

LOCALIZACION DE LAS MYPIMES DE DISEÑO EN LA CIUDAD DE SANTA FE: Trazabilidad urbana, variables de consumo y emplazamiento territorial para la ubicación del futuro Polo de Diseño en la Ciudad de Santa Fe.

Melina Delfino.

Cita:

Melina Delfino (2017). *LOCALIZACION DE LAS MYPIMES DE DISEÑO EN LA CIUDAD DE SANTA FE: Trazabilidad urbana, variables de consumo y emplazamiento territorial para la ubicación del futuro Polo de Diseño en la Ciudad de Santa Fe. XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-022/48>

Título

**LOCALIZACION DE LAS MYPIMES DE DISEÑO EN LA CIUDAD DE SANTA FE:
Trazabilidad urbana, variables de consumo y emplazamiento territorial para la ubicación del futuro Polo de Diseño en la Ciudad de Santa Fe.**

Autor

Melina Delfino

Eje Temático

Cultura, significación, comunidad

Mesa

Cultura y Ciudad

Institución de pertenencia

Universidad Nacional de Tres de Febrero, Licenciatura en Políticas y Administración de la Cultura.

E-mail

melinadelfino@gmail.com

Resumen

La ciudad de Santa Fe lleva adelante desde el año 2008 una política pública cultural destinada a potenciar el desarrollo económico local, desarrollar redes de comercialización y facilitar vínculos asociativos sustentables en el área de las industrias creativas del diseño. El Programa de Gobierno “Santa Fe Polo Diseño”, la incubadora de emprendimientos de base cultural “Expresiva”, el programa de visibilización “Diseña Santa Fe” y el “Plan de Fortalecimiento para las industrias creativas del Sector Diseño en Santa Fe y la región” gestionado con fondos de Unión Europea son parte de las experiencias exitosas de una política integral que ha modificado el entramado productivo, turístico y cultural. La finalidad de este proyecto consiste en georeferenciar las Mypimes de Diseño de la ciudad, diagnosticar las razones de su instalación en el espacio y determinar la pertinencia (o no) del enclave geográfico previsto para el futuro Polo de Diseño de la ciudad. La metodología que he escogido es cuantitativa con encuestas y técnicas estadísticas de análisis de datos utilizando como fuente de información una muestra de 456 emprendimientos que serán analizados bajo las siguientes variables: nivel educativo, régimen de tenencia habitacional y fecha de comienzo de la actividad productiva.

Palabras claves: Polo de Diseño, Clúster culturales, Santa Fe Ciudad.

Introducción

El sector de diseño tiene un valor estratégico para la ciudad de Santa Fe. El departamento La Capital (una división territorial de 3.055 km cuadrados que abarca varias ciudades) posee, de acuerdo al Censo 2010, una población estimada a 2016 de 549.544 habitantes, en dicho marco Santa Fe, es la ciudad de mayor importancia, con una población de 405.683 habitantes. El comercio concentra la mayor cantidad de personas ocupadas, con el 21% del total de la población, mientras el nivel emprendedor a partir del año 2008 mantiene un crecimiento sostenido a razón de 80 emprendimientos anuales.

En el Gran Santa Fe, el 18.3% de los ocupados están vinculados al sector productivo y el 81.7% pertenece al sector de servicios. Del total de la población ocupada, el 73% lo hace en el ámbito privado, mientras que en el sector estatal participa el 26.2%.

El trabajo articulado con la Universidad Nacional del Litoral, a través de “Expresiva” (Incubadora de Emprendimientos de Base Cultural) y con el Observatorio de Tendencias de INTI Textiles, demandaba propuestas de mayor alcance para este sector de la economía urbana con derivaciones muy positivas sobre la propia economía local. El crecimiento del ecosistema creativo ligado al diseño, los lazos de confianza establecidos entre los propios actores y el trabajo conjunto entre ellos, sumados a la oferta académica existente en la Ciudad vinculada al Diseño así como la futura diversificación de las producciones, son un escenario propicio para la formalización de estrategias que posicionan a Santa Fe como Ciudad del Diseño.

