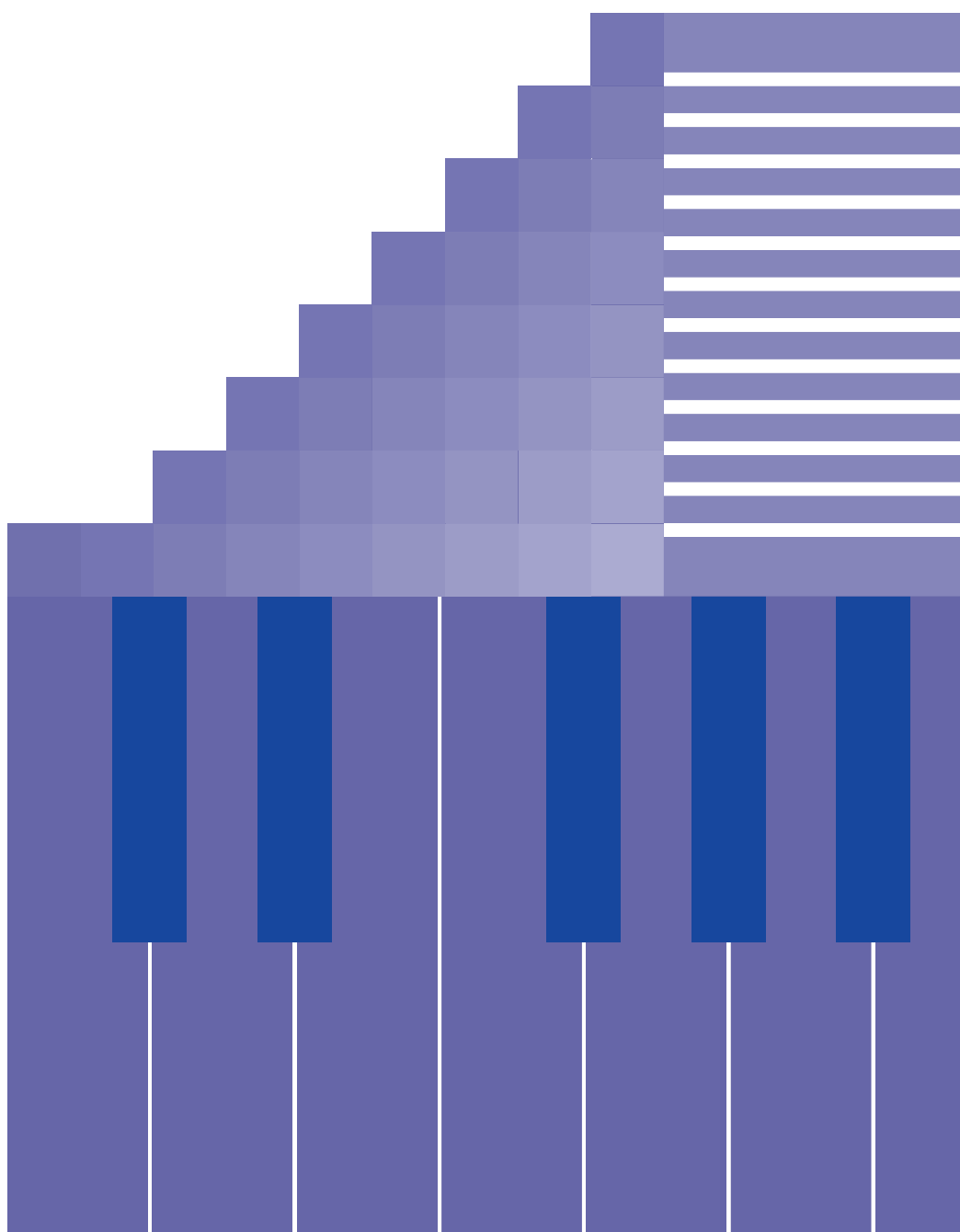


LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS EN ESPAÑA

Análisis de su valor económico

COTEC



LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS EN ESPAÑA

Análisis de su valor
económico

MAYO 2025

FUNDACIÓN COTEC

Francisco Javier García Campos (Analista de datos)

Ignacio Gordo Cuadrado (Analista económico)

Aleix Pons Vigués (Director de Economía y Finanzas)

CON EL APOYO EXTERNO DE

Fernando Álvarez Teresa (Econcult)

Rafael Boix (Econcult)

Lucía Casani (Fundación Carasso)

Pepa Octavio de Toledo (Fundación Carasso)

Juan Pastor Bustamante

Pau Rausell (Econcult)

Jordi Sanjuan (Econcult)

Manuela Villa (Presidencia del Gobierno)

COTEC

AGRADECIMIENTOS:

Este trabajo ha sido posible gracias a la Fundación Daniel y Nina Carasso y a la Fundación Cotec para la innovación, ambas referentes en mundos tan conectados como la innovación, el arte ciudadano, y la alimentación sostenible. Muchas gracias a sus equipos por su gran profesionalidad e impecable trabajo.

Agradecer también al grupo de investigación Econcult de la Universidad de València por su colaboración en el presente informe y por su reconocida labor a nivel internacional sobre el impacto económico de los sectores culturales y creativos (SCC).

Para este informe se han realizado entrevistas en profundidad con personas procedentes tanto de los sectores culturales y creativos (administración pública, emprendedoras, empresarias y gestoras culturales), como con profesionales expertos en innovación, comunicación y estrategia pertenecientes a diversos sectores. A todas ellas, muchas gracias por sus valiosas aportaciones que han sido de gran utilidad para este trabajo.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	5
---------------------	----------

RESUMEN EJECUTIVO	7
--------------------------	----------

O1. DESARROLLO	11
-----------------------	-----------

1.1. Origen, definición y delimitación de los sectores culturales y creativos	12
---	----

1.2. Importancia de los sectores culturales y creativos en España	15
---	----

1.3. Medición del impacto económico de los sectores culturales y creativos en España	18
--	----

O2. INDICADORES	20
------------------------	-----------

Indicador 0. Preferencias en políticas de gasto público	21
---	----

Indicador 1. Aportación al valor añadido bruto	28
--	----

Indicador 2. Multiplicadores económicos (o efecto arrastre)	34
---	----

Indicador 3. Productividad	41
----------------------------	----

Indicador 4. Empleo en los sectores culturales y creativos	45
--	----

Indicador 5. Salarios en los sectores culturales y creativos	52
--	----

Indicador 6. Empresas de los culturales y creativos	57
---	----

Indicador 7. Empresas gacela o de alto crecimiento	63
--	----

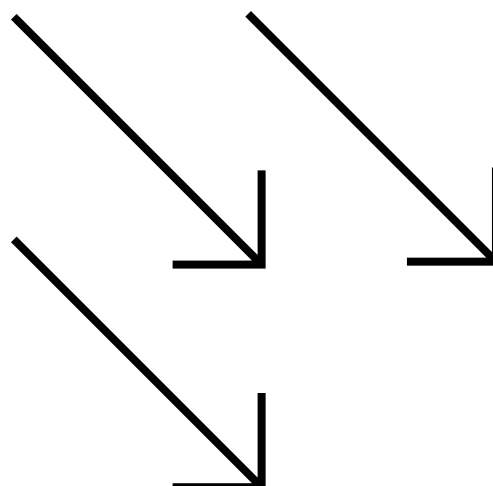
Indicador 8. Comercio exterior de los sectores culturales y creativos	73
---	----

Indicador 9. Turismo Cultural	82
-------------------------------	----

Indicador 10. Actividades Innovadoras	88
---------------------------------------	----

Indicador 11. Fondos <i>Next Generation</i> Destinados a I+D+I+D en los SCC	97
---	----

O2. BIBLIOGRAFÍA	106
-------------------------	------------



PRESEN TACIÓN



El presente informe tiene como objetivo principal concienciar al conjunto de la sociedad española sobre el valor y la importancia estratégica de los sectores culturales y creativos (SCC) en España, uno de los pilares para el bienestar económico y social del país.

A pesar de ello, siguen siendo bastante desconocidos. Esto se refleja en la variedad de términos utilizados para referirse a ellos, como "mundo de la cultura", "industrias culturales y creativas" o simplemente "artistas y creativos". Sin embargo, al preguntar qué actividades abarcan estos conceptos, es posible identificar algunas, pero no todas.

Este informe se centra en la contribución de los Sectores Culturales y Creativos (SCC) desde una perspectiva económica y social. Dado que la cultura es un ámbito amplio y complejo, es fundamental enfocar el análisis con un propósito claro: proporcionar datos y argumentos que evidencien la importancia de proteger e impulsar estos sectores en España.

Solicitar más inversión o apoyo sin una base sólida resulta difícil. Por ello, uno de los objetivos de este informe es trascender el ámbito cultural y llegar a otras esferas, como la política, la economía y el mundo empresarial, entre otras. Para lograrlo, es clave una labor pedagógica y comunicativa que permita generar conexiones y abrir el diálogo tanto dentro como fuera de estos sectores.

RESUMEN EJECUTIVO



Los sectores e industrias culturales y creativas han surgido como motores esenciales del crecimiento económico, la cohesión social, la sostenibilidad y la inclusión. Su importancia va más allá de las métricas económicas, entrelazando innovación, expresión cultural y bienestar social.

La Unión Europea y muchos otros organismos internacionales como la OCDE o la propia UNESCO reconocen a la creatividad y la cultura como motores estratégicos del crecimiento económico y el desarrollo social en el siglo XXI. Esto se refleja en los esfuerzos por acotar con precisión los *sectores culturales y creativos (SCC)*, el empuje hacia la estandarización de indicadores para medir su impacto y el aumento de fondos comunitarios destinados a analizar, delimitar y monitorizar todas estas actividades.

Como aparece claro en este informe los SCC tienen un impacto económico significativo, con un fuerte crecimiento post-pandemia y muestran su capacidad transformadora. A pesar de su relevancia, siguen enfrentando desafíos en percepción ciudadana, acceso a financiación y tamaño empresarial. Pero un decidido impulso sobre los SCC y la innovación aparece como una de las grandes oportunidades estratégicas para contribuir a la transformación del modelo productivo para un crecimiento mucho más robusto, resiliente y estable.

España es una potencia cultural a nivel global, como constata el *Global Soft Power Index 2025* donde ocupa el puesto 4º en cultura y patrimonio. En concreto, se trata el país más influyente en este ámbito por detrás tan solo de Italia, Francia y Estados Unidos. Esta importancia de la cultura y el patrimonio español se ve reforzada porque el español es el cuarto idioma más hablado del mundo, con casi 600 millones de personas.

España, con una fuerte presencia cultural a nivel internacional, y siendo en estos momentos una de las economías más dinámicas de la UE, tiene la oportunidad de asumir un papel clave en este proceso de otorgar mayor centralidad a los SCC para acelerar las dinámicas de desarrollo territorial tanto en los centros urbanos como en los espacios rurales.

En este marco, la Comisión Europea trabaja en la delimitación de los SCC con el informe *Measuring the Cultural and Creative Sectors in the EU* (2022) y en el desarrollo de políticas comunes, como el programa *Creative Europe* (2021-2027). Este informe adopta la clasificación de actividades del programa *Creative Europe* y analiza la evolución de los SCC en España tras la pandemia de la COVID-19, utilizando indicadores clave. A pesar de las limitaciones estadísticas, se han empleado las mejores estrategias disponibles para superarlas.

La “cultura” entendida en sentido amplio no se encuentra entre las políticas prioritarias de gasto público para los ciudadanos españoles. Además, la intensidad de preferencia por esta política ha caído en los últimos años, siendo la opción que más retrocede, según la macroencuesta demoscópica de la Fundación Cotec.

Aunque esta valoración aparece modulada por factores como la situación laboral o la orientación ideológica, constatamos que existe un contraste entre la percepción ciudadana y la relevancia que los SCC tienen en la economía española post-pandemia.

A continuación, se sintetizan algunos de los principales resultados que el presente trabajo encuentra y que refuerzan la idea de la importancia estratégica de los SCC en nuestro país:

- 1.** Los sectores culturales y creativos crecen por encima de la media de la economía española tras haber sufrido de manera especialmente intensa por la pandemia. Además, contribuyen más al conjunto del valor añadido generado en España que industrias tan relevantes como la textil, la farmacéutica o la química. Realizan una aportación anual que, con oscilaciones, se sitúa claramente por encima del 2%.
- 2.** Aparte de su impacto directo, generan un efecto multiplicador sobre el resto de los sectores productivos, que es superior al del turismo o la construcción. En concreto, por cada euro de incremento de demanda en los SCC, el valor añadido agregado de la economía aumenta en 1,75 euros.
- 3.** La productividad por trabajador es en torno a un 40% más alta en los sectores culturales y creativos que en el conjunto del sector servicios.
- 4.** Distintos informes sobre prospectiva del mercado de trabajo de orígenes muy diversos coinciden en identificar a los SCC como fuente creciente de oportunidades laborales en el medio plazo. En este sentido, el ritmo de creación de empleo en estos sectores tras la pandemia ha sido mucho más intenso que en el conjunto de la economía (+17%, frente a +8%).
- 5.** El salario medio de los trabajadores por cuenta ajena (autónomos excluidos) de los SCC es superior al del promedio de economía. Además, se observa una menor brecha de género inferior que el conjunto del mercado laboral. Sin embargo, se constata una dispersión salarial más pronunciada entre los que más ganan y los que menos.

6. Hay un mayor dinamismo empresarial en los sectores culturales y creativos que en el conjunto de la economía. En enero de 2023 el número de empresas que operan en los SCC se había incrementado en un 12% respecto de las cifras previas a la pandemia, mientras que el conjunto de la economía presentaba una destrucción neta del 4,6% de sus sociedades. Estos sectores aglutinaban a 274.000 empresas, 28.000 más que antes de la pandemia. Sin embargo, las empresas de los SCC son más pequeñas: casi el 70% son autónomos (57% en el conjunto de la economía).

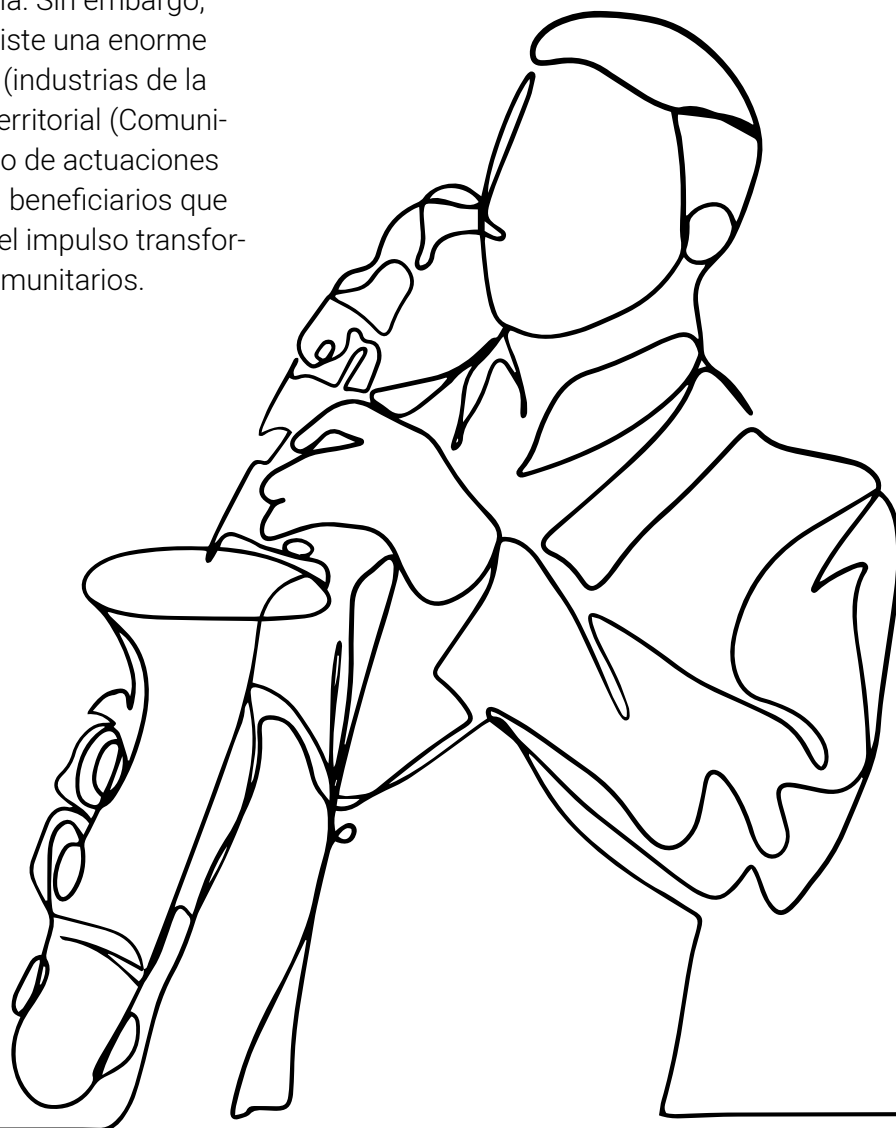
7. Los SCC no solo han sido capaces de crear más sociedades, sino también de generar más empresas gacela o de alto crecimiento en los últimos años. En concreto, cuentan con un 8,5% de empresas gacela, frente al 7,8% del conjunto de la economía. Se trata de compañías particularmente intensivas en conocimiento y tecnología, pero están muy concentradas en el territorio (en Madrid y Barcelona, principalmente).

8. Las exportaciones de bienes y servicios de los SCC han crecido de manera prácticamente ininterrumpida a lo largo de la última década. Hoy España es un país netamente importador de bienes culturales y creativos, pero netamente exportador de este tipo de servicios.

9. Sin el dinamismo del turismo cultural España no habría recuperado en 2023 las cifras de visitantes extranjeros anteriores a la pandemia. El turismo cultural se aproxima a suponer uno de cada cuatro visitantes internacionales. Se trata, además, de un turista que gasta más: su gasto medio diario es un 17% superior a la media de los visitantes internacionales.

10. Las empresas de estos sectores no son particularmente intensivas en gasto en innovación. Pero refuerzan su apuesta por ella de manera clara tras la pandemia, tanto por el margen extensivo (hay un 3% más de empresas invirtiendo en innovación), como por el margen intensivo (el volumen total de inversión se incrementa en un 46%, un ritmo de avance más de seis veces superior que el que se produce en el conjunto de la economía).

11. Las empresas de los SCC consiguen capturar una relevante fracción de los fondos *NextGenEU* destinadas a las políticas de digitalización e I+D+I, superior a su aportación a la economía. Sin embargo, debe subrayarse que existe una enorme concentración sectorial (industrias de la propiedad intelectual), territorial (Comunidad de Madrid) y por tipo de actuaciones (digitalización) entre los beneficiarios que estarían aprovechando el impulso transformador de los fondos comunitarios.



DESARROLLO

01.



1.1. ORIGEN, DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

La idea de *industria cultural* nació en 1944 de la mano de Theodor Adorno y Max Horkheimer, dos filósofos de la Escuela de Frankfurt que veían en la producción cultural un instrumento de dominación. En su célebre ensayo *La industria cultural: la Ilustración como engaño de masas*, denunciaban cómo el arte, lejos de ser una vía de emancipación y expresión individual, se había convertido en un engranaje más del sistema capitalista, diseñado para homogeneizar el pensamiento y reforzar el statu quo.

Con el paso de las décadas, esta visión se fue despojando de su carga ideológica y el concepto de *industrias culturales* comenzó a referirse a aquellos sectores que combinaban creatividad y producción en cadena. Inicialmente, englobaba el mundo del libro, el audiovisual y la música grabada, pero con el tiempo se extendió a las artes escénicas, las artes visuales y el patrimonio, buscando su reconocimiento en las políticas públicas relacionadas con la economía y el comercio. Esta ampliación respondía a una realidad evidente: la producción cultural no solo genera un impacto artístico o social, sino que también mueve recursos, empleos e inversiones, lo que justifica su inclusión en estrategias económicas y territoriales más allá del ámbito estrictamente cultural.

A mediados de los años noventa, la narrativa dio un nuevo giro. En 1994, Australia marcó un hito al acuñar el término *industrias creativas* dentro de su estrategia de desarrollo *Creative Nation*, que situaba la creatividad en el centro de la economía. Este modelo fue rápidamente adoptado por el Reino Unido, donde en 1997 el gobierno laborista de Tony Blair creó la *Creative Industries Task Force*, un organismo dedicado a mapear la contribución económica de estos sectores y a diseñar políticas para potenciarlos. La apuesta británica se convirtió en

un referente global y consolidó la idea de que cultura y economía no solo son compatibles, sino que pueden reforzarse mutuamente.

A nivel internacional, la UNESCO jugó un papel clave en la integración de ambos conceptos bajo la denominación *industrias culturales y creativas (ICC)*, que desde 2010 se ha convertido en el término más utilizado. A partir de ese momento, se generó un consenso creciente sobre la centralidad de la cultura y la creatividad en los procesos de desarrollo y transformación social.

Sin embargo, la definición y delimitación de estos sectores sigue siendo un terreno de debate. Mientras que muchos países han creado estructuras gubernamentales para impulsar las ICC, persisten diferencias en la forma en que se prioriza su dimensión artística o económica. La falta de una comunicación clara ha llevado a que, a nivel social, el término siga siendo confuso y no se tenga una percepción precisa de qué actividades engloba.

A esto se suman desafíos derivados de cuestiones culturales, ideológicas y tecnológicas. La artesanía o el patrimonio, por ejemplo, no encajan fácilmente en la idea de industria, y muchos profesionales de las artes escénicas o visuales rechazan verse asociados a un modelo de producción en masa. Aunque se han logrado avances significativos en la clasificación y medición de estos sectores, la búsqueda de una definición globalmente aceptada sigue en marcha.

En este contexto, la Unión Europea (UE) está haciendo un esfuerzo clarificador desde el punto de vista de la definición/delimitación sectorial, por un lado, y, por otro, para determinar indicadores que permitan medir el impacto y la evolución para el desarrollo de políticas y estrategias comunes.

Estos esfuerzos se han materializado en la aprobación en 2021 del Reglamento (UE) 2021/818 del Parlamento y el Consejo de la Unión Europea en el que se establece el Programa «*Creative Europe 2021-2027*». Los objetivos de esta estrategia están enfocados en salvaguardar, desarrollar y promover la diversidad cultural y lingüística y el patrimonio cultural y lingüístico europeos, al mismo tiempo que pretende incrementar la competitividad y el potencial económico de estos sectores, y en particular el del sector audiovisual. Gracias a este Programa, en estos momentos contamos con una delimitación oficial del sector cultural y creativo recogido en el artículo 2 de su reglamento:

«*Sectores culturales y creativos*» se refiere a todos los sectores:

(a) cuyas actividades, muchas de las cuales tienen potencial para generar innovación y empleo, en particular a través de la propiedad intelectual:

(i) Se basan en valores culturales y expresiones creativas artísticas y otras individuales o colectivas;

(ii) incluyen el desarrollo, la creación, la producción, la difusión y la preservación de bienes y servicios que incorporan expresiones culturales, artísticas u otras expresiones creativas, así como funciones relacionadas como la educación o la gestión;

(b) independientemente de:

(i) si las actividades de estos sectores están orientadas al mercado o no;

(ii) el tipo de estructura que lleva a cabo estas actividades; y

(iii) cómo se financia esa estructura;

Los sectores de la cultura y la creación incluyen, entre otras cosas, la arquitectura, los archivos, las bibliotecas y los museos, la artesanía artística, los productos audiovisuales (incluyendo el cine, la televisión, los videojuegos y los multimedia), el patrimonio cultural material e inmaterial, el diseño (incluido diseño de moda), los festivales, la música, la literatura, las artes escénicas, los libros y la edición, la radio y las artes visuales.

La cultura y la creatividad están en el centro de la innovación, lo que también se refleja en los distintos instrumentos de financiación de la UE que apoyan de diversas maneras a los sectores cultural y creativo. Además de Europa Creativa y Erasmus+, en el programa Horizonte Europa hay un grupo dedicado a "Cultura, creatividad y sociedad inclusiva". También, la KIC (Comunidad de Conocimiento e Innovación) para la Cultura y la Creatividad y otros programas como *Europa Digital* e *InvestEU* apoyan a los SCC.

Respecto a la medición de impacto y por lo que se refiere a la delimitación sectorial, es muy recomendable el trabajo encomendado por la Comisión Europea cuyo título es *Measuring the Cultural and Creatives Sectors in the EU* (Qmetrics, NTT Data, Fundación Alternativas, CUMEDIAE aisbl, GERADOR, 2022). Dicho trabajo propone agrupar de manera concreta las actividades que incluyen los SCC a nivel de código NACE (Clasificación Europea de Actividades Europeas). Esta agrupación tiene muchas implicaciones que van desde la definición de políticas, toma de conciencia sectorial, conocer su impacto con una delimitación consensuada por los diferentes estados miembros, que la ciudadanía conozca las actividades que incluyen los SCC o ayudar a orientar el trabajo que hacen tanto organismos públicos como organizaciones privadas de apoyo a estos sectores, por destacar algunas de estas implicaciones.

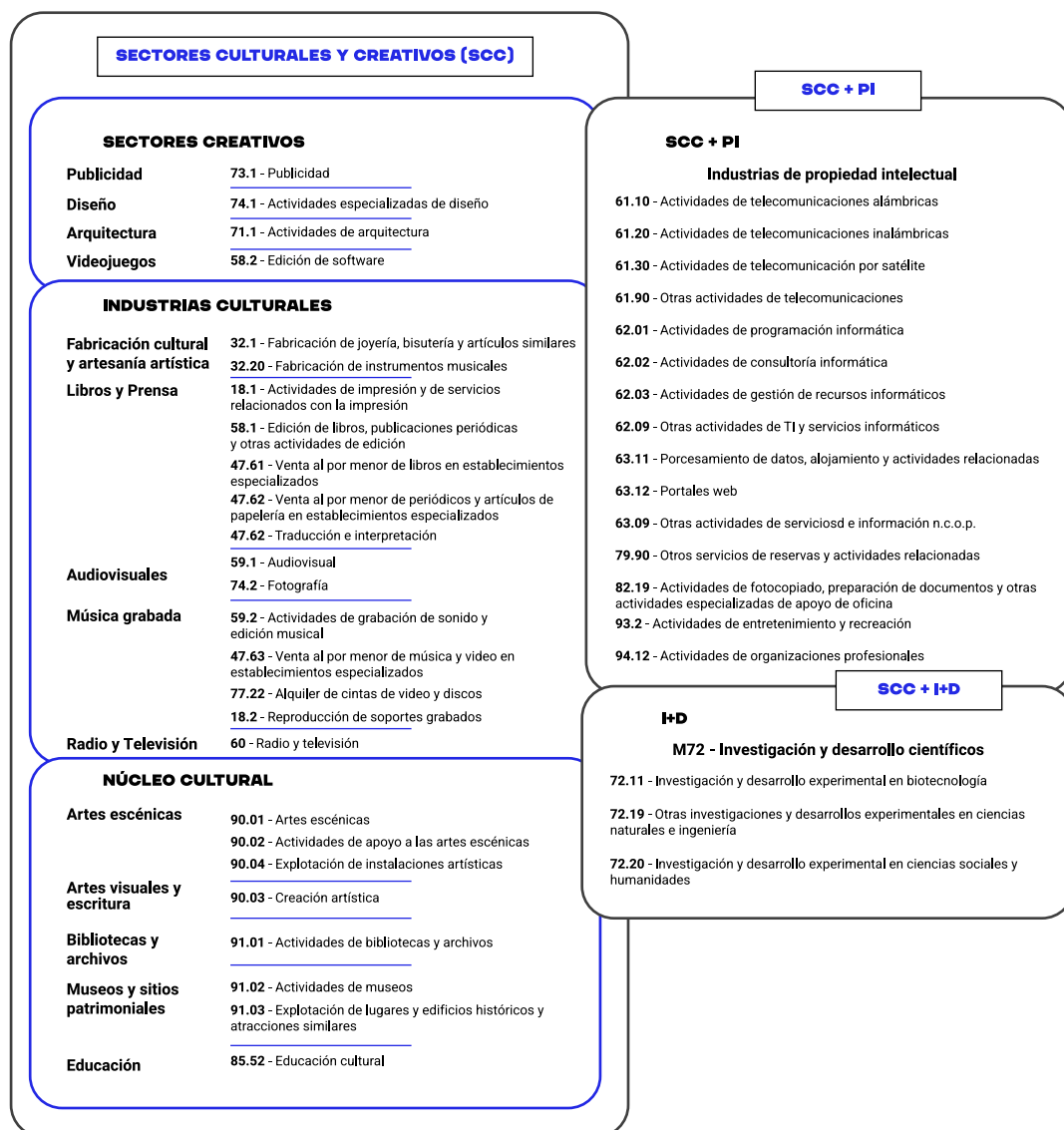
Esta agrupación se divide en 4 bloques que explicaremos a continuación:

• **Núcleo cultural.** Comprende las artes en vivo (festivales, música en vivo); artes escénicas (incluyendo teatro y danza), bellas artes, museos y patrimonio, artes visuales, y la educación cultural (no formal).

• **Industrias Culturales.** Aquí se incluyen las actividades tradicionales de las industrias culturales como son: radio, televisión, editorial, producción audiovisual y música grabada, pero también las manufacturas artísticas como las artesanías.

• **Servicios creativos** que incluiría las actividades que se han vinculado más a las industrias creativas como sería el diseño, arquitectura y servicios publicitarios. También incluiría otra más recientes como videojuegos.

• **Industrias de la Propiedad Intelectual.** Abarca aquellas actividades más intensivas en propiedad intelectual que no han sido incluidas en los grupos anteriores. Incluye la innovación científica y tecnológica, desarrollo de software y bases de datos, las telecomunicaciones y la producción y diseño de equipos electrónicos y hardware.



Fuente: Measuring the Cultural and Creatives Sectors in the EU, 2022.

Estos sectores tan diversos tienen en común que, en su creación, producción y distribución de bienes y servicios, la creatividad es una dimensión esencial. Los SCC buscan así integrar todo lo referido al patrimonio simbólico compartido, a las expresiones artísticas más relacionadas con lo cultural, así como a una mayor orientación empresarial, de mercado, como aspecto promotor de transformaciones socioeconómicas.

Los SCC generan intangibles (el valor de una marca, un concepto arquitectónico, la idea de un videojuego) y tangibles (una mesa, un vestido o un libro). Todos ellos tienen en común que parten de ideas creativas que aportan un valor no solo económico, sino también social y medioambiental.

El concepto de «sectores culturales y creativos» representa así una evolución histórica de los términos de industria cultural, industria creativa e industrias culturales y creativas a los que se ha hecho referencia. Aunque no se resuelva el debate terminológico en el corto plazo, es necesario ir buscando consensos sobre un solo término que aglutine todas estas realidades. La transición de la denominación de industrias culturales y creativas a sectores culturales y creativos va a requerir tiempo, pero es necesario para armonizar a los países de la UE en unos sectores que son estratégicos para la unión en el contexto global.

1.2. IMPORTANCIA DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS EN ESPAÑA

Los sectores culturales y creativos (SCC) son una pieza fundamental en el bienestar económico y social de España. Su impacto trasciende la mera producción artística: generan empleo, fortalecen la identidad cultural, impulsan la innovación y contribuyen a la cohesión social. Sin embargo, su importancia a menudo queda subestimada en los debates públicos y en las decisiones de inversión. Lejos de ser un

sector secundario, la cultura y la creatividad actúan como motores de desarrollo en múltiples dimensiones.

a. Cultura y poder blando: la influencia de España en el mundo

Más allá de la economía, la cultura es un símbolo de identidad y un factor clave en la proyección internacional de un país. España cuenta con un vasto legado artístico e histórico y una vibrante comunidad creativa que la posiciona entre las grandes potencias culturales. Su riqueza patrimonial, sus lenguas y tradiciones, junto con la aportación de grandes figuras del arte, la literatura o la música, han consolidado su *soft power* o poder blando, un concepto desarrollado por Joseph Nye para describir la capacidad de un país de influir en el mundo a través de su atractivo cultural y valores, en lugar de la coerción.

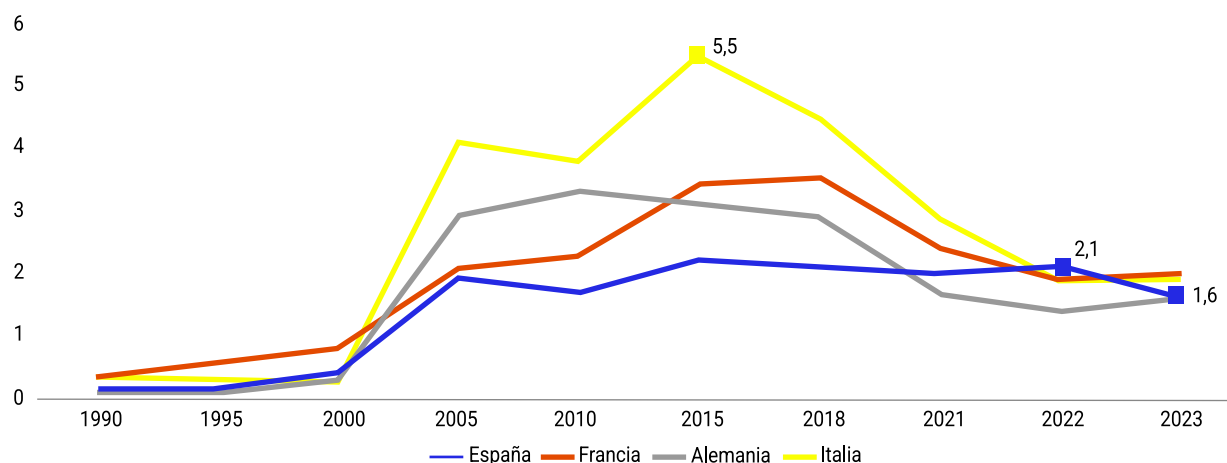
Según el *Global Soft Power Index 2025*, España se sitúa entre los países con mayor impacto global en términos culturales, mejorando en indicadores clave como reputación, familiaridad e influencia. Sin embargo, la percepción interna no siempre se corresponde con este reconocimiento exterior. Mientras que en el ámbito internacional España es vista como un referente creativo, dentro de sus fronteras persisten debates sobre el valor estratégico de la cultura, lo que afecta a la inversión pública y privada en el sector.

Según este índice, España ocupa el puesto 4º en cultura y patrimonio. Es decir, se trata del país más influyente en este ámbito por detrás tan solo de Italia, Francia y Estados Unidos. Esta importancia de la cultura y el patrimonio español se ve reforzada porque el español es el cuarto idioma más hablado del mundo, con casi 600 millones de personas.

Por otra parte, de acuerdo con el Índice de presencia global Elcano, en 2022 España se situó como uno de los países europeos con mayor presencia cultural en la economía global, supe-

rando a otras potencias como Francia o Italia en determinados indicadores.

IMPORTANCIA DE LA CULTURA EN LA CONFORMACIÓN DEL ÍNDICE DE PRESENCIA GLOBAL ELCANO. PRINCIPALES PAÍSES UE



Fuente: Índice de Presencia Global Elcano

b. Un sector con fuerte impacto social

Los SCC no solo generan riqueza, sino que también desempeñan un papel crucial en la vida de las personas. La cultura, no solo genera placer y satisfacción personal, sino que fomenta la inclusión, la diversidad y el diálogo, y actúa como un catalizador para la participación ciudadana. La música, el cine, el teatro o la literatura permiten la expresión individual y colectiva, ayudando a entender mejor el pasado, cuestionar el presente y proyectar el futuro.

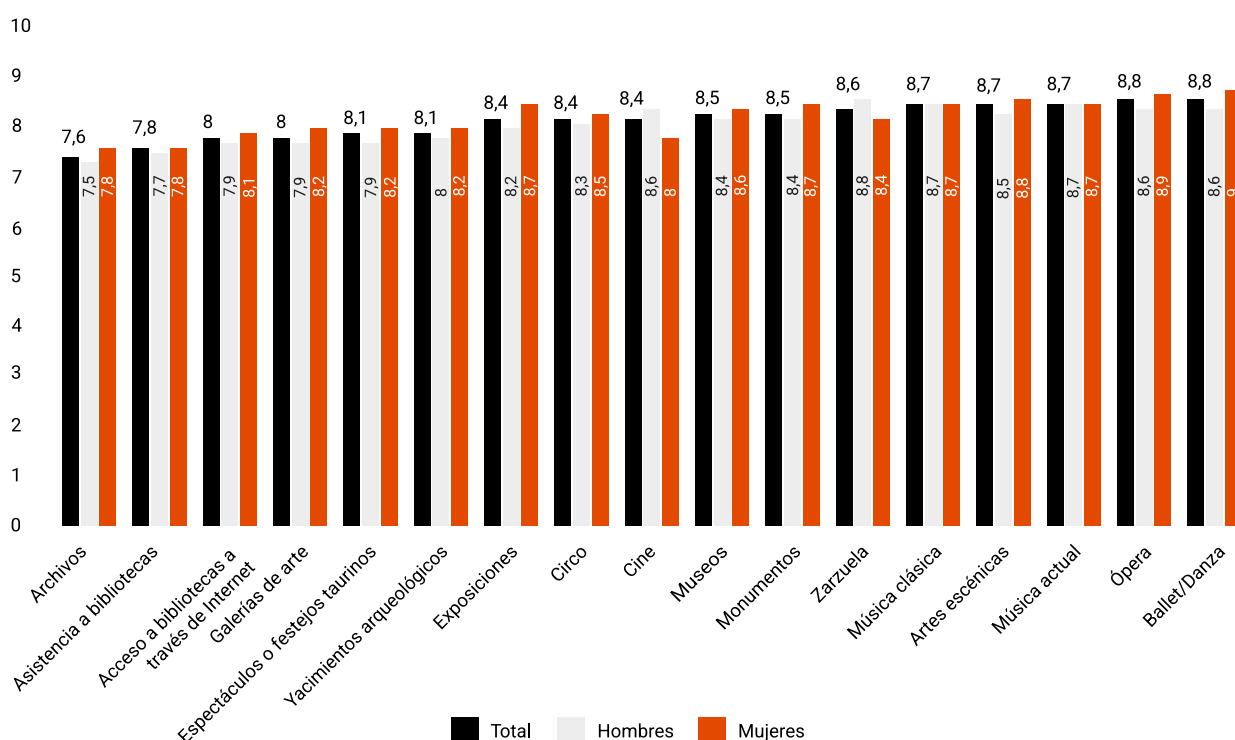
El turismo es un claro ejemplo de las virtuosas relaciones de los SCC con otras actividades económicas. El dinamismo de las actividades relacionadas con el patrimonio y las artes atribuye oportunidades de desarrollo a espacios no centrales como las áreas rurales o ciudades medias. El turista cultural muestra un gasto diario mayor y unas visitas más desestacionalizadas lo que posibilita una mayor distribución de los impactos turísticos sobre el territorio y el tiempo reduciendo los costes de congestión. Pero no es la única relación virtuosa, las acti-

vidades creativas relacionadas con la comunicación (diseño, márketing, nuevos medios, publicidad...) incrementan el valor añadido de cualquier tipo de actividad económica. Y otras interacciones más sutiles y desconocidas pero que tienen un largo recorrido por delante, son las capacidades de las prácticas creativas para promover la innovación en las empresas, el uso de las artes escénicas para identificar liderazgos o solución de conflictos, el entretenimiento creativo como herramienta de "team building" y muchas otras posibilidades.

