

III Coloquio Internacional *Las paradojas de la Megalópolis*

Mesa redonda 6. Incertidumbres del desarrollo económico en las
Megalópolis

Industrias Creativas y Culturales en el Sistema Urbano de México
Presenta:

Marcos Valdivia López
Investigador del
Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias de la UNAM

10 de Agosto, 2017



Guión presentación

1. Qué es la Economía Creativa
- 1. Exploración Regional Descriptiva** de las Actividades Creativas en las ZMs y Ciudades de México
1. Presentación breve de Resultados Analíticos del Impacto de las Actividades Creativas en Productividad y Difusión del Conocimiento
1. Futuro y retos de las ICC

Qué es la Economía Creativa

Toda aquella actividad sectorial y/o ocupacional, cuyo propósito central es añadir valor en la producción de bienes y servicios a través de contenido creativo



Actividades económicas pertenecientes al sector servicios, que se caracterizan por una producción inmaterial

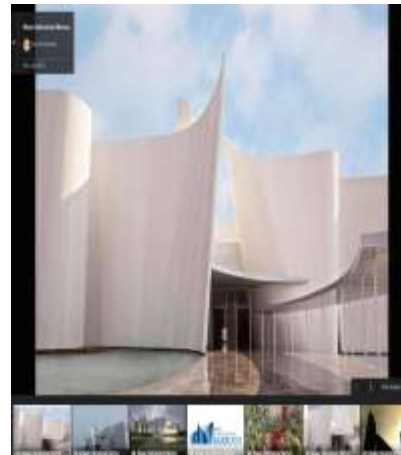
Industrias Creativas y Culturales (ICC)

Industrias Creativas

Industrias Culturales

Economía Cultural

Economía cognitiva



¿Qué relevancia tienen las ICC para la economía de las Zonas Metropolitanas?

- ✓ Los Servicios explican una parte importante del PIB de las ciudades
- ✓ La economía está transitando hacia lo **intangible**. El componente intangible cada vez empieza a tener mayor “valor” que el componente físico –papel del diseño–
- ✓ Las actividades creativas (AC) como mecanismos idóneos de interacción para **la difusión y creación del conocimiento**
- ✓ Las AC e Industrias creativas son categorías emergentes de análisis acerca de la economía compleja de las redes sociales (Potts *et al*, Journal of Cultural Economy, 2008)
- ✓ Las AC no están diseñadas analíticamente para comprender la asignación (o localización) de los recursos disponibles, sino para entender la **creación de nuevos recursos**

Una definición útil (UNCTAD)

Industrias creativas basadas en el conocimiento, y enfocadas a la generación de significado, contenido y atributos estéticos a través de la **creatividad**, la **habilidad y el talento**, y con el potencial de crear riqueza a partir del comercio y los derechos de **propiedad intelectual** (DCMS 2001; UNCTAD 2010)



Industrias Creativas en México (SCIAN , 2008)

Código	Nombre	Código	Nombre	Código	Nombre	Código	Nombre
511	Edición de periódicos, revistas, libros, software y otros materiales, y edición de estas publicaciones integrada con la impresión	5417	Servicios de investigación científica y desarrollo	7115	Artistas, escritores y técnicos independientes	7131	Parques con instalaciones recreativas y casas de juegos electrónicos
512	Industria filmica y del video, e industria del sonido	54162	Servicios de consultoría en medio ambiente	51912	Bibliotecas y archivos	7139	Otros servicios recreativos
515	Radio y televisión	54169	Otros servicios de consultoría científica y técnica	71211	Museos		
51911	Agencias noticiosas	5418	Servicios de publicidad y actividades relacionadas	71212	Sitios históricos		
		54191	Servicios de investigación de mercados y encuestas de opinión pública	71213	Jardines botánicos y zoológicos		
5415	Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados	5414	Diseño especializado	7132	Casinos, loterías y otros juegos de azar		
51913	Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red	54192	Servicios de fotografía y videograbación	7112	Deportistas y equipos deportivos profesionales		
518	Procesamiento electrónico de información, hospedaje y otros servicios relacionados	54193	Servicios de traducción e interpretación	7113	Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares		
5413	Servicios de arquitectura, ingeniería y actividades relacionadas	7111	Compañías y grupos de espectáculos artísticos y culturales	7114	Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares		

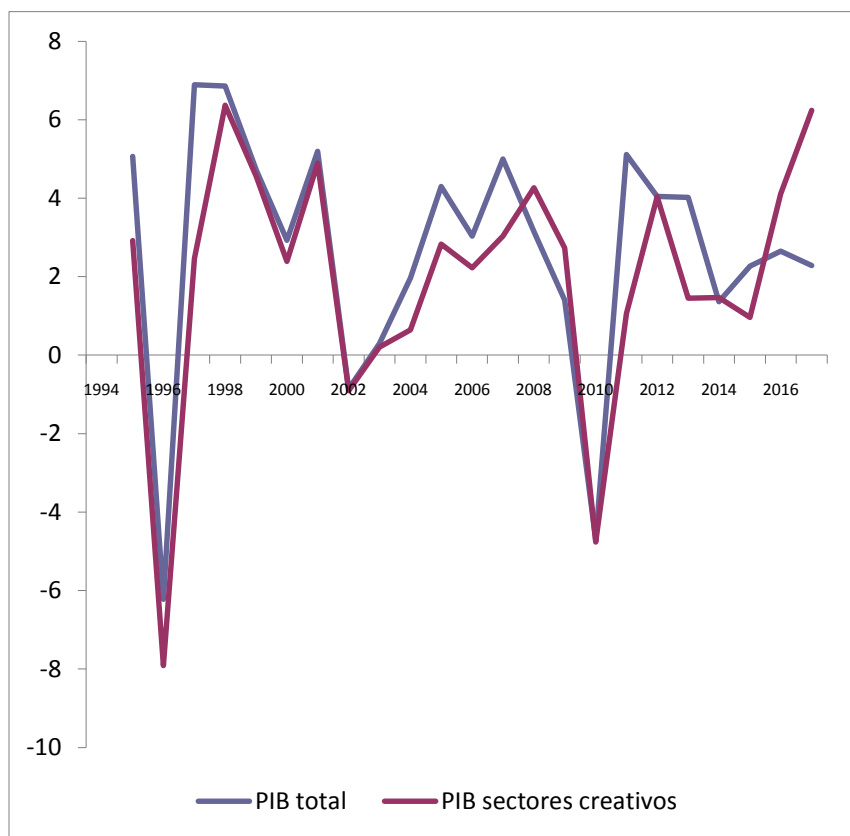
Fuente: Elaboración propia
Con información del INEGI