El desarrollo de una política pública sostenida en el tiempo con el eje el sector Diseño, como lo son las “Ferias Diseña Santa Fe” y el Programa de Gobierno “Santa Fe Polo de Diseño” (2012) solventan la cadena de valor, impulsan y promueven el crecimiento educativo y productivo del sector. El alcance del programa llega a Emprendedores locales (con interés en el Diseño de Indumentaria y Textil, Comunicación Visual y Diseño Industrial y de Objetos), Comunidad Universitaria (Facultad de Diseño y Urbanismo de la Universidad Nacional del Litoral, la Facultad de Arquitectura de la Universidad Católica Argentina), Comunidad terciaria (Institutos de Diseño de Indumentaria y Textil presentes en la Ciudad) y emprendedores con incipientes intenciones en diseño.

El fortalecimiento de las Pymes vinculadas al sector diseño como sector productivo por excelencia, demanda la necesidad de un Polo de Diseño para garantizar el avance de las acciones en tanto producción y experimentación de nuevas tecnologías e innovación, co-working y mentoreo de los proyectos a fortalecer y los nuevos por desarrollarse.

Esta investigación tiene por finalidad analizar la realidad territorial de los emprendimientos en diseño para la creación de un futuro Polo de Diseño en el ámbito del Mercado Progreso, espacio recuperado y futuro Mercado de Industrias Creativas de la Ciudad de Santa Fe.

Objetivos Específicos de la Investigación

- Relacionar la localización de las Mypimes de diseño con las siguientes variables: Nivel de educación, fecha de comienzo de la actividad y régimen de tenencia del espacio de producción (propiedad frente a alquiler).
- Evaluar la modalidad asociativa más indicada para trabajar el universo de diseñadores locales.
- Analizar si el espacio urbano del Mercado Progreso es el indicado para desarrollar una primera experiencia de polo de Diseño en la Ciudad.
- Identificar como variable de análisis, las diversas formas de acceso, transporte, barreras naturales y artificiales.

Los productos culturales creados a la luz de la industria cultural del Diseño pueden ser entendidos como efecto de determinados *rituales de creatividad* (Zarlenga: 2008) que persiguen una misma orientación y direccionalidad estética asociada al lugar que dibuja una identidad similar entre los creadores. Este principio de identidad común favorece la gestación de vínculos comunitarios en donde los diseñadores van definiendo marcos creativos asociados a su lugar de origen en la búsqueda de una identidad propia.

En la ciudad de Santa Fe las referencias a la identidad local se plasman en el tratamiento de las fibras naturales, las fibras de algodón livianas, la serigrafía y sublimación que remite simbólicamente al río y la experimentación con el cuero como materia prima, favoreciendo la consolidación de una futura marca ciudad que englobe el sentir local y las diversidades productivas y que a la vez, muestre un fuerte Polo de Diseño con identidad específica en tanto espacio productivo, niveles educativos y de formación y variables de consumo.

Breve descripción del Programa Santa Fe Polo de Diseño

A través de un diagnóstico inicial del incipiente sector de diseño local, en el año 2008 el Gobierno de la Ciudad de Santa Fe realiza la primer “Diseña Santa Fe”, con formato exclusivo de feria y la participación de 40 marcas locales.

En el año 2010 se crea en forma conjunta con la Universidad Nacional del Litoral, la incubadora de emprendimientos de base cultural EXPRESIVA. Esto dio el marco propicio para que cerca de 50 emprendimientos de Diseño accedan de forma gratuita y previo proceso de selección, a una batería de capacitaciones para fortalecer sus proyectos y delimitar sus planes de negocio.

De esta manera, Expresiva, contribuye de manera eficaz a la profesionalización del sector diseño en el ámbito de la ciudad.

El crecimiento de las convocatorias anuales de “Diseña Santa Fe” hizo necesaria la generación de nuevos espacios de gestión acompañados de la elaboración de nuevos diagnósticos y nuevos actores que fortalezcan las acciones desarrolladas. De esta manera, en el año 2012 se crea el Plan de Gobierno “Santa Fe Polo de Diseño” junto a las secretarías de Producción, Secretaría de Cultura y Secretaría de Comunicación y Desarrollo Estratégico del Gobierno de la Ciudad. Este Plan tiene por objetivo principal, potenciar la economía de la ciudad de Santa Fe desde la industria creativa del Diseño y la generación de políticas de acción conjunta que den respuesta al exponencial crecimiento del sector.