Otro aspecto clave es la relación entre cultura y bienestar. La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha señalado en diversos estudios el impacto positivo de la cultura en la salud mental y física. En España, según la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales del Instituto Nacional de Estadística (INE), la satisfacción derivada de la participación en actividades culturales es alta, y ha aumentado tras la pandemia, con la música y la danza como dos de las prácticas que generan mayor bienestar.

NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LOS SCC POR TIPO

Escala 0-10, 2021-2022



Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales del Instituto Nacional de Estadística (INE).

c. El reto medioambiental: sostenibilidad y creatividad

Si exceptuamos la producción de papel, las actividades de los SCC se ubican, (comparando con el resto de las actividades económicas) en la franja baja de la intensidad de emisiones de CO₂, pero las posibilidades de mejora son notables. Desde la industria de la moda, con el uso de materiales reciclados y procesos de producción más sostenibles, hasta la organización de eventos culturales con criterios de eco-diseño y reducción de huella de carbono, los sectores culturales están adoptando prácticas más responsables.

Pero lo relevante es que la cultura, como productora de discursos y significados tiene la capacidad de sensibilizar y movilizar a la ciudadanía en torno a los desafíos climáticos. A

través del arte, el cine o la literatura, se pueden transmitir mensajes que generen una mayor conciencia ambiental y fomenten una transición ecológica basada no solo en regulaciones, sino en cambios profundos en la forma de entender el mundo.

Desde una perspectiva más amplia, aunque la cultura no aparece en la agenda 2030 de manera específica, sí puede contribuir a la obtención de la mayoría de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Ya sea mediante la revalorización de prácticas y usos tradicionales (patrimonio intangible) en la solución de problemas ambientales, como la conexión entre artes y dinamismo económico o prácticas culturales y salud, los SCC cuentan con un ingente arsenal de recursos para alcanzar los ODS.

d. Una visión integral del papel de los sectores culturales y creativos

Más allá de su impacto social y ambiental, los SCC tienen un peso económico indiscutible. Su aportación al PIB, el empleo que generan y su dinamismo empresarial los convierten en un sector clave para el desarrollo de España. Sin embargo, a menudo se enfrentan a narrativas erróneas que minimizan su impacto y los presentan como sectores dependientes de la financiación pública.

El crecimiento y consolidación de los SCC requieren medición y análisis rigurosos. La monitorización de su impacto económico es fundamental no solo para visibilizar su contribución, sino también para diseñar políticas eficaces que refuercen su papel en la economía del futuro. La cultura y la creatividad no pueden depender exclusivamente del reconocimiento institucional: es necesario un compromiso transversal que incluya a empresas, administraciones y ciudadanía.

Los sectores culturales y creativos de España tienen un enorme potencial para seguir creciendo y posicionarse como un motor de transformación económica y social. Pero para ello, es imprescindible cambiar la percepción sobre su valor estratégico y apostar decididamente por su desarrollo

1.3. MEDICIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS EN ESPAÑA

España es un país pionero en Europa en la medición del valor económico de la Cultura, y es uno de los pocos países de la Unión Europea que cuenta con una Cuenta Satélite de Cultura. Los primeros intentos se realizaron en los primeros años del siglo XXI, liderados por los servicios de estadística del Ministerio de Cultura, con una metodología desarrollada por

el experto en Contabilidad Nacional, el catedrático de la Universitat de València Ezequiel Uriel, publicando en 2006 el estudio *VECE. El valor Económico de la Cultura en España*. Con estos prototipos y manteniendo la orientación metodológica básicas no será hasta 2009 que se normaliza la operación estadística de la *Cuenta Satélite de Cultura en España (CSCE)*. «Operación estadística de periodicidad anual cuyo objetivo esencial es proporcionar un sistema de información económica que permita estimar el impacto de la cultura sobre el conjunto de la economía española», como se indica en el documento *Cuenta Satélite de la Cultura en España. Metodología*, disponible en la web del Ministerio de Cultura. El ejercicio estadístico desarrollado por la CSCE tiene un gran valor para poner cifras al aporte de la cultura a la economía y complementar los datos de la Contabilidad Nacional de nuestro país.

Trabajos de nivel europeo confirman que España tiene uno de los sistemas de “estadísticas culturales” centralizados en la plataforma *Culturabase* más robustos del continente y que, además, es uno con mayor detalle proporciona los datos desagregados por sexo, tal y como conmina la legislación española. Pero también es cierto que España cuenta con destacados grupos universitarios de investigación centrados en aspectos relacionados con la Economía de la Cultura, así como señaladas fundaciones, academias y asociaciones profesionales o entidades de gestión de derechos de autor que regularmente proporcionan información detallada sobre creación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales.

Sin embargo, ni la CSCE ni muchos estudios actuales en España recogen el perímetro sectorial de los SCC recomendado por el informe *Measuring the Cultural and Creatives Sectors in the EU*, desafío que el presente estudio pretende contribuir a afrontar. Los esfuerzos centrados tanto en medir como visibilizar el impacto económico de los SCC son relativamente recientes y hay que seguir insistiendo

en aumentar su alcance y difusión para que llegue a la sociedad española en su conjunto.

En el presente trabajo se han seleccionado doce indicadores económicos concretos que permiten mostrar el estado de salud de los SCC y por extensión del ecosistema cultural y creativo del país.

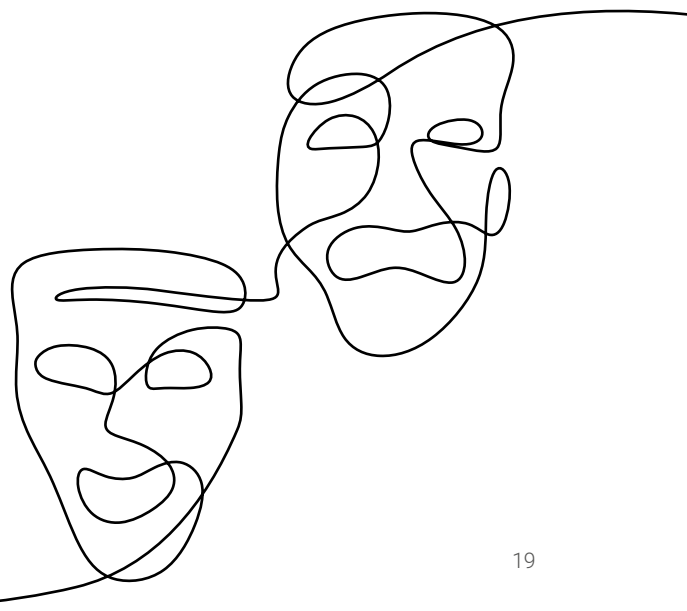
Estos doce indicadores ayudarán a entender la dimensión y el impacto de estos sectores como fuente de crecimiento e innovación, tanto del propio sector como para otros sectores. Se tratará cada uno de estos indicadores por separado, analizando su aportación con la intención de mostrar en qué momento se encuentran y cuál es su tendencia en los últimos años. La temporalidad del análisis de los indicadores parte de 2019 hasta las fechas más recientes. La pandemia de la Covid-19 ha tenido un gran impacto en los SCC, como en otros sectores de la economía, y es necesario ver como estos han respondido desde entonces.

Cada uno de los indicadores tiene un titular y unas ideas fuerza que sirven como resumen de su aportación. Posteriormente, se amplía con información especialmente elaborada por la Fundación Cotec, que pone los resultados en el contexto de algunos de sus estudios sobre el sistema de innovación en España.

El análisis que se recoge en este estudio se aborda principalmente desde el punto de vista de los sectores de actividad económica relacionados con los SCC, tal y como se recomienda en el trabajo encomendado por la Comisión Europea mencionado anteriormente.

Es importante señalar que las limitaciones estadísticas de las fuentes de datos oficiales disponibles dificultan establecer un perímetro homogéneo de los SCC para cada indicador. Los indicadores basados en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) a 3 dígitos ofrecen un perímetro más representativo. Sin embargo, en algunos casos,

las limitaciones estadísticas obligan a utilizar datos a 2 dígitos, lo que puede modificar el perímetro dependiendo del nivel de desagregación disponible.



**INDICA
DORES**

02.



INDICADOR O | PREFERENCIAS EN POLÍTICAS DE GASTO PÚBLICO

LA CULTURA ES LA POLÍTICA QUE MÁS RETROCEDE COMO PREFERENCIA PRESUPUESTARIA DE LOS CIUDADANOS

- A pesar de las crecientes evidencias sobre el impacto de la cultura, la cultura no se encuentra entre las políticas prioritarias de gasto público para los ciudadanos.
- Además, la intensidad de preferencia por esta política ha caído en los últimos años, siendo la opción que más retrocede.
- Aunque esta evolución es muy transversal a nivel territorial, Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla y León son las comunidades autónomas que más valoran esta política de gasto.
- Variables como la situación laboral o la orientación ideológica determinan más la demanda de gasto público en cultura que no la edad o el sexo.

La Encuesta de Percepción Social de la Innovación

La *Encuesta de Percepción Social de la Innovación (EPSI)*, la mayor macroencuesta demoscópica sobre este aspecto realizada en España es un proyecto de la fundación Cotec en colaboración con Sigmados. Desde 2017 y con periodicidad anual pregunta a más de 7.000 ciudadanos sobre diferentes cuestiones relacionadas con la innovación y el desarrollo económico de España.

En 2021 la encuesta incluyó por primera vez un módulo específico de preguntas diseñadas por el Laboratorio de Economía del Comportamiento (LEC) de Cotec que, utilizando una metodología innovadora, permitía asignar una puntuación y derivar una ordenación de las preferencias de la ciudadanía sobre 8 políticas de gasto público.

La publicación *Preferencias de gasto público en la ciudadanía: opiniones versus decisiones* expone la metodología empleada y los principales resultados obtenidos.

Los tres pilares del Estado de Bienestar (Sanidad, Educación y Pensiones, por este orden) lideraban las preferencias de gasto público de los españoles. A continuación, aparecían las políticas de Ciencia e Innovación (I+D+I) y, en quinto lugar, la Cultura, por delante de Medio Ambiente, Infraestructuras y Defensa. La cultura obtenía una valoración de 1,86 puntos sobre un máximo posible de 5 puntos.

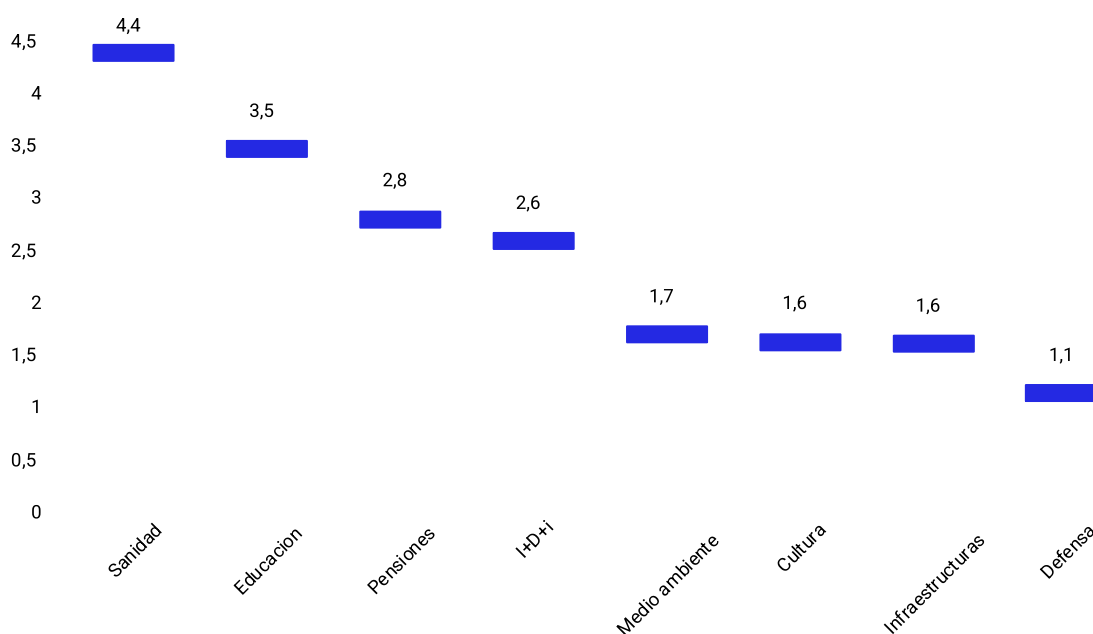
Dos años más tarde (2023) se repitió el mismo experimento y como resultado los ciudadanos situaron la Cultura como la 6ª prioridad de gasto en los presupuestos públicos, únicamente por delante de Infraestructuras y Defensa. La cultura obtenía una valoración de 1,60 puntos, experimentando el mayor retroceso entre todas las políticas de gasto analizadas.

INDICADOR O | PREFERENCIAS EN POLÍTICAS DE GASTO PÚBLICO

En esos dos años, marcados a nivel geopolítico por el inicio del conflicto bélico en Ucrania, aumentó de manera clara la intensidad de preferencia sobre el gasto público en infraestructuras y defensa.

NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LOS SCC POR TIPO

Escala 0-10, 2021-2022

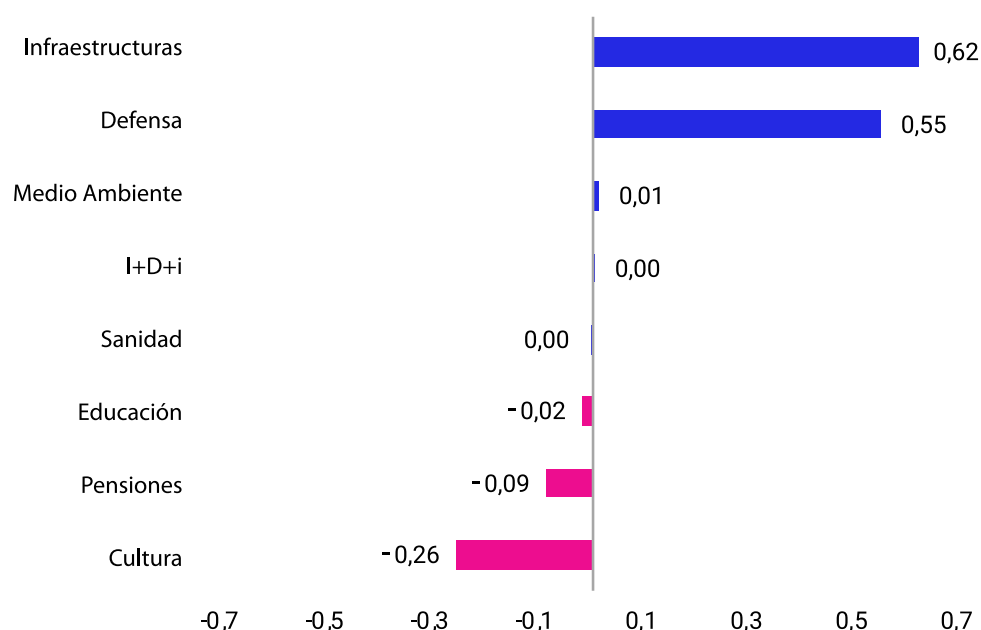


Fuente: VII Encuesta de Percepción Social de la Innovación en España (EPSI), Fundación Cotec para la Innovación.

INDICADOR O | PREFERENCIAS EN POLÍTICAS DE GASTO PÚBLICO

VARIACIÓN DE LAS PREFERENCIAS DE LA SOCIEDAD SOBRE LAS POLÍTICAS DE GASTO ENTRE 2021 Y 2023

Escala 2023 – Escala 2021



Fuente: VII Encuesta de Percepción Social de la Innovación en España (EPSI), Fundación Cotec para la Innovación.

Detalle de los resultados según segmentos de la población

La Encuesta de Percepción Social de la Innovación presenta resultados desglosados por nueve variables: sexo, edad, recuerdo de voto, nivel de ingresos, nivel de estudios, relación con la ocupación, categoría profesional, comunidad autónoma y tamaño de municipio. Además, desglosa los resultados relativos a los ocupados en otras cuatro variables adicionales: sector económico, sector institucional (público o privado), tamaño de la empresa, o tipo de tarea que realizan.

Esto permite monitorizar las opiniones a lo largo del tiempo de un conjunto de en torno a 80 segmentos distintos de la población española.

A nivel territorial se reproduce la evolución a la

baja en la preferencia por el gasto público en cultura observada a nivel nacional. No obstante, existen algunas diferencias entre las comunidades autónomas en cuanto a la valoración de esta política de gasto.

En 2023 los ciudadanos de Cataluña, la Comunidad Valenciana y Castilla y León fueron aquellos que mayor demanda de gasto público en cultura manifestaron, mientras que los de Extremadura, Cantabria y Andalucía fueron los que menos lo hicieron.

De hecho, en un total de 15 de las 17 comunidades autónomas la cultura se situó en el 6ª posición en la jerarquía de preferencia sobre las ocho políticas de gasto analizadas. La Comunidad Valenciana y Castilla-La Mancha fueron las únicas excepciones a esta regla: en estos territorios la cultura se ubicó en quin-

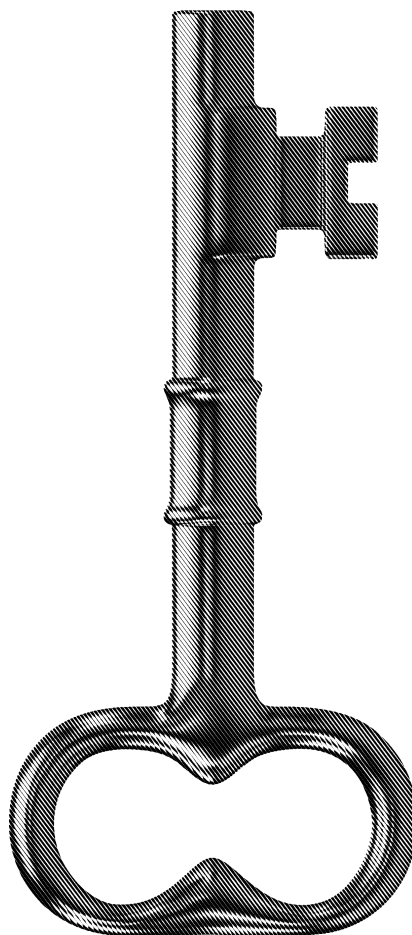
INDICADOR O | PREFERENCIAS EN POLÍTICAS DE GASTO PÚBLICO

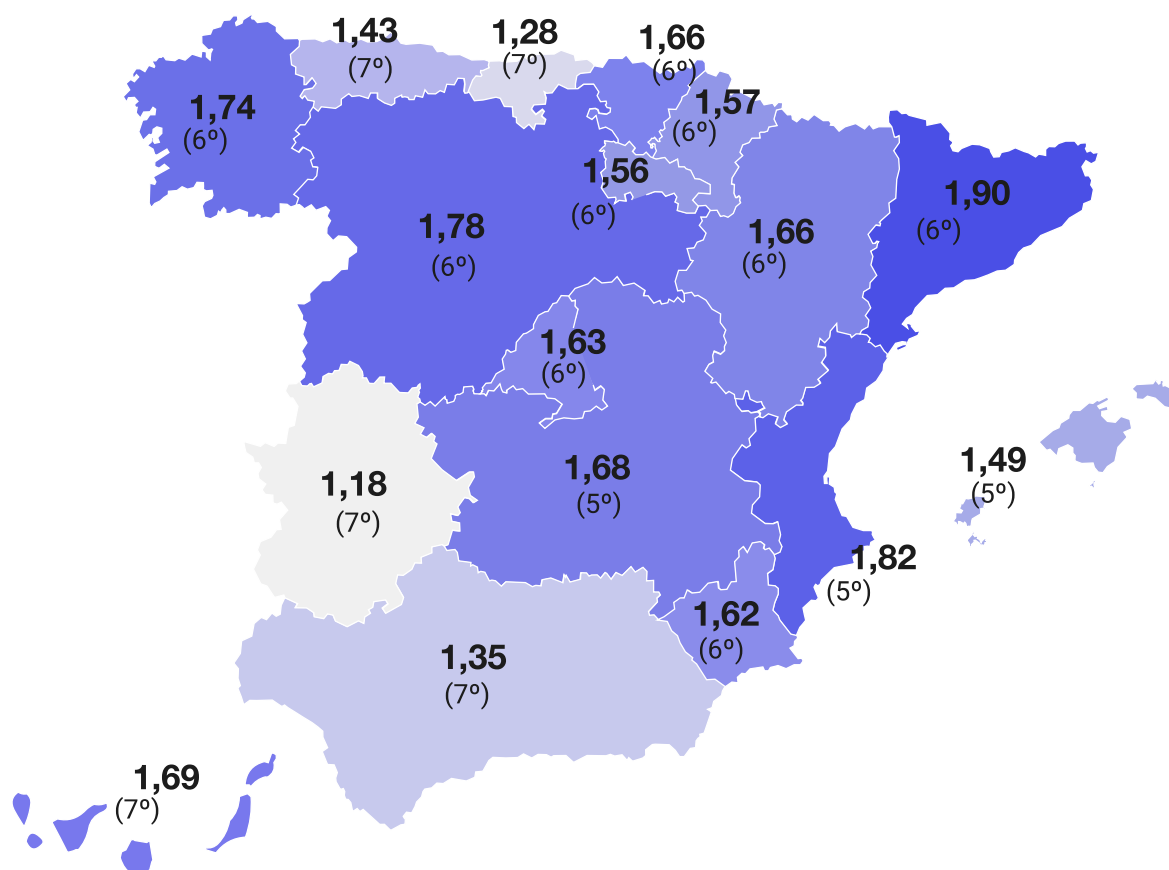
ta posición, por delante de Medio Ambiente, Infraestructuras y Defensa.

La gran mayoría de los 80 segmentos poblacionales sobre los que se dispone de información situaron la Cultura como sexta política de gasto prioritaria en 2023. Hubo, sin embargo, algunos colectivos concretos que la situaron en quinto lugar, por delante de Medio Ambiente. Este fue el caso de las personas mayores de 65 años o las personas con estudios de segundo grado (EGB, bachiller elemental y F.P.I).

En todo caso, resulta interesante constatar como la relación con el empleo o la orientación ideológica son variables que modulan en mayor medida la intensidad de demanda de gasto público en cultura que otras variables como la edad o el sexo.

En un contexto en el que, como se ha descrito, se detecta que la cultura ha sido la política que más ha retrocedido en la jerarquía de preferencias de gasto público de los ciudadanos, consideramos interesante realizar un análisis en profundidad, desde distintos ángulos, sobre la aportación de los sectores culturales y creativos a la economía de nuestro país.

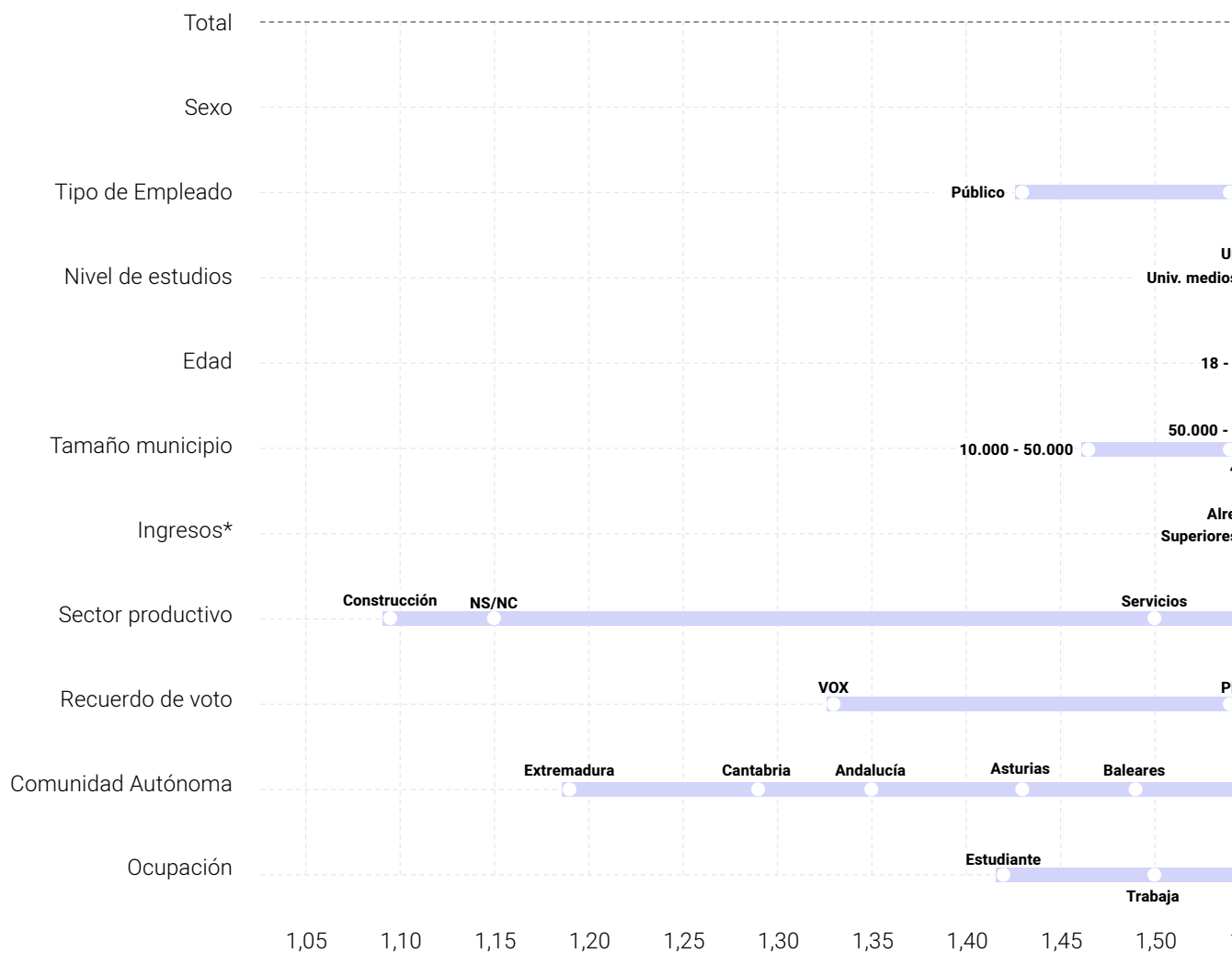


INDICADOR O | PREFERENCIAS EN POLÍTICAS DE GASTO PÚBLICO**MAPA AUTONÓMICO DE LA VALORACIÓN DE LA POLÍTICA DE GASTO DE CULTURA EN 2023**

Fuente: VII Encuesta de Percepción Social de la Innovación en España (EPSI), Fundación Cotec para la Innovación.

INDICADOR O | PREFERENCIAS EN

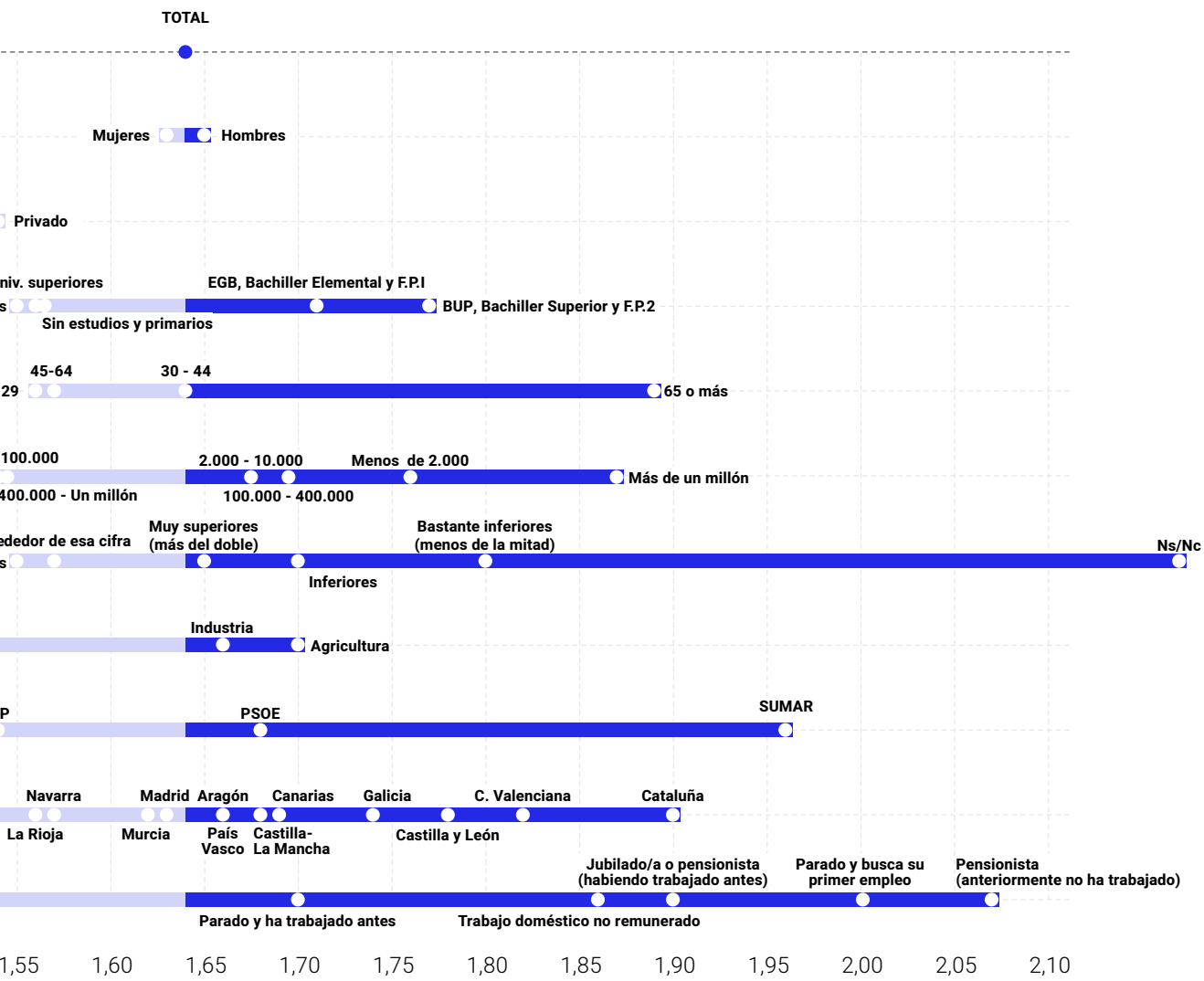
PREFERENCIA DE GASTO PÚBLICO EN CULTURA PARA UN CONJUNTO AMPLIO DE SEGMENTOS DE LA POBLACIÓN. 2023



*. Referencia 30.000€ brutos

► Fuente: VII Encuesta de la percepción social de la innovación en España (EPS)

ANÁLISIS DE POLÍTICAS DE GASTO PÚBLICO



INDICADOR 1 | APORTACIÓN AL VALOR AÑADIDO BRUTO

LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS CRECEN POR ENCIMA DE LA MEDIA DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA TRAS HABER SUFRIDO MÁS INTENSAMENTE LOS EFECTOS DE LA PANDEMIA

- Los sectores culturales y creativos contribuyen más al conjunto del valor añadido generado en España que industrias tan relevantes como la textil, la farmacéutica, o la química. Realizan una aportación anual que, con oscilaciones, se sitúa claramente por encima del 2%.
- El subsector de las industrias culturales es el líder entre los cuatro que componen los SCC, representando en torno al 60% del total, pero el de las industrias de la propiedad intelectual es el que más crece.
- Se trata de sectores más sensibles al ciclo económico. Fueron más afectados por la pandemia – por su elevada presencialidad –, pero se han recuperado por completo y ahora crecen más que la media de la economía. El valor añadido que generaron en 2023 fue un 35% superior al de 2020, frente al avance del 33% del conjunto de la economía.

La Cuenta Satélite de la Cultura 2022

La Cuenta Satélite de la Cultura es la herramienta de referencia que permite aproximar la aportación de los sectores culturales y creativos a la generación de riqueza, evaluando su contribución al conjunto del valor añadido bruto (VAB) español. Se trata de una operación estadística de cuya publicación es responsable el Ministerio de Cultura, en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística (INE), encargado de las Cuentas Nacionales.

En 2022 (datos publicados en noviembre de 2024) los sectores culturales y creativos no habían conseguido recuperar la relevancia económica que tenían antes de la pandemia. Representaban el 2,3% de la producción nacional, por debajo del 2,4% observado en 2019. Esta evolución contrastaba con el au-

mento de peso específico experimentado por otros sectores de la economía en el mismo periodo, de manera evidente en el caso de la industria (de 14,1% a 15,6%) o, en menor medida, en el de las actividades profesionales (de 8,3% a 8,4%).

En todo caso, debe notarse que su aportación al conjunto del valor añadido de la economía siguió siendo superior al de industrias tan relevantes como la textil, la farmacéutica, o la química.

La pérdida de peso económico de los distintos subsectores culturales fue transversal entre 2019 y 2022, con la única excepción de artes plásticas, que lo incrementó, pasando de aportar el 0,49% del VAB al 0,55% (+0,06 puntos porcentuales). El mayor descenso se detecta en el subsector de libros y prensa (-0,06 puntos porcentuales, hasta aportar el

INDICADOR 1 | APORTACIÓN AL VALOR AÑADIDO BRUTO

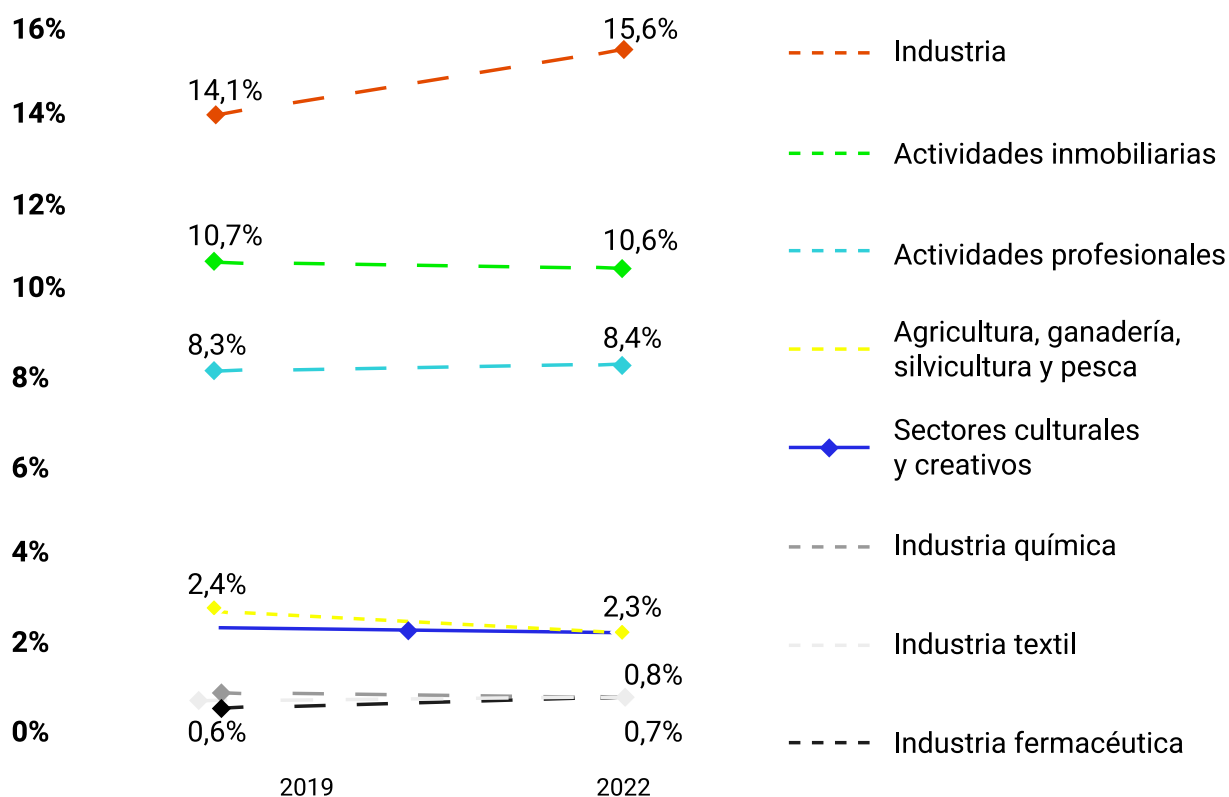
0,2%), seguido de artes escénicas (-0,05 pp, hasta el 2,14%); e interdisciplinar (-0,05 pp, hasta el 0,14%).