Concentración de las industrias creativas en las zonas metropolitanas de México

Zona Metropolitana	2003	2008	2013
Valle de México	66.28	55.90	55.84
Monterrey	8.04	9.46	7.78
Guadalajara	3.53	5.02	6.11
Querétaro	1.00	1.84	2.74
Tijuana	1.04	1.44	2.34
Mexicali	1.09	1.95	1.91
León	0.63	1.16	1.79
Puebla-Tlaxcala	1.49	1.86	1.79
Juárez	1.99	2.09	1.33
Mérida	0.65	1.30	1.26
49 zonas metropolitanas	14.26	17.97	17.11
Total Zonas Metropolitan	100.00	100.00	100.00

Fuente: Censos Económicos del INEGI

Valor Agregado de las ICC

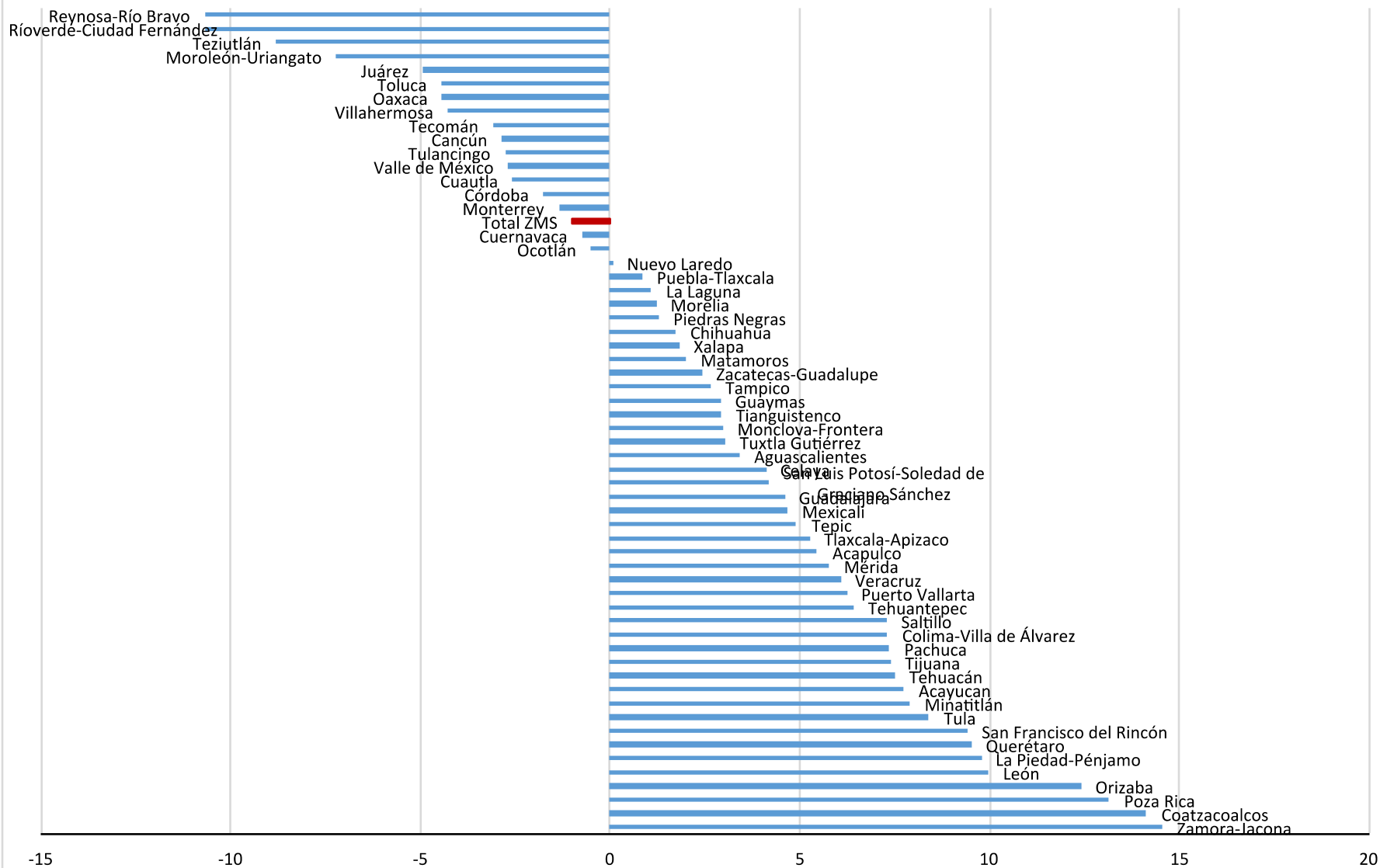


VALOR AGREGADO CENSAL BRUTO Millones de pesos a precios de 2008

	2003	2008	2013	TCPA 2003- 2013
Economía total				
Nacional*	4,178,946	4,191,685	4,162,976	-0.04
ZM*	3,239,766	3,491,618	3,477,809	0.79
ZM/NAL	77.53	83.30	83.54	
Economía creativa				
Nacional*	90,410	86,671	85,583	-0.61
ZM	84,602	77,197	76,489	-1.11
ZM/NAL	93.58	89.07	89.37	
Participación de la Economía Creativa				
Nacional	2.16	2.07	2.06	
ZM	2.61	2.21	2.20	