Objetivos Específicos del Programa “Santa Fe, Polo de Diseño”

- Generar un “Registro Único de Diseñadores de la Ciudad de Santa Fe y la Región” el cual al día la fecha cuenta con más de 800 diseñadores censados.
- Consolidación de un espacio de pertenencia y referencia para los diseñadores, que contenga espacios de capacitación, co working, producción y comercialización y sea reconocido como Polo de Diseño.
- Fortalecer la cooperación y asociatividad entre el sector y de éste con entidades públicas, privadas y académicas.
- Impulsar la visibilidad del programa mediante el fortalecimiento y diversificación de la oferta educativa.

- Articular acciones a manera de red con ciudades de la región impulsando la generación de una agenda única de eventos relacionados a la temática.
- Instalar un espacio físico donde diseñadores y público en general puedan tomar contacto con el diseño.
- Promover instrumentos y acciones orientadas a resolver desde el diseño demandas productivas específicas de la región
- Posibilitar el acceso de unidades productivas de mediana y pequeña escala a diferentes líneas de financiamiento y comercialización del ámbito local, regional, nacional e internacional.
- Generar una marca local “Santa Fe, Ciudad de Diseño” que visibilice el valor agregado del Diseño existente.
- Editar un catálogo digital con las producciones del sector

Impacto del proyecto.

- Acciones concretas y participativas para la consolidación del primer Clúster de Diseño en la ciudad con una modalidad de trabajo público-privada.
- 800 diseñadores censados a través del Registro Único de Diseñadores.
- 300 diseñadores regionales participan de manera estable en las instancias de capacitación incorporando innovaciones y mejoras técnicas en sus producciones a la vez que desarrollan nuevas capacidades de gestión con impacto directo en su productividad y desarrollo comercial.
- 150 diseñadores incluidos en la plataforma de visibilización comercial Diseña Santa Fe Virtual.
- 40 capacitaciones realizadas
- 32 grandes ferias de diseño realizadas a nivel local con más de 500.000 visitantes
- Acciones de vinculación con organismos nacionales e internacionales para el fortalecimiento y crecimiento del sector.
- Participación en redes nacionales vinculadas al Diseño junto a otras universidades públicas nacionales con desarrollo en la temática.

Clústeres Culturales como Factores de Desarrollo

Esta investigación fue motivada por las siguientes preguntas: ¿cuáles son y en qué escenario actual se encuentran las MiPymes de Diseño que conforman la cadena de valor de la industria del diseño en el municipio de la Ciudad de Santa Fe? ¿Están en condiciones de conformar un modelo asociativo de producción y comercialización? ¿Cuál sería la estructura ideal para un clúster de este tipo de emprendimientos? ¿Qué políticas y normas se pueden manifestar y plantear para la concepción de un clúster que aglutine estas empresas?

Se fundamentará el marco conceptual de este proyecto de investigación tomando en cuenta la Teoría de Clústeres Industriales de Porter, M (1990, 1998,2000), Krugman (1991), Scott, A (2000, 2001, 2010), Marshall, T (2000), Lazzareti, L (2003), Currid y Williams (2010), Currid (2011) y los trabajos aportados por Zarlenga M (2012, 2013).

La generación de un polo de diseño ante el crecimiento de esta industria local, plantea la necesidad de un trabajo profundo de investigación para llegar a lo que Lazzareti define como distrito cultural para el desarrollo económico sostenible, basado en el trinomio cultura-economía-sociedad, y en el eje recursos - actores - comunidad, que tiende a realzar las diferencias artísticas, culturales, sociales y medioambientales de las distintas localidades. (Lazzareti: 2013).