Mientras los SCC redujeron su aportación al VAB, sectores como la industria y la administración pública, la educación y la sanidad aumentaron su peso, explicando un desplazamiento en las dinámicas de la economía hacia áreas más esenciales durante la pandemia. En cambio, la pandemia afectó significativamente a subsectores como las

artes escénicas y otros servicios culturales, que dependen de la presencialidad, lo que podría justificar parte de la caída en el VAB de los sectores culturales y creativos.

EVOLUCIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN AL VAB DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS Y EN UNA SELECCIÓN DE OTRAS RAMAS DE LA ECONOMÍA

2019 y 2022, porcentaje

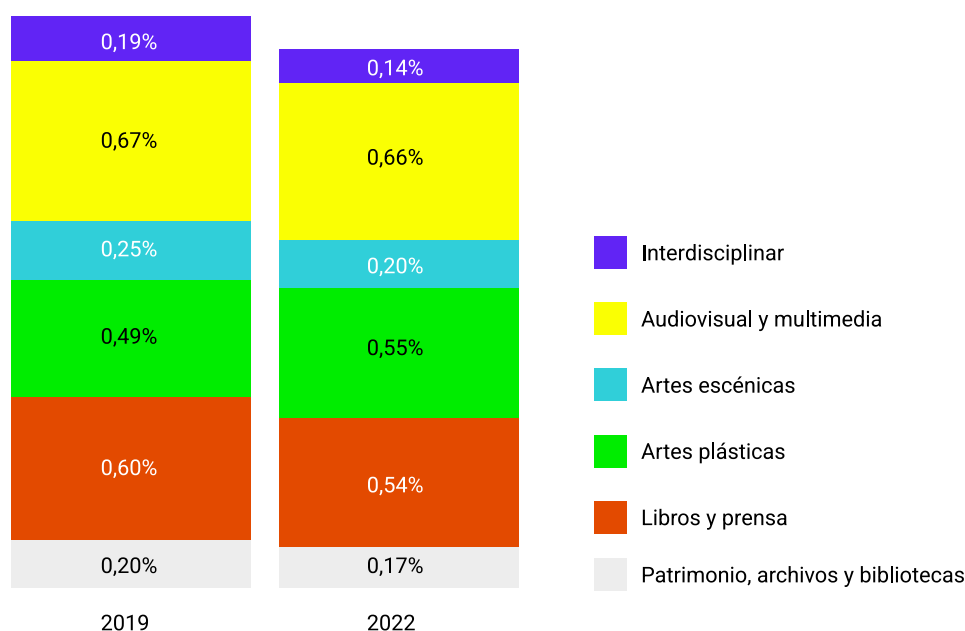


Fuente: Cuenta Satélite de la Cultura (Noviembre 2024), Ministerio de Cultura, Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 1 | APORTACIÓN AL VALOR AÑADIDO BRUTO

VARIACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN AL VAB DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS Y OTROS AGREGADOS DE LA ECONOMÍA ENTRE 2019 Y 2022

2019 y 2022, porcentaje



Fuente: Cuenta Satélite de la Cultura (Noviembre 2024), Ministerio de Cultura, Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

Estimación de la evolución reciente de los SCC

Aunque los resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura son esenciales para conocer la aportación de estos sectores al valor añadido de la economía, presentan la limitación de que, en el momento de cerrar la edición de este informe, solo llegan hasta el año 2022.

Para tratar de analizar su evolución más reciente y poder compararla con la del conjunto de la economía española Econsult (Universitat de València) estima el valor añadido de los sectores culturales y creativos en 2023 aplicando el perímetro de la cuenta satélite de la cultura a las cifras de afiliados a la Seguridad Social. Analizando la serie completa 2019-2023, se constata que los sectores culturales y creativos tienen un comportamiento más procíclico

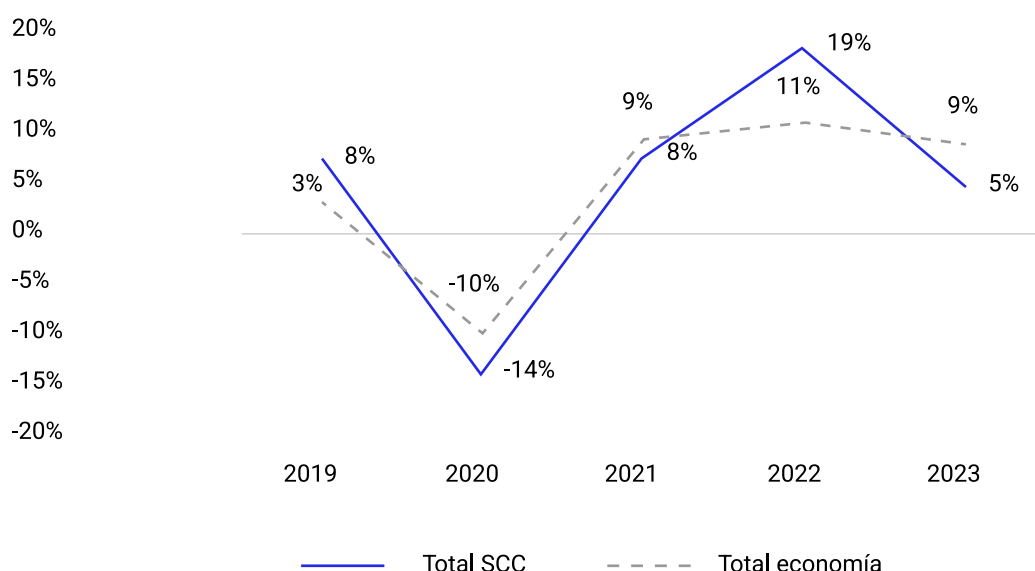
que el conjunto de la economía, creciendo más en las etapas de expansión y retrocediendo en mayor medida en el momento de irrupción de la pandemia de la Covid-19.

De manera coherente con lo que ya apuntaba la Cuenta Satélite, estos sectores experimentaron una caída mucho más pronunciada durante 2020 (-14% de variación interanual en términos nominales frente al -10% del agregado de la economía). Por el contrario, creciendo a ritmo superior que la economía española tanto antes como después de ese año de shock económico y social. En concreto, el valor añadido que generaron en 2023 fue un 35% superior al de 2020, frente al avance del 32,7% del conjunto de la economía.

INDICADOR 1 | APORTACIÓN AL VALOR AÑADIDO BRUTO

TASA DE VARIACIÓN INTERANUAL DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS Y DEL TOTAL DE LA ECONOMÍA DE ESPAÑA

2019 y 2023, porcentaje



Fuente: Econsult (Universitat de València) y elaboración propia.

Evolución reciente de los subsectores de los SCC

Es posible desagregar la aportación al VAB de los cuatro grupos que conforman los sectores culturales y creativos. Se observa que en 2023 el subsector de las industrias culturales es el líder destacado, generando 21.000 millones de euros, en torno al 60% del total. A mucha distancia aparecen las industrias de la propiedad intelectual, que aportan alrededor del 15% (8.000 millones), seguidas de los sectores creativos y el núcleo cultural, que generan cada uno en torno al 8% y 6% con 4.000 y 3.000 millones, respectivamente.

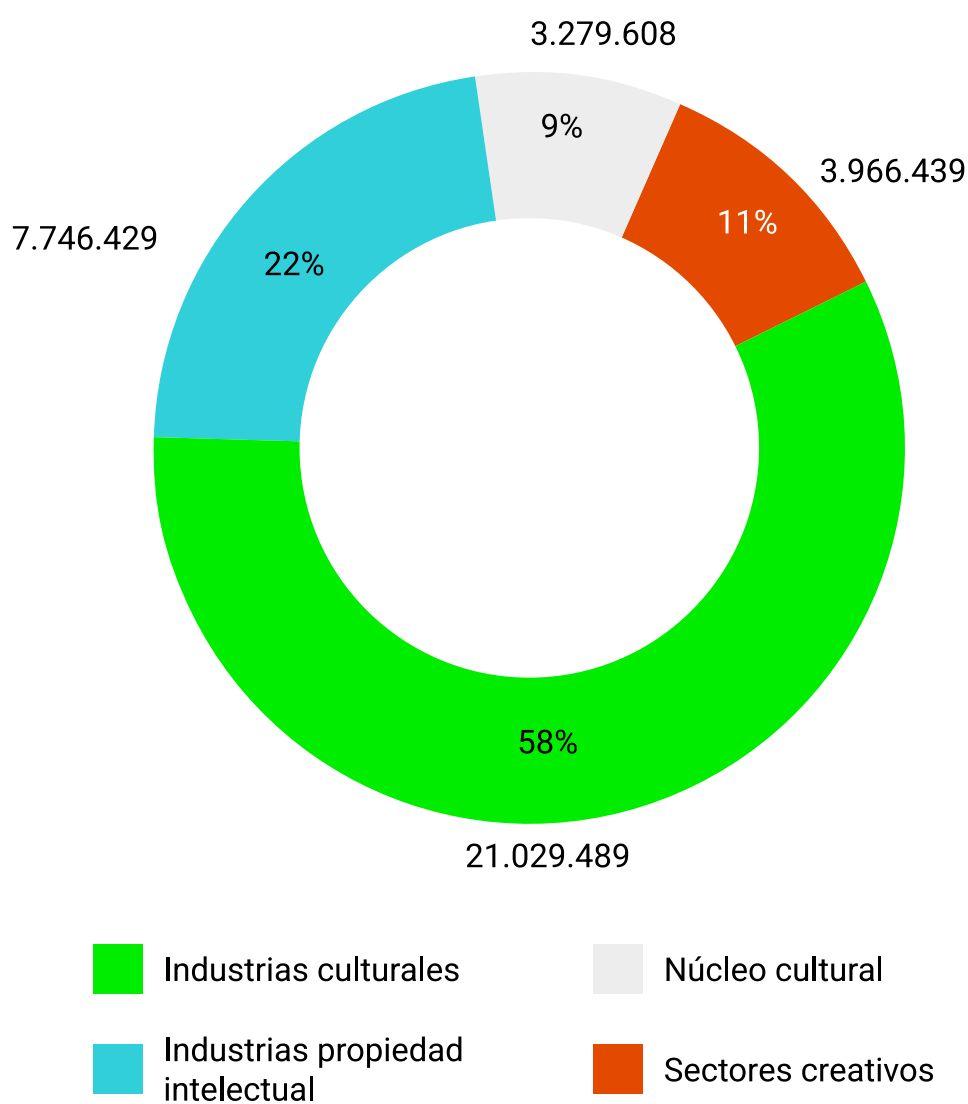
Todos estos grupos acusaron de manera intensa las consecuencias de la irrupción de la pandemia en 2020, pero algunos de manera más pronunciada que otros. En este sentido,

la caída del VAB en el núcleo cultural (-32,7%) y en los sectores creativos (-27,3%) fue mucho más intensa que en las industrias culturales (-10,2%) o en las industrias de la propiedad intelectual (-8,5%). De hecho, este último grupo retrocedió menos que el conjunto de la economía (-10%).

Por otro lado, todos los grupos -con la excepción de las industriales culturales- han conseguido superar el crecimiento del total de la economía entre 2020 y 2023, pero unos han crecido de manera más holgada que otros. Destaca, en este sentido, el impulso del núcleo cultural (+62,2%), los servicios creativos (50,5%) y las industrias de la propiedad intelectual (32,7%), que acumulan un avance mayor que el conjunto de la economía española (+32,7%) en este periodo.

INDICADOR 1 | APORTACIÓN AL VALOR AÑADIDO BRUTO**CONTRIBUCIÓN POR GRUPOS AL VALOR AÑADIDO DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS**

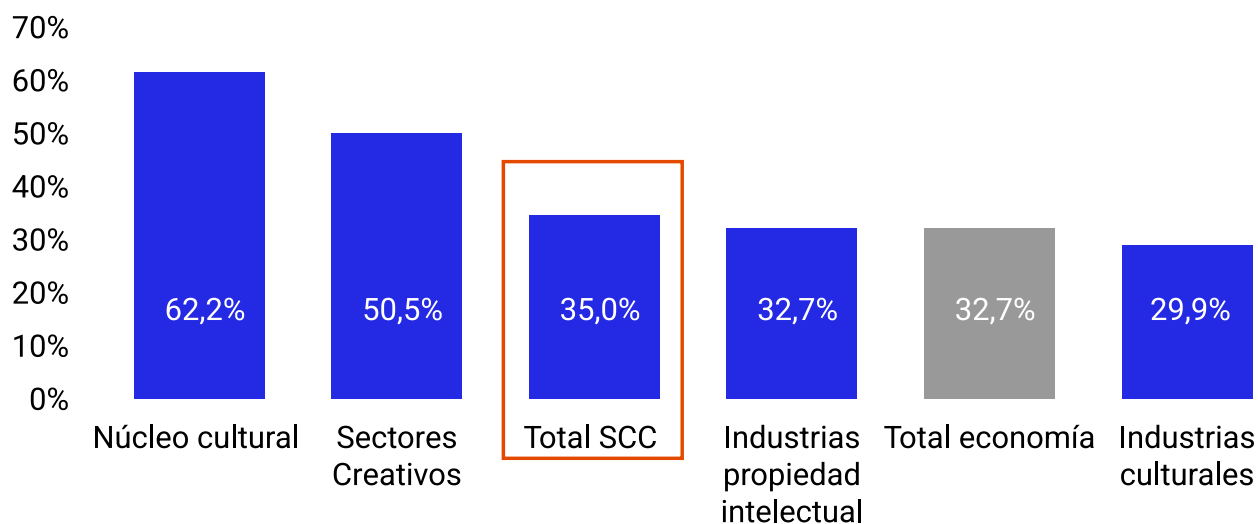
2023, miles de euros



Fuente: Econcult (Universitat de València) y elaboración propia.

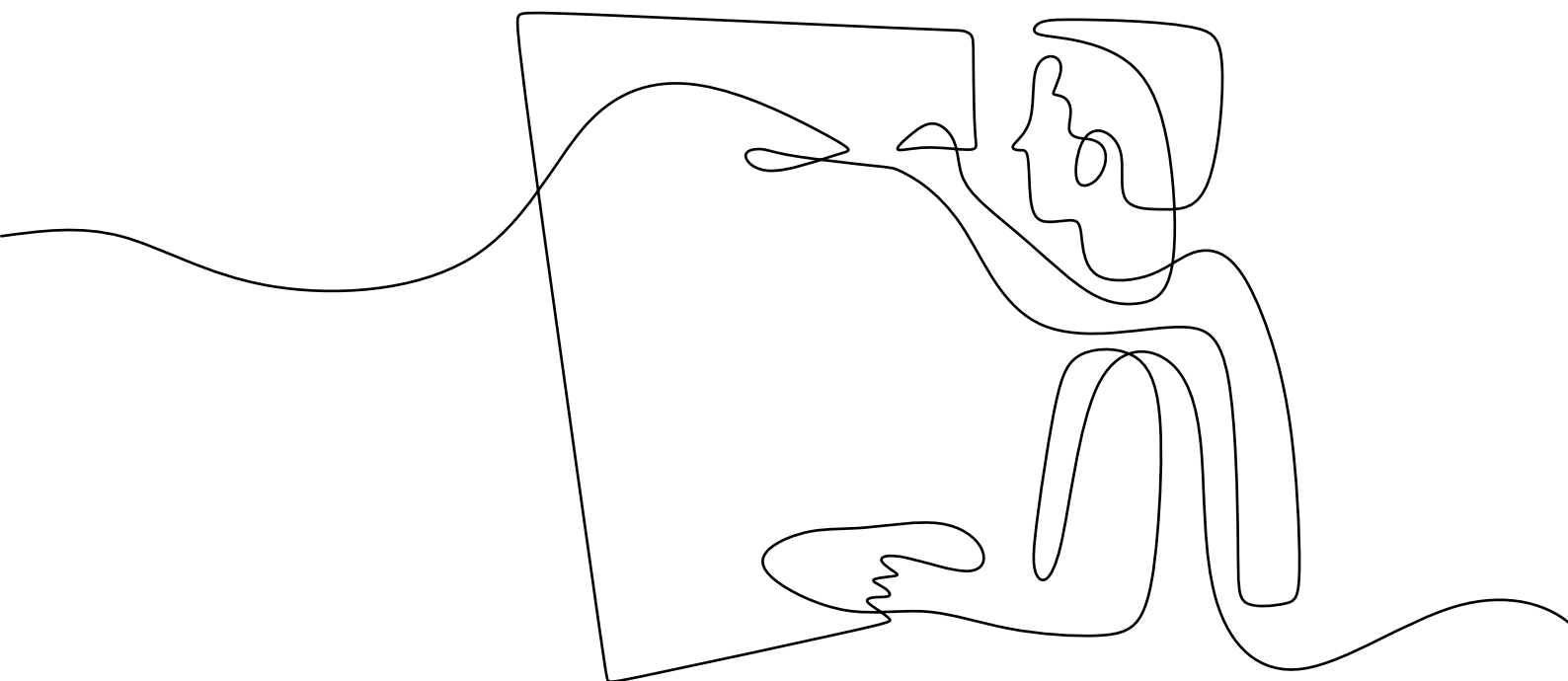
INDICADOR 1 | APORTACIÓN AL VALOR AÑADIDO BRUTO**VARIACIÓN ACUMULADA DEL VAB POR GRUPOS DE LOS SCC Y TOTAL DE LA ECONOMÍA**

2020-2023, porcentaje



Fuente: Econcult (Universitat de València) y elaboración propia.

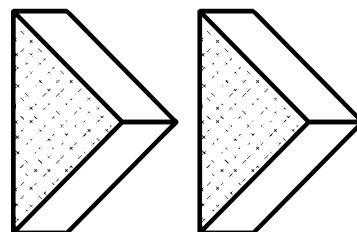
Núcleo cultural



INDICADOR 2 | MULTIPLICADORES ECONÓMICOS (O EFECTO ARRASTRE)

LOS SCC TIENEN UN EFECTO MULTIPLICADOR SOBRE LA ECONOMÍA SUPERIOR AL DEL TURISMO, LA CONSTRUCCIÓN O LA AGRICULTURA.

- El efecto multiplicador de los sectores culturales y creativos sobre la economía española es significativo. Por cada euro de incremento de demanda de sus bienes o servicios, el valor añadido de la economía aumentaría en hasta 1,75 euros, siendo este aumento superior en el caso de los sectores audiovisual y de edición.
- En términos de generación de empleo, por cada millón de euros de incremento en la demanda de los SCC, el empleo aumentaría en 44 nuevos puestos de trabajo.
- Los efectos multiplicadores de los SCC sobre la economía son superiores a los de otros sectores económicos como el turismo, la construcción, la industria manufacturera o la agricultura. Al mismo tiempo, los efectos multiplicadores de los SCC sobre el empleo son superiores a los sectores de la construcción, la industria manufacturera o la agricultura.
- En la comparación internacional, los SCC españoles presentan mayores multiplicadores tanto sobre la economía como sobre el empleo que en otros países desarrollados como Suecia, o Italia.
- Entre los 10 países analizados, España es el segundo con mayor multiplicador sobre el empleo de los sectores de edición y audiovisual.



INDICADOR 2 | MULTIPLICADORES ECONÓMICOS (O EFECTO ARRASTRE)

Los multiplicadores económicos

Hemos visto en el indicador anterior (VAB) como los sectores culturales y creativos generan una parte relevante de la producción anual de bienes y servicios de la economía española. Resulta interesante complementar ese hecho conociendo ahora su efecto arrastre, es decir, aproximarnos al impacto que el crecimiento de los SCC tiene en el crecimiento del resto de los sectores y, por lo tanto, en el conjunto de la economía.

Algunas metodologías han trabajado en este tipo de ejercicios de manera general (Miller y Blair) y otras lo han aplicado al caso concreto de las industrias culturales a nivel internacional (Álvarez-Teresa y Boix-Domènech). Para realizar una aplicación concreta de estos aprendizajes al caso de los SCC en España es necesario partir de la matriz de datos *Inter-Country Input-Output (ICIO)* que elabora la OCDE.

Estas tablas sirven para analizar las cadenas de valor globales de la economía mundial, de forma que se puedan detectar dependencias entre los sectores de la economía de un mismo país, o entre sectores de diferentes países. Concretamente, se tratan de matrices económicas que detallan las interacciones entre los sectores productivos de diferentes países, describiendo cómo los bienes y servicios fluyen dentro y entre las economías a nivel global.

Cada fila y cada columna de la matriz representan un sector de un país concreto. Las filas representan los sectores que producen bienes o servicios (sectores proveedores) y las colum-

nas representan los sectores que demandan esos bienes o servicios (sectores consumidores) como insumo (consumo intermedio para producir un bien o un servicio final). Por lo tanto, cada cruce de la matriz representa qué cantidad de bienes o servicios (medida en términos monetarios) suministra el sector de la fila al sector de la columna.

Además, las matrices incluyen otro tipo de variables relacionadas con la demanda final de los bienes o servicios finales producidos por cada sector en un país concreto, o relacionadas con el valor añadido de un sector, es decir, con la generación de riqueza de ese sector dentro de un país.

La interrelación de sectores que dibujan estas tablas es de enorme utilidad para calcular el efecto de arrastre de un sector concreto sobre el resto de la economía. En este sentido, cuando se produce el incremento de la demanda de un bien o servicio, se puede esperar un **efecto directo** en el propio sector ya que aumentará la producción de ese bien o servicio, un **efecto indirecto** en el resto de los sectores que proporcionan insumos para la producción de ese bien o servicio, y un **efecto inducido** que tiene que ver con el incremento de las ganancias y el gasto de los hogares como resultado del incremento del empleo. La suma de estos tres efectos puede calcularse usando una metodología concreta y proporcionar un **“multiplicador”** como resultado. De esta forma, se puede relacionar el aumento de la demanda de un sector con su efecto en el valor añadido y en el empleo del conjunto de la economía.

1. La fuente original de los datos proporciona las tablas Input-Output usando la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU, o ISIC en sus siglas en inglés) de la ONU (<https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/isic>), pero es una clasificación equivalente al código CNAE.

INDICADOR 2 | MULTIPLICADORES ECONÓMICOS (O EFECTO ARRASTRE)

En este apartado es necesario realizar una aproximación particular de los sectores contenidos en los SCC ya que las tablas *Input-Output* solo están disponibles usando la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE)¹ a dos dígitos, lo que impide realizar una desagregación más precisa de los sectores relacionados con la cultura y la propiedad intelectual. Además, algunos de estos sectores a dos dígitos aparecen agregados, como es el caso de las Artes, Entretenimiento y Recreación que en estas tablas abarcaría el conjunto de las CNAE 90, 91, 92 y 93, impidiendo discriminar cada uno de ellos por separado.

El efecto multiplicador de los sectores culturales y creativos

El efecto multiplicador de los sectores culturales y creativos es significativo para la economía española. Concretamente, por cada euro de incremento en la demanda de sus bienes o servicios los SCC generarían un aumento del valor añadido de hasta **1,75 euros** en el conjunto de la economía.

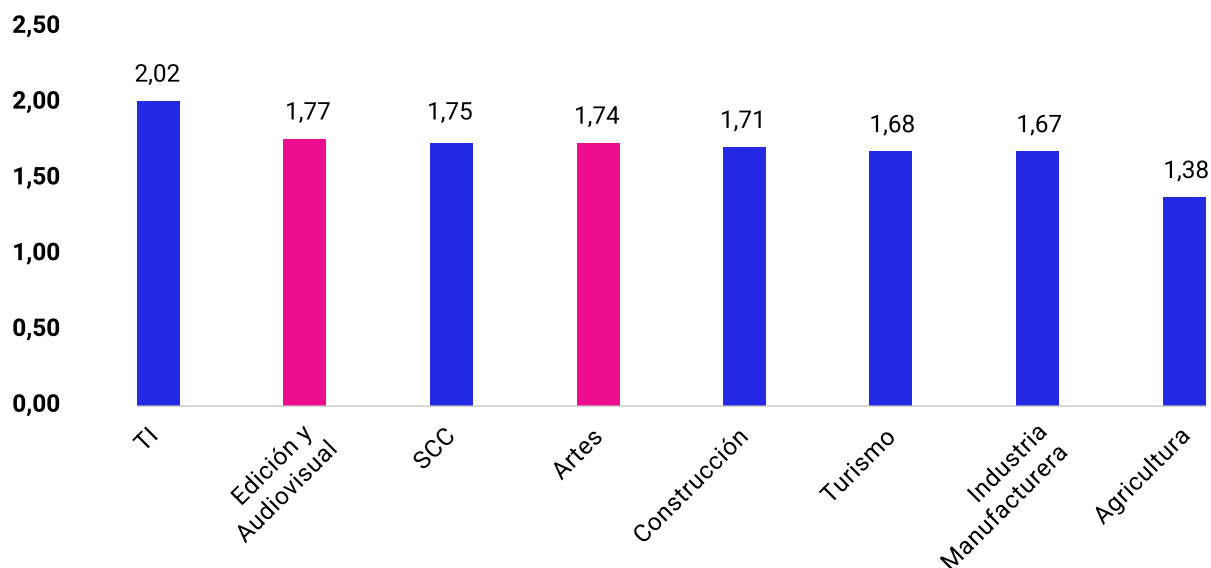
En el caso de los sectores relacionados con la Edición y Audiovisuales, algunas de las ramas de actividad más tradicionales dentro de los SCC, se obtiene que por cada euro de incremento en estos sectores generarían un aumento del valor añadido de **1,77 euros**; de la misma manera en los sectores relacionados con las Artes, Entretenimiento y Recreación, el efecto es ligeramente inferior, logrando una variación de 1,74 euros.

En términos de creación de empleo, si la demanda agregada de los sectores culturales aumentara en un millón de euros se generarían casi 44 nuevos puestos de trabajo en el conjunto de la economía. Si el incremento de demanda de la misma magnitud se produjera en el subsector de las Artes, se generaría también 44 nuevos empleos. Y si ocurriera en el caso del subsector de Edición y Audiovisuales el impacto en términos de empleo sería superior, de hasta 47 nuevos trabajadores.

INDICADOR 2 | MULTIPLICADORES ECONÓMICOS (O EFECTO ARRASTRE)

MULTIPLICADORES TOTALES DEL VALOR AÑADIDO POR SECTOR DE ESPAÑA

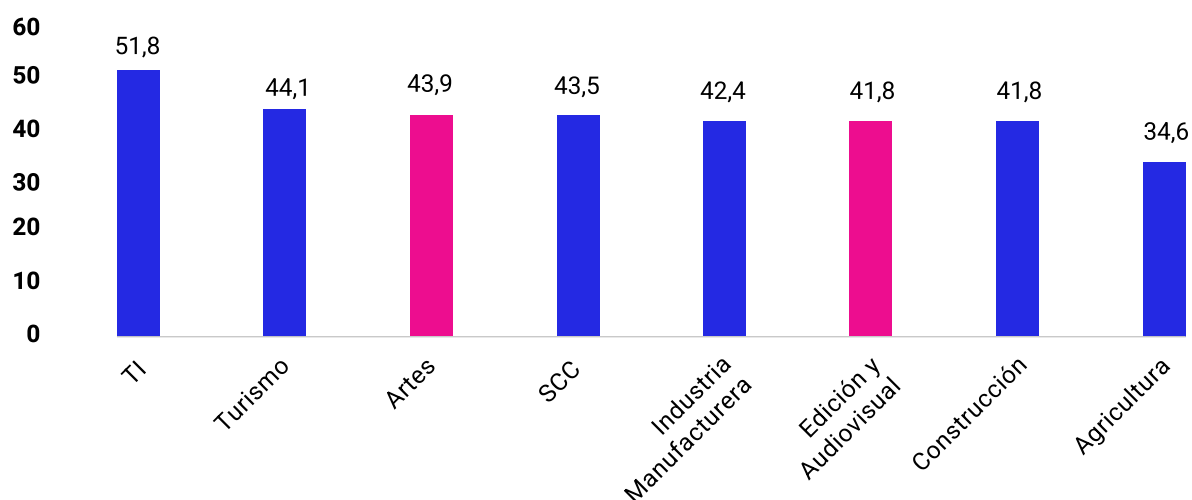
Incremento del valor añadido por euro de demanda incrementado, 2019



Fuente: Tablas Input-Output OECD¹, Econcult (Universitat de València) y elaboración propia.

MULTIPLICADORES TOTALES DEL EMPLEO POR SECTOR DE ESPAÑA

Incremento del Equivalente de Empleo a Tiempo Completo (ETC) por millón euros de demanda incrementado, 2019



Fuente: Tablas Input-Output OECD¹, Econcult (Universitat de València) y elaboración propia.

INDICADOR 2 | MULTIPLICADORES ECONÓMICOS (O EFECTO ARRASTRE)

Se puede observar que el efecto multiplicador de los sectores culturales y creativos se encuentra por delante de otros sectores importantes de la economía española² como la Construcción, el Turismo, la Industria Manufacturera y la Agricultura, pero al mismo tiempo se sitúa por detrás de los sectores relacionados con las Tecnologías de la Información (TI), en un contexto de creciente importancia de los factores productivos digitales en la economía española³.

Resulta interesante poner estas cifras en el panorama internacional, donde la magnitud de estos efectos multiplicadores puede no ser homogénea, al venir determinada por estructuras productivas de distinta naturaleza y con distintos niveles de interacción entre las ramas de actividad que la caracterizan.

De esta manera, en términos de generación de riqueza, los SCC de España producen un efecto multiplicador sobre el conjunto de la economía menor que los SCC de Francia, Estados Unidos y Reino Unido, pero mayor que los SCC de Suecia, Italia, Japón y Grecia. Llama la atención el gran efecto multiplicador que se observa en los subsectores de edición y audiovisuales de Grecia, muy por encima de todos los países comparados.

En términos de empleo, el efecto multiplicador del aumento de un millón de euros sobre la demanda de los sectores culturales y creativos es bastante diferente en los distintos países. En este caso, España se sitúa en la quinta posición, por detrás de Grecia, Reino Unido, Francia y Japón. Pero consigue ascender hasta el segundo lugar si el foco se pone sobre el subsector de edición y audiovisuales, poniendo de manifiesto la relevancia que estas ramas de actividad pueden tener en la creación de empleo en nuestro país.

Es interesante señalar que, en prácticamente todas las economías, el efecto multiplicador del empleo de los sectores relacionados con las artes, el entretenimiento y la recreación está por encima de la edición y audiovisuales, salvo en los casos de Grecia e Italia.

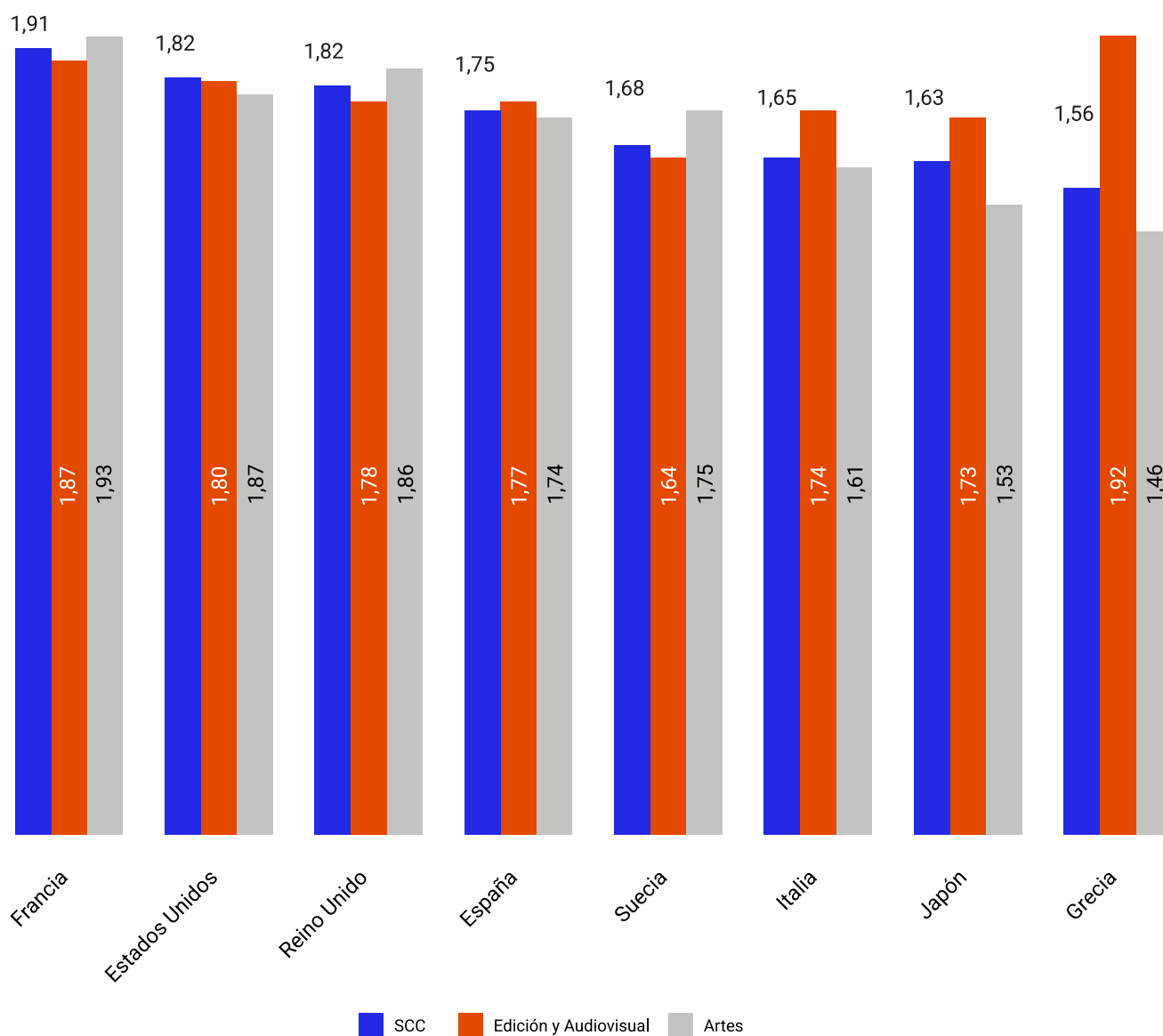
2. Códigos CNAE por sector: Tecnologías de la Información (TI) (62 y 63); Sectores Culturales y Creativos (SCC) (58, 59, 60, 90, 91, 92 y 93); Edición y audiovisual (58, 59 y 60); Artes, Entretenimiento y Recreación (90, 91, 92 y 93); Construcción (41, 42 y 43); Turismo (55 y 56); Industria Manufacturera (10-33); Agricultura (01, 02 y 03).

3. La Economía Digital en España, 2023, Fundación Cotec (<https://cotec.es/proyectos-cpt/la-economia-digital-en-espana-2/>).

INDICADOR 2 | MULTIPLICADORES ECONÓMICOS (O EFECTO ARRASTRE)

MULTIPLICADORES TOTALES DEL VALOR AÑADIDO POR PAÍS Y SECTOR

Incremento del valor añadido por euro de demanda incrementado, 2019

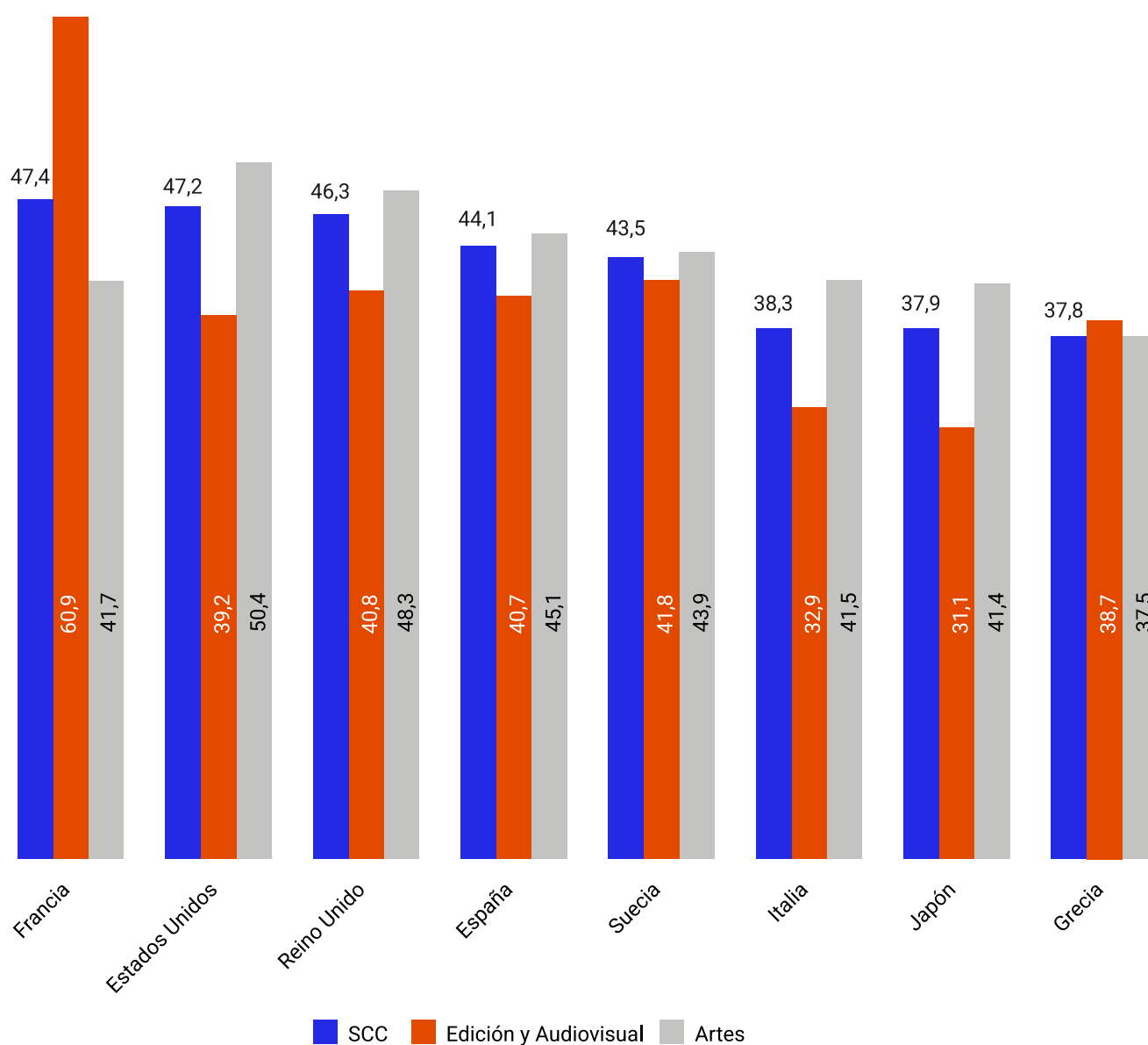


Fuente: Tablas Input-Output OECD¹, Econcult (Universitat de València) y elaboración propia.