Heterogeneidad en el Crecimiento

Crecimiento VACB de sectores creativos 2003-2013 por zona metropolitana



En ocupaciones

	Población Ocupada		Participación		TCPA 2005-2016
	2005	2016	2005	2016	
NACIONAL					
Población ocupada total*	40,321,130	49,365,469	100	100	1.86
Sectores Creativos	1,366,628	1,843,980	3.4	3.7	2.76
Ocupaciones Creativas	2,870,550	3,399,659	7.1	6.9	1.55
Tridente Creativo	3,771,544	4,554,040	9.4	9.2	1.73
Especialistas Creativos**	465,634	689,599	1.2	1.4	3.63
No creativos en sectores creativos	900,994	1,154,381	2.2	2.3	2.28
Creativos integrados a otros sectores	2,404,916	2,710,060	6	5.5	1.09

Fuente ENOEs

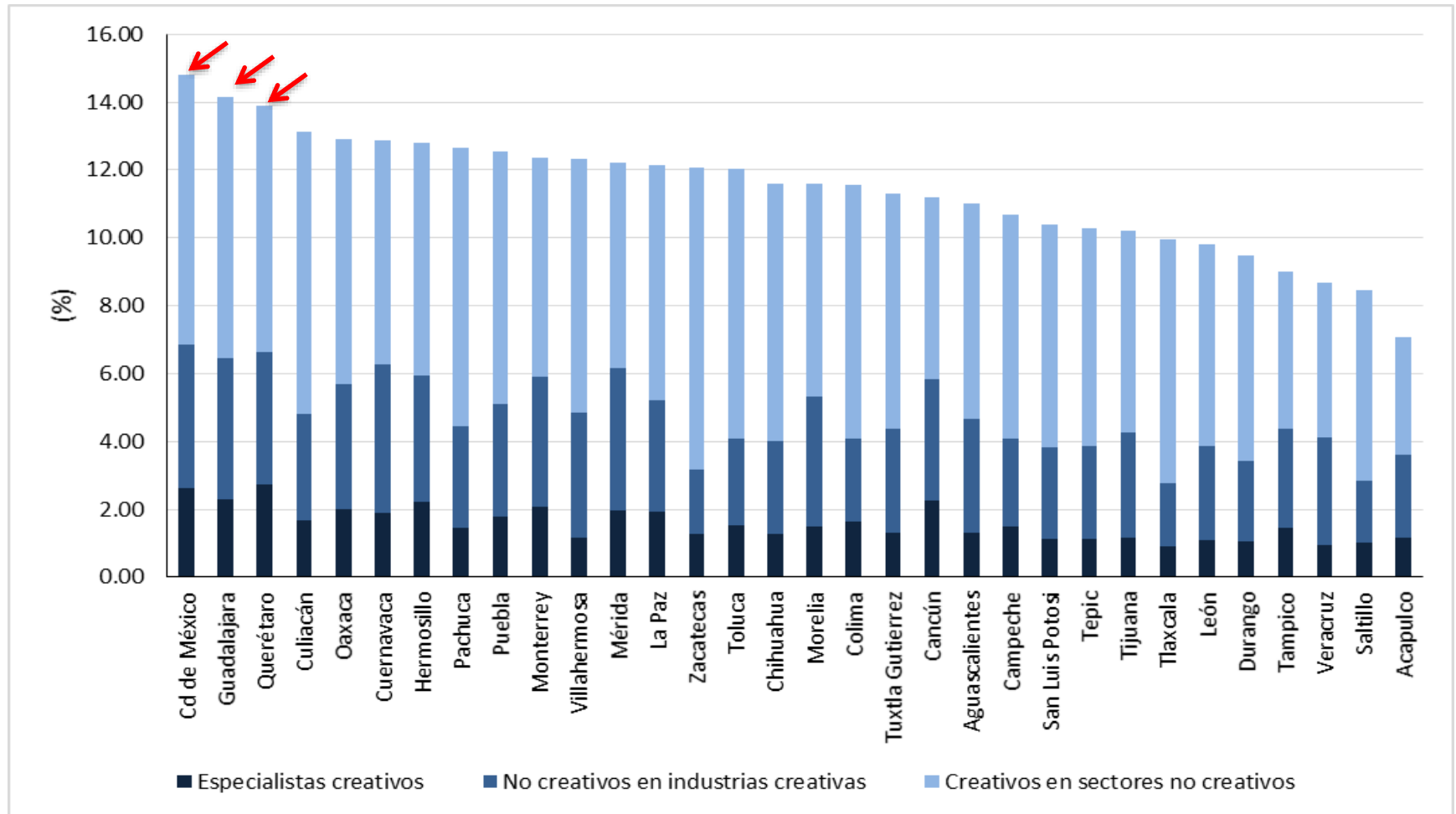
	2011-2013 (promedio)		2011
	Estados Unidos	Reino Unido	Canadá
Población ocupada	142,905,000	28,728,000	17,368,000
Tridente Creativo	13,816,000	2,454,000	2,242,000
Especialistas creativos	2,817,000	809,000	534,000
No creativos en industrias creativas *	7,462,000	737,000	893,000
Creativos en sectores no creativos**	3,537,000	908,000	815,000
<i>Porcentaje</i>			
Población ocupada	100	100	100
Tridente Creativo	9.67	8.54	12.91
Especialistas creativos	1.97	2.82	3.07
No creativos en industrias creativas *	5.22	2.57	5.14
Creativos en sectores no creativos**	2.48	3.16	4.69

Fuente: Nathan, M., Kemeny, T., Pratt, A.C. y Spencer, G. (2016). Creative economy employment in the US, Canada and the UK: a comparative analysis. London, UK: NESTA. Table 4: Creative Trident for the US, Canada and the UK.

