

LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

UN SECTOR CLAVE DE LA NUEVA ECONOMÍA

INFORME · MAYO DE 2012

www.fundacionideas.es



Publicaciones de la Fundación IDEAS

Informes: son análisis de mayor extensión llevados a cabo por equipos de científicos y expertos en los que la Fundación IDEAS refleja su posición.

Documentos de Trabajo: son análisis más breves llevados a cabo por equipos de científicos y expertos en los que la Fundación IDEAS refleja su posición.

Documentos de Debate: son documentos elaborados por científicos y expertos de la Fundación IDEAS y colaboradores externos que no necesariamente reflejan las posiciones de la Fundación.

Documentos de Análisis Político: son documentos que marcan el posicionamiento político de la Fundación IDEAS en asuntos relevantes de la agenda política.

Artículos de Análisis y Opinión: son artículos de opinión donde el autor libremente expone sus puntos de vista sobre un asunto concreto, sin reflejar las posiciones de la Fundación.

Editado por Fundación IDEAS
c/ Gobelás 31, 28023 Madrid
Telf. +34 915 820 091
Fax. +34 915 820 090
www.fundacionideas.es

ISBN: 978-84-15386-10-0
Depósito legal: M-19689-2012

Autores

Este informe ha sido elaborado por:

Miembros de la Fundación IDEAS:

Javier Bonilla Arjona, director de la cátedra de Industrias culturales de la Fundación IDEAS y director de BiP Consulting, consultora especializada en comunicación y relaciones institucionales.

Reyes Maroto Illera, investigadora senior en el área de Economía, sostenibilidad y bienestar de la Fundación IDEAS y profesora asociada en la Universidad Carlos III de Madrid.

Casilda Cabrerizo Sanz, ayudante de investigación en el área de Economía, sostenibilidad y bienestar de la Fundación IDEAS.

Queremos agradecer a todos los participantes del Grupo de Estudios de Industrias Culturales sus aportaciones, críticas y sugerencias.

Con la colaboración de:



Siglas

AGE	Administración General del Estado
AIE	Agrupaciones innovadoras empresariales
BIC	Bienes de interés cultural
ICC	Industrias culturales y creativas
ICO	Instituto de Crédito Oficial
INE	Instituto Nacional de Estadística
ISBN	International Standard Book Number
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
PGE	Presupuestos Generales del Estado
PIB	Producto interior bruto
TI	Tecnologías de la información
TIC	Tecnologías de la información y comunicación
UE	Unión Europea

Índice

Resumen ejecutivo	7
1. Estructura del documento	15
2. Concepto y medición	19
3. La contribución económica del sector de las industrias culturales y creativas en España	25
3.1 La contribución directa de las ICC y algunos sectores de gran potencial	29
3.2 La contribución indirecta de las ICC: sinergias con otros sectores de actividad	32
3.3 Las ICC en el nuevo modelo productivo	38
4. Procesos de transformación en las industrias culturales y creativas para adaptarse a los cambios	41
4.1 El sector editorial.....	43
4.2 El sector de la informática	49
4.3 El sector audiovisual.....	54
4.4 El sector del patrimonio	57
4.5 El sector de las artes escénicas.....	61
5. Rasgos y factores de desarrollo empresarial en las industrias culturales y creativas	65
5.1 Rasgos de las empresas que forman el sector de las ICC	68
5.2 Factores de entorno que afectan al desarrollo empresarial	81
6. Recomendaciones para potenciar el sector	97
Referencias	107
Índice de Gráficos y Tablas	113

Resumen ejecutivo

En las últimas décadas, el mundo se ha transformado a gran velocidad. La rápida implantación de las nuevas tecnologías y la creciente globalización han provocado profundos cambios que afectan no solo a la actividad productiva, donde se ha producido una reorientación desde la industria manufacturera tradicional hacia los servicios, sino también a los modos y estilos de vida.

En este entorno global en transformación, con nuevos patrones de producción, consumo y comercio, la cultura, la creatividad y el conocimiento se están convirtiendo en poderosos instrumentos de fomento del desarrollo económico y en potentes factores de competitividad.

Las industrias culturales y creativas (ICC, en adelante) están llamadas a jugar un papel de primer orden en la competitividad de la economía española y en la transición hacia el nuevo modelo productivo. Ofrecen un elevado potencial como detonantes de procesos de innovación, activando los recursos, conocimientos y talento creativo, que son definitorios de este sector de actividad. Además, al tratarse de un sector muy intenso en factor trabajo, su desarrollo abre una perspectiva de incremento del empleo de calidad y un impulso notable de la economía basada en la creatividad y el conocimiento.

