



Informe breve provincial sobre el Mapeo Cultural Mendoza 2024.

Relevamiento de información de las características y condiciones de los emprendedores/as de las Industrias Creativas de la Provincia de Mendoza, Argentina.

Autoridades:

Gobernador de Mendoza. Lic. Alfredo Victor Cornejo
Ministro de Educación, Cultura, Infancias y DGE. Lic. Tadeo García Zalazar
Subsecretario de Cultura. Lic. Diego Gareca
Director de Industrias Creativas. Mgter. Sebastián Ladrón de Guevara

Equipo Técnico.

Agencia Estudios.s. Mgter Mariano Gabriel Peroni, Lic Andrea Gelvez. Colaboración: Lic. Macarena Randis.

Acompañamiento.

Secretaría de Extensión Universitaria. Prof. Celeste Parrino.
Rectorado Universidad Nacional de Cuyo

Introducción

El siguiente informe da cuenta del objetivo propuesto desde la Dirección de Industrias Creativas de la Subsecretaría de Cultura del gobierno de Mendoza de identificar y reconocer las condiciones y características principales de los emprendedores/as culturales de la provincia de Mendoza.

Entendemos que las industrias creativas abarcan toda la producción que contiene un elemento sustancial de valor artístico y esfuerzo creativo incluyendo, un gran número de actividades diversas “relacionadas con la producción, promoción y difusión de bienes y servicios culturales diversos, incluyendo el sector económico que abarca lo simbólico, la expresión sensible y la estética, como así también la publicidad y el desarrollo de software, y por tanto, sujetas a la propiedad intelectual”.¹

El registro de emprendedores de la industria creativa de la provincia de Mendoza constituye una muestra de carácter probabilístico simple, teniendo todos los emprendedores/as la misma posibilidad de ser inscriptos para formar parte de la base de datos. Asimismo es el quinto estudio realizado del total provincial dividido en áreas geográficas.

Del formulario on-line² de carácter autoadministrado (autocompletado) se podrá tomar el total de los inscriptos para el análisis, teniendo así características censales.

Con el siguiente informe se conocerá un avance para la caracterización de la matriz de las industrias creativas de la provincia, de las características del rasgo distintivo de las personas que realizan las actividades bajo estudio y sus datos referenciales, de los aspectos principales de la actividad creativa que realizan, una aproximación a sus necesidades y una visión posible para el desarrollo futuro de su actividad.

Queremos celebrar este tipo de iniciativas que alumbran la complejidad actual y pueden brindar herramientas a futuras políticas públicas para el sector cultural y agradecer a Diego Gareca, Subsecretario de Cultura de la provincia de Mendoza y Sebastián Ladrón de Guevara, Director de Industrias Creativas.

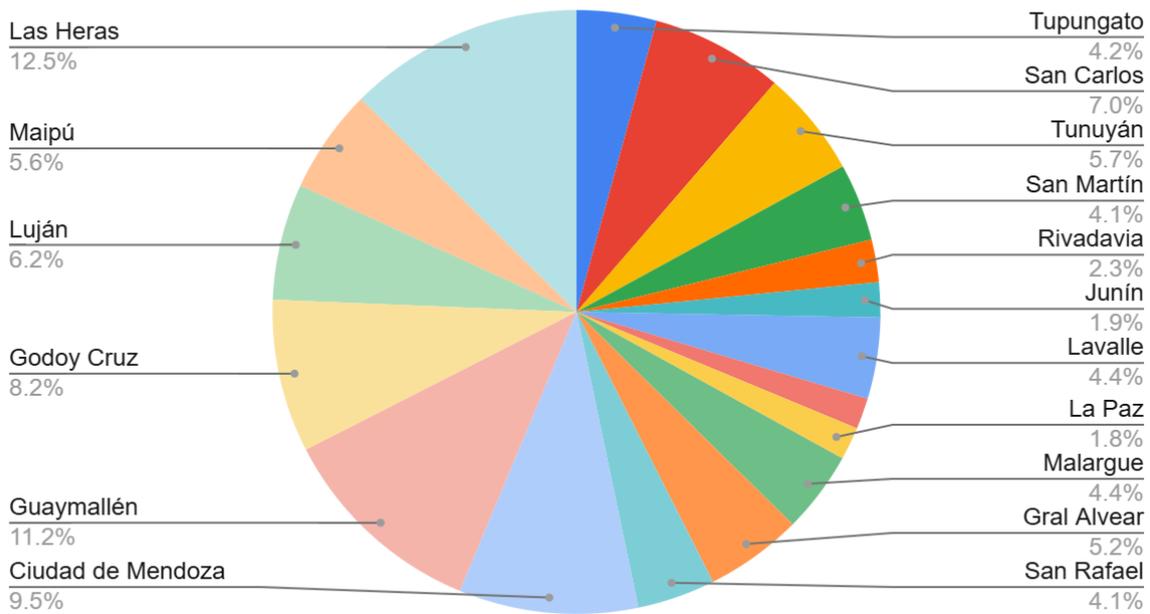
¹Indicri fundación, *Industrias creativas desde la investigación, Unesco 2006*.