*Corresponde a la categoría non-specialist, ** Embedded

Niveles semejantes a los observados en EU y Reino Unido

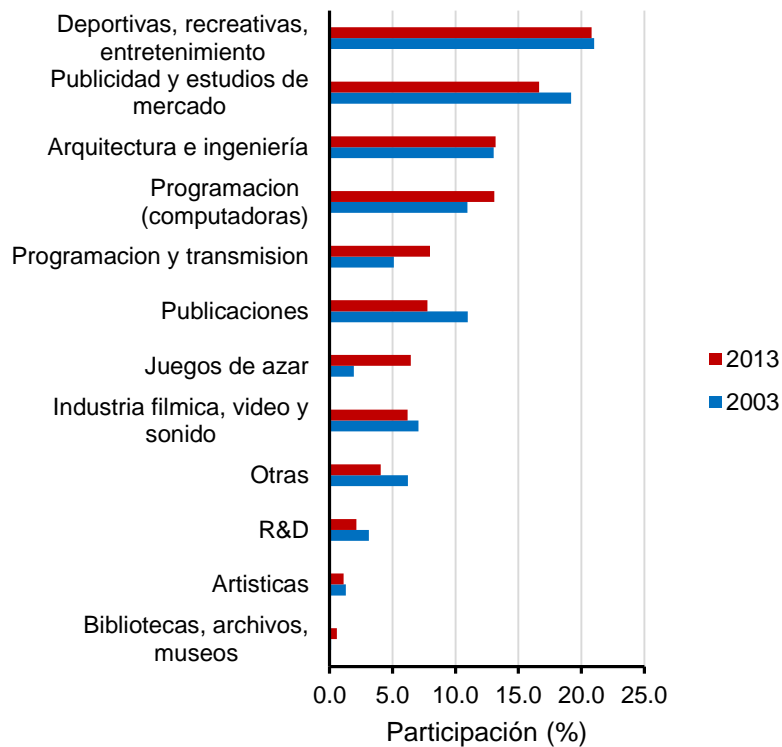
Estructura Ocupacional Tridente Creativa 2014



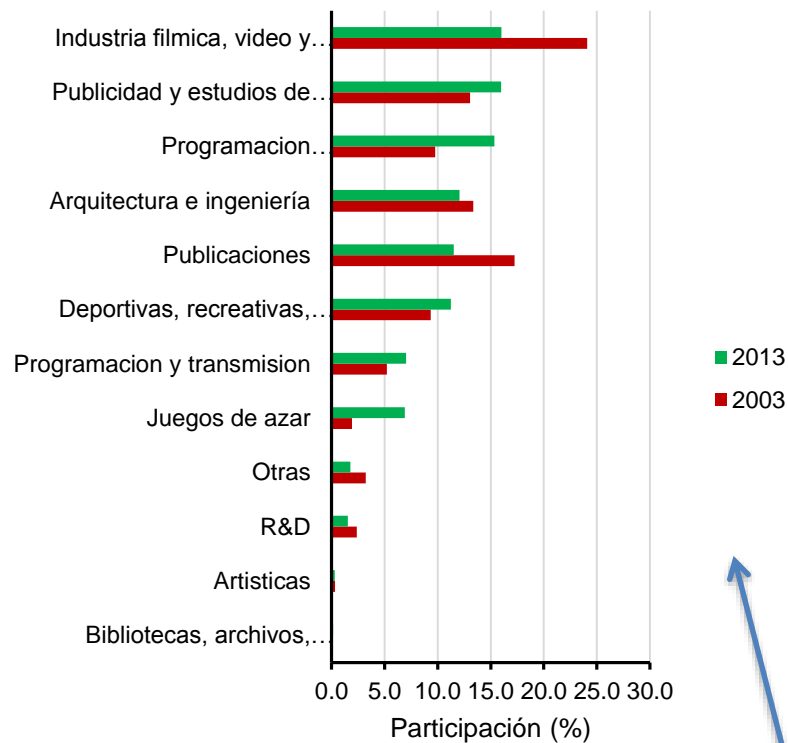
Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2005, 2014

Estructura sectores creativos

Población Ocupada



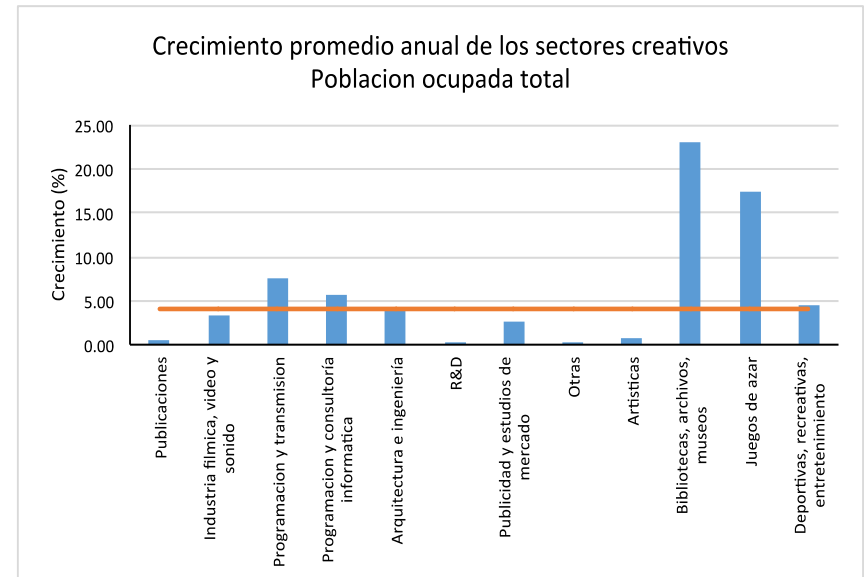
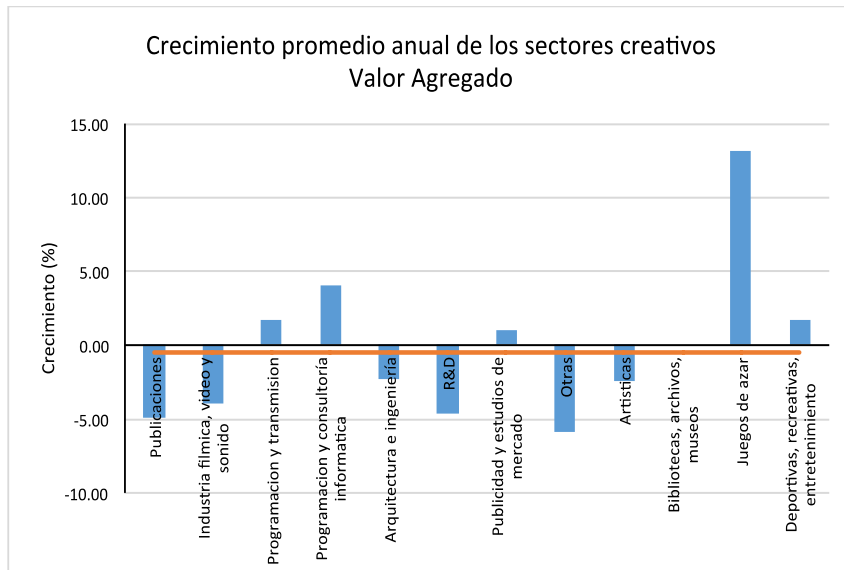
VACB