Son fuente de innovación, crean puestos de trabajo y actúan de interfaz entre las distintas actividades sectoriales. Además, son una fuente de ventaja competitiva no reproducible en otro lugar, claves en el desarrollo de la innovación no tecnológica y poderosos motivadores de la innovación tecnológica, factores de desarrollo territorial y local y fuerza motriz de la transformación industrial. Asimismo, las ICC promueven el pluralismo y la diversidad cultural, y son un instrumento para promocionar no solo la «identidad española», sino también la europea. Por ello, la Estrategia 2020 recomienda incrementar el refuerzo e innovación de las industrias culturales y creativas como marco del futuro desarrollo de Europa.

La cultura y la creatividad tienen, además de un valor tangible en términos económicos, una aportación decisiva desde el punto de vista social. Nadie pone en duda la función social que cumplen los medios de comunicación, la importancia de la conservación del patrimonio para nuestra cultura, el valor inspirador de las representaciones teatrales, el cine y la literatura como generadores y difusores de la cultura en español, la creatividad como factor de desarrollo humano, etc.

Son numerosos los estudios (OCDE, 2006; KEA, 2006; Comisión Europea, 2009 y 2011; UNCTAD, 2008; y TERA Consultants, 2010) que han mostrado que en el sector de las ICC se alojan empresas altamente innovadoras con un gran potencial econó-

mico y es uno de los sectores más dinámicos de Europa. La Comisión Europea (2011) ha destacado el papel de las ICC en la generación de empleos de calidad con más de 6,4 millones de personas en el conjunto de la UE en 2009, el 3% del empleo total.

La actividad del sector en España (según los datos de la Cuenta Satélite de la Cultura que publica el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011a) ascendería a algo más de 41.000 millones de euros (un 4% del valor añadido total) y más de 625.000 empleos (un 3,1% del empleo total) en 2009 y destaca su gran dinamismo en la última década, que lo ha convertido en un sector estratégico por su capacidad dinamizadora de la actividad económica y el empleo. Entre los años 2000 y 2009 la actividad del sector de las ICC en España se ha incrementado un 47%, el empleo un 35% y las empresas un 36%.

Más allá de su contribución directa al PIB y al empleo, las ICC también son importantes impulsoras de la innovación económica y social en otros muchos sectores, tales como la industria manufacturera, el turismo, la educación o la investigación. Según nuestras estimaciones, los efectos indirectos de las ICC en términos de PIB alcanzarían los 10.000 millones de euros y generarían más de 180.000 empleos en actividades vinculadas con el sector, lo que contribuiría a incrementar la aportación del sector a la economía española, hasta situarla en el 5,2% del PIB y el 4% del empleo total.

El fuerte dinamismo que ha vivido el sector en los últimos años no hubiera sido posible sin el apoyo público, ya que el sector en general, y algunas actividades en particular, son muy dependientes de las inversiones públicas. Sin embargo, la política de recortes anunciada por el Gobierno del Partido Popular (PP), que previsiblemente mantendrá en los próximos años, supone un freno para el desarrollo del sector de las ICC y pone en riesgo el potencial que tiene como motor de la recuperación de la economía española y como un pilar fundamental de un nuevo modelo productivo.

Según nuestras estimaciones, las industrias culturales y creativas podrían generar hasta 42.000 puestos de trabajo en los próximos cuatro años, en un escenario de cambio de modelo productivo, frente a una pérdida de en torno a 60.000 puestos de trabajo que se produciría en un escenario de recortes presupuestarios, como el que parece aventurar el Gobierno del PP.

La importancia y potencial de las ICC en España radica en varios factores. En primer lugar, por la riqueza cultural que posee España, comparable a la que existe en otros países de nuestro entorno y que contribuye a situar a España en los primeros puestos en las comparaciones internacionales sobre dimensión del sector. Cabe destacar,

por ejemplo, el puesto número 2 que ocupa España en la lista de países con lugares declarados patrimonio cultural de la humanidad (UNESCO, 2011¹), con 42, un *ranking* donde sobresale Italia que ocupa el número 1 con 46.

En segundo lugar, por la riqueza idiomática, ya que el español aporta una ventaja competitiva a las industrias culturales españolas, como lo refleja el cada vez mayor número y proporción de hispanohablantes en el mundo, que previsiblemente continuará expandiéndose de modo natural en las próximas décadas y contribuyendo de forma relevante a la economía española.