² El formulario on-line estuvo abierto para la inscripción de los emprendedores/as a partir del 1/6/24 al 30/6/24.

Total de emprendedores/as culturales inscriptos.

Total de inscriptos 965 Emprendedores/as de los siguiente departamentos.

Emprendedores/as por departamento



Género de los emprendedores/as.

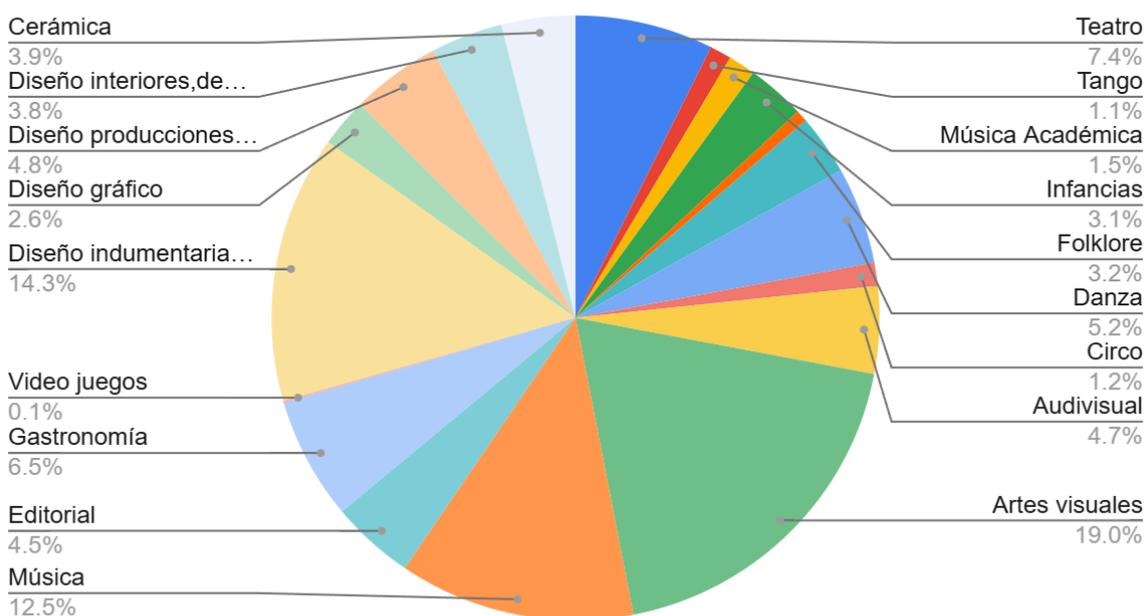
En cuanto al género de los emprendedores/as inscriptos el 68.2% son mujeres y el 31.6% varones. Como vemos en la siguiente tabla.

Tabla. Emprendedores por género			
Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Masculino	305	31,6	31,7
Femenino	658	68,2	68,3
Total	963	99,8	100,0
Sistema	2	0,2	
Total	965	100,0	

Rubro que produce o desempeña su actividad el emprendedor/ra cultural. Según la clasificación del Mercado de Industrias Creativas de Argentina (MICA)³

En el gráfico se advierten porcentualmente los rubros en los que realizan sus actividades los emprendedores/as de la provincia, los relacionados con las artes visuales representan la mayor fracción con el 19%, seguidos por los emprendedores/as del diseño de indumentarias en segundo lugar con el 14.2%, la música en tercer término con el 12.5% y el teatro en cuarto lugar con el 7.4%.

