-	-	-	-
475	233.641	-	-	-	-	-	-	-	-	-
733	16.746	-	-	-	-	-	-	177.817	-	-

810	-	-	-	1.070.939	-	-	-	-	-	-
832	-	-	-	-	392.608	-	-	-	-	-
833/834	-	-	-	-	1.481.352	-	-	-	-	-
836	1.111.490	2.903.539	-	-	-	3.008.378	-	354.786	-	-
838	6.237	-	-	-	-	-	167.243	-	-	-
841	-	958.101	-	-	-	-	-	-	-	-
842	-	-	960.654	-	-	-	-	-	-	-
844	-	-	-	-	-	-	-	-	337.238	-
845	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45.047
961	-	-	-	-	-	-	-	689.042	-	-
962	-	-	-	-	-	-	-	991.944	-	-
963	-	-	-	-	-	-	-	72.864	-	-
964	-	-	-	-	-	-	-	-	-	290.621
PRODUCTOS CONEXOS										
321	919	-	-	-	-	-	-	-	-	-
326	179.801	-	-	-	-	-	-	-	-	-
610	66.177	-	-	-	-	-	-	-	-	-
830	-	-	-	-	-	-	1.639.590	-	-	-
835	-	-	-	-	38.113	-	62.068	-	-	-
839	-	-	-	-	-	-	383.329	-	-	-
851	-	-	-	-	-	-	574.591	-	-	-
852	-	-	-	-	-	-	3.165.151	-	-	-
854 - 859	-	-	-	-	-	-	79.443	-	-	-
891	238.025	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	3.526.788	3.861.640	960.654	1.070.939	2.871.449	3.008.378	7.711.684	2.286.452	337.238	335.668

Fuente: elaboración propia en base a DNCN – INDEC