INDICADOR 2 | MULTIPLICADORES ECONÓMICOS (O EFECTO ARRASTRE)

MULTIPLICADORES TOTALES DEL VALOR AÑADIDO POR PAÍS Y SECTOR

Incremento del valor añadido por euro de demanda incrementado, 2019



Fuente: Tablas Input-Output OECD1, Econcult (Universitat de València) y elaboración propia.

INDICADOR 3 | PRODUCTIVIDAD

LA PRODUCTIVIDAD ES MAYOR Y, TRAS LA PANDEMIA, CRECE MÁS RÁPIDO EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

- La productividad por trabajador es en torno a un 40% más alta en los sectores culturales y creativos que en el conjunto de los servicios.
- Dentro de los SCC, el grupo más productivo son las industrias de la propiedad intelectual.
- Tras la pandemia la productividad sube en la economía española, pero lo hace en mayor medida en los sectores culturales y creativos (en particular en estos últimos).

Productividad por empleado

La productividad es una magnitud esencial para analizar la eficiencia de los sectores de la economía, al relacionar la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida. Se trata de una variable determinante, considerada la principal fuente de prosperidad económica a medio plazo.

La productividad es el nivel de *output* generado con un determinado nivel de recursos (o de *inputs*). De esta manera, una combinación o gestión óptima de los recursos significa más eficiencia, llevará a una mayor productividad y, en consecuencia, permitirá una mayor creación de riqueza.

Aunque este término puede medirse de diferentes maneras, en este análisis se utiliza la siguiente alternativa: la relación entre el valor añadido a coste de los factores y el personal ocupado medio. Esta fórmula permite calcular, de forma intuitiva, cuánto valor económico genera en promedio cada persona ocupada en los sectores culturales y creativos en cada momento del tiempo, con los recursos que dispone para poder hacerlo.

El valor añadido a coste de los factores se refiere a los ingresos brutos procedentes de las actividades de explotación tras el ajuste por subvenciones de explotación e impuestos indirectos. Por otra parte, el personal ocupado medio representa el número promedio de personas que trabajan en el sector. Al dividir el valor añadido entre el número de trabajadores, se obtiene un indicador que aproxima cuán eficientemente estos sectores utilizan sus recursos humanos para generar riqueza.

La productividad puede aumentar por razones diversas. Si aparece una tecnología más avanzada, los trabajadores pueden realizar sus tareas de manera más eficiente, generando más valor en menos tiempo. También influye la inversión en los llamados activos intangibles, característicos de la economía del conocimiento, como demuestra el informe *La Economía Intangible en España* de Cotec. Por ejemplo, la inversión en formación de los empleados a cargo de la empresa puede permitirles desempeñar su trabajo con mayor eficacia. Por el contrario, la productividad puede disminuir si, por ejemplo, la tecnología se queda obsoleta o si el sector enfrenta una reducción en la demanda de los bienes y servicios que produce,

INDICADOR 3 | PRODUCTIVIDAD

lo que puede llevar a una infrautilización de los recursos disponibles y, por consiguiente, de la capacidad máxima de producción.

El análisis de la productividad es especialmente importante en los sectores culturales y creativos porque estos sectores combinan creatividad e innovación en sus procesos productivos, lo que los hace únicos en comparación con otros ámbitos de la economía. Analizar su productividad no solo permite evaluar la posición de los SCC dentro del conjunto de la economía, sino también identificar ramas de actividad específicas con potencial para potenciar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

La productividad en los sectores culturales y creativos

La productividad media por ocupado en los sectores culturales y creativos fue de 54.469 euros en 2022 (último dato disponible), una cifra notablemente superior al agregado del sector servicios, que en promedio alcanzó los 39.191 euros. Esta diferencia, de en torno al 39%, refleja la capacidad de los SCC para generar mayor valor económico por trabajador, consolidándolos como un sector relevante en términos de eficiencia y generación de riqueza dentro de la economía española.

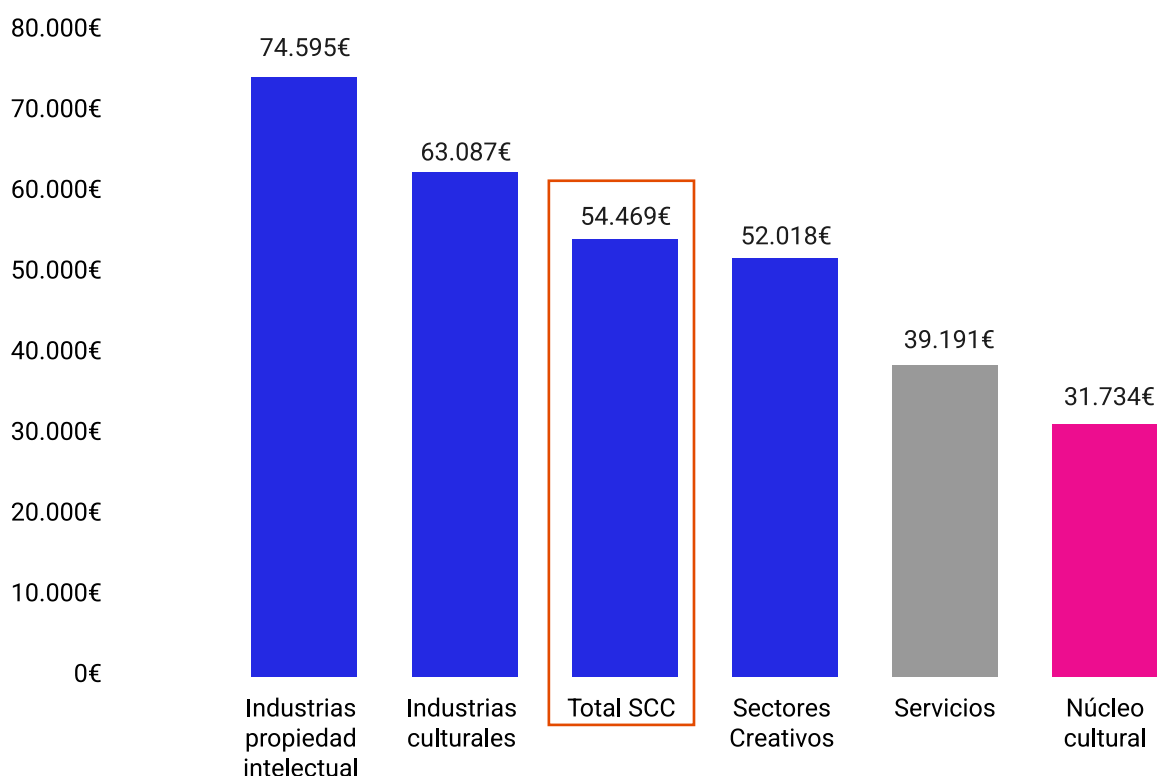
Dentro de los SCC, se observan importantes diferencias entre los subsectores que los componen. Las industrias de propiedad intelectual, con una productividad media por trabajador de 74.595 euros, son las más productivas. Superan en un 37% la media de los SCC, evidenciando el impacto del alto contenido tecnológico del sector en el valor añadido. También destacan las industrias culturales, con 63.087 euros, superando la media de los SCC y casi un 61% por encima del promedio de los servicios.

Los sectores creativos, con 52.018 euros, aunque por debajo del promedio de los SCC, aún se sitúan un 33% por encima de los servicios, consolidándose como un subsector competitivo. Por el contrario, el núcleo cultural, con 31.734 euros, presenta el menor valor añadido de todos los grupos de los SCC, y es el único subsector que se encuentra por debajo de la media de los servicios. La limitada productividad de este bloque refleja las limitaciones de ciertas actividades tradicionales dentro del ámbito cultural, que enfrentan desafíos importantes para aumentar su capacidad de generación de valor añadido.

INDICADOR 3 | PRODUCTIVIDAD

MULTIPLICADORES TOTALES DEL VALOR AÑADIDO
POR PAÍS Y SECTOR

incremento del valor añadido por euro de demanda incrementado, 2019



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

Evolución de la productividad tras la
pandemia

Entre 2019 y 2022 la productividad de los sectores culturales y creativos acumuló un crecimiento del 11,3%, un aumento que es casi 3 veces superior al del conjunto del sector servicios, donde fue del 3,4% en promedio.

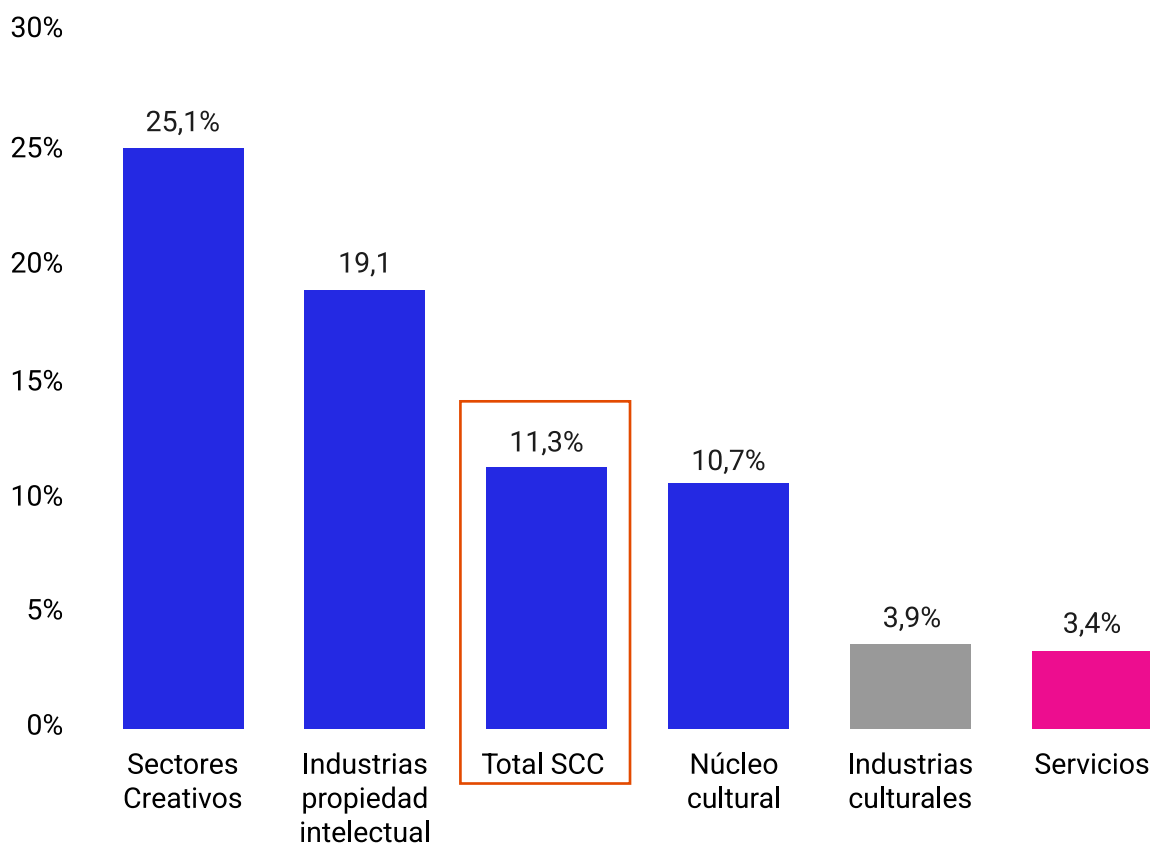
Esta diferencia refleja la capacidad de los SCC para adaptarse y recuperarse de los efectos de la pandemia con mayor dinamismo que los servicios en general, como ya se demostró en el indicador del Valor Añadido de los SCC.

Tras la pandemia tres de los cuatro subsectores en los que se clasifica los SCC presentan tasas de crecimiento de la productividad de doble dígito. Los sectores creativos lideraron el crecimiento con un incremento de la productividad del 25,1%, seguidos por las industrias de propiedad intelectual, con un 19,1%. El núcleo cultural tuvo un crecimiento del 10,7%, situándose también por encima del promedio de los servicios, aunque con un ritmo de recuperación algo más lento en comparación con otros subsectores. Por el contrario, las industrias culturales tuvieron un desempeño más moderado, aunque también superaron el ritmo de avance de la productividad del conjunto del sector servicios.

INDICADOR 3 | PRODUCTIVIDAD

VARIACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN LOS SCC Y SERVICIOS

2019-2024, porcentaje

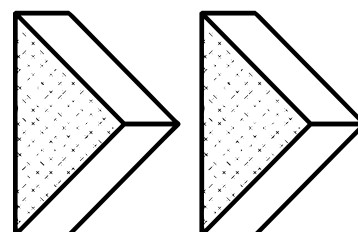


Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 4 | EMPLEO EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

TRAS LA PANDEMIA LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS EMPLEO CREAN EMPLEO A MAYOR RITMO QUE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA

- La cultura y el ocio se prevé como uno de los sectores que más empleo creará en el futuro.
- El ritmo de creación de empleo en los SCC entre 2019 y 2024 ha sido mucho más intenso que en el conjunto de la economía (+17%, frente a +8%).
- Dentro de los SCC, las industrias culturales siguen siendo las que aglutinan el mayor número de afiliados a la Seguridad Social, a pesar del avance reciente de las industrias de propiedad intelectual.
- Se trata de un empleo diferente, más orientado hacia los jóvenes y más masculinizado. Hay mayor proporción de autónomos que en el resto del mercado laboral, y dentro de este colectivo, hay mayor presencia de mujeres en la comparación con el resto de la economía.



INDICADOR 4 | EMPLEO EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

El informe *España 2050. Fundamentos y propuestas para una estrategia nacional a largo plazo* elaborado por la Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia identifica los sectores de “cultura y ocio” junto con los de “sanidad y servicios sociales” como aquellos en los que más consenso hay entre distintos estudios de origen diverso en cuanto a su capacidad para

ganar peso en el mercado de trabajo español del futuro. Tras la pandemia está siendo así en el caso de los sectores culturales y creativos.

PRINCIPALES SECTORES EN LOS QUE CRECERÁ Y DECRECERÁ EL EMPLEO EN ESPAÑA

Fuente	Oliver (2018)	PWC (2013)	Adecco (2016)	CEDEFOP (2018)	Alós (2018)
Sectores que crecerán	Sanidad y Servicios Sociales	Hostelería y restauración	Tecnología e I+D	Comercio	Sanidad y Servicios Sociales
	Industria	Comercio	Turismo y Ocio	Cultura y Ocio	Servicios TIC
	Cultura y Ocio	Cultura y Ocio	Sanidad y Servicios Sociales	Servicios TIC	Cultura y Ocio
Sectores que decrecerán	Comercio	Administración pública	Industria	Agricultura	Banca y Seguros
	Administración pública	Agricultura	Construcción	Servicios profesionales	Tareas administrativas
	Educación	Industria	Comercio	Administración pública	Industria

Fuente: Elaboración propia a partir de los estudios citados.

INDICADOR 4 | EMPLEO EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

Dinamismo laboral tras la pandemia

Tras la pandemia el mercado de trabajo español registra niveles máximos de afiliación a la Seguridad Social, acompañados de ciertas evidencias (aunque todavía de alcance limitado) de transformación de la estructura productiva. Así lo detecta el “Mapa del empleo tecnológico” de Cotec, que identifica un mayor vigor de las ramas de actividad más intensivas en tecnología.

De manera coherente con el dinamismo observado en la creación de empresas (y en la generación de compañías gacela) los sectores culturales y creativos también destacan en este favorable contexto.

En el mes de junio de 2024 contaban con 720.000 afiliados a la Seguridad Social, unos 105.000 más que los registrados en el mismo mes de 2019, lo que supone un crecimiento acumulado del 17%. Este avance es particularmente significativo, ya que supera ampliamente el incremento agregado del conjunto de los afiliados, que fue del 8%. De esta manera, los SCC han ganado peso en el total del empleo, pasando de representar el 3,26% del total en 2019 al 3,34% en 2024.

El avance que se observa es transversal en las cuatro grandes categorías en las que se dividen los sectores culturales y creativos, aunque se produce en intensidad distinta. En tres de ellas el crecimiento en el volumen de afiliados es superior al del conjunto del empleo (8%): industrias de propiedad intelectual lidera con un incremento del 51%, seguida de los sectores creativos (21%) y el núcleo cultural (17%). La excepción serían las industrias culturales, que, aunque hoy cuentan con más afiliados que antes de la pandemia, registran un aumento menor que el conjunto de la economía.

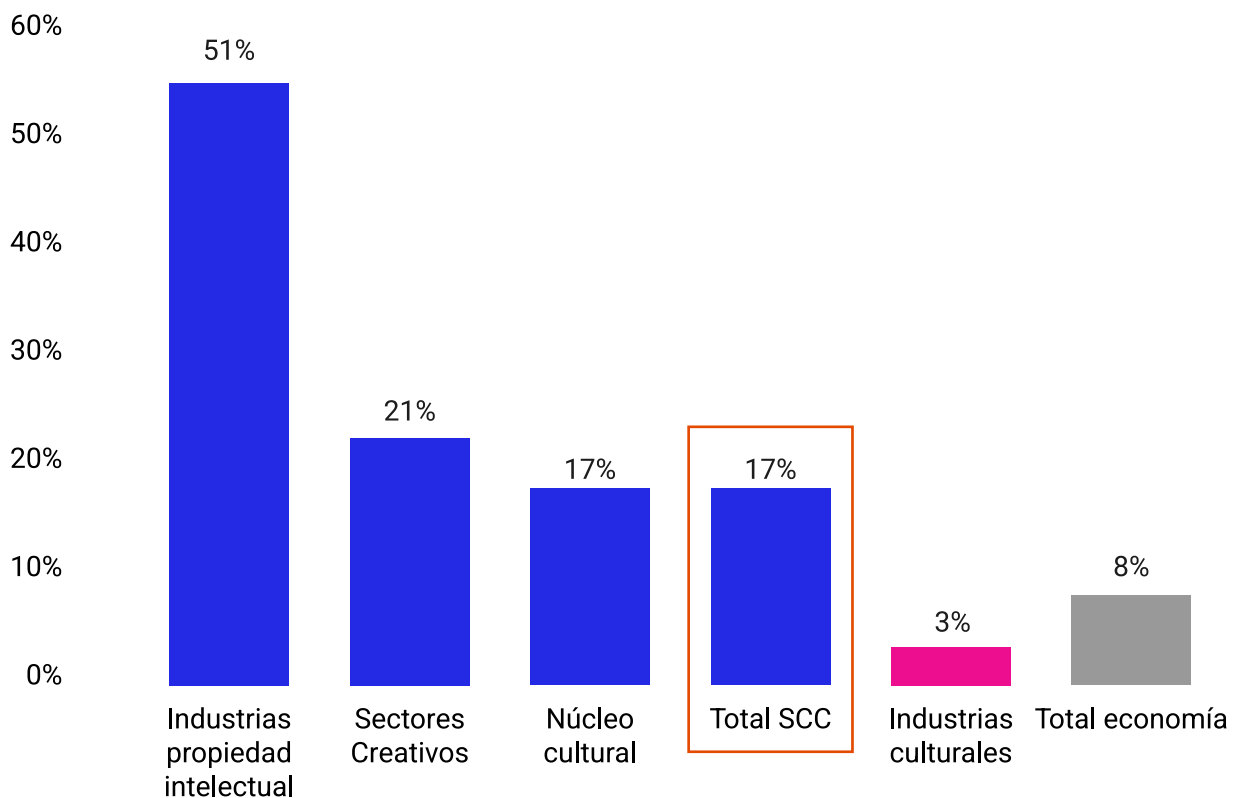
En concreto, los 105.000 nuevos empleos se distribuyen de la siguiente manera: 42.000 en industrias de propiedad intelectual, 35.000 en los sectores creativos, 21.000 en el núcleo cultural y 7.000 en las industrias culturales.

Sin embargo, y a pesar de su crecimiento reciente, las industrias de propiedad intelectual siguen siendo el grupo más pequeño en términos de empleo entre los cuatro considerados (con 123.000 afiliados, el 17% del total). En este sentido, las industrias culturales (con 251.000 afiliados, el 35% del total) lideran el empleo en los SCC, seguidas de los sectores creativos (200.000, el 28%) y el núcleo cultural (145.000, el 20%).

INDICADOR 4 | EMPLEO EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

VARIACIÓN EN EL NÚMERO DE AFILIADOS DE LOS SCC Y DEL TOTAL DE LA ECONOMÍA (JUNIO 2019 – JUNIO 2024)

Junio de 2019 – Junio de 2024, porcentaje



Fuente: Datos de Afiliación de la Seguridad Social y elaboración propia.

Caracterización del empleo en los sectores culturales y creativos

Más allá de la evolución tras la pandemia del empleo en los SCC, resulta interesante profundizar en las características singulares que caracterizan este tipo de afiliados en comparación con el resto del mercado laboral.

Los afiliados en los SCC tienden a ser ligeramente más jóvenes que el promedio del mercado de trabajo español. Un 54,9% de ellos tiene menos de 45 años, frente al 50,1% registrado en el conjunto de la economía. Este dato

es alentador, ya que refleja una mayor presencia relativa de jóvenes en los SCC, lo que podría indicar mayor capacidad de adaptación a nuevas tendencias. Sin embargo, es igualmente importante analizar la situación de renta en los SCC, un aspecto que se abordará más adelante al explorar otros indicadores.

Por otra parte, se trata de un empleo que está relativamente más masculinizado. El 44,7% de los afiliados en los SCC son mujeres, por debajo del 47,3% del conjunto del mercado de trabajo. Aun así, esta distribución de los afiliados

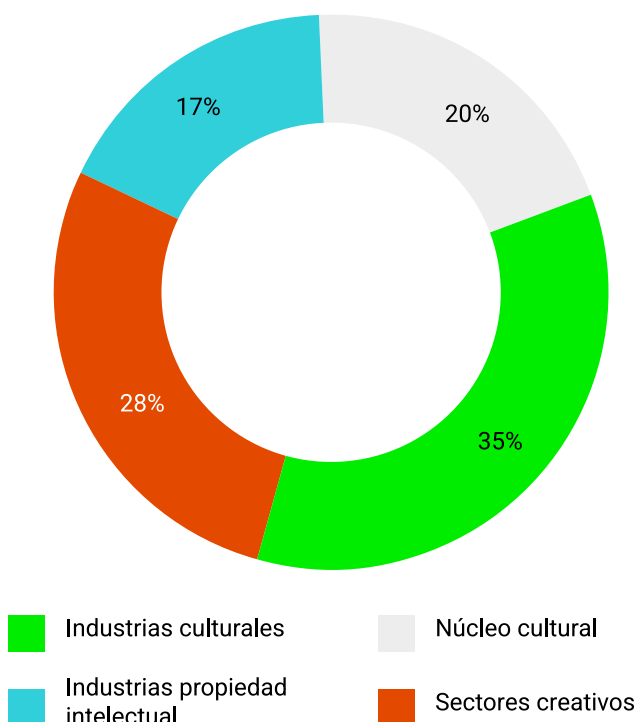
INDICADOR 4 | EMPLEO EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

por sexo se considera cercana a la paridad. En ninguno de los cuatro grupos en los que se clasifica los SCC hay más mujeres que hombres, y solo en uno no se alcanza la paridad de sexo. El grupo más equilibrado es el de los sectores

creativos, con un 49,9% de mujeres, mientras que el más desequilibrado es el de las industrias de la propiedad intelectual, con tan solo un 29,2% de mujeres afiliadas.

COMPOSICIÓN DEL NÚMERO DE AFILIADOS DE LOS SCC POR GRUPOS

Junio de 2024



Fuente: Datos de Afiliación de la Seguridad Social y elaboración propia.

COMPOSICIÓN POR RANGO DE EDAD DE LOS AFILIADOS EN LOS SCC

Junio de 2024

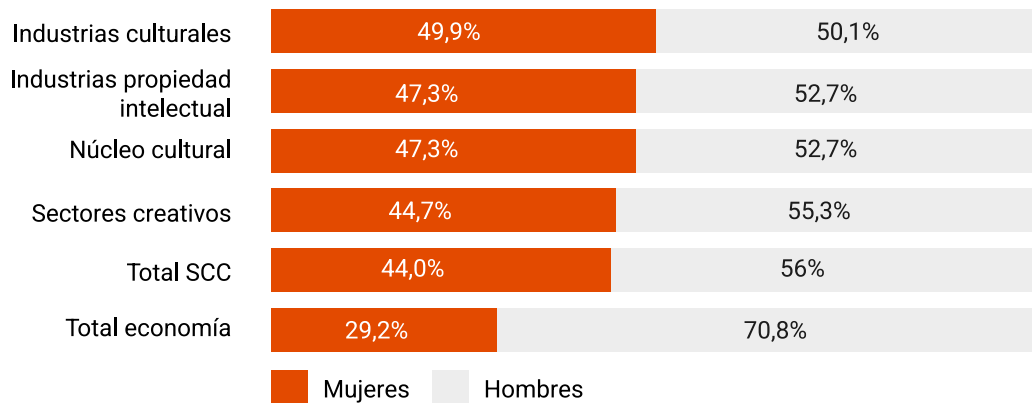


Fuente: Datos de Afiliación de la Seguridad Social y elaboración propia.

INDICADOR 4 | EMPLEO EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

COMPOSICIÓN POR SEXO DE LOS AFILIADOS EN LOS SCC

Junio de 2024



Fuente: Datos de Afiliación de la Seguridad Social y elaboración propia.

Por último, en consonancia con lo recogido en el indicador de empresas, que demostraba que en los SCC hay una mayor proporción de empresas sin asalariados, constatamos que hay un porcentaje mayor de trabajadores autónomos que en el conjunto del mercado de trabajo.

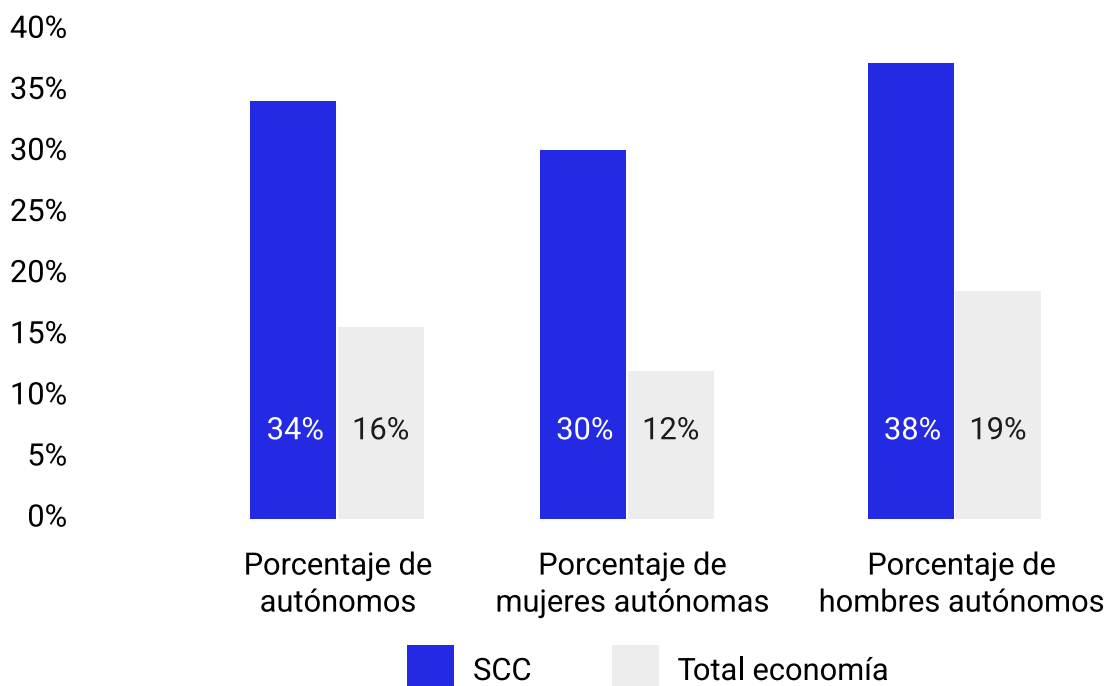
En concreto, el 34% de los trabajadores en los SCC son autónomos, una cifra más de dos veces superior que en el conjunto de la economía (16%). Hay mayor proporción de autónomos que en el resto del mercado laboral, y dentro de este colectivo, hay mayor presencia de mujeres en los SCC en la comparación con el resto

de la economía. En los hombres, hay el doble de autónomos en los SCC que en el resto de la economía (38% frente a 19%). Mientras que, para el caso de las mujeres, encontramos 2,5 veces más de autónomos en los SCC que en el resto de la economía (30% frente a 12%).

INDICADOR 4 | EMPLEO EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

COMPOSICIÓN POR RANGO DE EDAD DE LOS AFILIADOS EN LOS SCC

Junio de 2024



Fuente: Datos de Afiliación de la Seguridad Social y elaboración propia.



INDICADOR 5 | SALARIOS EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

REMUNERACIÓN MEDIA MÁS ALTA PERO GRAN DISPERSIÓN SALARIAL EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

- El salario medio de los trabajadores por cuenta ajena (autónomos excluidos) de los SCC es superior al del promedio de economía.
- En todo caso, existen grandes diferencias salariales entre las distintas ramas de actividad. En particular, entre el sector audiovisual y otras actividades como la creación artística o las bibliotecas y museos.
- Y, dentro de la mayoría de las ramas, se observa una dispersión salarial más pronunciada entre los que más ganan y los que menos que en otros sectores de la economía.
- En positivo destaca el hecho de que todas las ramas de actividad presentan una brecha salarial de género inferior al resto de sectores de la economía.

Para analizar los salarios en los sectores culturales y creativos se utiliza la Encuesta de Estructura Salarial (EES) del Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta encuesta proporciona información detallada sobre la remuneración media, la distribución salarial y otras características sociodemográficas de los trabajadores en distintas actividades económicas, lo que la convierte en una herramienta clave para comprender las diferencias salariales entre los sectores.

En este apartado se realiza una aproximación a los SCC mediante la clasificación CNAE a dos dígitos, abarcando las siguientes ramas:

- **58:** Edición.
- **59:** Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical.

- **60:** Actividades de programación y emisión de radio y televisión.
- **90:** Actividades de creación, artísticas y espectáculos.
- **91:** Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales.

Es importante destacar que esta clasificación no permite capturar todas las actividades incluidas en los SCC debido al nivel de desagregación de los datos disponibles. Sin embargo, representa la mejor aproximación posible dentro del marco estadístico actual. Además, la Encuesta de Estructura Salarial no incorpora a los trabajadores autónomos, que, como hemos visto, tienen mayor presencia en los SCC, por lo que este análisis se centra exclusivamente en los trabajadores por cuenta ajena. Parece pertinente complementar el análisis

INDICADOR 5 | SALARIOS EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

sobre el notable crecimiento del empleo en los sectores culturales y creativos poniendo foco ahora sobre las dinámicas salariales que los caracterizan.

Salario medio de los sectores culturales y creativos

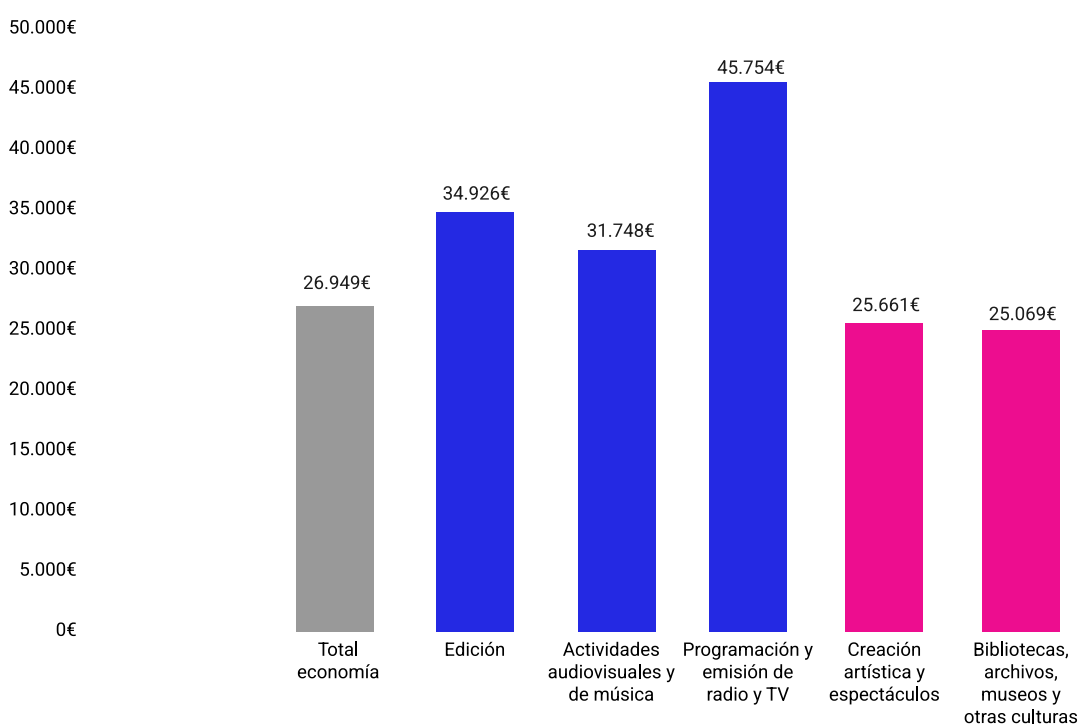
El salario medio de los trabajadores por cuenta ajena en los sectores culturales y creativos presenta una notable heterogeneidad entre las distintas ramas de actividad que lo conforman. Tres de las cinco ramas de actividad de los SCC aquí analizadas presentan salarios medios brutos claramente por encima de la remuneración promedio de la economía (26.949 euros anuales en el año 2022).

La rama con el salario más elevado es la de programación y emisión de radio y televisión, con una media de 45.754 euros, destacándose claramente por encima del resto de categorías, lo que podría deberse a las mayores exigencias técnicas y de formación avanzada requeridas en este ámbito. Le sigue el sector de edición, con un salario medio de 34.926 euros, y el de actividades audiovisuales y de música, con 31.748 euros.

Por otra parte, las ramas de actividad de creación artística y espectáculos (25.661 euros) y bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales (25.069 euros) tienen salarios medios próximos, que se sitúan por debajo de la media de la economía. En definitiva, el salario medio en estas ramas es un 50% inferior que en la rama de programación y emisión de radio y televisión.

SALARIO MEDIO BRUTO ANUAL DE LOS SCC Y DEL TOTAL DE LA ECONOMÍA

Euros, 2022



Fuente: Encuesta de Estructura Salarial (EES) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 5 | SALARIOS EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

Distribución salarial

Además, dentro de la mayoría de estas cinco ramas de los sectores culturales y creativos, se observa una dispersión salarial más pronunciada entre los que más ganan y los que menos que en otros sectores de la economía.

Para comparar las distribuciones salariales de distintas ramas de actividad resulta útil fijarse en sus respectivos percentiles 10 y 90. El percentil 10 determina el nivel de salario por debajo del cual se encuentra el 10% de los trabajadores, aquellos que menos cobran. Por su parte, el percentil 90 determina el nivel de salario por encima del cual se encuentra el 10% de los trabajadores, aquellos que más cobran.

El umbral salarial en el percentil 10 en las ramas de creación artística y espectáculos (tan solo 6.025 euros), y en bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales (situado en 10.134 euros) es significativamente inferior que el que corresponde a la media de economía (10.657 euros). Hay, por lo tanto, salarios particularmente bajos en algunos ámbitos de los sectores culturales y creativos.

Sin embargo, si fijamos la atención en el otro extremo de la distribución de salarios, observamos como el umbral salarial que se corresponde con el percentil 90 es en 4 de las 5 ramas superior (o claramente superior) que el de la media de la economía (48.217 euros). En este sentido, únicamente el grupo de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales presenta un umbral salarial inferior (42.810 euros).