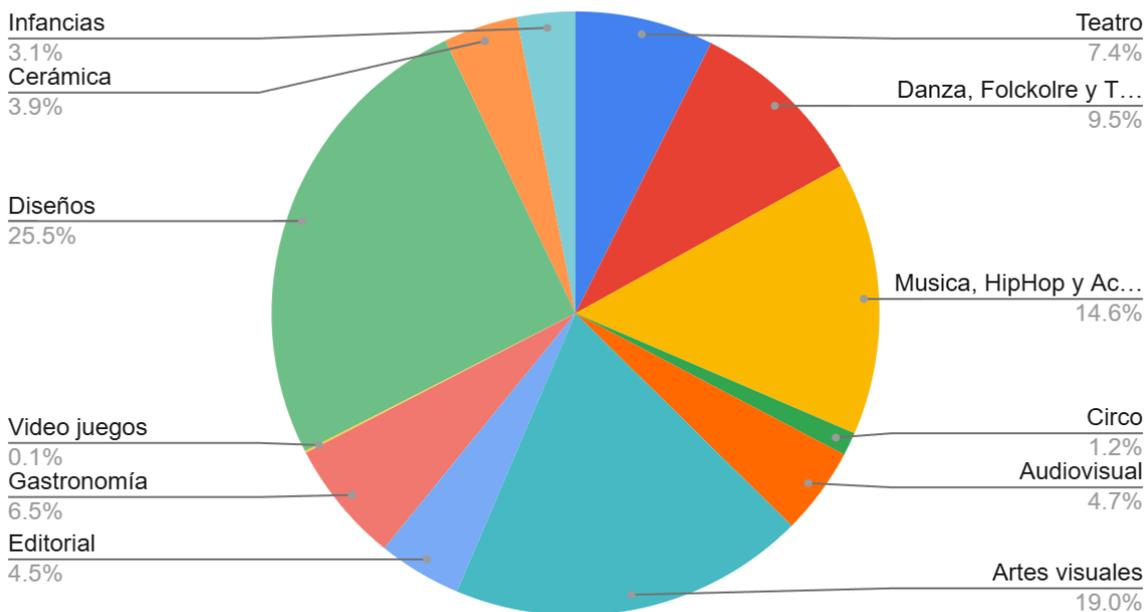
MICA



Pero si realizamos un análisis agrupando los rubros afines encontramos como muestra el siguiente gráfico que los diseños ocupan el mayor porcentaje con el 25.5%, seguidos por la artes visuales con el 19% y por la música con el 14.6%.

³ El Mercado de Industrias Culturales Argentinas, MICA, nació como el evento central del sistema de políticas públicas creado exclusivamente para la comercialización de productos y servicios y el fortalecimiento de los sectores de las industrias culturales a nivel nacional e internacional. Desde 2011, nuestro objetivo es potenciar la producción, visibilizar las industrias culturales, generar empleos de calidad y promover la comercialización. En estos años, el MICA se consolidó como la plataforma pública modelo y fue replicada en muchos países. Actualmente es el mercado cultural más importante de la región, con actividad constante a través de la plataforma www.mica.gob.ar. Desarrollamos gran diversidad de actividades, articulando la faz económica de la cultura con el disfrute estético.

MICA agrupados



Nivel educativo de los emprendedores/as culturales. Total zona metropolitana

El gráfico N°3 da cuenta del nivel educativo de los/as emprendedores/as, se visualiza una gran especialización y formación si sumamos Terciarios y profesorados con los universitarios completos llegamos al 48.2 casi al 50% de nuestros emprendedores.