“El desarrollo de estrategias y procesos de clusterización se puede inscribir en el marco de las transformaciones económicas y culturales de las sociedades posindustriales (Bell, 1976) en donde la cultura se convierte en un factor clave para conseguir ventajas competitivas (Harvey, 1989) al crear barreras de entrada para productos procedentes de otras ciudades competidoras (Power y Scott, 2000). La creciente atención a los efectos de los clústeres culturales conlleva a que se analice la importancia de las dinámicas sociales subyacentes a los fenómenos de clusterización, que no pueden ser explicadas solamente por la aglomeración y densidad de transacciones económicas (Scott, 2000) ni por la infraestructura urbana (Comunian, 2011) primando las interacciones personales, los espacios de encuentro y de producción colectiva”¹

Los clústeres de industrias culturales se interpretan como una respuesta de las mismas a las necesidades de innovación para competir en un mercado cada vez más global (Scott, 2010), en los que la clusterización aporta economías de aglomeración y por lo tanto ventajas competitivas (Scott, 2001). No obstante, estas ventajas no se consiguen por la simple concentración espacial sino que

¹ Zarlenga, M y Joaquim, R, *Industrias, distritos, instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales en Barcelona*, RES n° 21 (2014) pp. 47-68

deben concretarse en interacciones entre las empresas y los profesionales que lo componen, especialmente a partir del *face to face* (Storper y Venables, 2004; Currid y Williams, 2010), el acceso a proveedores especializados, una mano de obra calificada y la transferencia de conocimientos entre empresas (Moomas, 2004) que facilitan las colaboraciones por proyectos flexibles que caracterizan los mercados de trabajo artísticos (Menger, 2009)²

Los agrupamientos de clústeres culturales entonces nacen con la idea de compartir servicios (proveedores) y equipamientos (archivos, salas de ensayo, auditorios, etc.) y a la vez aumentar la capacidad de atraer visitantes o usuarios. Las políticas de clusterización en este caso son completamente planificadas y *top down*, considerándose proyectos de alta prioridad que requieren una gobernanza multinivel y son lideradas frecuentemente por parte de los máximos dirigentes políticos.³

Michael Porter (1999), señala tres escenarios en los que un modelo asociativo como el clúster puede afectar el desarrollo competitivo.

1. Incrementa el proceso productivo empresarial de los miembros del clúster
2. Favorece la capacidad de innovación y derivado de lo anterior, se incrementa la productividad de las empresas involucradas.
3. Promueve la creación de nuevas empresas, lo que fortalece la innovación y el crecimiento del clúster.

Krugman (2003) en su libro *Geography And Trade*, propone dos interrogantes (a).que motivos o razones permitieron la agrupación entre los productores; y (b) porque este agrupamiento se sucedió en primera instancia. La primera inquietud tiene su respuesta en un modelo planteado por el autor, que se fundamenta en la interacción de los rendimientos crecientes, la demanda y los costos de transporte de los bienes. Con el fin de satisfacer la demanda local, un productor intentará estar lo más cerca posible de sus proveedores, con el propósito de reducir los costos de desplazamiento de sus productos. Este círculo productivo se intenta mantener y retroalimentar permitiendo la aglomeración de empresas y con ello el logro de economías de escala en los costos de transporte.

El autor identifica en Marshall (1920) las razones de los agrupamientos productivos con el fin de sacar partido de las bondades que ofrecen las economías de escala, pero que se dan a nivel de industrias y no en la condición individual de cada empresa. Además sostiene que las agrupaciones industriales son más rentables que un esfuerzo meramente individual de una empresa, por tres

² Zarlenga, M y Joaquim, R, *Industrias, distritos, instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales en Barcelona*, RES n° 21 (2014) pp. 47-68

³ Zarlenga, M y Joaquim, R, *Industrias, distritos, instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales en Barcelona*, RES n° 21 (2014) pp. 47-68

razones como mínimo. (1) una oferta de mano de obra suficiente y calificada. (2) abastecimiento permanente y (3) materia prima e insumos de calidad y a bajo costo.