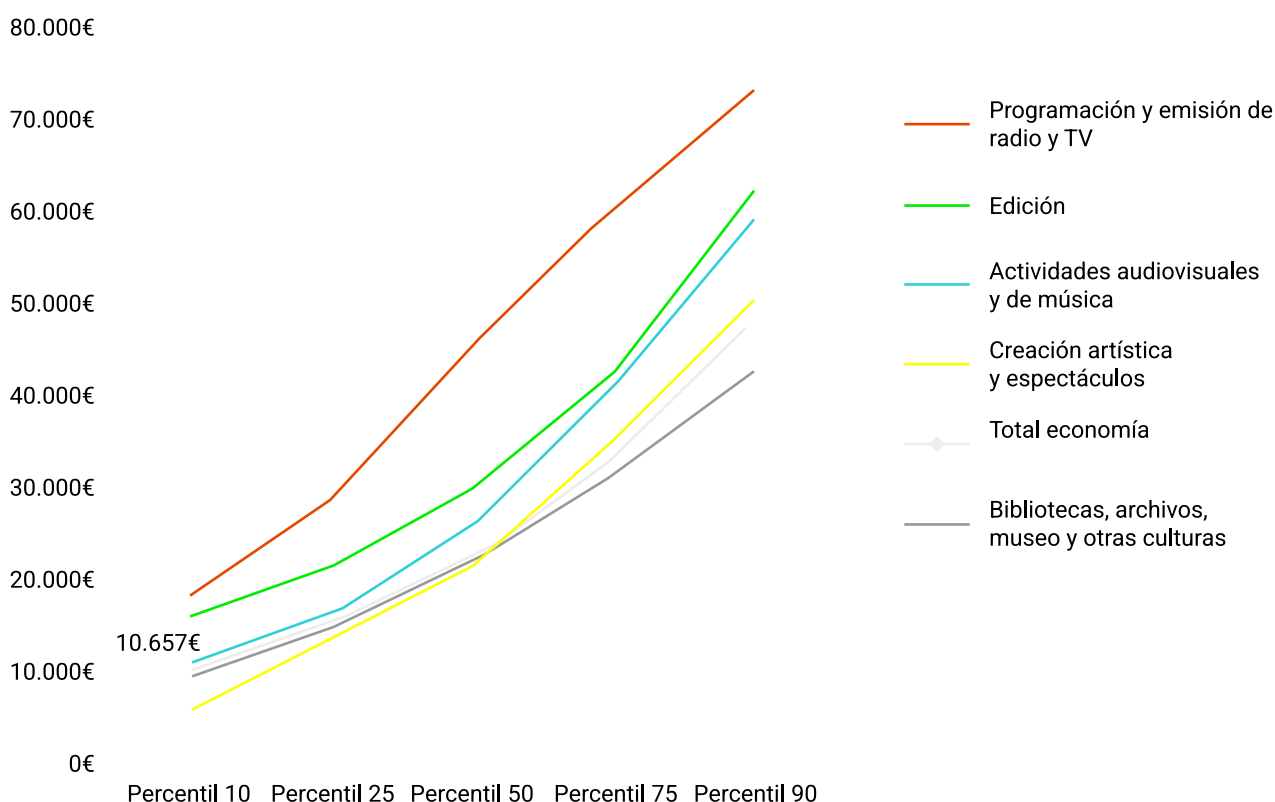
En definitiva, el rango que dibujan los salarios más altos y los más bajos es mucho más amplio en todas las ramas analizadas de los servicios culturales y creativos que en el promedio de la economía, con la excepción de la categoría de bibliotecas y museos, con una mayor compresión salarial, seguramente por su preponderante naturaleza pública.

En concreto, la rama de actividad de programación y emisión de radio y televisión registra la mayor dispersión salarial, con remuneraciones que oscilan entre los 18.270 euros en el percentil 10 y los 73.227 euros en el percentil 90. Esto refleja la coexistencia de puestos de distinto nivel de especialización.

INDICADOR 5 | SALARIOS EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

SALARIO MEDIO BRUTO ANUAL DE LOS SCC Y DEL TOTAL DE LA ECONOMÍA POR PERCENTILES

Euros, 2022



Fuente: Encuesta de Estructura Salarial (EES) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

Brecha salarial de género

Todas las ramas de actividad de los sectores culturales y creativos analizadas presentan una brecha salarial de género, la diferencia porcentual entre el salario medio de los hombres y las mujeres, menor que la del promedio de la economía española (que es del 20,6%).

Aunque la brecha sea siempre menor, no es homogénea entre los distintos grupos. Es prácticamente inapreciable en el caso de la rama de la creación artística y espectáculos (1,6%), limitada en el caso de las bibliotecas y museos

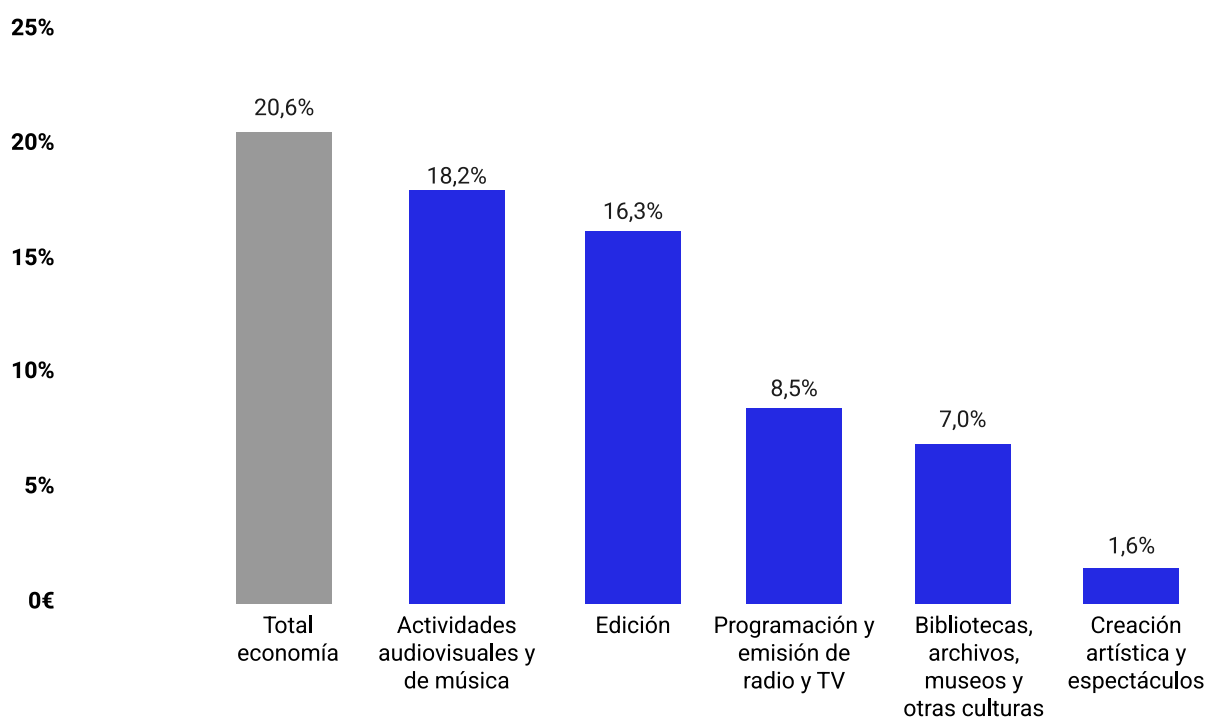
(7%, una cifra que refleja de nuevo el peso del empleo público en este grupo), y moderada en el de programación y emisión de radio y televisión (8,5%).

Los dos subsectores que presentan la brecha salarial de género más alta son actividades audiovisuales y de música (18,2%) y edición (16,3%), esto puede reflejar dinámicas más tradicionales, donde las mujeres podrían estar sobrerrepresentadas en posiciones menos remuneradas o enfrentar barreras para acceder a roles de liderazgo.

INDICADOR 5 | SALARIOS EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

DIFERENCIA PORCENTUAL ENTRE EL SALARIO MEDIO BRUTO ANUAL DE LOS HOMBRES Y LAS MUJERES

Euros, 2022



Fuente: Encuesta de Estructura Salarial (EES) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 6 | EMPRESAS DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

MAYOR DINAMISMO EMPRESARIAL EN LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS QUE EN EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA

- En enero de 2023 el número de empresas que operan en los sectores culturales y creativos se había incrementado en un 12% respecto de las cifras previas a la pandemia, mientras que el conjunto de la economía presentaba una destrucción neta del 4,6% de sus sociedades.
- Estos sectores ya aglutinan a 274.000 empresas, 28.000 más que antes de la pandemia.
- Entre los subsectores de los SCC, los sectores creativos lideran en volumen de empresas, mientras que el núcleo cultural lidera el crecimiento empresarial.
- A nivel de ramas de actividad concretas, los servicios técnicos de arquitectura destacan como la que mayor número de sociedades tiene. Por su parte, la rama de creación artística y literaria es la que más crece.
- Las empresas de los SCC son más pequeñas: casi el 70% son autónomos, en comparación con el 57% en el conjunto de la economía.

El tejido empresarial de los sectores culturales y creativos

El Directorio Central de Empresas (DIRCE) es el completo sistema de información sobre las empresas españolas y sus unidades locales ubicadas en el territorio nacional que anualmente actualiza el Instituto Nacional de Estadística (INE). Se trata de una herramienta clave para el desarrollo de investigaciones dirigidas a las unidades de producción.

Según el DIRCE, el 1 de enero de 2023 (último dato disponible) España no había recuperado todavía el volumen de empresas previo a la pandemia. En concreto, contaba con un tejido empresarial de 3,2 millones de empresas

activas, 155.000 sociedades netas menos que antes de la pandemia. En otras palabras, disponía de un 4,6% menos de sociedades que en 2019.

En claro contraste con esta evolución, los sectores culturales y creativos fueron capaces de generar 28.000 empresas netas adicionales en el mismo periodo, un 4,6% más, hasta superar las 274.000. Este mayor dinamismo conduce a que los SCC incrementen su peso específico en el tejido empresarial, pasando de suponer el 7,3% en 2019 al 8,6% del total en 2023.

INDICADOR 6 | EMPRESAS DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

El núcleo cultural lidera el crecimiento empresarial

Los cuatro grupos que conforman los sectores culturales y creativos cuentan en 2023 con un volumen de efectivos mayor que en 2019 y, por lo tanto, presentan también una evolución mejor que la del conjunto de la economía en este aspecto.

Sin embargo, el crecimiento en el número de empresas activas está particularmente concentrado en el núcleo cultural, siendo el único segmento que progresa en mayor medida que la media de los SCC. De hecho, aporta casi el 60% de las nuevas empresas. En 2023 contaba con 79.000 empresas, 16.000 más que en 2019.

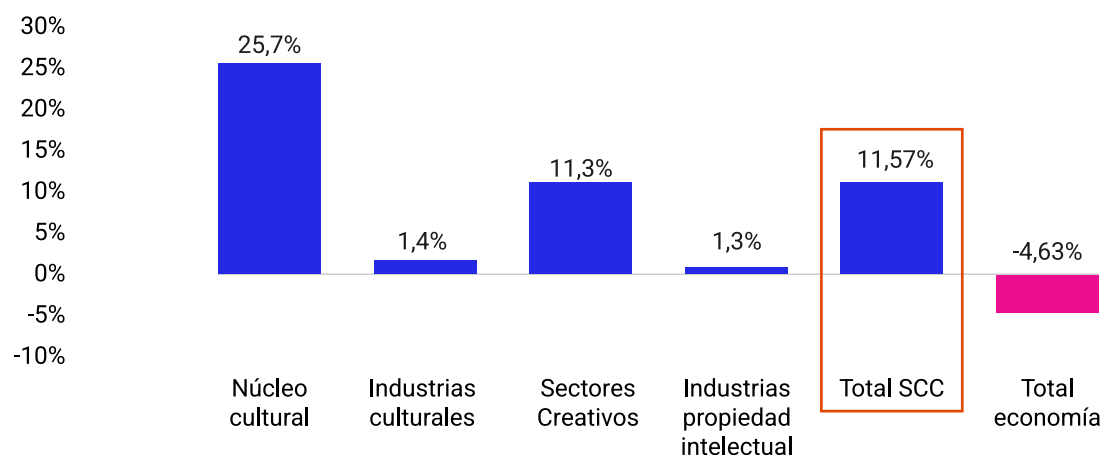
El crecimiento neto en el número de empresas se produce de manera muy transversal en la mayoría de las ramas de actividad de los sectores culturales y creativos, obser-

vándose en torno al 60% de las ramas, aunque lo hace con distinta intensidad. Las cinco que más aumentan su número de sociedades son las de creación artística y literaria (+7.522), las agencias de publicidad (+6.059), los servicios de representación de medios de comunicación (+5.879), las artes escénicas (+2.427), y las actividades de producción cinematográfica y de video (+2.353).

Por el contrario, las ramas de actividad que más sociedades pierden tienen relación con el sector del libro: edición de revistas (-496), otras actividades de impresión y artes gráficas (-392), edición de libros (-358) o comercio al por menor de libros en establecimientos especializados (-195).

VARIACIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS ENTRE 2019 Y 2023

Porcentaje, 2019-2023



Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 6 | EMPRESAS DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

Los sectores creativos son los que más empresas tienen

Las empresas de los sectores culturales y creativos se concentran en tres de los cuatro grandes grupos considerados, encabezados de manera clara por el subsector de los sectores creativos, que cuenta con 110.000 de las 274.000 sociedades totales. Por el contrario, el grupo de las industrias de la propiedad intelectual es el de menor importancia en cuanto a volumen de empresas activas, con tan solo 23.000.

Cuando se desciende al nivel de rama de actividad se observa que la líder en número de empresas activas es la de servicios técnicos de arquitectura, encuadrada dentro del grupo de los sectores creativos, con 50.000 sociedades.

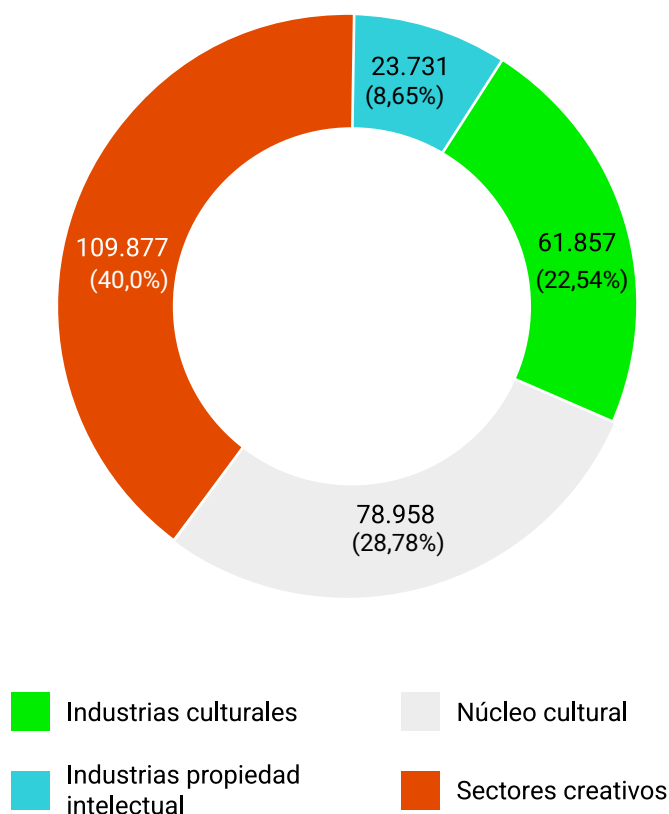
Un tamaño empresarial más reducido

Aunque el reto de incrementar el tamaño medio del tejido empresarial es transversal en la economía española, lo es de manera más acusada en el caso de los sectores culturales y creativos, que cuentan con una estructura productiva particularmente atomizada. En este sentido, el 69% de las sociedades de los SCC no tiene asalariados, frente al 57% en toda la economía. De igual manera, tan solo el 3,2% de las empresas de los SCC cuenta con un mínimo de 10 empleados, frente al 4,3% en el conjunto de la economía.

INDICADOR 6 | EMPRESAS DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

COMPOSICIÓN POR GRUPOS DEL NÚMERO DE EMPRESAS DE LOS SCC

Número de empresas, 2023

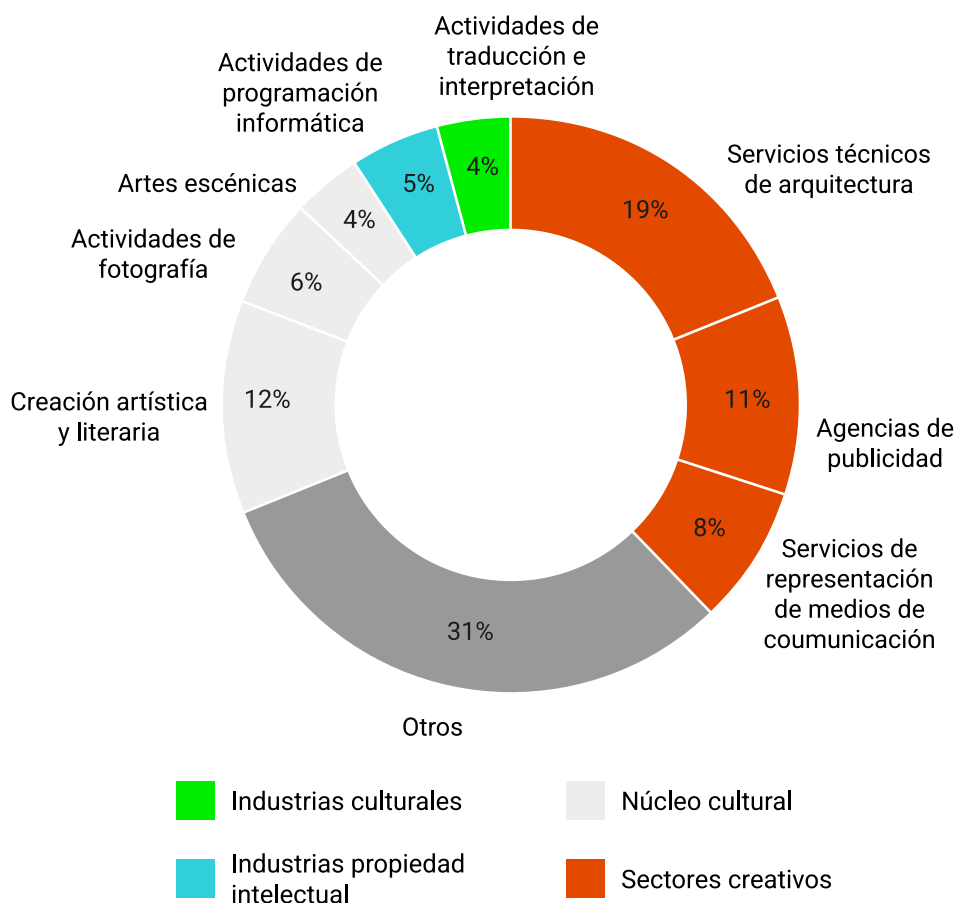


Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 6 | EMPRESAS DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

RAMAS DE ACTIVIDAD CON MAYOR VOLUMEN DE SOCIEDADES ACTIVAS

Porcentaje, 2023

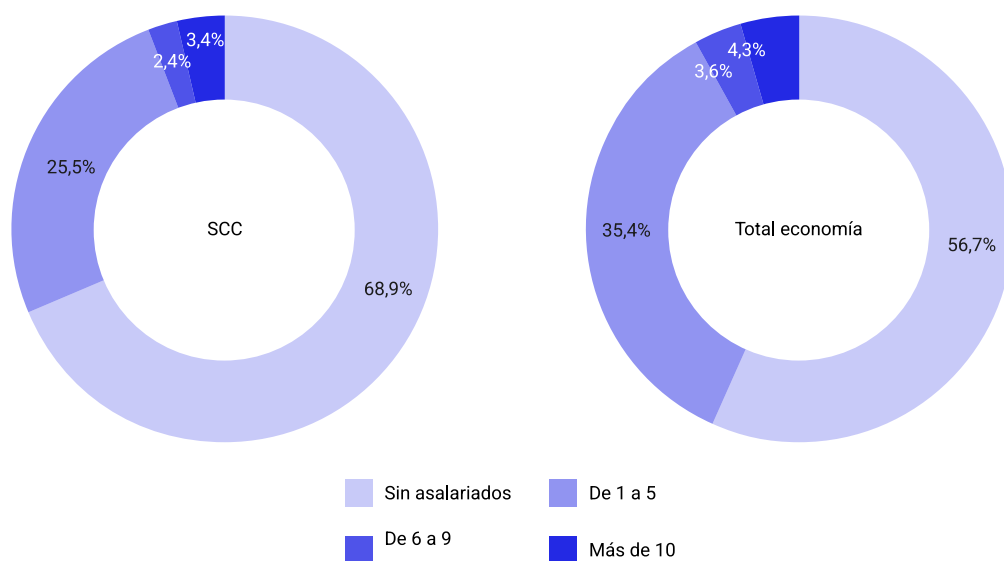


Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 6 | EMPRESAS DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

COMPOSICIÓN POR TAMAÑO EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS DE LOS SCC Y EL TOTAL DE LA ECONOMÍA

Porcentaje, 2023



Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO

LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS SON CAPACES DE GENERAR MÁS EMPRESAS GACELA QUE LA MEDIA DE LOS SECTORES DE LA ECONOMÍA

- La generación de empresas gacela es mayor en los sectores culturales y creativos que en el conjunto de la economía (8,5% vs 7,8%).
- Se trata de compañías particularmente intensivas en conocimiento y tecnología, siendo más innovadoras que las gacelas tipo de la economía española.
- Sin embargo, son más pequeñas y están mucho más concentradas en el territorio (en Madrid y Barcelona, principalmente).
- Madrid (10,3%) y Andalucía (10,1%) son las comunidades autónomas que tienen mayor porcentaje de gacelas entre las empresas de los SCC.
- El núcleo cultural es el subconjunto de los SCC con mayor capacidad de generar empresas gacela.

La Fundación Cotec monitoriza de manera anual en su *Observatorio de empresas gacela* la generación de compañías de alto y rápido crecimiento en España. Se trata del subconjunto más dinámico del tejido empresarial.

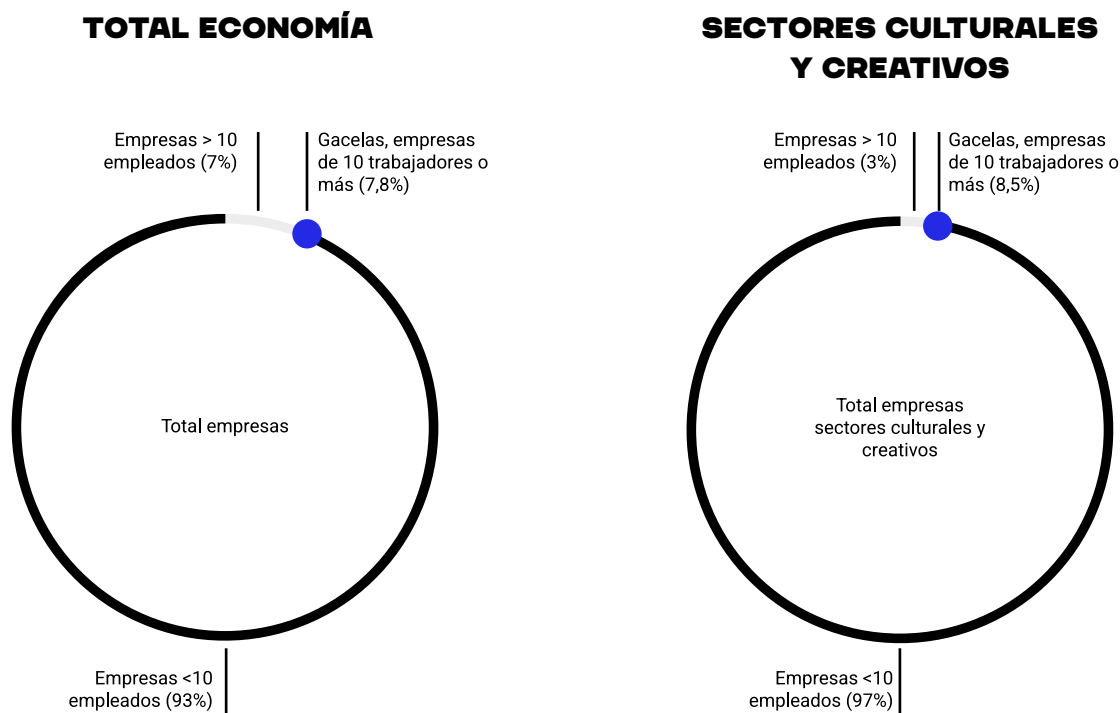
Las identifica a partir del exigente criterio establecido por la OCDE: compañías que parten de un mínimo de 10 empleados y consiguen incrementar su plantilla como mínimo un 73% en tan solo 3 años. Se exige, por lo tanto, crecimientos de la plantilla significativamente superiores a los experimentados por el empleo en el conjunto de la economía. En la mayoría de los casos estamos ante empresas que consiguen pasar de pequeñas a medianas.

Las empresas gacela en los sectores culturales y creativos

Entre 2020 y 2023, el último periodo que la información disponible permite analizar, la economía española generó casi 8.000 empresas gacela o de alto crecimiento, lo que representa el 7,8% del tejido de compañías de al menos 10 empleados. Esta cifra constituye un récord histórico.

Por su parte, los sectores culturales y creativos fueron capaces de originar un total de 339 empresas gacela en el mismo periodo, lo que supone una proporción superior de su tejido de compañías de 10 o más trabajadores (el 8,5%).

INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO



Fuente: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia)

Es, sin lugar a duda, meritorio contar con una mayor presencia de empresas gacela entre toda la población de compañías de al menos 10 trabajadores. Pero cuando se pone el foco en estas empresas se observan diferencias notables.

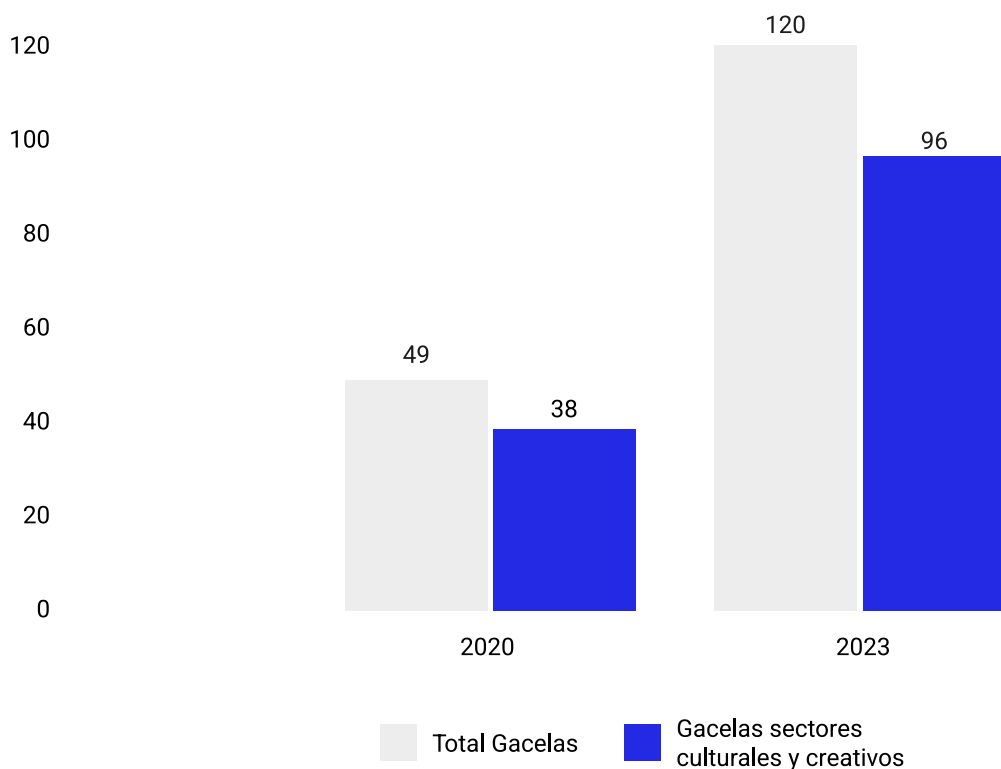
Primero, las gacelas de los sectores culturales y creativos son más pequeñas y crecen a un ritmo similar en términos porcentuales. La gacela media de los SCC pasó de emplear a 38 personas en 2020 a un total de 96 en

2023, multiplicando por 2,5 veces su plantilla. Por otra parte, la gacela tipo del conjunto de la economía evolucionó desde un tamaño de partida mayor y generó más empleo neto: pasó de 49 a 120 empleados y crearon, de media, 71 nuevos puestos de trabajo.

INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO

MEDIA DE EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS DE DIEZ O MÁS TRABAJADORES EN 2020 Y 2023

Periodo 2020 - 2023



Fuente: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia

INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO

Distribución territorial de las empresas gacela

Segundo, las gacelas de los SCC están más concentradas territorialmente. La distribución de las gacelas que la economía española genera no es en absoluto homogénea en el territorio, pero lo es todavía menos en el caso de los sectores culturales y creativos.

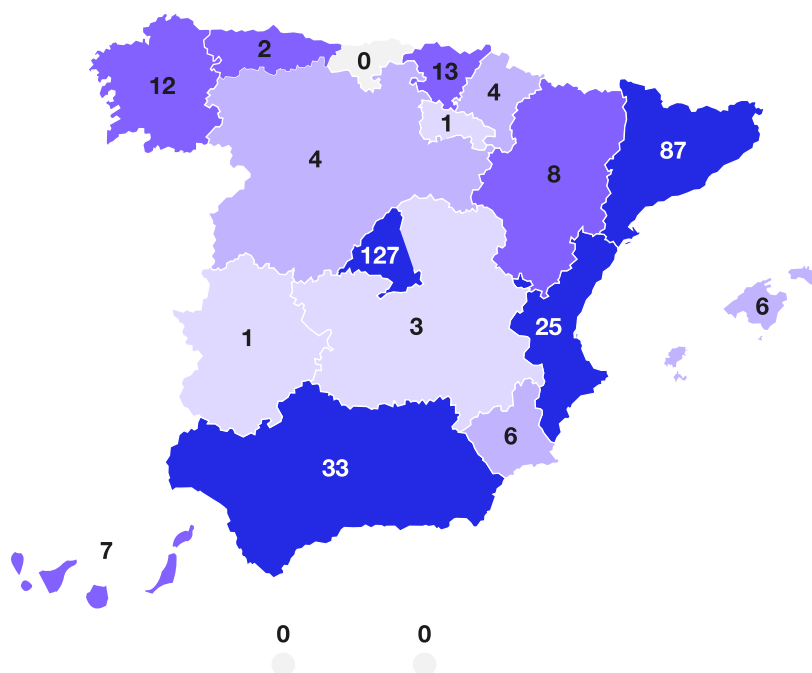
En este sentido, tan solo dos comunidades autónomas (la Comunidad de Madrid y Cataluña) concentran casi dos de cada tres empresas gacela en los SCC (el 63,1% en concreto). Esto contrasta con el hecho que estas regiones acumulan un porcentaje muy inferior del total

de gacelas que se generan en toda la economía española: el 39,7%. De hecho, se trata de las únicas comunidades, junto con Navarra, que cuentan con mayor presencia relativa de gacelas en los sectores culturales y creativos que en el conjunto de sectores.

El caso contrario es el de Andalucía. Cuando consideramos todos los sectores de la economía, Andalucía es la tercera región con más gacelas (1.140, el 14,3% del total de España). Sin embargo, tan solo cuenta con 33 gacelas en los sectores culturales y creativos (el 9,7% del total español).

NÚMERO DE GACELAS DE LOS SCC POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Periodo 2020 - 2023

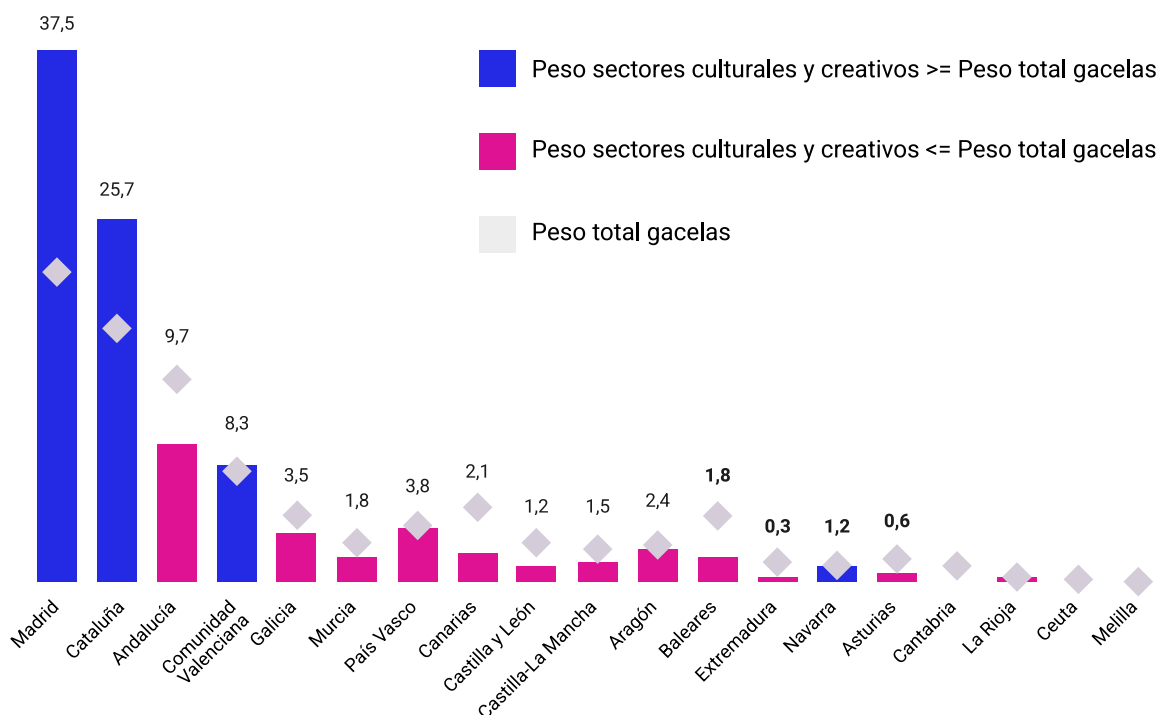


Fuente: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia)

INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS GACELA DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS DEL TOTAL DE GACELAS

Porcentaje, periodo 2020 - 2023



Las barras azules indican que la comunidad autónoma tiene más peso en las gacelas de los sectores culturales y recreativos que lo que aporta al total de gacelas de la economía española. Las barras rosas indican que la comunidad autónoma tiene menos peso en las gacelas de los sectores culturales y recreativos que lo que aporta al total de gacelas de la economía española.

Fuente: SABI (sistema de Análisis de Balances Ibéricos) y elaboración propia.

INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO

A nivel municipal también se observa una mayor concentración territorial. Mientras que las gacelas del conjunto de los sectores de la economía se distribuyen entre 1.379 del total de los 8.132 municipios españoles, las gacelas de los sectores culturales y creativos las encontramos en tan solo 118 municipios.

Además, en torno a la mitad de las gacelas de los SCC (162 de las 339) tienen su sede en las ciudades de Madrid (99) o Barcelona (63). Aunque a una distancia considerable de estas dos capitales, el resto de los polos de las gacelas de los SCC en España los encontramos Valencia (9), Málaga (7), Bilbao (7) y Sevilla (6).

Porcentaje de empresas gacela en los SCC por comunidades autónomas

En todo caso, es necesario complementar el análisis de las cifras del volumen de gacelas en los SCC en términos absolutos con una medida de presencia relativa de este tipo de compañías, poniéndolas en relación con el total de empresas de al menos 10 trabajadores existentes en cada territorio en estos sectores. De esta manera, conocemos qué porcentaje de gacelas se observan efectivamente entre las empresas potenciales candidatas a serlo.

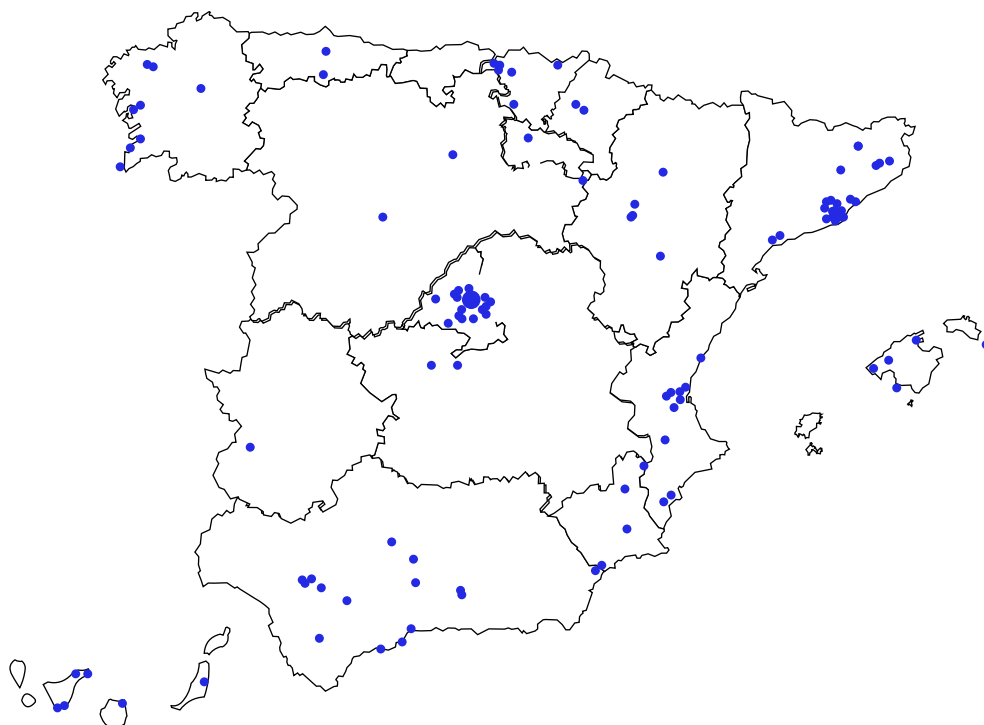
Madrid (10,3%) y Andalucía (10,1%) destacan como los territorios con mayor capacidad relativa para generar este tipo de empresas. Como se observa, esta segunda medida permite precisar el análisis del caso andaluz: la comunidad cuenta con un tejido limitado de

empresas en los SCC, pero las que tiene son particularmente dinámicas y destacan por su capacidad en convertirse en gacelas.