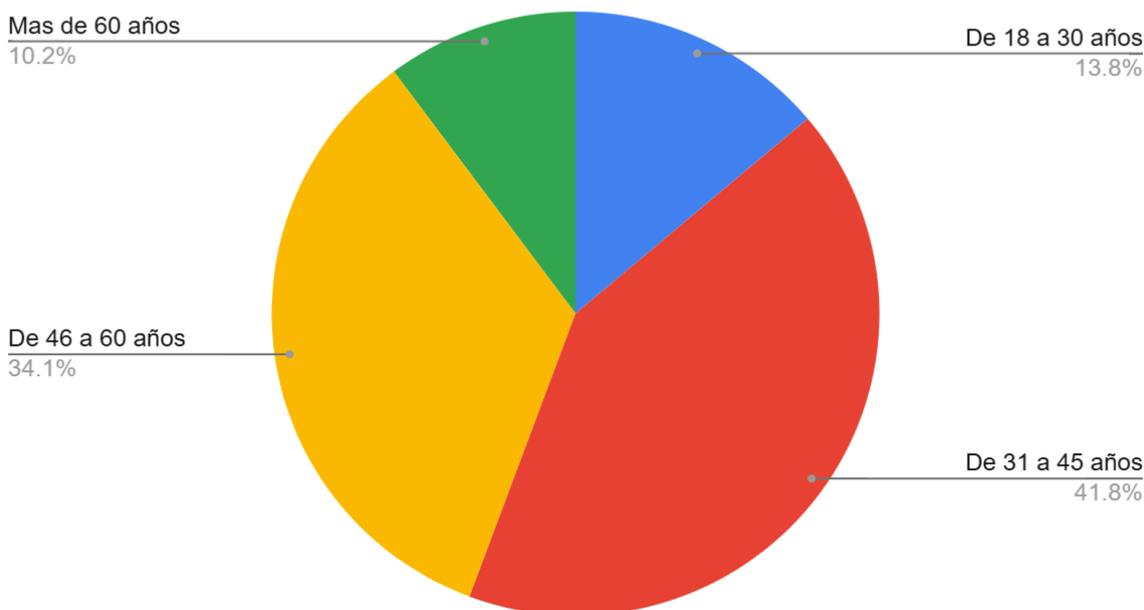
Formación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria incompleta	5	0,5	0,5	0,5
Primaria Completa	13	1,3	1,3	1,9
Secundaria Incompleta	80	8,3	8,3	10,2
Secundaria Completa	131	13,6	13,6	23,7
Terciario/Profesorado Incompleto	119	12,3	12,3	36,1
Terciario/Profesorado Completo	219	22,7	22,7	58,8
Universitario Incompleto	152	15,8	15,8	74,5
Universitario Completo	246	25,5	25,5	100,0

Total	965	100,0	100,0	
-------	-----	-------	-------	--

Análisis de la edad del emprendedor/a cultural

Edad del emprendedor: Las edades medias de 30 a 60 años comprenden el 76% de los emprendedores/as.

Edad del emprendedor/a



La incidencia de la industria creativa en la economía regional

Para poder estimar la incidencia económica de la industria creativa en la provincia realizaremos un ejercicio de estimación arbitrario pero que puede servirnos en términos analíticos hasta poder realizar un censo económico exhaustivo por cada rubro. Para esto tomaremos la relación entre el Producto Bruto Geográfico⁴ de la provincia de Mendoza. Valor Agregado Bruto por departamento en pesos corrientes correspondientes al año 2022 y lo relacionamos con los ingresos declarados por nuestros emprendedores/as inscriptos en nuestro relevamiento.

Posteriormente al dato de mercado de trabajo cultural relevado se le incorpora un promedio de la parte informal y cuentapropista según indicadores del SINCA⁵. Como vemos a continuación en la siguiente tabla la incidencia de la industria creativa cultural ronda el 0.65% del PBG (producto bruto geográfico).

⁴ Fuente: Área de Indicadores de Coyuntura (DEIE) y Facultad de Ciencias Económicas-UNCuyo.