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Censos Económicos 2013

Proceso de diversificación de las actividades creativas

Crecimiento de las ICC 2003-13



Especialización al interior de la ZMs

	Indice de localización con población ocupada				Indice de localización con valor agregado censal bruto				
	2003	2008	2013	TCPA	2003	2008	2013	TCPA	
Deportivas, recreativas y de entretenimiento	38	42	45	8.8%	Juegos y apuestas	41	33	38	-2.2%
Otras actividades profesionales	36	36	41	6.9%	Deportivas, recreativas y de entretenimiento	44	39	37	-8.2%
Publicaciones	30	24	31	4.6%	Otras actividades profesionales	33	29	36	6.0%
Juegos y apuestas	26	27	29	5.6%	Industria filmica, video y sonido	3	19	31	298.2%
Industria filmica, video y sonido	13	14	28	53.8%	Publicaciones	23	13	19	1.3%
Artistas	23	26	22	-1.2%	Programación y transmisión	34	18	19	-20.8%
Arquitectura	29	29	21	-13.8%	Arquitectura	30	24	18	-22.5%
R&D	14	19	17	12.6%	Artistas	23	17	18	-10.1%
Programación y transmisión	34	27	14	-34.4%	R&D	14	12	16	9.5%
Bibliotecas y museos	3	11	12	137.9%	Publicidad y estudios de mercado	17	12	9	-27.2%
Publicidad y estudios de mercado	5	8	9	36.3%	Programación y consultoría tecnológica	7	9	8	8.7%
Programación y consultoría tecnológica	6	4	7	20.8%	Bibliotecas y museos	2	6	7	108.3%

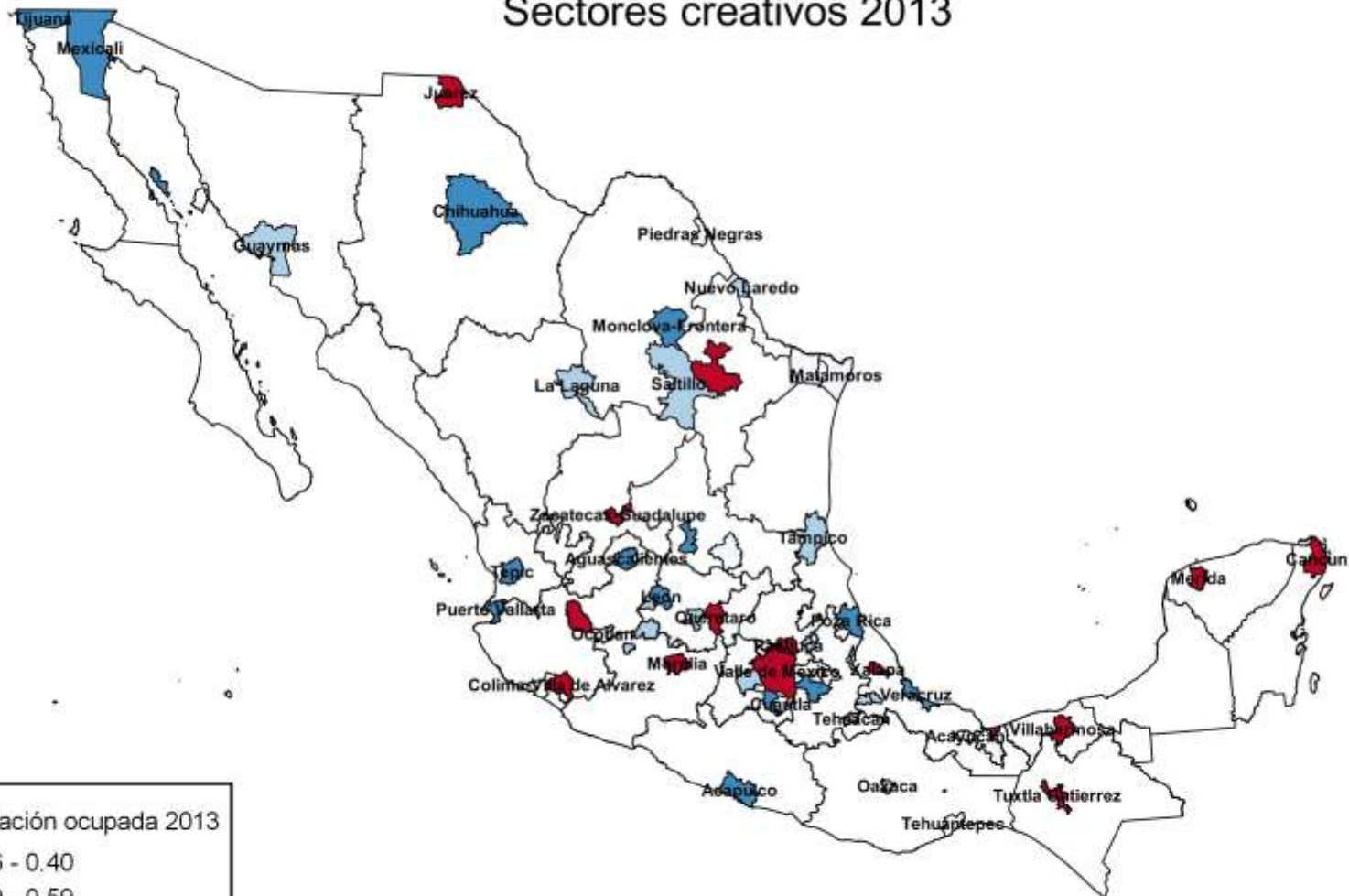
Fuente: Elaboración propia con base en datos de los Censos Economicos