Ya Marshall en 1920 definía un distrito industrial como “una concentración, en un área geográficamente limitada, de empresa especializadas en un sector dominante. El elemento clave de modelo de organización es el factor unificador; es decir, aquel que permite la integración racional y organizada de los numerosos sujetos que componen el distrito y al que se denomina “atmósfera industrial”, entre sus elementos se destacan: la cultura productiva, el conocimiento de los demás sujetos que forman parte de la comunidad y los vínculos existentes con éstos, y las tradiciones histórico-políticas comunes”.⁴

Esta atmósfera a la que se refiere Marshall es el factor que hace posible la manifestación y la difusión de un hábito (y añadiría un ámbito) de colaboración e intercambio de información y de experiencias aun en un contexto altamente competitivo.

Cuadro 1. Elementos claves en la formación de <i>clústeres</i>	
Concentración geográfica	Elemento esencial en el surgimiento de los <i>clúster</i> . Aspectos que sustentan la importancia de la cercanía geográfica: “duros” (recursos naturales específicos, disminución de costos de transacción, economías de escala y alcance, oferta especializada de factores, medios para acceder y compartir información, interacción con consumidores locales vuelve más sofisticada la demanda); “blandos” (se refiere al capital social, a las relaciones que se cultivan en la interacción diaria, tan importantes como el capital físico y “humano”, y que influyen en los costos de transacción y monitoreo)
Especialización o denominador común	Por lo general los actores del <i>clúster</i> se relacionan alrededor de una actividad central, si bien la formación de <i>clústers</i> puede ir más allá de las relaciones al interior de un sector o de las que se establecen a lo largo de una cadena individual de valor agregado. En la actualidad los límites sectoriales se vuelven obsoletos, en la medida en que cada vez se necesitan interrelaciones más

⁴ MARSHALL, A. (1920). Principles of Economics, McMillan, London

	<p>intensas entre todo tipo de actividades de la producción y los servicios. Por ejemplo, la biotecnología es un tipo de actividad transfronteriza, que se vincula con diferentes actividades como la agricultura, alimentaria, salud y el medio ambiente.</p>
Actores	<p>Se agrupan básicamente en cuatro categorías: empresas, gobiernos, comunidad científica (Universidades, centros de investigación), instituciones financieras. Además, pueden estar presentes instituciones de colaboración (por ejemplo, cámaras de comercio, asociaciones de industriales, instituciones de transferencia de tecnología, otros clústers)</p>
Dinámica y encadenamiento	<p>Las conexiones e interrelaciones entre los actores pueden tener características tanto de competencia como de colaboración. La competencia entre firmas genera presiones para la mejora, pero las firmas al interior de un <i>clúster</i> también pueden cooperar en torno a una actividad, complementándose entre sí. Operando de conjunto las firmas pueden atraer recursos que de otra forma no estarían disponibles</p>
Masa crítica	<p>Es un concepto relacionado con las economías de escala y de alcance, así como con el patrón de dependencia. Se considera que una cierta masa crítica es necesaria para poder aprovechar estas economías, así como para hacer al <i>clúster</i> resistente a choques exógenos. Esta masa crítica dependerá del tipo de especialización del <i>clúster</i>.</p>
Ciclo de vida	<p>El <i>clúster</i> es un modo de organización de largo plazo y, por lo tanto, tiene un ciclo de vida que comprende varias etapas: aglomeración, <i>clúster</i> emergente, <i>clúster</i> en desarrollo (nuevos actores surgen o son atraídos por la región, aparecen connotaciones comunes como marca y sitio web), <i>clúster</i> maduro (alcanza la masa crítica, se relaciona con otras actividades, <i>clústeres</i> y regiones),</p>

	transformación del <i>clúster</i> (los <i>clústeres</i> cambian así como los mercados, tecnologías y procesos y en nuevas formas de proveer bienes y servicios).
Innovación	Se asocia al conocimiento que se genera por la interacción social. Es el proceso mediante el cual la firma domina y pone en práctica diseños de productos y procesos de manufactura que son nuevos para ella (no necesariamente para otras firmas). Incorpora el cambio técnico, comercial y/o organizacional
Fuente: Elaboración propia a partir de Andersson y colaboradores (2004: 19-34) ⁵	

Es por estos avances que el próximo paso de esta política cultural consiste en la generación de un clúster de Diseño entiendo este como un instrumento estratégico de desarrollo y competitividad territorial. En torno al mismo se ha ideado un esquema que entiende las regiones y localidades como nodos territorialmente delimitados que operan como estructuras cerradas, soldadas, homogéneas y dinamizadas por la cooperación intra-local y en las cuales las aglomeraciones productivas, sectorialmente especializadas obtienen una eficiencia colectiva (Schmitz, 1995) territorial que los actores económicos no podrían obtener a partir de su acción individual.