Cataluña (9,4%) y Aragón (8,2%), y Navarra (7,8%) son los otros tres territorios con gran capacidad de generar empresas gacela en los SCC. Por el contrario, Cantabria ocupa la última posición al no contar con ninguna gacela entre sus respectivas compañías en los SCC.

INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO

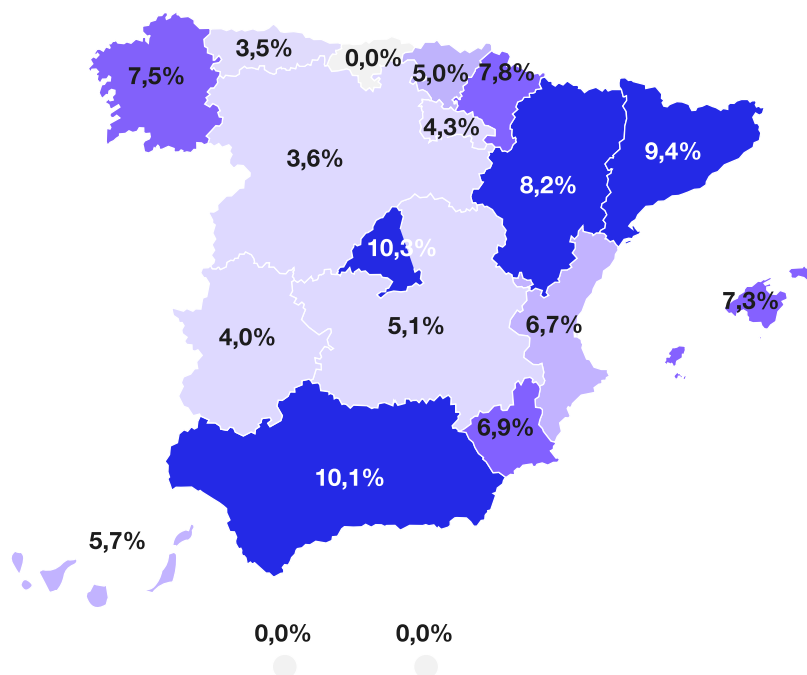
DISTRIBUCIÓN POR MUNICIPIOS DE EMPRESAS GACELAS DE LOS SCC



Fuente: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y leaboración propia.

INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO

PORCENTAJE DE GACELAS EN LOS SCC POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS



Fuente: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia.

Distribución de las empresas gacela en los subconjuntos de los SCC

Tercero, los cuatro subconjuntos en los que dividimos los sectores culturales y creativos acreditan capacidad para generar empresas gacela o de alto crecimiento. Tres de ellos – núcleo cultural, industrias de propiedad intelectual y sectores creativos – lo hacen además por encima de la media de la economía española.

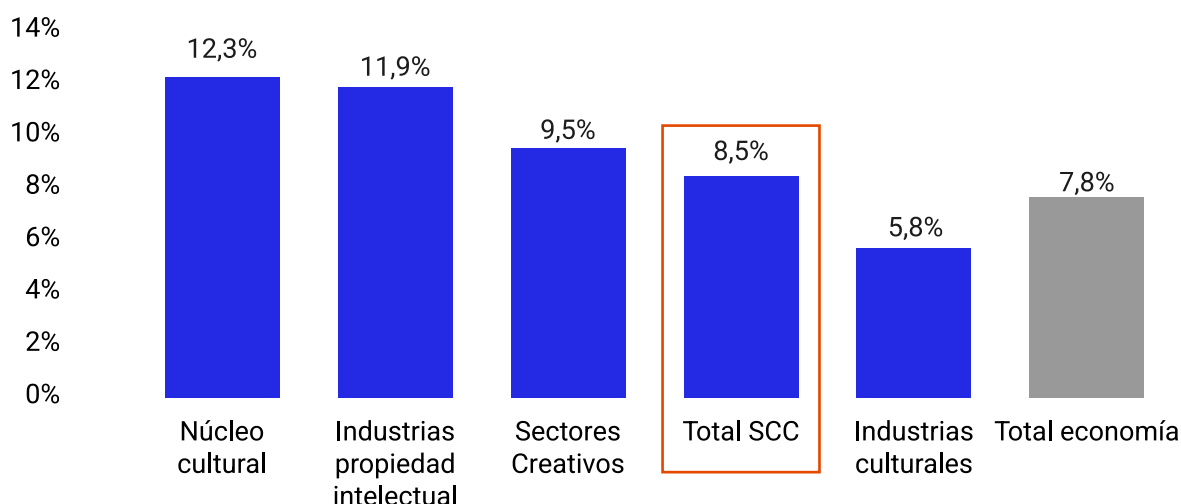
El liderazgo en volumen de empresas (105) es de las industrias de propiedad intelectual, aunque el liderazgo en presencia de gacelas sobre el total de empresas de al menos 10 trabajadores es del núcleo cultural (12,3%).

Por el contrario, las industrias culturales muestran la menor capacidad para generar empresas gacela (5,8%), siendo el único grupo por debajo del promedio nacional.

INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO

PORCENTAJE DE GACELAS SOBRE LADS EMPRESAS DE 10 O MÁS TRABAJADORES POR GRUPOS EN LOS SCC

Porcentaje, periodo 2020 - 2023



Fuente: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia.

Gacelas intensivas en tecnología o conocimiento

Por último, las gacelas de los SCC son más intensivas en conocimiento y tecnología.

El *Observatorio de empresas gacela* de Cotec utiliza el criterio de Eurostat para identificar las ramas de actividad de la economía más intensivas en tecnología o conocimiento. Partiendo de esa clasificación, se puede contabilizar cuantas del total de gacelas de toda la econo-

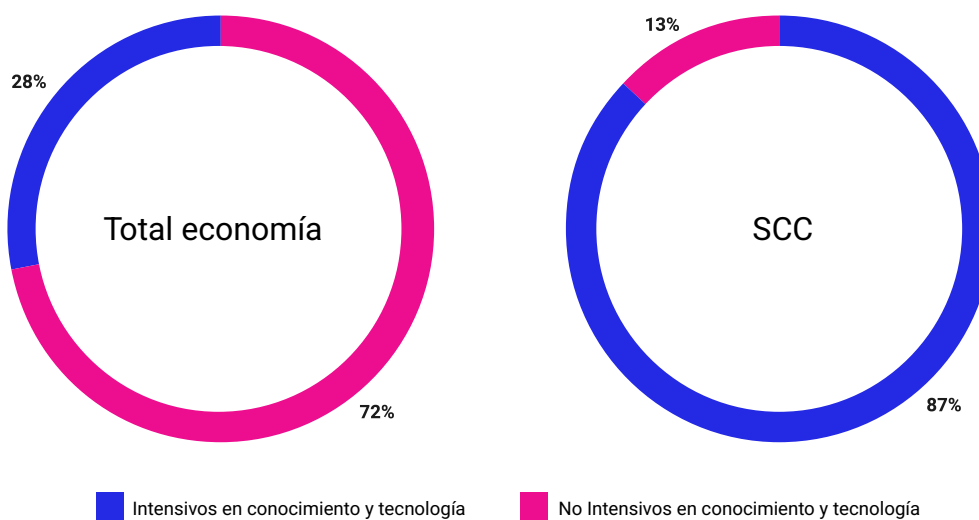
mía española y de los SCC podrían considerarse intensivas en conocimiento o tecnología. Siguiendo esta aproximación, se identifican 295 empresas. Es decir, el 87% de las gacelas de los SCC serían intensivas frente a tan solo el 28% en el conjunto de la economía.

El conjunto de estos datos apunta a la necesidad de diseñar programas de crecimiento empresarial específicos para los sectores culturales y creativos.

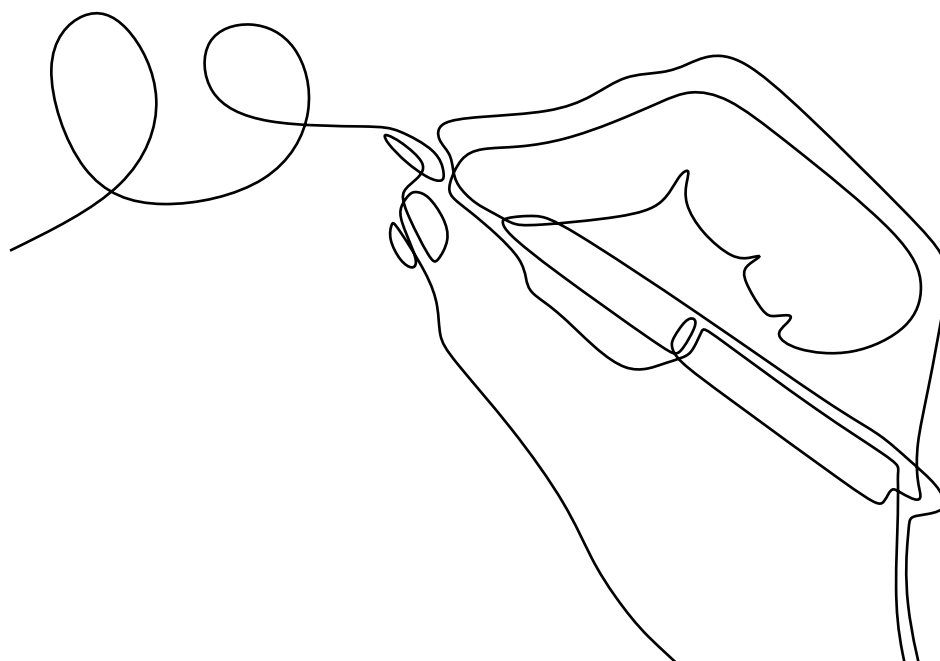
INDICADOR 7 | EMPRESAS GACELA O DE ALTO CRECIMIENTO

PORCENTAJE DE EMPRESAS GACELA INTENSIVAS EN CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA

Periodo 2020 - 2023



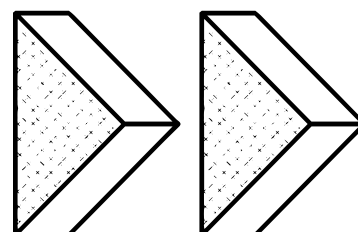
Fuente: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia)



INDICADOR 8 | COMERCIO EXTERIOR DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

ESPAÑA ES UN PAÍS NETAMENTE IMPORTADOR DE BIENES CULTURALES Y CREATIVOS, PERO NETAMENTE EXPORTADOR DE ESTE TIPO DE SERVICIOS.

- Las exportaciones de bienes y servicios de los sectores culturales y creativos han crecido de manera ininterrumpida a lo largo de la última década.
- Tras la pandemia lo han seguido haciendo, acumulando un crecimiento del 5% en el caso de los bienes, aunque significativamente por debajo de la economía española (33%).
- En el caso de los servicios el avance ha sido mayor (del 52%), por encima del total de servicios exportados por España (30%).
- No obstante, estos sectores son en conjunto netamente importadores de bienes y en los últimos años han aumentado su dependencia del exterior. Presentan una tasa de cobertura del 35%, muy por debajo del conjunto de la economía (84%).
- Por el contrario, los sectores culturales y creativos han pasado de ser netamente importadores de servicios antes de la pandemia a convertirse en netamente exportadores después, con una tasa de cobertura del 109%.
- En este contexto destacan las ramas de actividad relacionadas con la actividad editorial y la creación artística por ser líderes en la exportación de bienes, y la producción audiovisual, o las artes escénicas por ser netamente exportadoras de servicios.



INDICADOR 8 | COMERCIO EXTERIOR DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

Exportaciones e importaciones de bienes

España es una economía abierta al exterior, la segunda más abierta entre las grandes economías europeas tras Alemania. A lo largo de las tres últimas décadas ha conseguido multiplicar su volumen de exportaciones, al tiempo que ha sido capaz de mantener su cuota en el comercio internacional, a pesar de la irrupción de países como China.

Los sectores culturales y creativos no han sido ajenos al proceso de internacionalización de la economía española. Sin embargo, no lo han hecho de igual manera en todas las ramas de actividad y, en todo caso, existe un gran potencial para explotar.

Según Datacomex (Ministerio de Economía), las exportaciones de bienes de los sectores culturales y creativos han venido creciendo de manera ininterrumpida desde 2014, incluso lo hicieron en 2020, año de irrupción de la pandemia de la COVID-19. En 2022 (último dato disponible) el volumen anual de ventas al exterior supera los 4.000 millones de euros, siendo un 5% superior en términos nominales que el observado antes de la pandemia. Este avance es, no obstante, inferior al registrado por el conjunto de las exportaciones españolas (+33% en el mismo periodo), o el sector servicios no turísticos (+30%).

En 2022 el volumen de importaciones de los sectores culturales y creativos se aproxima a los 12.000 millones de euros, y acumula un crecimiento del 24% en comparación con la situación previa a la pandemia. De nuevo, este aumento es inferior al registrado por el conjunto de la economía española (+42%) en el mismo periodo.

Existe, por lo tanto, un déficit comercial creciente en la balanza comercial de bienes de los sectores culturales y creativos.

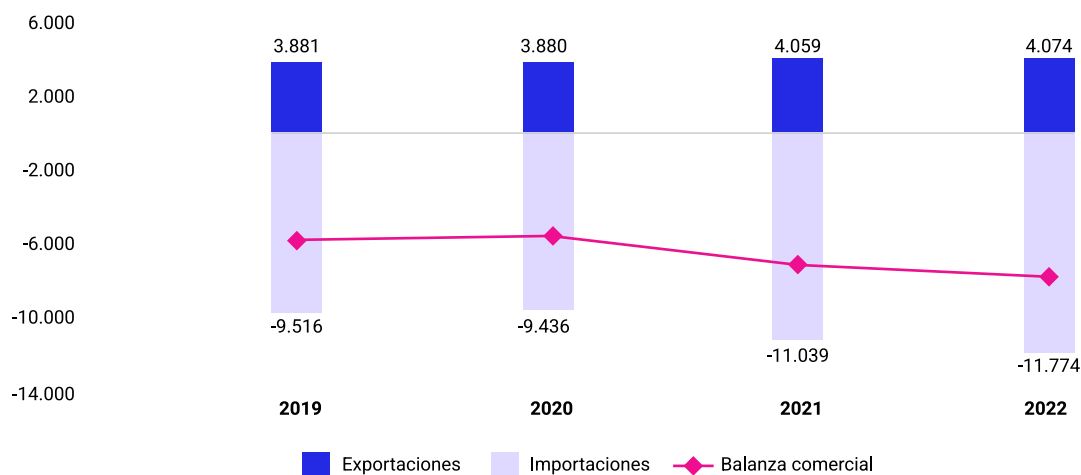
En otras palabras, se reduce la tasa de cobertura de los sectores culturales y creativos, es decir, la proporción de importaciones de bienes que cubren las exportaciones. Se sitúa en un 35% en 2022, muy por debajo de la que presentan tanto el conjunto de la economía española (del 84%) o del agregado del sector servicios (148%).

En todo caso, los sectores culturales y creativos han perdido peso tanto en el total de exportaciones de España (pasando del 1,33% en 2019 al 1,05% en 2022) como en el total de importaciones del país (del 2,95% al 2,56%). Pierden, en definitiva, peso específico dentro del comercio exterior de bienes de España.

INDICADOR 8 | COMERCIO EXTERIOR DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

COMERCIO EXTERIOR DE BIENES DEL CONJUNTO DE LOS SCC

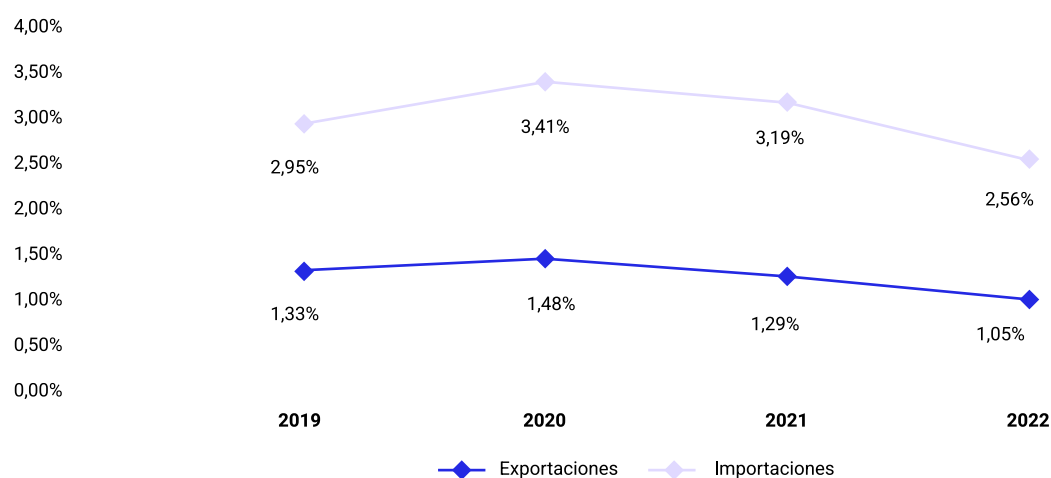
En millones de euros, 2019 - 2022



Fuente: DataComex y elaboración propia.

PESO DEL COMERCIO EXTERIOR DE BIENES DE LOS SCC SOBRE LA ECONOMÍA DE ESPAÑA

Porcentaje, 2019 - 2022



Fuente: DataComex y elaboración propia.

INDICADOR 8 | COMERCIO EXTERIOR DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

Detalle por subsectores de los SCC

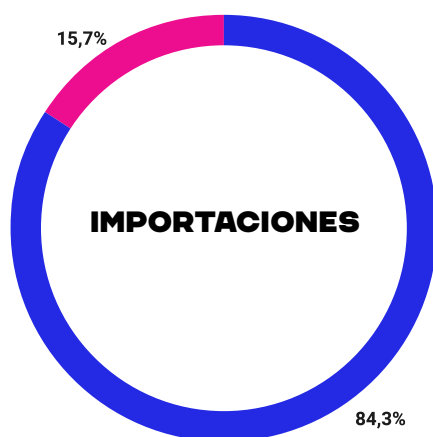
La composición del comercio exterior de bienes entre los distintos subsectores de los SCC está muy sesgada hacia las industrias de la propiedad intelectual y, en menor medida, hacia las industrias culturales.

En el caso de las exportaciones, el 61% del total correspondía a las industrias de la propiedad intelectual, el 38,9% a las industrias culturales (radio, televisión, editorial, producción audiovisual, música grabada y artesanías), y menos del 0,1% al núcleo cultural (artes en

vivo, escénicas, bellas artes) y a los sectores creativos (diseño, arquitectura, publicidad, videojuegos). En el caso de las importaciones, el peso de las Industrias de la propiedad intelectual fue incluso mayor, alcanzando el 84,3% frente al 15,7% de las industrias culturales, dejando menos del 0,1% para el núcleo cultural y los sectores creativos.

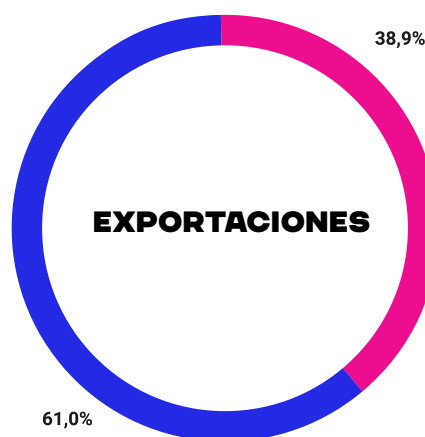
VOLUMEN IMPORTACIONES DE BIENES POR GRUPOS DE LOS SCC

En porcentaje, 2022.



VOLUMEN EXPORTACIONES DE BIENES POR GRUPOS DE LOS SCC

En porcentaje, 2022.



■ Industrias culturales ■ Industrias propiedad intelectual

Nota: El volumen de Sectores creativos y Núcleo cultural tienen un peso insignificante en ambas representaciones
Fuente: DataComex y elaboración propia.

INDICADOR 8 | COMERCIO EXTERIOR DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

Encontramos, además, diferencias considerables en relación con la evolución de la tasa de cobertura de las exportaciones de bienes de los distintos subsectores culturales y creativos.

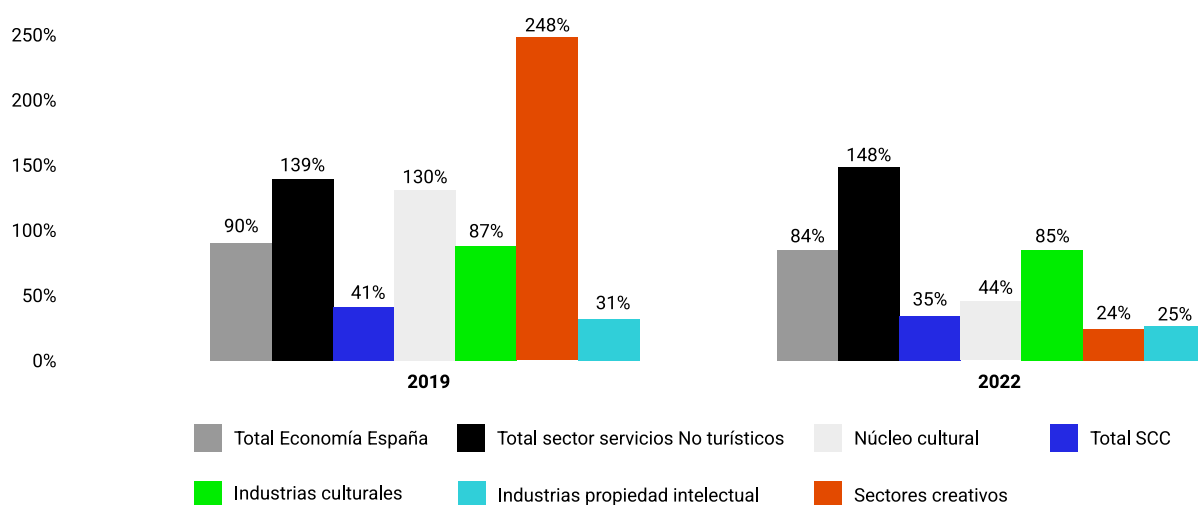
En 2022 las Industrias culturales presentaron una tasa de cobertura (86%) próxima a la del conjunto de la economía española, que se ha mantenido relativamente constante en el período 2019-2022. Por el contrario, llama la atención que las ramas de actividad económica relacionadas con el núcleo cultural y los sectores creativos pasaron de ser sectores netamente exportadores en 2019 (130% y 248%, respectivamente) a ser netamente importadores en 2022 (44% y 24%, respectivamente). Las razones de este cambio en las dependencias internacionales de estos sectores pueden ser múltiples, pero pueden

tener relación con un impacto diferencial de la pandemia de la COVID-19 en estos sectores nacionales.

En todo caso, dado el enorme peso que tienen las Industrias de la propiedad intelectual en el comercio exterior de bienes de los SCC, y el crecimiento de la dependencia exterior de este bloque, sería interesante preguntarse cómo sería la tasa de cobertura de los sectores culturales y creativos más tradicionales, es decir, si se excluye del análisis a las Industrias de la propiedad intelectual. En ese caso, la tasa de cobertura de los SCC sin las industrias de la propiedad intelectual sería de un 86%, dos puntos porcentuales por encima del conjunto de la economía española.

TASA DE COBERTURA DE BIENES DE ESPAÑA, SECTOR SERVICIOS Y SCC

porcentaje, 2019 - 2022



Fuente: DataComex y elaboración propia.

INDICADOR 8 | COMERCIO EXTERIOR DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

En este sentido cabe señalar que la actividad editorial y la creación artística y literaria (que se encuentran dentro de los códigos CNAE relacionados con las industrias culturales), son las únicas ramas de los SCC que presentan tasas de cobertura por encima del 100%, siendo netamente exportadoras en 2022. En sentido contrario, la producción cinematográfica o la grabación musical (también pertenecientes a las industrias culturales), muestran tasas de cobertura muy bajas.

Exportaciones e importaciones de servicios

El análisis del comercio exterior de los diferentes sectores de la economía suele centrarse en los datos del comercio de bienes y no se incluyen datos referentes a la oferta de servicios. Esto se debe a que el comercio de bienes se encuentra minuciosamente monitorizado por registros del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria y el comercio de servicios no, obligando a que estos análisis se basen en datos de encuestas, los cuales tienen ciertas limitaciones.

Sin embargo, resultaría particularmente incompleto analizar las relaciones comerciales de España con el exterior en el ámbito de los sectores culturales y creativos sin prestar una atención especial al caso de los servicios. Existen servicios de distinta naturaleza que, de manera creciente, España exporta al exterior.

La Encuesta de Comercio Internacional de Servicios (ECIS), que se publicaba trimestralmente por el INE hasta 2022, abordaba la tarea de proporcionar información de las exportaciones e importaciones de servicios no turísticos.

Dadas las limitaciones de los datos recogidos en la ECIS, donde se agregan varios tipos de servicios distintos en una misma categoría, en este apartado consideraremos que los servicios de propiedad intelectual y los servicios personales, culturales y recreativos pertenecen por completo a los SCC, renunciando a incluir servicios de diseño arquitectónico y de otro tipo que sí se consideran parte de los SCC, pero que en esta encuesta no se encuentran desagregados de otros servicios empresariales. En este sentido hay que mencionar que, con la información disponible, no es posible discriminar qué parte de esa cantidad corresponde a los servicios artísticos y culturales, y qué parte a los recreativos.

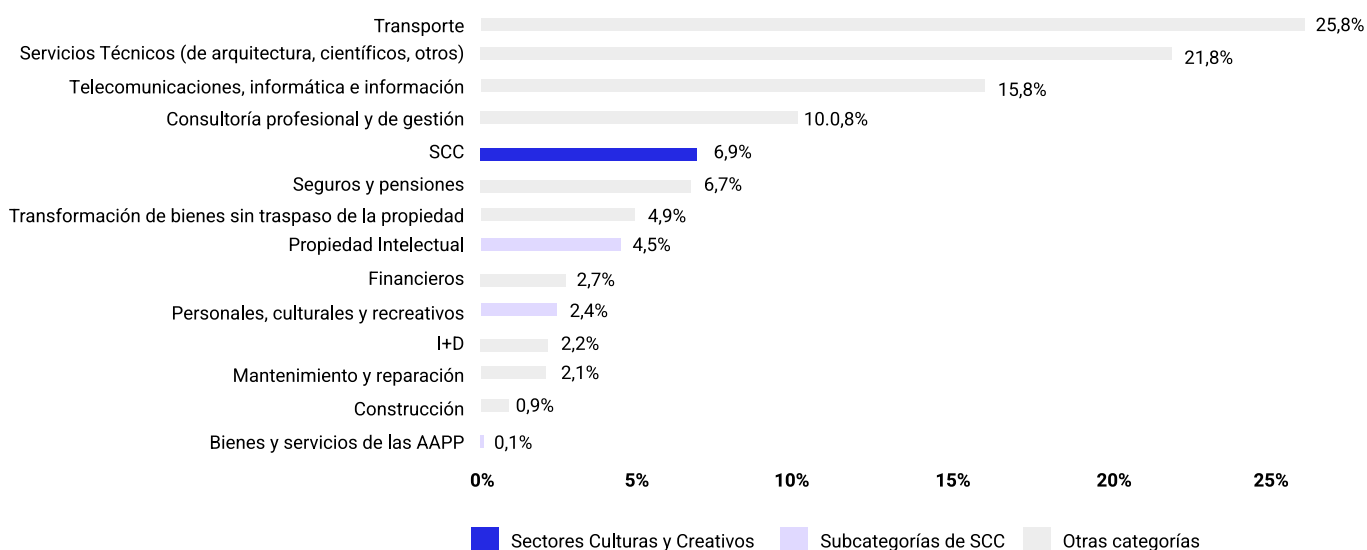
En 2022 (últimos datos disponibles) las exportaciones de servicios de los sectores culturales y creativos alcanzaron un volumen de 6.500 millones de euros, acumulando un crecimiento del 52% tras la pandemia. Este creciente dinamismo exportador los lleva a suponer el 6,9% del total de los servicios exportados por España, situándose claramente por encima de los servicios financieros, o de I+D.

Cuando se pone foco sobre los dos subsectores analizados se observan fuertes avances en las exportaciones de ambos. Los Servicios de propiedad intelectual aumentaron un 41%, mientras que los servicios personales, culturales y recreativos lo hicieron un 77%.

INDICADOR 8 | COMERCIO EXTERIOR DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

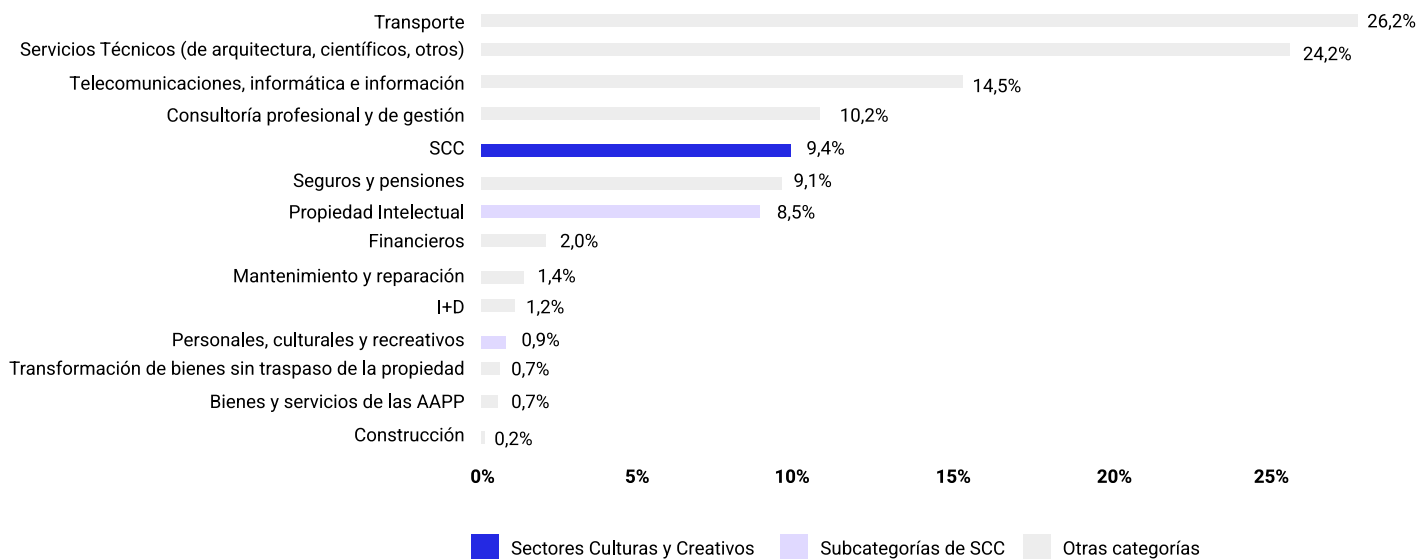
PESO DE LOS TIPOS DE SERVICIOS EN LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS DE ESPAÑA

Porcentaje, 2022



PESO DE LOS TIPOS DE SERVICIOS EN LAS IMPORTACIONES DE SERVICIOS DE ESPAÑA

Porcentaje, 2022



Fuente: Encuesta de Comercio Internacional de Servicios (ECIS) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 8 | COMERCIO EXTERIOR DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

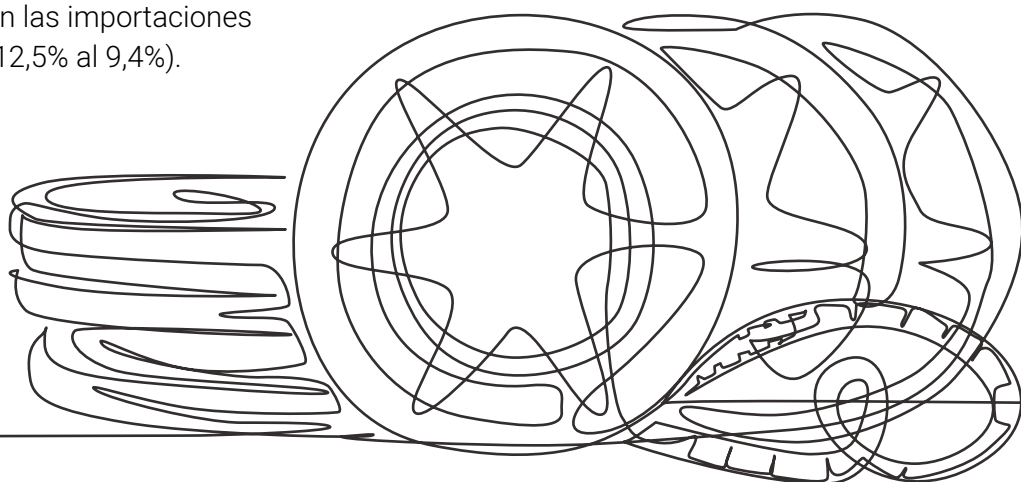
Las importaciones de servicios relacionadas con los SCC alcanzaron los 6.000 millones de euros en el año 2022 (últimos datos disponibles), representando el 9,4% de la cifra total de importaciones de servicios de España, y acumulando una reducción de su volumen (-8,8%) en el período 2019-2022.

La divergente evolución de las importaciones (a la baja) y de las exportaciones (al alza) de los servicios culturales y creativos ha mejorado la tasa de cobertura de las exportaciones de servicios en los últimos años. De hecho, la balanza comercial de servicios ha pasado de ser netamente importadora a netamente exportadora (desde una tasa de cobertura del 65% en 2019 al 109% en 2022).

La mejora de la tasa de cobertura se observa tanto en el subsector de los servicios de propiedad intelectual, como en el de servicios culturales y recreativos, aunque en el primero España sigue siendo netamente importadora, y en el segundo netamente exportadora.

En consecuencia, de manera reciente los sectores culturales y creativos han ganado protagonismo en el conjunto de servicios que España exporta al exterior (pasando del 5,9% en 2019 al 6,9% en 2022), mientras que han perdido peso específico en las importaciones de servicios del país (del 12,5% al 9,4%).

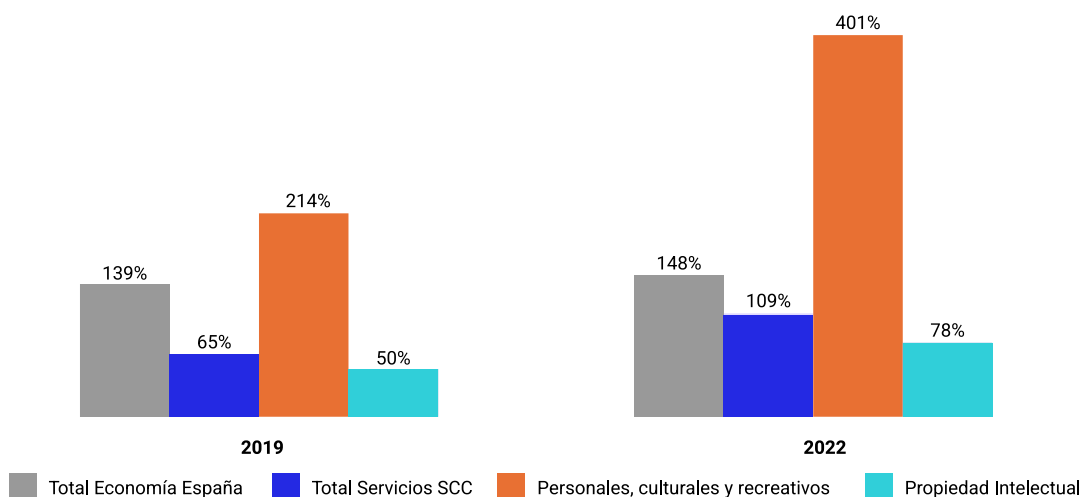
En resumen, observamos dinámicas opuestas en las relaciones con el exterior de los sectores culturales y creativos. Son sectores netamente importadores de bienes, y han aumentado su dependencia del exterior en los últimos años. Por el contrario, se han convertido en sectores netamente exportadores de servicios y, de esta manera, contribuyen a mejorar la balanza por cuenta corriente de España. En particular, en el caso de los servicios relacionados con la producción audiovisual, o las artes escénicas, entre otros.