*Se contabilizaron aquellas zonas metropolitanas cuyo indice fuera superior a 1

Fuente: Elaboración propia con base en datos de los Censos Economicos

*Se contabilizaron aquellas zonas metropolitanas cuyo indice fuera superior a 1

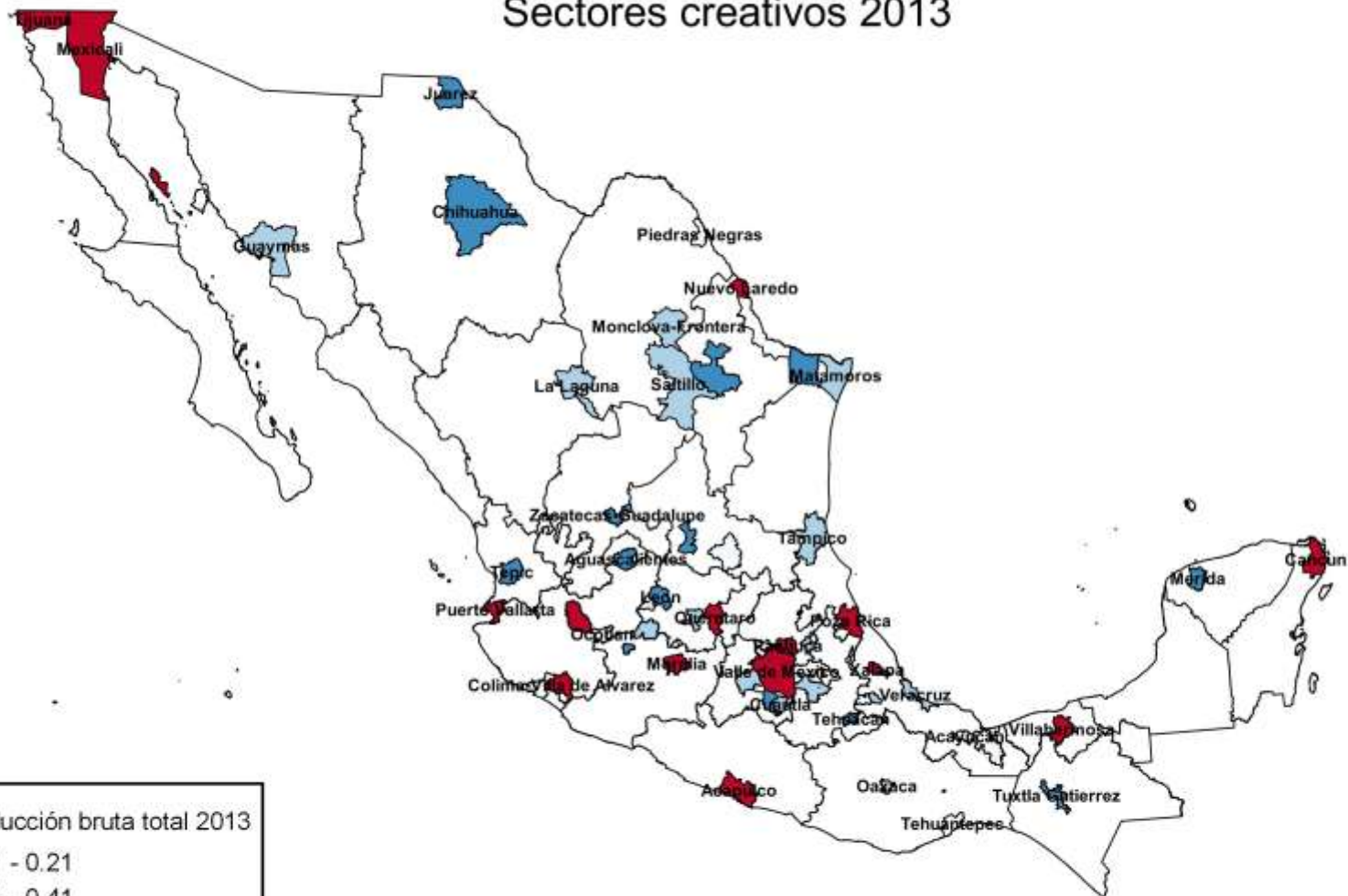
Índice de Especialización Económica POT Sectores creativos 2013