⁵ ANDERSSON, T y colaboradores (2004) “The Cluster Policies Whitebook”, IKED, Suecia

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

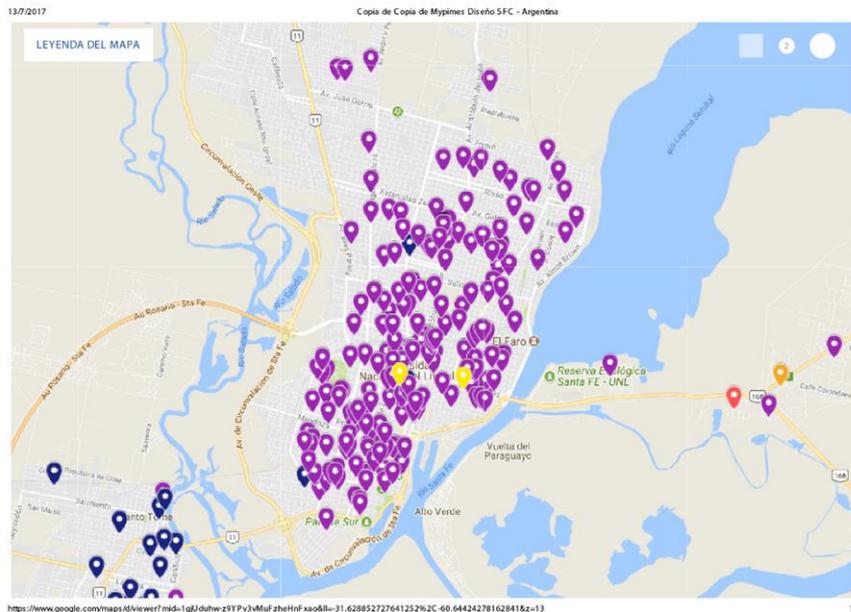
La investigación que me planteo tiene por finalidad analizar la relación entre la localización de las Mypimes de diseño en la ciudad de Santa Fe y la propuesta de emplazar el futuro Polo de Diseño en el Mercado Progreso, futuro Mercado de Industrias Creativas de la Ciudad de Santa Fe, espacio recuperado y actual emplazamiento de la feria de diseñadores y eventos que tienen como eje las industrias culturales.

Para realizar este estudio se utilizará como fuente de información primaria el Registro Único de Diseñadores del año 2017 que cuenta con un total de 456 MiPymes de Diseño radicadas entre las ciudades de Santa Fe, Rosario, San Carlos Centro, San Justo, Santo Tomé y Sunchales (Provincia de Santa Fe), Paraná (Provincia de Entre Ríos) y Buenos Aires.

Mediante Sistemas de Información Geográfica se realizará un mapeo por cada año (2012 – 2017), destacando como el Programa “Santa Fe Polo de Diseño” ha derramado su presencia en todo el territorio de la ciudad y el área metropolitana de referencia.

Las variables a analizar en tanto procesos de localización serán: Nivel educativo, edad, fecha de comienzo de la actividad y su relación con las políticas de Polo de Diseño; y régimen de tenencia del espacio de producción (propiedad frente a alquiler).

Una primera aproximación de geolocalización de las Mypimes a través del programa de Google Maps manifestó los siguientes resultados:



Tomando esta imagen y, a partir de la implementación de encuestas cualitativas realizadas en Abril del año 2017 para la Comunidad Europea, se pueden obtener las siguientes conclusiones:

La localización se da en las zonas cercanas a los Bulevares Gálvez y Pellegrini, ubicados en el Centro-Sur y sobre el Distrito Norte de la Ciudad.