INDICADOR 8 | COMERCIO EXTERIOR DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

TASA DE COBERTURA DE SERVICIOS DE ESPAÑA

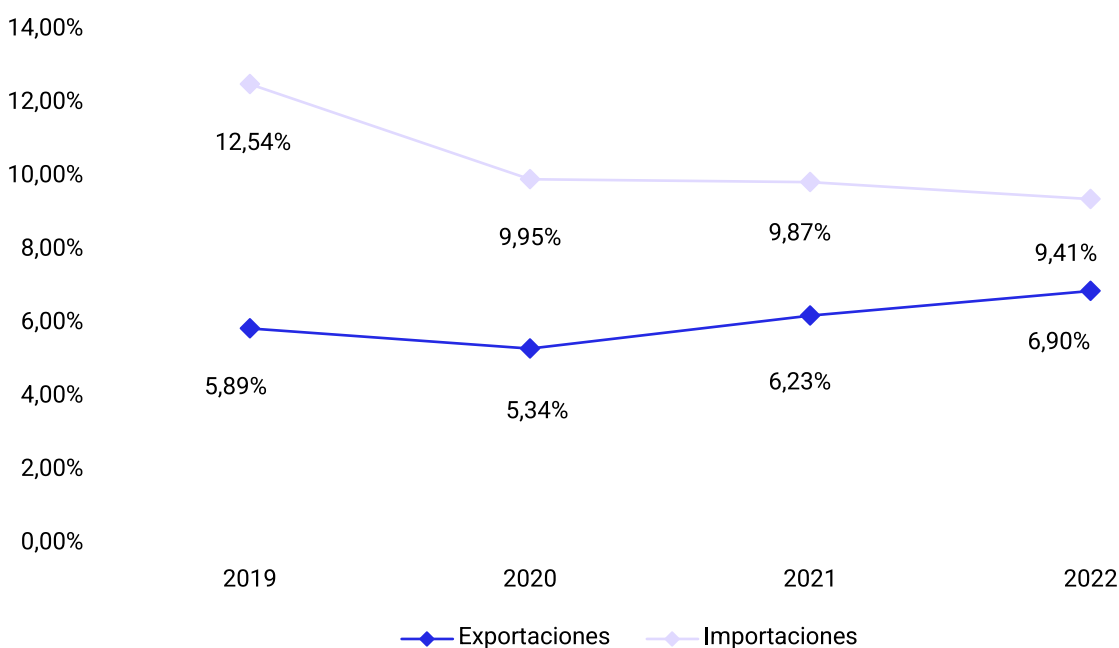
Porcentaje, 2019 - 2022



Fuente: Encuesta de Comercio Internacional de Servicios (ECIS) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

PESO DEL COMERCIO EXTERIOR DE SERVICIOS DE LOS SCC SOBRE LA ECONOMÍA DE ESPAÑA

porcentaje, 2019 - 2022



Fuente: Encuesta de Comercio Internacional de Servicios (ECIS) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 9 | TURISMO CULTURAL

TITULAR. EL TURISMO CULTURAL EXPLICA EL RÉCORD DE LLEGADAS DE VISITANTES INTERNACIONALES

- Sin el dinamismo del turismo cultural España no habría recuperado en 2023 las cifras de visitantes extranjeros anteriores a la pandemia.
- El turismo cultural ha pasado de 14,4 millones de visitantes en 2019 a 16,6 millones en 2023. Pasa de representar el 19,8% de los flujos de visitantes en 2019 al 22,6% en 2023.
- Galicia de manera destacada seguida de Madrid, Castilla-La Mancha, y País Vasco son las comunidades autónomas que más porcentaje de pernoctaciones explicadas por los SCC tienen.
- El turista internacional que viene por razones culturales tiene un gasto medio diario un 17% superior a la media de los visitantes internacionales.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo cultural es «un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones».

Ante la ausencia de una definición precisa y de una medición oficial, existen distintas aproximaciones para tratar de estimar la importancia cuantitativa del turismo cultural. A la vanguardia de estos ejercicios se encuen-

tra el realizado por Econcult (Universitat de València) que utiliza técnicas econométricas de *“machine learning”* que estiman la afinidad de las estructuras productivas culturales y creativas con los flujos de turistas.

Récord histórico de turismo cultural extranjero

De acuerdo con estas estimaciones, España registró en 2023 cifras récord de turistas culturales, que superan de manera holgada los niveles observados antes de la pandemia. En concreto, el número de turistas extranjeros cuya motivación principal para visitar España es la cultura acumula un crecimiento del 15,1%, pasando de 14,4 millones en 2019 a 16,6 millones en 2023.

Esta evolución contrasta con la del resto del turismo, que en el mismo año no había conseguido recuperar los niveles previos a 2019, estando un 2,7% por debajo de los mismos.

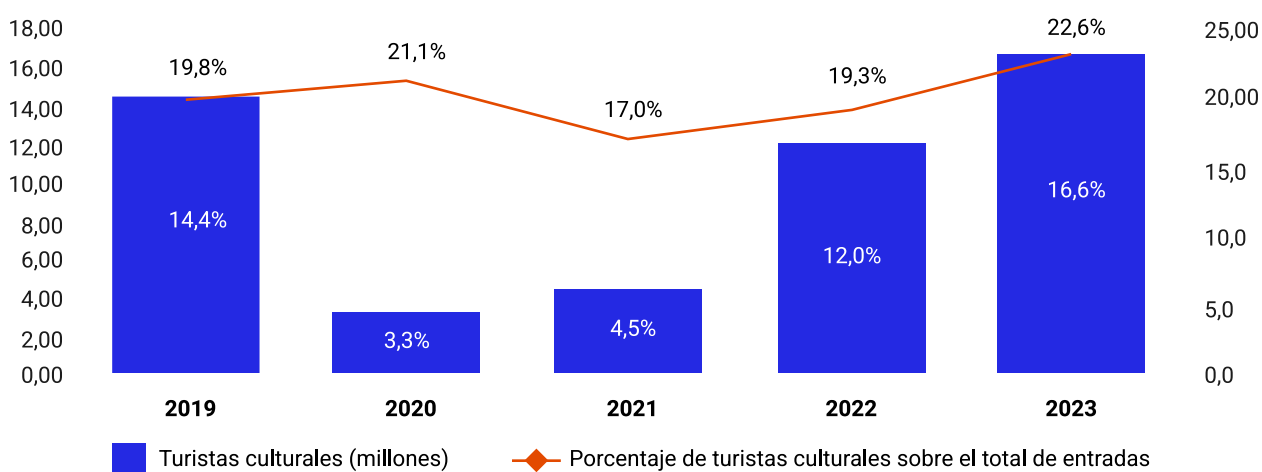
INDICADOR 9 | TURISMO CULTURAL

En otras palabras, la contribución del turismo cultural ha sido decisiva para que el conjunto del sector también haya alcanzado cifras históricas de visitantes internacionales, situándose ligeramente (un 0,8%) por encima de los niveles prepandemia.

Por todo ello, este tipo de turismo ha ganado protagonismo en el conjunto de los flujos turísticos que recibimos del exterior, pasando de representar el 19,8% del total en 2019 al 22,6% en 2023.

NÚMERO DE TURISTAS CULTURALES Y PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE VISITANTES INTERNACIONALES

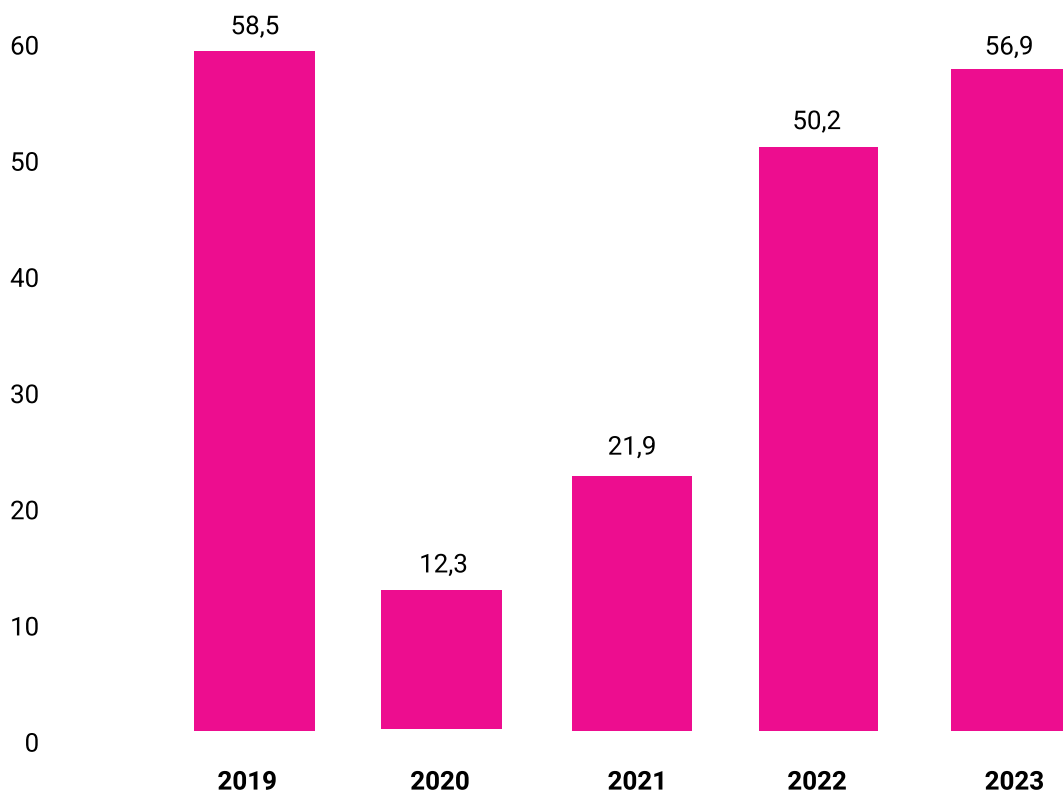
Número de turistas y porcentaje, 2019-2023



Fuente: Sanjuán et al. (2024) "Estimating Cultural Tourists in Spanish Regions through Machine Learning" de Econcult (Universitat de València), y elaboración propia.

INDICADOR 9 | TURISMO CULTURAL**NÚMERO DE TURISTAS NO CULTURALES**

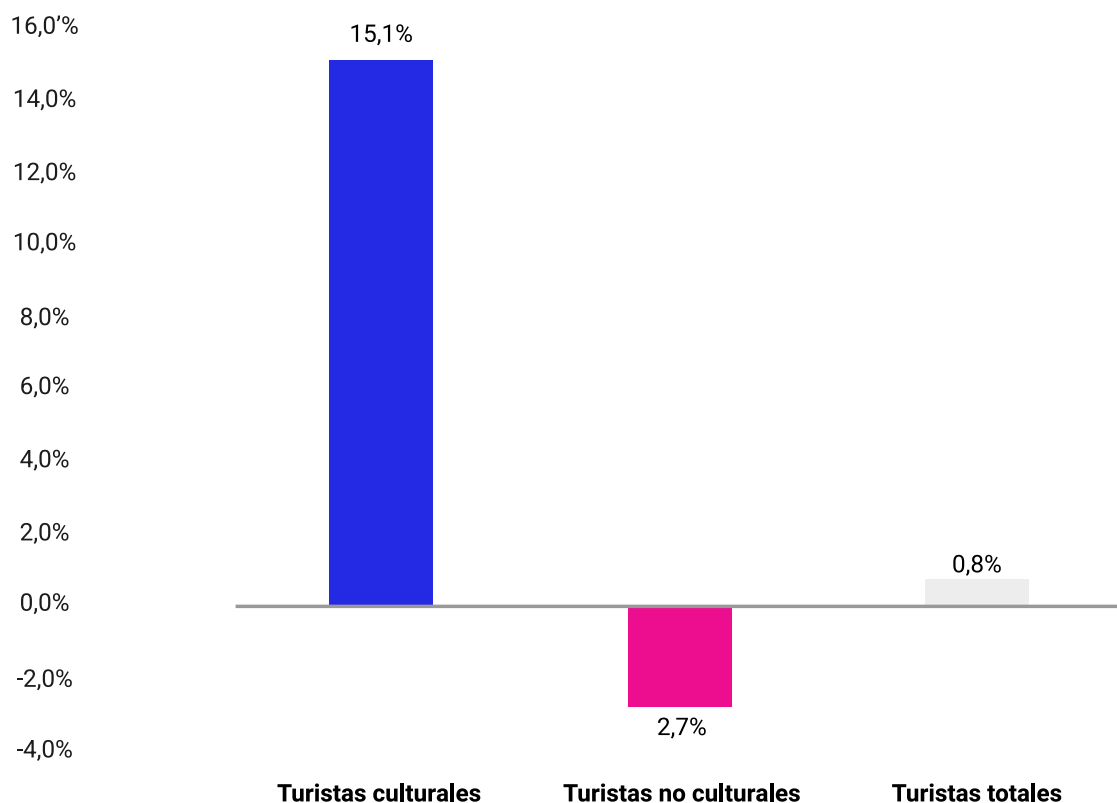
Millones de turistas, 2019-2023



Fuente: Sanjuán et al. (2024) "Estimating Cultural Tourists in Spanish Regions through Machine Learning" de Econcult (Universitat de València), y elaboración propia.

INDICADOR 9 | TURISMO CULTURAL**VARIACIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS CULTURALES, NO CULTURALES Y TURISTAS TOTALES**

Porcentaje, 2019-2023



Fuente: Sanjuán et al. (2024) "Estimating Cultural Tourists in Spanish Regions through Machine Learning" de Econcult (Universitat de València), y elaboración propia.

INDICADOR 9 | TURISMO CULTURAL

Este tipo de turismo tiene varios efectos positivos, como la posibilidad de mantenerse activo durante todo el año, más allá del verano, y su capacidad para atraer visitantes a territorios que, aunque no son destinos turísticos tradicionales, destacan por su riqueza cultural y patrimonial.

En este sentido, el turismo cultural se distribuye por todo el territorio, pero lo hace con distinta intensidad en las comunidades autónomas. En Galicia aporta el 65% de las entradas de visitantes internacionales y en la Comunidad de Madrid el 47%. Curiosamente las regiones tradicionalmente más turísticas como Islas Canarias, Islas Baleares o la Comunidad Valenciana no destacan en turismo cultural.

El turista cultural gasta más

Potenciar este tipo de turistas aporta múltiples ventajas. Se trata de un tipo de visitante que intenta evitar el turismo de masas y buscan una mayor calidad en aquello que consume, estando dispuestos a pagar por esta calidad. Por ello, en 2023 el gasto medio diario del turista cultural fue un 17,5% mayor que el del conjunto de los visitantes internacionales (208 euros frente a 177).

De manera agregada, el gasto total de estos turistas se aproximó en 2023 a los 22.000 millones de euros, incrementándose en casi 6.500 millones respecto de las cifras previas a la pandemia. Se aproxima, de esta manera, a suponer una cuarta parte (23,4%) del gasto total que realizan los visitantes internacionales en España. Su importancia es, por lo tanto, creciente tanto en volumen como en contribución económica.

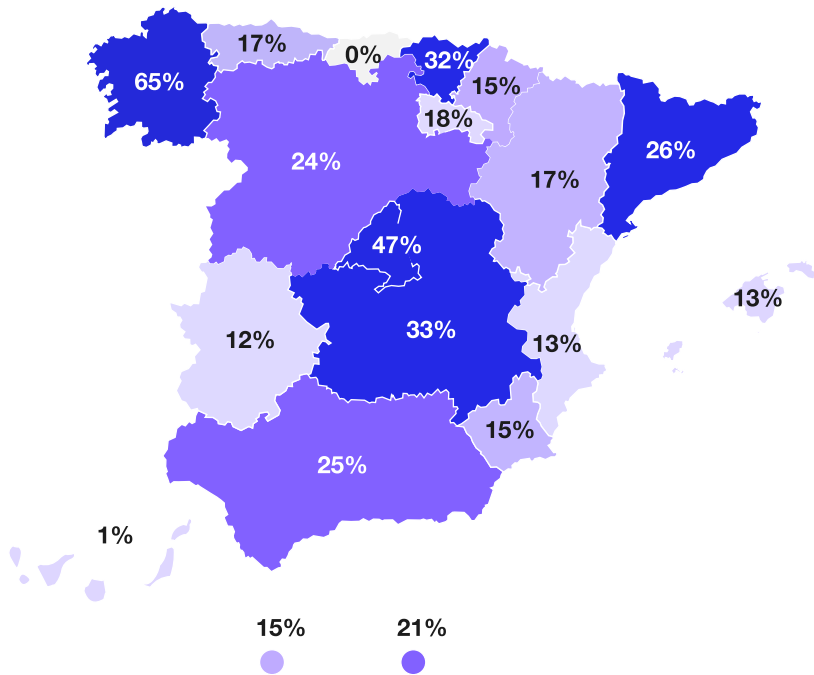
Para atraer a este tipo de turista, que genera un mayor valor añadido a los lugares que visita, es importante evitar la falsa idea de que el *efecto Guggenheim* de Bilbao puede replicarse en cualquier lugar con tan solo crear una infraestructura cultural singular. Centrarse en la construcción o rehabilitación de equipamientos culturales sin estrategia ha tenido efectos negativos, como se ha visto lamentablemente en algunos lugares, y no asegura llamar la atención de este tipo de visitante.

El cultural es un nicho de turismo que está en pleno crecimiento en el que España tiene enormes atractivos y al que hay que prestarle mayor atención, pero necesita de una estrategia clara, además de profesionales especializados en este tipo de oferta.

INDICADOR 9 | TURISMO CULTURAL

PORCENTAJE DE PERNOCTACIONES EXPLICADAS POR EL TURISMO CULTURAL

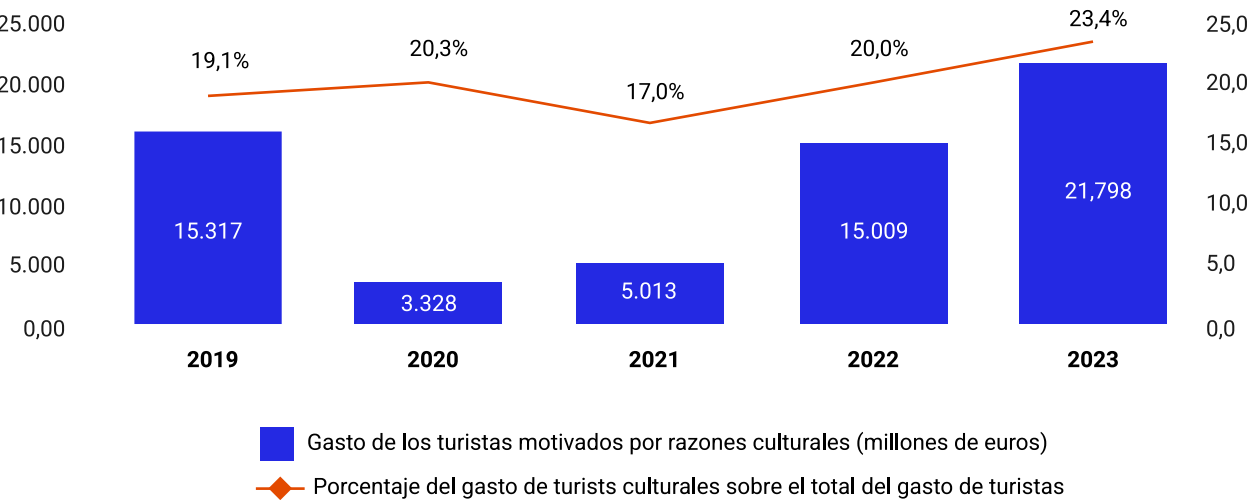
Porcentaje, 2023



Fuente: Sanjuán et al. (2024) “Estimating Cultural Tourists in Spanish Regions through Machine Learning” de Econcult (Universitat de València), y elaboración propia

GASTO AGREGADO DE LOS TURISTAS MOTIVADOS POR LA CULTURA Y PORCENTAJE SOBRE EL GASTO TOTAL DE LOS TURISTAS

Gasto en millones de euros y porcentaje, 2019-2023

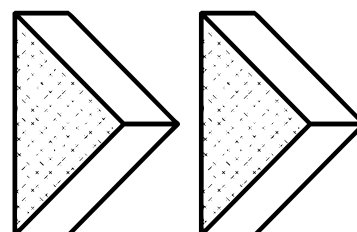


Fuente: Sanjuán et al. (2024) “Estimating Cultural Tourists in Spanish Regions through Machine Learning” de Econcult (Universitat de València), y elaboración propia.

INDICADOR 10 | ACTIVIDADES INNOVADORAS

EL CRECIMIENTO DEL GASTO EN INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LOS SCC ES, TRAS LA PANDEMIA, SUPERIOR AL DEL CONJUNTO DE LAS COMPAÑÍAS ESPAÑOLAS

- Los sectores culturales y creativos cuentan en 2022 con un porcentaje de empresas innovadoras similar al existente en el conjunto del tejido productivo. Sin embargo, se observan trayectorias divergentes tras la pandemia: crecen las empresas con gasto en innovación en los SCC (+3%), mientras decrecen en el conjunto de la economía (-10%).
- Las empresas de estos sectores no son particularmente intensivas en gasto en innovación. Pero, de nuevo, experimentan un fuerte incremento de su inversión en innovación tras la pandemia (+46%), un ritmo de avance más de seis veces superior que el que se produce en el conjunto de la economía (+7,5%).
- Tanto en porcentaje de empresas innovadoras como en intensidad de gasto en innovación, sobresale el subsector de Edición y Audiovisual.
- El tipo de apuesta por la innovación de estos sectores está orientado hacia los intangibles distintos de la I+D, presentando un perfil propio en comparación con el conjunto del sector productivo español.



INDICADOR 10 | ACTIVIDADES INNOVADORAS

La Encuesta sobre Innovación en las Empresas

El Instituto Nacional de Estadística (INE) es el encargado de publicar de manera periódica los resultados de la *Encuesta sobre Innovación en las Empresas*. Se trata de un estudio a gran escala sobre el proceso de innovación en el sector privado, cuya metodología sigue las directrices propuestas por la OCDE para la recogida e interpretación de datos sobre innovación, más conocidas como *Manual de Oslo*.

A pesar de las limitaciones que presenta (como el hecho de centrarse en la población de empresas de 10 o más trabajadores, entre otras), esta herramienta permite poner foco sobre el proceso de innovación en las ramas de actividad que configuran los sectores culturales y creativos, de manera comparada con otros sectores de la economía.

Se considera que una empresa es innovadora si ha introducido una o más innovaciones en el periodo de observación. Tanto si la innovación es responsabilidad de la empresa individualmente como si ha sido una responsabilidad compartida con otra.

Una innovación se define como un producto o proceso de negocio nuevo o mejorado (o una combinación de ambos) que difiere significativamente de los productos o procesos de negocio previos de la empresa y que ha sido introducido en el mercado o implementado en la empresa.

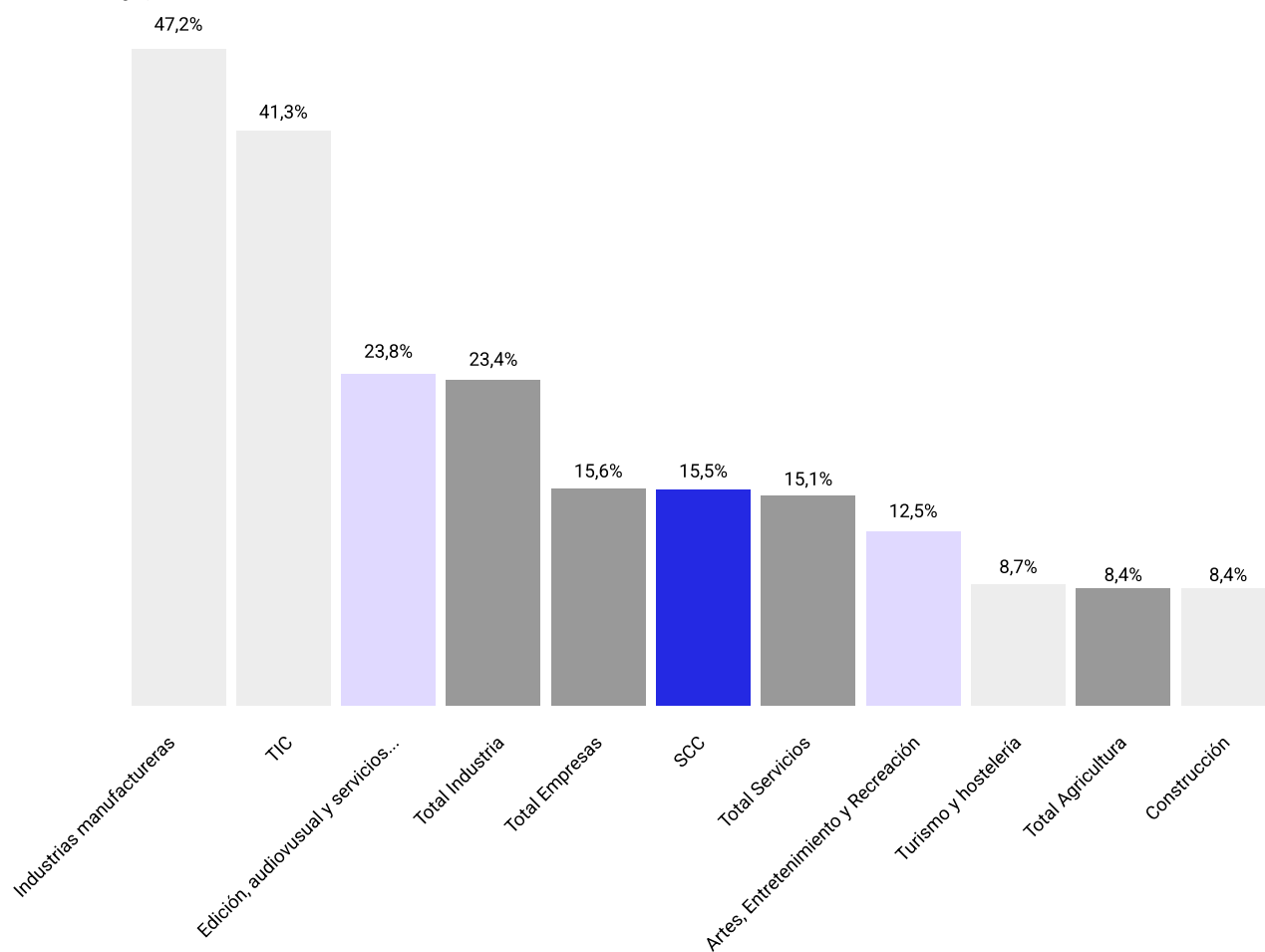
Volumen de empresas que invierte en innovación en los SCC

Atendiendo a los datos reportados por la Encuesta sobre innovación en las empresas más reciente, el 15,5% de las empresas de los sectores culturales y creativos invirtieron en innovación en 2022, prácticamente la misma cifra que corresponde al conjunto de las empresas españolas (15,6%). Se trata de un porcentaje superior al del sector servicios (15,1%) y la agricultura (8,4%), aunque estaría claramente por detrás del sector Industrial (23,4%).

Dentro de los sectores culturales y creativos, destacan los subsectores más relacionados con las Industrias culturales (edición, audiovisual y servicios de información), contando con un 23,8% de sus empresas invirtiendo en innovación, casi tres veces más que lo observado en el turismo, la hostelería y la construcción. Estarían, eso sí, lejos de sectores líderes en innovación como el sector TIC (41,3%) o, sobre todo, de la industria manufacturera (47,2%). La innovación está, sin embargo, mucho menos presente en las estrategias de las compañías del subsector de las artes, entretenimiento y recreación, acotadas a una limitada proporción de empresas (12,5%).

INDICADOR 10 | ACTIVIDADES INNOVADORAS**PROPORCIÓN DE EMPRESAS CON GASTO EN INNOVACIÓN SOBRE EL TOTAL DEL SECTOR**

Porcentaje, 2022



Fuente: Encuesta sobre Innovación en las Empresas del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 10 | ACTIVIDADES INNOVADORAS

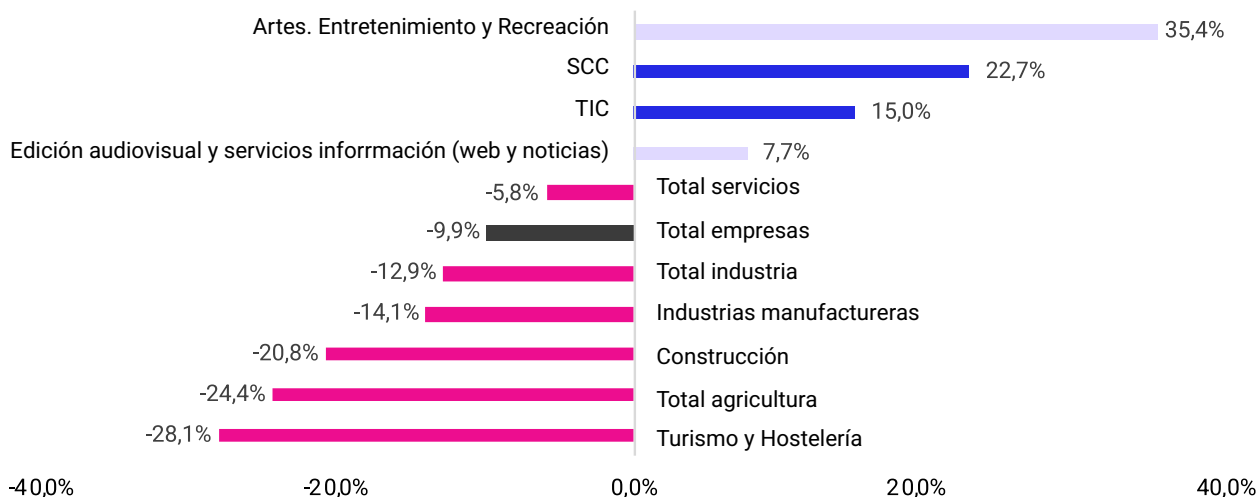
Resulta interesante completar el análisis del volumen de compañías de los sectores culturales y creativos que invirtieron en innovación en 2022, con la favorable evolución que esta cifra ha experimentado de manera reciente tras la pandemia.

Mientras que el número de empresas españolas que realizaban gasto en innovación se reducía un 10% en el período de 2019-2022, el volumen de empresas innovadoras en los SCC aumentaba un 23%, siendo uno de los sectores

que más creció en términos relativos en este período, únicamente por detrás del sector de la energía eléctrica, gas y agua (+40%), pero por delante de otros sectores líderes en innovación como el sector TIC. En este sentido, el subsector de las artes, entretenimiento y recreación fue el que más creció (+35%) dentro de los SCC, mientras que el subsector de la edición, audiovisual y servicios información también lo hizo, pero en menor medida (+8%).

TASA DE VARIACIÓN ACUMULADA DEL NÚMERO DE EMPRESAS QUE REALIZARON GASTO EN INNOVACIÓN POR SECTORES

Porcentaje, 2019-2022



Fuente: Encuesta sobre Innovación en las Empresas del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 10 | ACTIVIDADES INNOVADORAS

Gasto en innovación de las empresas de los SCC

En 2022 el agregado de los SCC para el que se dispone de información dedicó 362 millones de euros a innovación, lo que representa el 1,7% del total de gasto en innovación de las empresas españolas.

Es destacable que este volumen de gasto es, en términos absolutos, similar al de las industrias extractivas y del petróleo (367 millones, 1,8%), y se sitúa por delante de las actividades sanitarias y de servicios sociales (278 millones, 1,3%), la construcción (212 millones, 1%), la agricultura (134 millones, 0,6%) o el turismo y la hostelería (60 millones, 0,3%). Los principales motores del gasto en innovación de los SCC fueron los subsectores de la edición, audiovisual y servicios de información (313 millones, 1,5%), muy por delante de los subsectores de las artes, entretenimiento y recreación (48 millones, 0,2%).

Además, los SCC se encuentran entre los sectores de la economía cuyo gasto en innovación más ha crecido tras la pandemia, acumulando un incremento de 114 millones (+46%), por encima del crecimiento del sector TIC (+18,4%), el conjunto del sector servicios (+18%) y el conjunto de las empresas españolas (+7,5%). Dentro de los SCC, se observan tasas de doble dígito tanto en el subsector de la edición, audiovisual y servicios información, que creció un +48,9%, como en el de las artes, entretenimiento y recreación, con un avance del +28,2%.

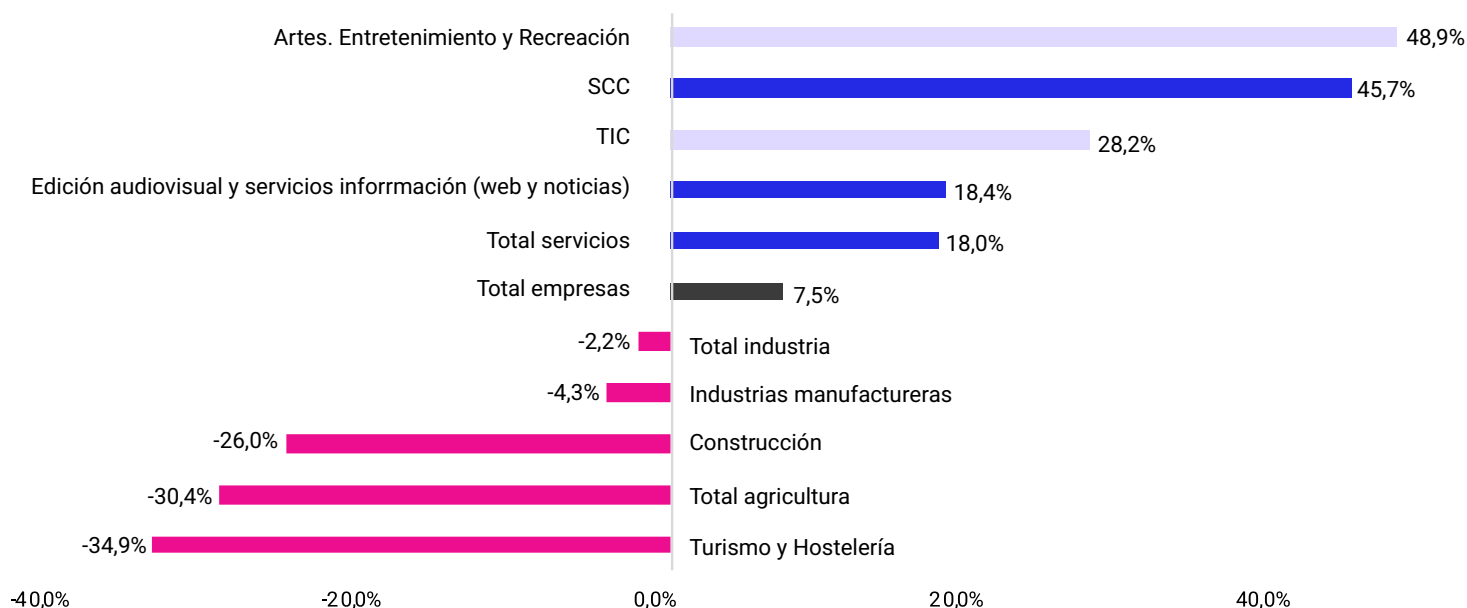
En todo caso, es necesario poner estas magnitudes en relación con la cifra de negocios o el volumen de facturación (lo que se conoce como “intensidad de innovación”) para corregir por el distinto tamaño relativo de las actividades económicas analizadas.

Cuando se realiza esta operación, se confirman las tendencias anteriormente apuntadas. La intensidad de innovación del agregado de las empresas de los SCC (0,78%) es ligeramente inferior a la del conjunto de las empresas de la economía (0,93%), en un contexto de enormes diferencias entre el empuje del subsector de la edición y audiovisual (1,7%) y la atonía del subsector de artes y entretenimiento (0,2%). De hecho, es reseñable el hecho que la intensidad de innovación del primero de los subsectores es mayor que la del conjunto de la industria y de los servicios.

INDICADOR 10 | ACTIVIDADES INNOVADORAS

TASA DE VARIACIÓN ACUMULADA DEL GASTO EN INNOVACIÓN
POR SECTORES

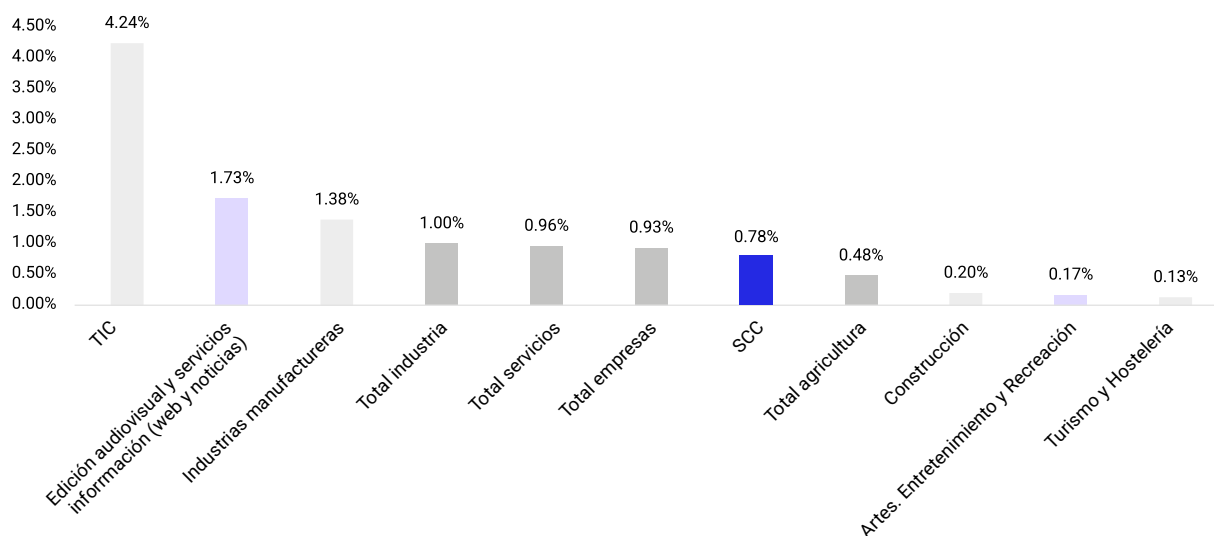
Porcentaje, 2019-2022



Fuente: Encuesta sobre Innovación en las Empresas del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INTENSIDAD DE INNOVACIÓN DEL TOTAL DE EMPRESAS POR SECTOR
(GASTO O INNOVACIÓN/CIFRA DE NEGOCIO)

Porcentaje, 2022



Fuente: Encuesta sobre Innovación en las Empresas del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 10 | ACTIVIDADES INNOVADORAS

Caracterización del gasto en innovación en los SCC

Dentro del gasto en innovación se puede distinguir entre la I+D que se realiza dentro de la empresa (I+D interna), la I+D que se adquiere fuera de la empresa (I+D externa), así como otras actividades innovadoras contempladas en el *Manual de Oslo* (que se asocian al diseño, la imagen de marca, la propiedad intelectual, al desarrollo de software, entre otros intangibles). La inversión en los activos intangibles, característicos de la economía del conocimiento, es determinante para el crecimiento de la productividad de la economía.