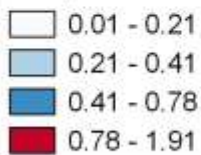
IEE población ocupada 2013

- 0.06 - 0.40
- 0.40 - 0.59
- 0.59 - 0.75
- 0.75 - 1.62

Índice de Especialización Económica PBT Sectores creativos 2013

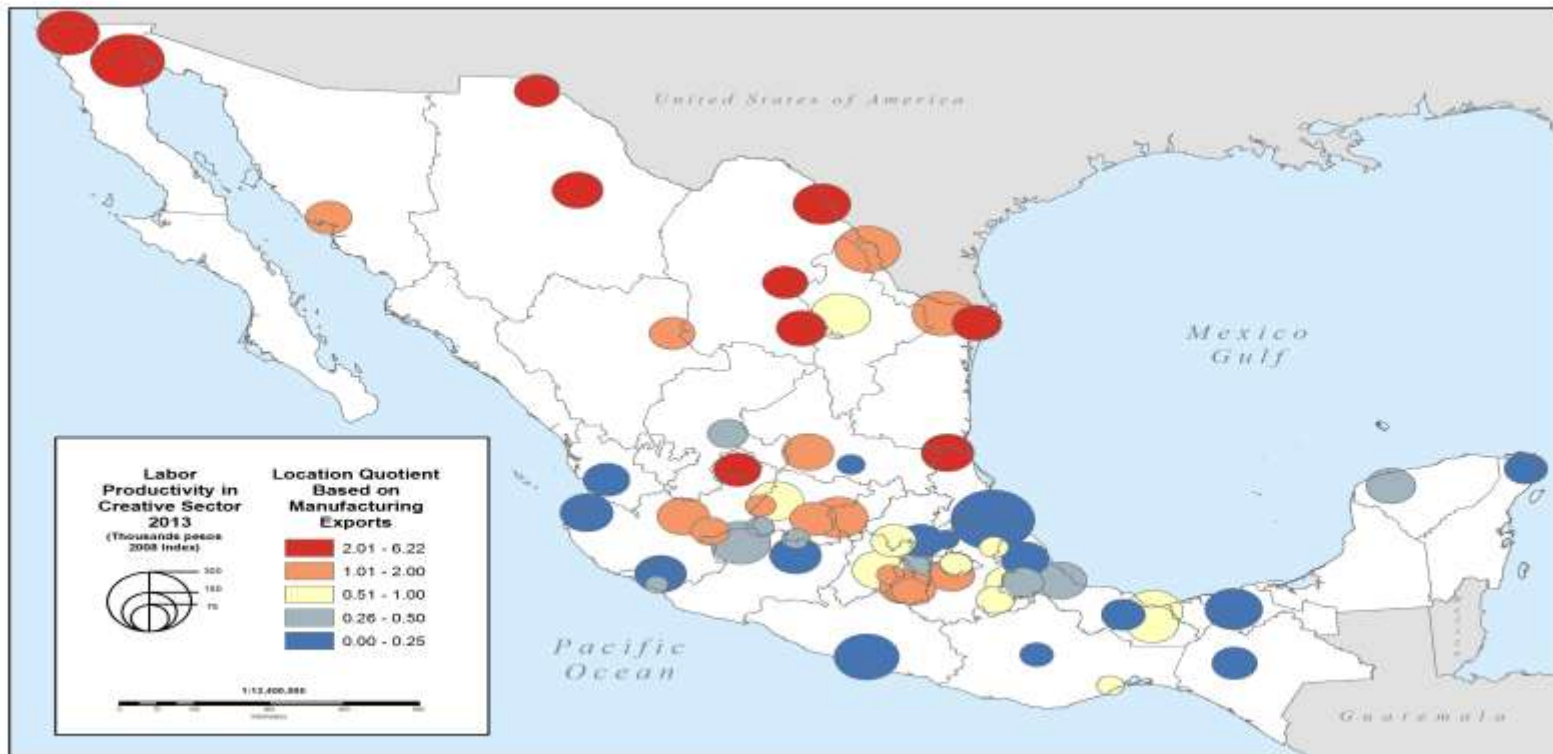


IEE producción bruta total 2013

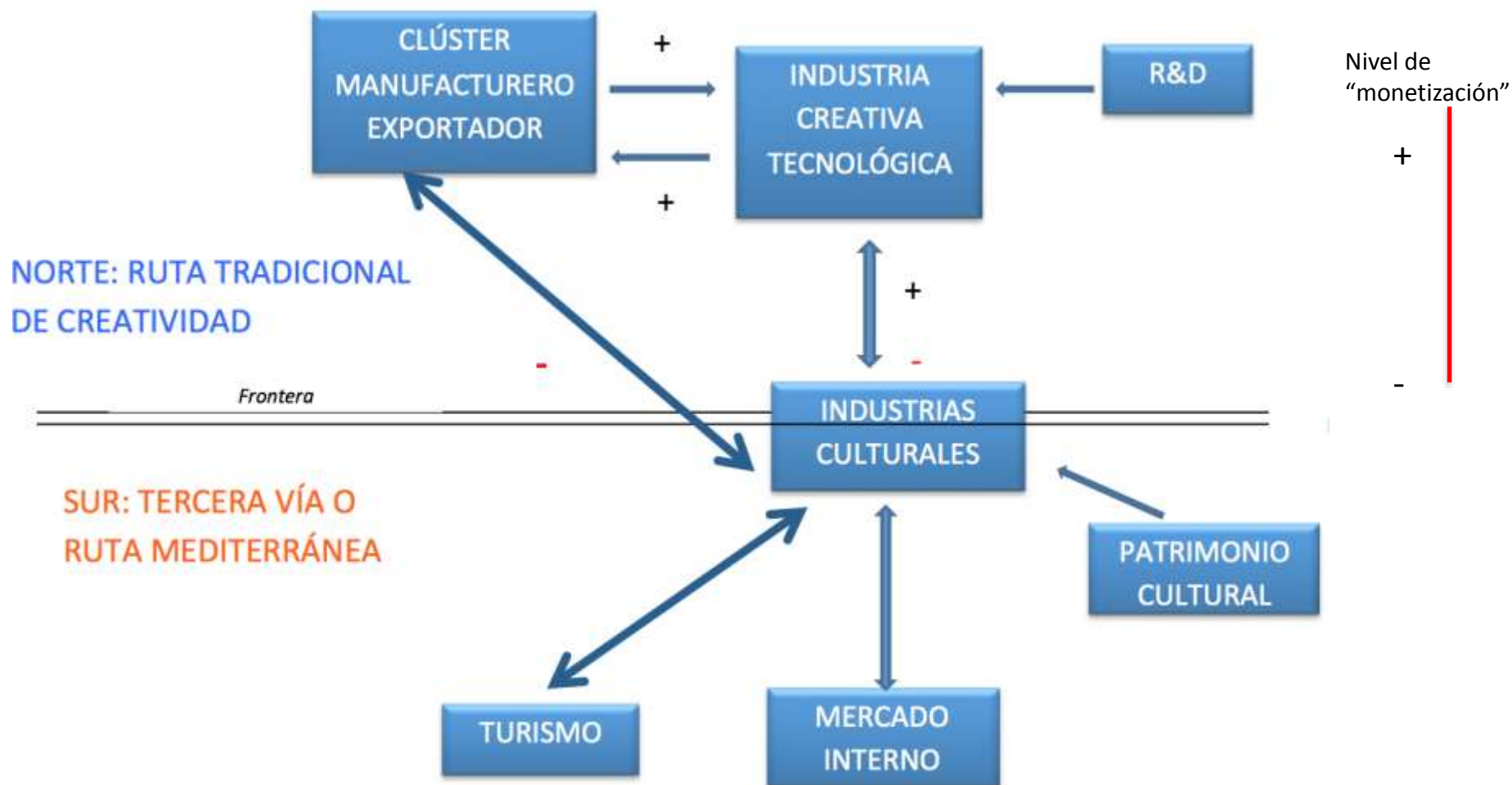


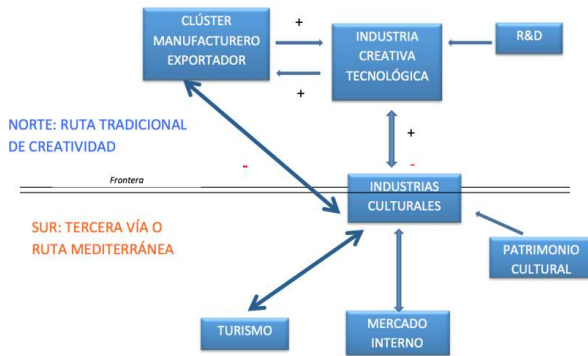
¿Cómo se relacionan las ICC con el resto de las actividades económicas?

Especialización en exportaciones de manufacturas y productividad del sector creativo de la economía en las zonas metropolitanas del país (2013)

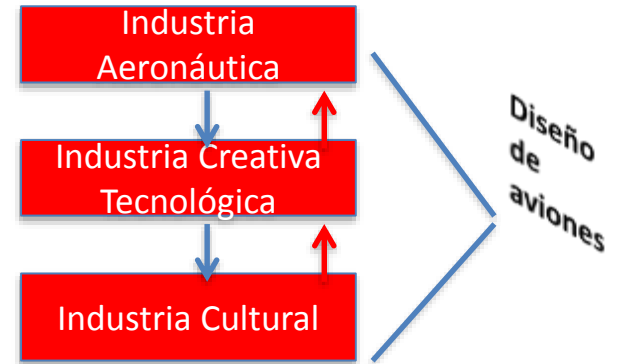


Modelo de Creatividad en el Sistema Urbano de México

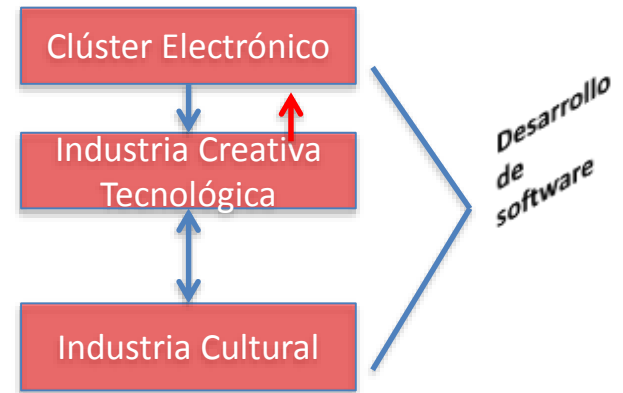




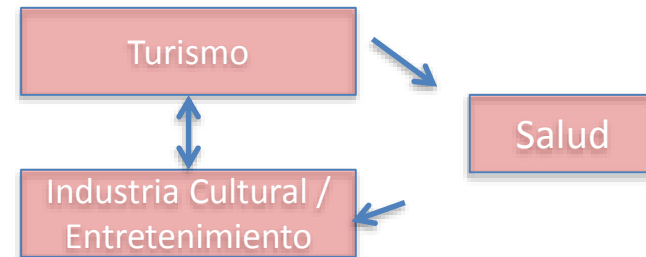
QUERÉTARO



GUADALAJARA



PUERTO VALLARTA



OAXACA

Diagnóstico y Retos de las ICC

Realidad de las ICC

- ✓ Las industrias culturales producen impactos heterogéneos a lo largo del sistema urbano en México
- ✓ El “arribo” de las ICC en las ZMs ha sido dual: uno fuertemente vinculado al TLC, otro asociado a factores como el mercado interno, turismo, herencia cultural, etc.
- ✓ Las ICC contribuyen en la dinámica exportadora de manufacturas sólo en aquellas ZMs altamente especializadas
- ✓ Brecha entre empleo y valor agregado de las ICC
- ✓ Correlación negativa entre industrias culturales e industrias con contenido tecnológico (medio-alto)

Retos de las ICC

- Evitar que se profundicen procesos de polarización regional
- Transitar de una fase de “maquila” a una de diseño en aquellos clústers que están insertados en la dinámica del TLC
- Generar círculos virtuosos entre aglomeraciones consolidadas e ICC: GDL (Clúster electrónico) y QRO (Clúster electrónico)
- Monetizar las actividades económicas creativas
- Formalización, estrategias de emprendedurismo, salario mínimo, etc.
- Diseñar políticas de desarrollo regional y urbano que impulsen una tercera vía de creatividad anclada fuertemente en la herencia cultural del país, las MiPyMEs y el potencial turístico

Muchas Gracias !!!

marcosv@correo.crim.unam.mx