De 456 emprendimientos

- 369 son mujeres
- 253 están formalizados.

Variable Nivel educativo, formalización de la actividad:

- Título primario: 15 emprendimientos - 14 formalizados
- Título secundario: 116 emprendimientos – 82 formalizados.
- Título terciario: 117 emprendimientos - 95 formalizados
- Universitarios: 200 emprendimientos - 148 formalizados.
- De Grado Superior de Especialización: 4 emprendimientos - 4 formalizados.

Edad

- Menor a 20 años: 3
- Entre 21-30 años: 127
- Entre 31-40 años: 167
- Entre 41 –50 años: 119
- Más de 61 años: 35

Año de Formación del Emprendimiento: 11 formaron el emprendimiento antes del año 2000, 43 entre el 2001 y 2007, 86 entre 2008 y 2011 y 257 entre 2012 y 2017.

Régimen de tenencia del espacio productivo (propiedad frente a alquiler)

278 son propietarios / 102 son locatarios

Nivel de empleabilidad

42 emprendimientos cuentan con empleados

Resultados

Por ser una ponencia que forma parte de un proyecto de investigación en su fase inicial, se espera que la investigación refleje de forma concreta, toda la información probable desde diferentes ángulos y perspectivas mediante la aplicación de fuentes e instrumentos como las entrevistas a diseñadores y gestores del diseño a nivel local, el material referente a la política cultural “Santa Fe Polo de Diseño”, aplicación de SIG para mostrar el crecimiento en la inserción territorial de la política pública, las experiencias descriptivas a partir de la conformación del Clúster de Diseño Santa Fe Ciudad a industriales y Mipymes y entrevistas de campo a vecinos lindantes de la futura ubicación del Polo de Diseño en el Mercado Progreso de la Ciudad de Santa Fe.

Esperando que la información recopilada sea un sustrato potente para impulsar el financiamiento necesario para el desarrollo de estas políticas de polos productivos, motivar a los diseñadores en la conformación de una Cámara de Diseñadores con pertenencia a la Unión Industrial de Santa Fe, sensibilizar a otras experiencias similares que transcurren hoy día en las ciudades de Córdoba, Tucumán, San Juan y Neuquén y, tímidamente, dejar algunas recomendaciones sobre los procesos de construcción, pertenencia y sostenibilidad de este tipo de políticas cuando son impulsadas y gestionadas desde el sector público.

Bibliografía

PORTER, M. (1990), the Competitive Advantage Of Nations. *Harvard Business Review*, pp 74-91

PORTER, M. (1998), “Clusters and the New Economics of Competition”, *Harvard Business Review*,

MARSHALL, A (1920), Principles of Economics, McMillan, London.

ANDERSSON, T y colaboradores (2004), “The Cluster Policies Whitebook”, IKED, Suecia

LAZZARETI, L. (2008), "El Distrito Cultural" Artículo publicado en el núm. 13 de la Colección Mediterráneo Económico: *"Los distritos industriales"*. Coordinador: Vicent Soler. Producido por: Fundación Cajamar

FLORIDA, R. (2002), The Rise of the Creative Class. Nueva York, Basic Books.

SCOTT, A. J. (2000), The Cultural Economy of Cities. Londres, Sage

ZARLENGA, M y RIUS ULLDEMOLINS, J (2013), Industrias, distritos, instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales en Barcelona

SÁNCHEZ BELANDO, Ma.V, RIUS ULLDEMOLINS y ZARLENGA, M (2012), *¿Ciudad creativa y ciudad sostenible?: Un análisis crítico del “modelo Barcelona” de políticas culturales* », *Revista Crítica de Ciències Socials* [Online], 99 | colocado online el día 04 de Septiembre de 2013, <http://rccs.revues.org/5101> <http://rccs.revues.org/5101%20>

ZARLENGA, M Análisis sociológico de la conformación de una estética emergente asociada con el lugar. El caso del barrio de Palermo en la ciudad de Buenos aires (1983-2008)