⁵ <https://www.sinca.gob.ar/BuscarIndicadores.aspx>

Incidencias de la industria creativa según pesos corrientes del PBG 2022

ICx4/PGB	Ingreso estimado IC x4	PBG 2022 (anual)	PBG 2022 (mensual)	IC x4 /PBG (mensual)
Ciudad	189,120,040	385,021,081,000.90	32,085,090,083.41	0.59
Godoy Cruz	94,240,010	185,374,520,000.80	15,447,876,666.73	0.61
Luján	111,520,020	162,689,878,000.10	13,557,489,833.34	0.82
Guaymallén	164,960,027	271,991,588,000.10	22,665,965,666.68	0.73
Maipú	73,320,010	177,138,725,000.00	14,761,560,416.67	0.50
Las Heras	174,920,016	100509604000.10	8,375,800,333.34	2.09
Total	808,080,123	1282725396002.00	106,893,783,000.17	0.89
Gral Alvear	45,640,000	66,867,376,000.80	5,572,281,333.40	0.82
Malargüe	34,600,000.00	121,606,677,000.00	10,133,889,750.00	0.34
San Rafael	59,860,000.00	293,464,808,000.00	24,455,400,666.67	0.24
Total	140,100,000.00	481,938,861,000.80	40,161,571,750.07	0.35
lavalle	34,320,000	61,997,955,000.90	5,166,496,250.08	0.66
Santa Rosa	6,300,000.00	13,340,006,000.10	1,111,667,166.68	0.57
La Paz	11,440,000.00	6,424,383,000.00	535,365,250.00	2.14
Total	52,060,000.00	81,762,344,001.00	6,813,528,666.75	0.76
Junín	21,660,000	27,995,294,000.00	2,332,941,166.67	0.93
Rivadavia	21,100,000.00	54,615,926,000.30	4,551,327,166.69	0.46
San Martín	66,160,000.00	131,900,802,000.00	10,991,733,500.00	0.60
Total	108,920,000.00	214,512,022,000.40	17,876,001,833.37	0.61
Tupungato	24,280,000	50,749,768,000.30	4,229,147,333.36	0.57
San Carlos	40,840,000.00	44,345,883,000.80	3,695,490,250.07	1.11
Tunuyán	37,440,000.00	53,016,030,000.00	4,418,002,500.00	0.85
Total	102,560,000.00	148,111,681,001.10	12,342,640,083.43	0.83
Total Provincial	1,211,720,123	2,209,050,304,005	184,087,525,334	0.70

Razones que propician las ventas

En cuanto a las razones que propician la venta de servicios y productos según los encuestados indican que casi el 36.1% le da gran importancia a la difusión cultural y a las ofertas y promociones con un 18.8%. Gracias a las ferias y exposiciones 16.6%. Por otra parte es significativo que el 28.5% de los consultados manifiesta tener problemas en sus ventas por valor o porque no es necesario .

Razones	Frecuencia	Porcentaje
Gracias a la difusión cultural	348	36,1
Gracias a ofertas y promociones	181	18,8
Gracias a mi participación en ferias/exposiciones	160	16,6

No, porque es caro	30	3,1
No, porque no se necesita	114	11,8
No, porque la gente no lo valora ni interesa	11	1,1
Tengo una venta discontinua, dependo de temporadas	121	12,5
Total	965	100,0

Medios de comercialización

En cuanto a los medios de comercialización principales preferidos para materializar sus ingresos las respuestas, como lo vemos en la tabla, la mayoría prefiere las ferias públicas o privadas con el 39% de las respuestas y las redes sociales en segundo lugar con un 35%. Solo el 2% elige los medios de comunicación tradicionales.

Medio	Frecuencia	Porcentaje
Ferias/muestras públicas o privadas	376	39,0
Local propio	37	3,8
Redes sociales/encargos	340	35,2
Distribución en otros comercios	6	0,6
Contacto de conocidos referidos y amigos	104	10,8
Medios de comunicación masivos	21	2,2
Otro	81	8,4
Total	965	100,0

Antigüedad en la realización de la actividad

Si bien en términos económicos como vimos anteriormente, se trata de una actividad complementaria en la economía de los/as emprendedores. Se puede notar a partir del siguiente gráfico, que son actividades sostenidas en el tiempo. El 60% realiza actividades en este rubro desde hace 5 años en adelante. Y el 40.8% de ese total lo realiza desde hace más de 10 años.

Antigüedad en la actividad