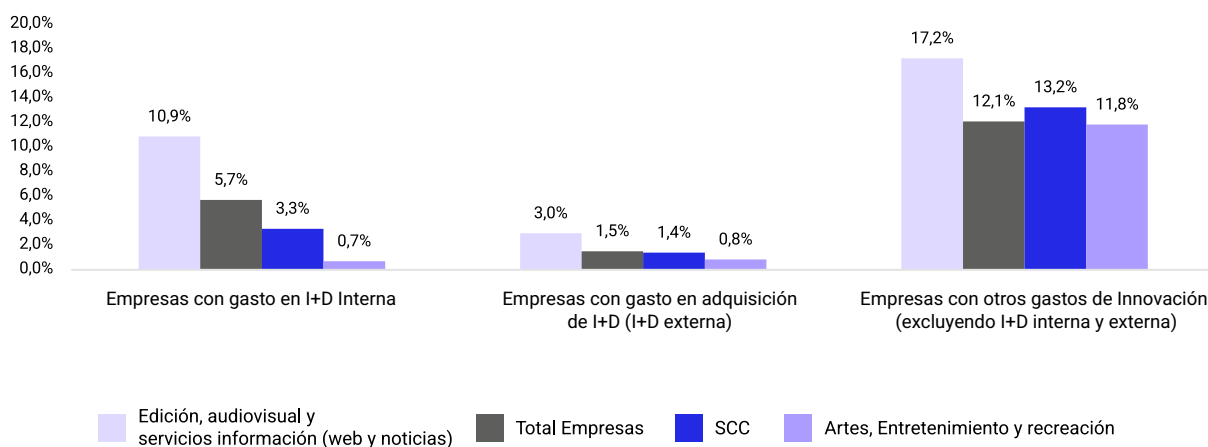
El gasto en innovación de las empresas de los sectores culturales y creativos pivota sobre los intangibles distintos de la I+D, presentando un perfil propio en comparación con el conjunto del tejido productivo español.

Atendiendo a esta clasificación, se puede apreciar que solo el 3,3% de las empresas de los SCC realizaron gasto en I+D interna en 2022. Esto es prácticamente la mitad de lo que se observa cuando se analiza el conjunto de las empresas españolas (5,7%). Existen cifras similares de empresas que adquieren I+D en el mercado (1,4% en los SCC frente a 1,5% en el caso del agregado de las empresas). Sin embargo, en el caso de otros gastos de innovación (excluyendo I+D interna y externa), los SCC se situaron por encima del conjunto de la economía española (con un 13,2%, frente a un 12,1%).

Es, en todo caso, necesario señalar que las empresas del subsector de la Edición, y Audiovisual se posicionan por encima del conjunto de las compañías que operan en España en los tres tipos de gasto relacionados con la innovación.

PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE REALIZARON GASTO EN INNOVACIÓN POR TIPO

Porcentaje, 2022



Fuente: Encuesta sobre Innovación en las Empresas del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 10 | ACTIVIDADES INNOVADORAS

Este perfil propio de inversión orientada hacia intangibles distintos de la I+D, se confirma cuando nos centramos en analizar los volúmenes de inversión en 2022.

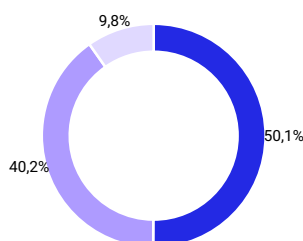
De nuevo, los SCC apuestan en menor proporción por el gasto en I+D interna (que representa el 48,9% del total invertido) y en I+D externa (3,1%), que el conjunto de las compañías

españolas (50,1% y 9,8% respectivamente). Sin embargo, lo hacen en mucha mayor proporción en el caso de otros gastos de innovación (48%) que el conjunto de las empresas españolas (40,2%).

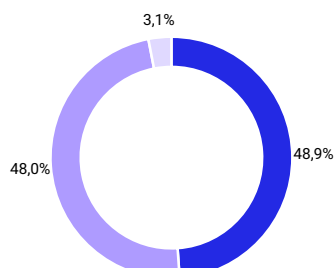
PROPORCIÓN DEL GASTO EN INNOVACIÓN POR TIPO

Porcentaje, 2022

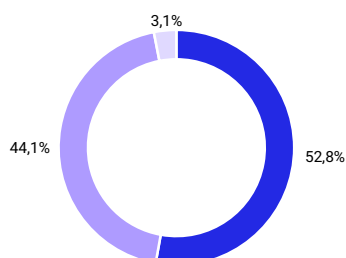
TOTAL DE EMPRESAS DE ESPAÑA



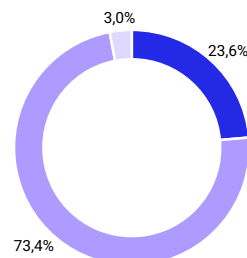
TOTAL DE EMPRESAS DE LOS SCC



EDICIÓN, AUDIOVISUAL Y SERVICIOS INFORMACIÓN (WEB Y NOTICIAS)



ARTES, ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN



■ Gasto en I+D interna ■ Otros gastos de innovación (excluyendo I+D interna y externa) ■ Gasto en adquisición de I+D (I+D externa)

Fuente: Encuesta sobre Innovación en las Empresas del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

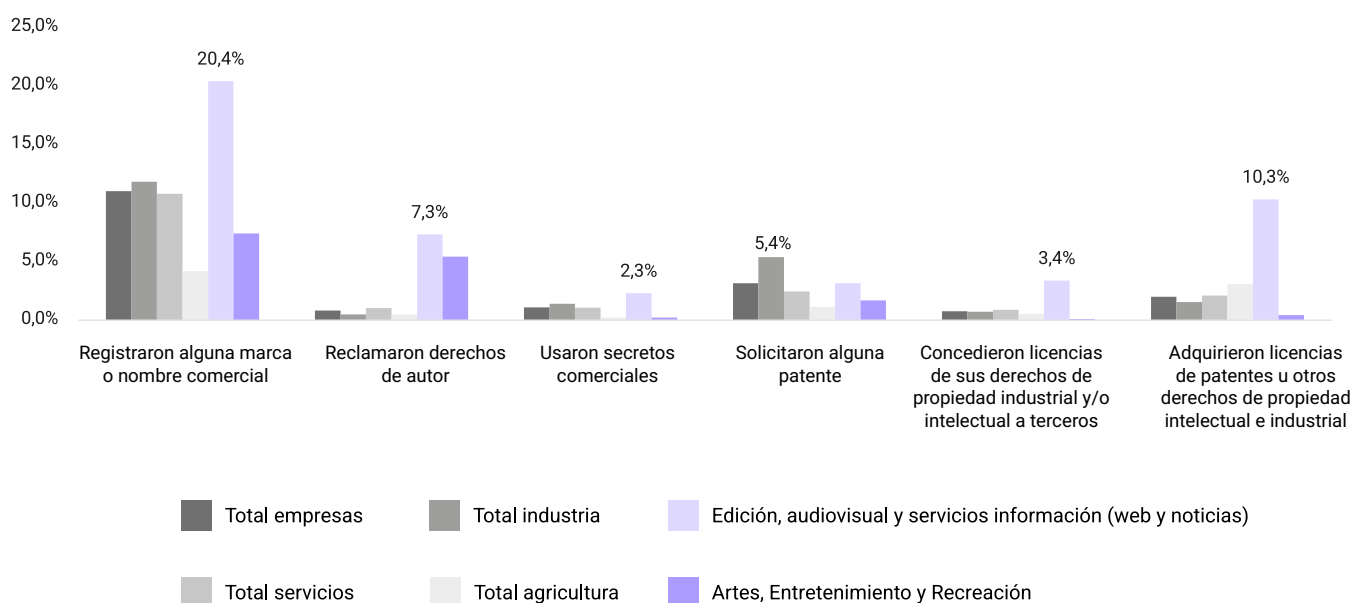
INDICADOR 10 | ACTIVIDADES INNOVADORAS

Por último, dado que la protección de la propiedad intelectual o la concesión licencias para su uso se relaciona con procesos de transferencia de conocimiento y, por lo tanto, con una o varias fases del proceso de innovación, es interesante analizar como los SCC hacen uso de estos mecanismos en comparación con otros sectores de la economía. En este sentido, se puede apreciar que el conjunto de los SCC solo destaca por encima del resto de la econo-

mía en la reclamación de derechos de autor. Sin embargo, es interesante señalar que el subsector de la edición, audiovisual y servicios información se encuentra por encima del conjunto de la economía en el registro de marcas o nombres comerciales, en el uso de secretos comerciales, y en la concesión y adquisición de licencias de derechos de propiedad intelectual.

PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE REALIZARON ACTIVIDADES INNOVADORAS POR TIPO

Porcentaje, 2022

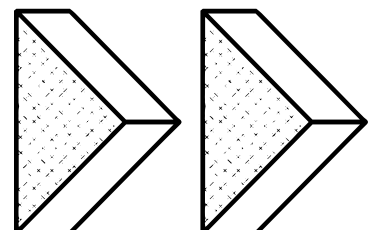


Fuente: Encuesta sobre Innovación en las Empresas del Instituto Nacional de Estadística (INE) y elaboración propia.

INDICADOR 11 | FONDOS NEXT GENERATION DESTINADOS A I+D+I+D EN LOS SCC

LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS RECIBEN FONDOS EUROPEOS PARA I+D+I Y DIGITALIZACIÓN

- Los fondos europeos destinados a actuaciones de I+D+I y digitalización están llegando a empresas de los SCC. El 9,5% del importe total adjudicado ha ido a compañías de estos sectores, casi cinco veces más de su aportación a la economía española.
- La mayoría de los fondos que están llegando a empresas de los SCC se destinan a actuaciones de digitalización, mientras que es limitado su éxito a la hora captar recursos para I+D+I.
- Pero resulta llamativa la concentración de estos fondos en uno de los subsectores (industrias de la propiedad intelectual, con el 80,5% del total), siendo minoritaria la participación del resto, que tiene el reto de aprovechar lo que resta del periodo de implementación del Plan de Recuperación para transformar sus capacidades.
- Existe una muy fuerte concentración de los beneficiarios de los fondos en la Comunidad de Madrid. De hecho, tres municipios madrileños (Alcobendas, Madrid y Las Rozas) concentran el 40,3% de los recursos asignados en todo el país.
- Los fondos europeos han sido clave para el crecimiento del empleo en las empresas de los SCC. Casi una tercera parte de sus gacelas, un total de 102 empresas, han recibido este tipo de fondos.



INDICADOR 11 | FONDOS NEXT GENERATION DESTINADOS A I+D+I+D EN LOS SCC

La Fundación Cotec monitoriza de manera periódica en su proyecto *Monitor NextGen* a distribución territorial y sectorial de los beneficiarios de los fondos europeos asignados a las políticas de I+D+I y digitalización (I+D+I+d), claves para la transformación del modelo productivo. Según contempla el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) de España, estas políticas de gasto deberán recibir el 40% del total de los fondos repartidos, un objetivo que se estaría cumpliendo.

En abril de 2025 Cotec publicó un análisis de la distribución del conjunto de fondos europeos no reembolsables convocados y asignados para I+D+I+d entre los meses de diciembre de 2020 y junio de 2024. En ese periodo, se habían convocado en torno a 23.000 millones de euros en el marco de esas dos políticas, unos 16.000 millones de los cuales habían sido adjudicados.

Es posible poner ahora el foco en el subconjunto de estos fondos que han tenido como destino los sectores culturales y creativos, analizando su importancia cuantitativa y su distribución en el territorio.

Beneficiarios de los fondos europeos en los sectores culturales y creativos

La información disponible permite caracterizar un total de 10.363 millones de euros de los 15.796 millones asignados para políticas de I+D+I o digitalización. Ello se debe a que hay algunos beneficiarios – por ejemplo, es el caso de los autónomos – que no tienen obligación de publicar sus cuentas anuales y, por lo tanto, para los que no es posible cruzar la información.

Los fondos *Next Generation EU* están llegando a las empresas de los sectores culturales y creativos. Hasta junio de 2024 un total de 11.209 empresas habían recibido un total de 975 millones de euros para I+D+I o digitalización, una cifra que debe entenderse como un mínimo, puesto que no incluye los autónomos, un colectivo particularmente relevante en estos sectores.

Esta cifra supone el 9,5% del total de los fondos adjudicados en estas dos políticas de gasto hasta junio de 2024, casi cinco veces más que la contribución de los sectores culturales y creativos a la economía (2,22%).

La mayor parte de estos fondos son para actuaciones en el ámbito de la digitalización (767 millones de euros, el 79% del total), mientras que las actuaciones de I+D+I han recibido 208 millones. Este sesgo hacia la digitalización no es tan pronunciado en el análisis que el *Monitor NextGen* de Cotec ofrece para el conjunto de los sectores de la economía (donde el 56% de los fondos recibidos han ido a digitalización), lo que pone en evidencia las dificultades de los SCC para atraer fondos dedicados a la I+D+I.

A estas cifras habrá que sumar en futuras actualizaciones de este ejercicio los beneficiarios del *Plan de Impulso al Sector Audiovisual Español*, conocido como *Spain Audiovisual Hub*, uno de los ejes de la agenda España Digital 2026 que tiene como objetivo promover la producción en el país, atraer la inversión internacional y el talento para construir un potente ecosistema para competir en los mercados internacionales. Esta estrategia de impulso al sector cuenta con un presupuesto de más de 1.600 millones de euros, entre fondos nacionales y europeos.

INDICADOR 11 | FONDOS NEXT GENERATION DESTINADOS A I+D+I+D EN LOS SCC

Detalle para los 4 grupos de los SCC

La distribución de los fondos entre los grupos que conforman los sectores culturales y creativos presenta una concentración muy elevada en uno de ellos, las industrias de la propiedad intelectual. Este grupo consigue 785 millones de euros, el 80,5% del total de los recursos para I+D+I+d captados por el conjunto de los SCC.

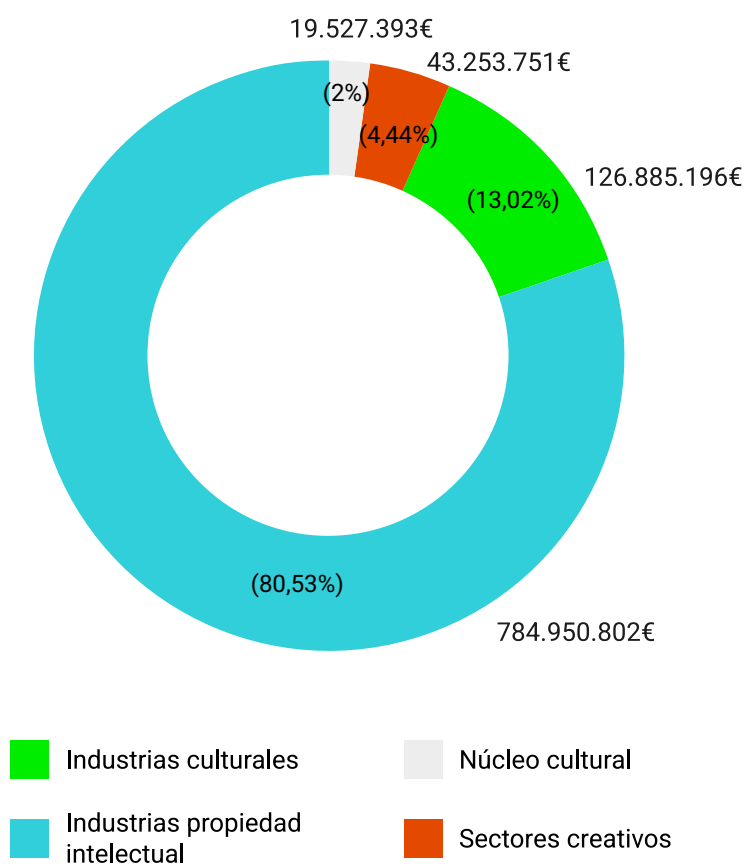
A mucha distancia aparecen las industrias culturales (127 millones, el 13% del total), y todavía más lejos los sectores creativos (43 millones, el 4,4%) y el núcleo cultural (19,5 millones, el 2%). Estos subsectores no están consiguiendo aprovechar de manera suficiente el gran volumen de fondos europeos disponibles para transformar sus capacidades. Es, por lo tanto, un reto que lo puedan hacer desde ahora hasta que finalice en 2026 el periodo de implementación del Plan de Recuperación.

Como se ha mencionado anteriormente, los fondos destinados a la digitalización constituyen la mayor parte (79%) de los recursos adjudicados a las empresas de los SCC. Esto es, además, así en todos y cada uno de los cuatro grupos que conforman los sectores culturales y creativos. Lo es de manera más clara en las industrias de propiedad intelectual (80%) que en el núcleo cultural (75%), las industrias culturales (74%) o, sobre todo, en los sectores creativos (64%), que presentan distribuciones algo más equilibradas. La naturaleza de las actividades contenidas en cada grupo condiciona, en definitiva, la capacidad de atraer fondos de uno y otro tipo.

INDICADOR 11 | FONDOS NEXT GENERATION DESTINADOS A I+D+I+D EN LOS SCC

FONDOS EUROPEOS PARA I+D+I+D CAPTURADOS POR LOS 4 GRUPOS DE LOS SCC

Porcentaje, diciembre 2020 – junio 2024

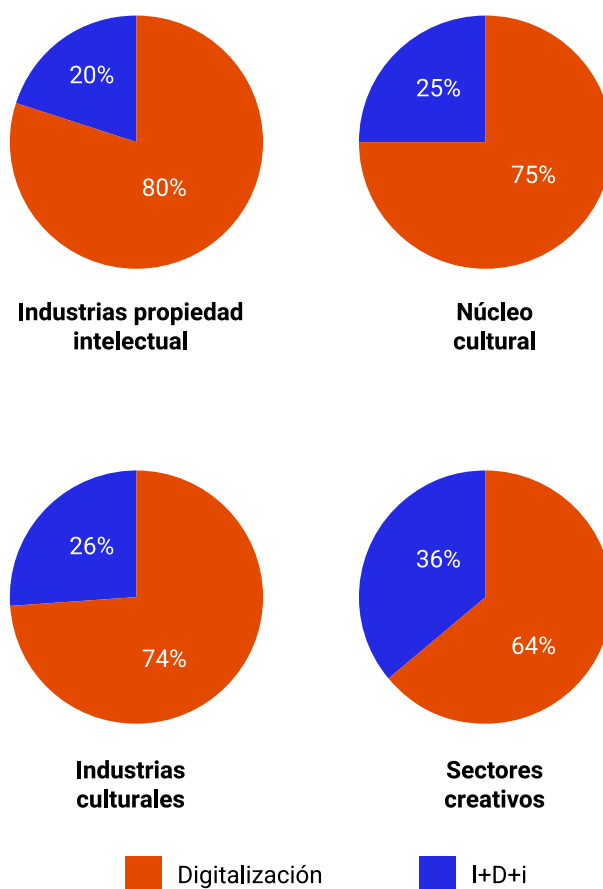


Fuente: Monitor NextGEN de la Fundación Cotec para la Innovación, Plataforma de Contratación del Sector Público (PCSP), Base de datos Nacional de Subvenciones (BDNS), Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia.

INDICADOR 11 | FONDOS NEXT GENERATION DESTINADOS A I+D+I+D EN LOS SCC

COMPOSICIÓN DE LOS FONDOS EUROPEOS CAPTADOS POR LOS GRUPOS SCC

Porcentaje, diciembre 2020 – junio 2024



Fuente: Monitor NextGEN de la Fundación Cotec para la Innovación, Plataforma de Contratación del Sector Público (PCSP), Base de datos Nacional de Subvenciones (BDNS), Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia.

INDICADOR 11 | FONDOS NEXT GENERATION DESTINADOS A I+D+I+D EN LOS SCC

Distribución territorial

En el análisis territorial del destino de los fondos se observa una elevadísima concentración hacia la Comunidad de Madrid. El 50,4% de los fondos adjudicados a empresas de los SCC fueron a parar a compañías con sede social en esta comunidad (491 millones de euros). Esta concentración es mayor que la que presenta el total de fondos *NextGen* para I+D+I+d recibidos por el conjunto de los sectores de la economía (46,6%).

A continuación, pero a bastante distancia, aparecen las empresas con sede social en Cataluña, que recibieron el 21,3% de los fondos (208 millones de euros).

Esta concentración se observa también a nivel municipal. Aunque existen beneficiarios de fondos europeos para I+D+I+d en los SCC en 1.388 municipios, tan solo los tres primeros se llevan algo más de la mitad del total.

Tres de los cuatro municipios españoles que mayor volumen de fondos europeos para I+D+I+d han recibido por parte de empresas de los sectores culturales y creativos son madrileños. Alcobendas es el municipio que más recursos ha recibido (258 millones de euros, el 26,5% del total), seguido de Barcelona (167 millones, el 17%), Madrid (96 millones, el 8%) y Las Rozas (39 millones, el 4%).

Es muy distinto el grado de capilaridad en el territorio que se observa entre los beneficiarios de los fondos de digitalización en relación con los de I+D+I+d. Los primeros cuentan con beneficiarios en empresas de los SCC en 1.369 municipios, mientras que los segundos se concentran en tan solo 205. El Programa KIT Digital, cuyo impacto se deberá evaluar más

adelante, es la política por la que han resultado beneficiarias un mayor número de empresas de los SCC.

Fondos europeos y empresas gacela

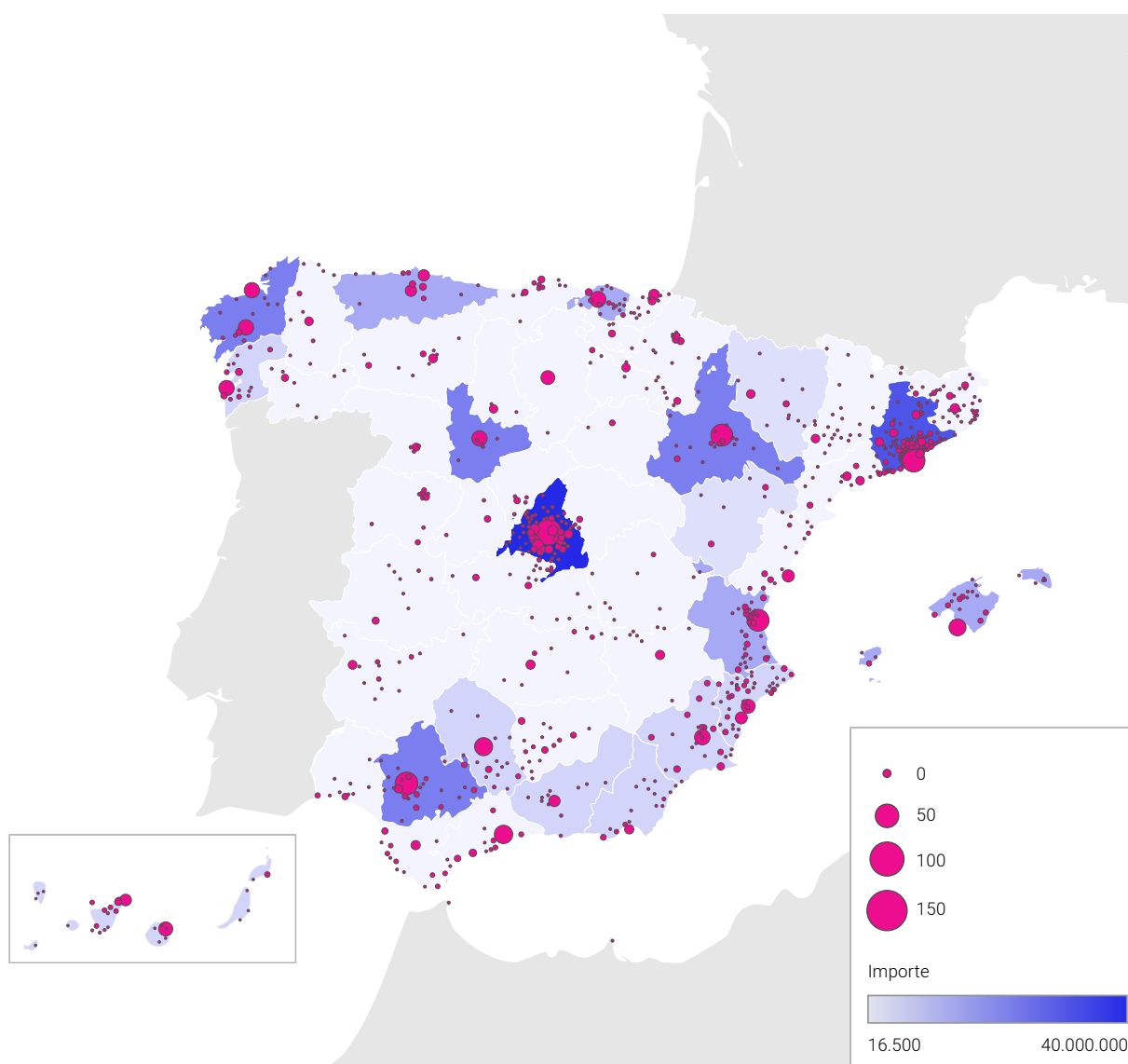
Los fondos europeos han desempeñado un papel fundamental en el crecimiento del empleo dentro de las empresas de SCC. Estas ayudas han permitido a muchas compañías acceder a recursos financieros estratégicos que han impulsado su desarrollo, fomentando la innovación, la digitalización y la expansión de sus operaciones.

En particular, se observa que casi una tercera parte de las empresas de alto crecimiento, denominadas gacelas, identificadas en los SCC en el periodo 2020-2023 han recibido financiación a través de estos fondos. En términos numéricos, esto equivale a un total de 102 compañías del total de las 339 gacelas de los SCC. Gracias a estos apoyos, han logrado generar nuevos puestos de trabajo y aumentar su capacidad productiva.

INDICADOR 11 | FONDOS NEXT GENERATION DESTINADOS A I+D+I+D EN LOS SCC

NÚMERO DE BENEFICIARIOS E IMPORTE ADJUDICADO DE FONDOS DESTINADOS A ACTUACIONES DE I+D+I+D EN LOS SCC

Número de empresas y euros, diciembre 2020 – junio 2024

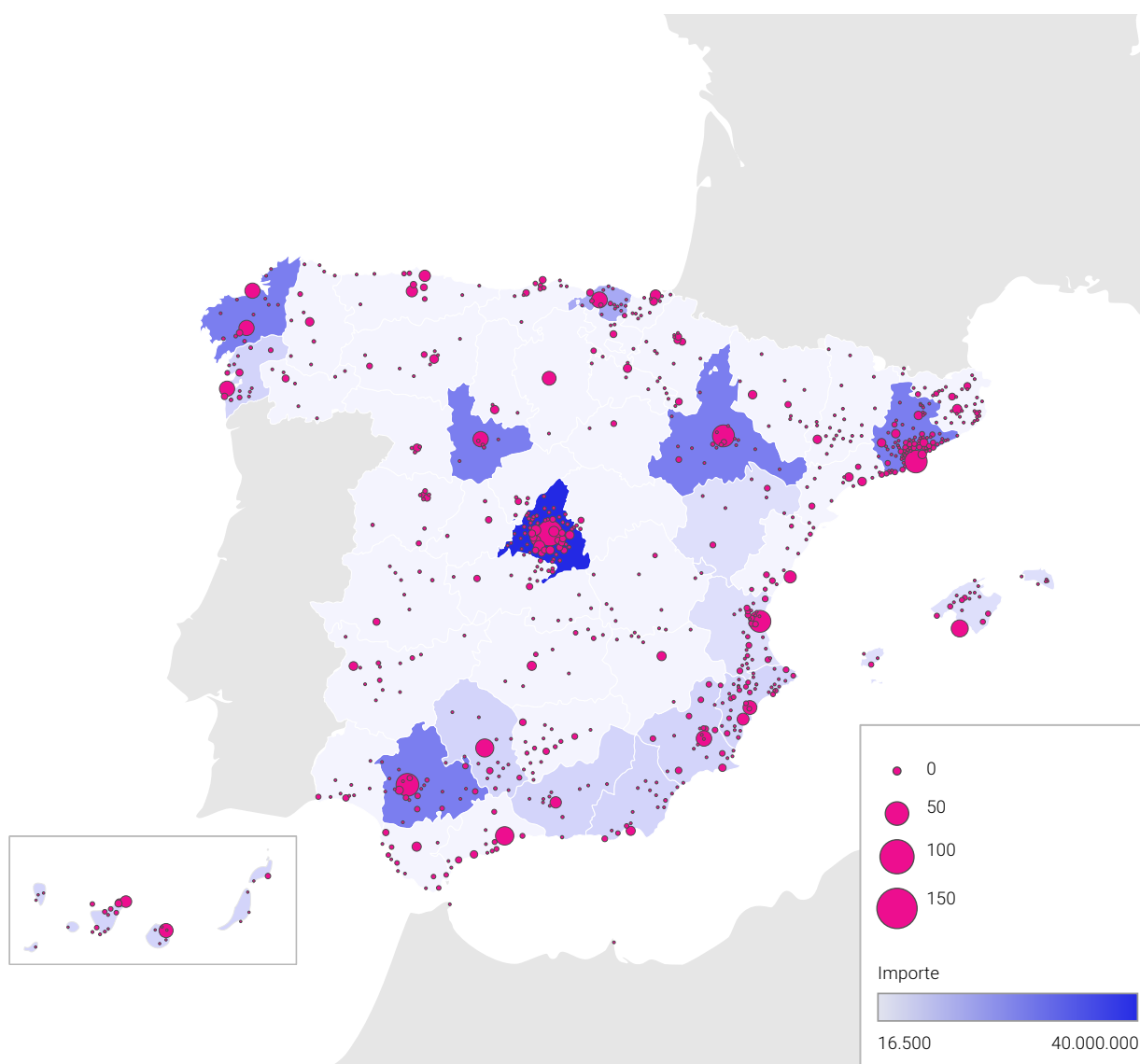


Fuente: Monitor NextGEN de la Fundación Cotec para la Innovación, Plataforma de Contratación del Sector Público (PCSP), Base de datos Nacional de Subvenciones (BDNS), Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia.

INDICADOR 11 | FONDOS NEXT GENERATION DESTINADOS A I+D+I+D EN LOS SCC

NÚMERO DE BENEFICIARIOS E IMPORTE ADJUDICADO DE FONDOS DESTINADOS A ACTUACIONES DE DIGITALIZACIÓN EN LOS SCC

Número de empresas y euros, diciembre 2020 – junio 2024

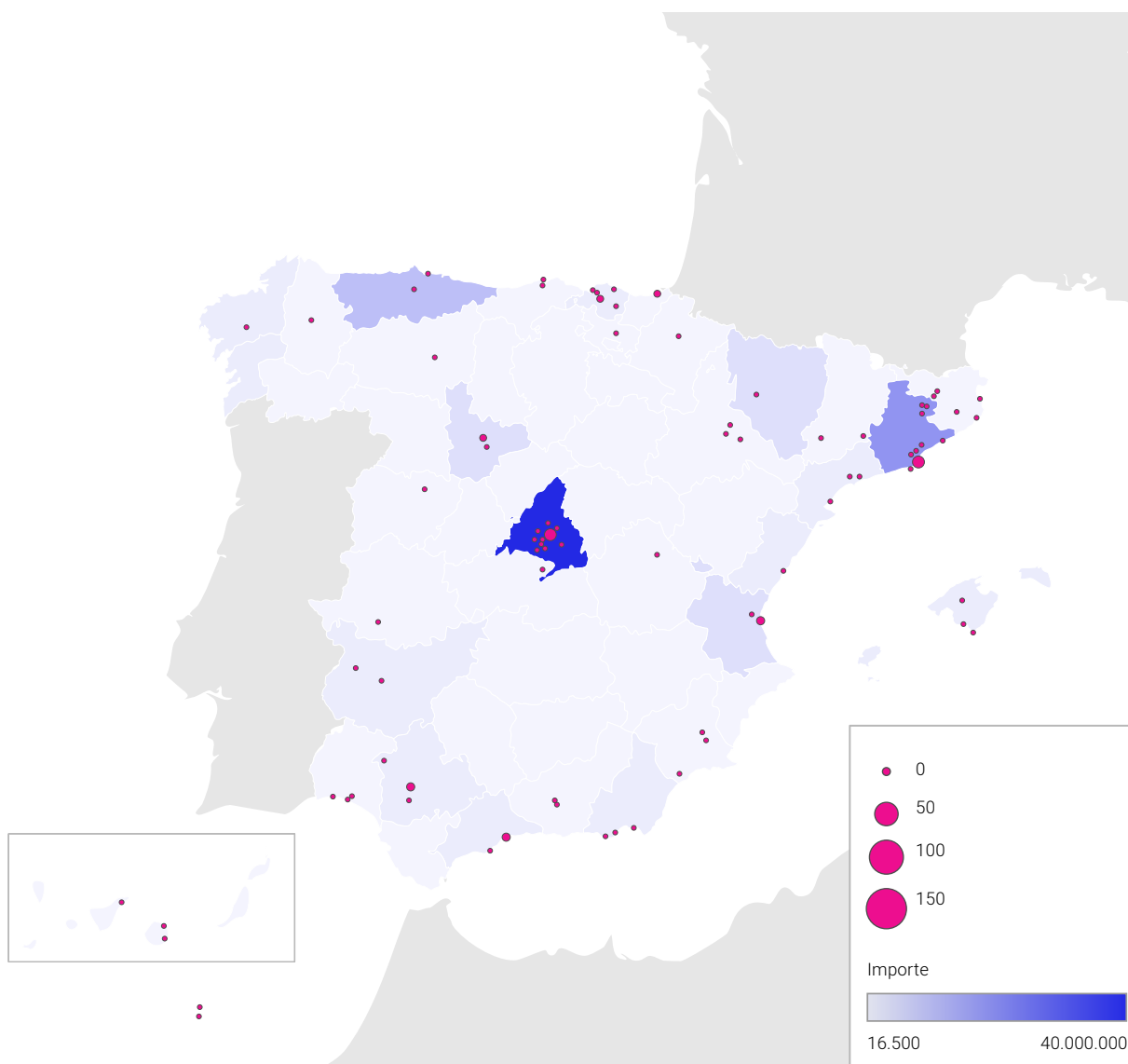


Fuente: Monitor NextGEN de la Fundación Cotec para la Innovación, Plataforma de Contratación del Sector Público (PCSP), Base de datos Nacional de Subvenciones (BDNS), Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia.

INDICADOR 11 | FONDOS NEXT GENERATION DESTINADOS A I+D+I EN LOS SCC

NÚMERO DE BENEFICIARIOS E IMPORTE ADJUDICADO DE FONDOS DESTINADOS A ACTUACIONES DE I+D+I EN LOS SCC

Número de empresas y euros, diciembre 2020 – junio 2024



Fuente: Monitor NextGEN de la Fundación Cotec para la Innovación, Plataforma de Contratación del Sector Público (PCSP), Base de datos Nacional de Subvenciones (BDNS), Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) y elaboración propia.

BIBLIO GRAFÍA

03.



Rausell Köster, P. (2022). *Definiendo los sectores cultural y creativo en términos estadísticos 2022*. Working Paper Series 3.08/23. España: Econcult, Universidad de València
<https://www.uv.es/curseghsm/CCS.pdf>

Adorno, T. y M. Horkheimer (1994). *Dialéctica de la Ilustración, fragmentos filosóficos*. Madrid (España): Editorial Trotta.

UNESCO (2024). *La Convención sobre la Diversidad de las Expresiones Culturales de 2005*.
<https://www.unesco.org/creativity/es/2005-convention>

Government of Australia (1994). *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*. Australia: Commonwealth of Australia.
<https://apo.org.au/node/29704>

BOP Consulting (2010). *Mapping the Creative Industries: A Toolkit*. Creative and Cultural Economy series / 2. Londres (Reino Unido): British Council.
https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf

UNESCO (2010). *Políticas para la creatividad: guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. ISBN: 978-92-3-304190-5
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000220384>

Qmetrics, NTT Data, Fundación Alternativas, CUMEDIAE aisbl, GERADOR (2022). *Final Report - Measuring the Cultural and Creative Sectors in the EU*. European Union: The Measuring CCS Consortium
<https://www.measuring-ccs.eu/wp-content/uploads/2022/11/The-Measuring-CCS-Consortium-publishes-the-Final-Report-Measuring-the-Cultural-and-Creative-Sectors-in-the-EU.pdf>

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado (2021). *Reglamento (UE) 2021/818 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 2021 por el que se establece el Programa Europa Creativa (2021 a 2027) y por el que se deroga el Reglamento (UE) n° 1295/2013*. Unión Europea: DOUE
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=-DOUE-L-2021-80686>

Pastor Bustamante, J. (2021). *Softpower: el poder blando que fortalece*. España: elDiario.es
https://www.eldiario.es/opinion/tribuna-abierta/softpower-blando-fortalece_129_8226292.html

Brand Finance (2025). *Global Soft Power Index*
<https://brandirectory.com/softpower/>

Sanjuán et al. (2024) *Estimating Cultural Tourists in Spanish Regions through Machine Learning*. Econcult (Universitat de València).

Fundación Cotec para la Innovación, Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas Monitor (Ivie) (Abril 2025). *Monitor NextGEN*.

Fundación Cotec para la Innovación, Universidad de Sevilla (Abril 2025). *Observatorio de empresas gacelas 2020-2023*.

Fundación Cotec para la Innovación (Mayo 2024). *VII Encuesta de Percepción Social de la Innovación en España (EPSI)*.

COTEC

Si quieres estar
al día de lo que publicamos,
suscríbete en
cotec.es



COTEC.ES