En tercer lugar, la demanda nacional española de productos y servicios relacionados con la cultura ofrece un notable margen para su desarrollo. Por un lado, la participación de la sociedad española en actividades culturales es aún muy inferior a la media de la UE-27 (Comisión Europea, 2007). Por otro, existe evidencia de que el consumo de cultura está positivamente vinculado con el nivel de renta y educativo de las personas (Chan y Golthorpe, 2006). Por tanto, cabe esperar que el aumento de la renta y nivel de vida de los españoles se traduzca en un papel cada vez más destacado de las industrias culturales en los próximos años.

En cuarto lugar, encontramos que los procesos de digitalización, masivos, en el área de la cultura y la creatividad, que están llevándose a cabo en Francia y Gran Bretaña, y que están muy avanzados en España, representan una oportunidad para las ICC de cara a fortalecer su posición y a encontrar las propuestas y argumentos capaces de hacer que se proyecten hacia el futuro.

En quinto lugar, hemos asistido a un proceso de convergencia en la producción, distribución y consumo de cultura que hoy forman parte de un dinámico mercado global y donde las empresas españolas deben posicionarse para incrementar su cuota de mercado. La globalización está suponiendo un cambio de escala en los negocios y el futuro de las empresas culturales españolas será, cada vez más, la especialización y diferenciación de productos y servicios. Las empresas tendrán que buscar un nicho de negocio donde sean competitivas a nivel internacional y deberán tener capacidad de captación de clientes a escala mundial.

Por otro lado, existen factores que podrían limitar el crecimiento futuro del sector. En primer lugar, su fuerte dependencia de la inversión pública, que en un contexto de crisis económica y financiera como el actual, agudizado por las medidas tomadas por el actual Gobierno, supone un freno al mantenimiento de muchas activida-

1 http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

des culturales. Para mejorar el acceso a la financiación de las pymes culturales es preciso fomentar el acceso de las ICC a intermediarios financieros especiales como Bussines angels, Venture capital y Innovation vouchers. También establecer líneas de crédito ICO para apoyar a creadores y emprendedores culturales y para apoyar el crecimiento y la consolidación de las pymes culturales existentes. Asimismo, es necesario lograr una mayor implicación social y privada en la inversión en cultura, así como nuevos modelos de gestión integrada (planificación estratégica, prevención, cooperación y coordinación público-privada, etc.). En este ámbito sería deseable un tratamiento especial a la colaboración privada (empresas y particulares) como complemento al apoyo público y al modelo público-privado. Finalmente, es necesaria una mayor supervisión y evaluación de la efectividad de los mecanismos financieros públicos en las ICC y, en particular, en algunos sectores como el audiovisual, con un replanteamiento del papel de las televisiones públicas como motor del sector. Esta imbricación es una constante en el modelo inglés y está detonando la convergencia real entre ICC audiovisuales y tecnologías de la información y comunicación (TIC) relacionadas.

En segundo lugar, es necesario revisar y modernizar los programas educativos para asociarlos al nuevo modelo de las ICC, donde lo tecnológico y lo creativo son activos fundamentales, y la parte de gestión, donde la creación/producción y la distribución cobran una importancia vital. También se requiere una mayor integración entre enseñanzas vinculadas con la cultura y la creatividad y las enseñanzas empresariales para mejorar la capacitación de los profesionales del sector.

En tercer lugar, es necesario resolver los problemas de dimensión del sector caracterizado por una notable atomización del tejido empresarial, apostando por la colaboración empresarial y «clusterización» como estrategia para ampliar el tamaño relativo de las empresas.

Finalmente, el sector necesita para desarrollarse un mayor aprovechamiento de su capacidad innovadora y una mejor gestión del talento, así como desarrollos normativos en materia de propiedad intelectual, unificados en la Unión Europea y en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que aporten el marco adecuado a la generación de nuevos derechos y a la adaptación de los existentes dentro de la sociedad de la información.

En resumen, las ICC brindan grandes posibilidades para el crecimiento y la creación de empleo en España. La cultura desempeña un papel fundamental para el desarrollo de la sociedad de la información y del conocimiento, y la creatividad es un motor del crecimiento sostenible, inteligente e integrador, es esencial para la competitivi-

dad internacional de las empresas y tiene repercusiones positivas para el resto de la economía. Además, estos dos factores no son únicamente instrumentos de una oferta más competitiva y estructurada, sino que también incentivan la demanda de contenidos, educan en la diversidad cultural, la cohesión social y, al mismo tiempo, ayudan a combatir la exclusión y la discriminación.

El horizonte de transformación del modelo productivo no puede ser más prometededor para las industrias culturales y creativas, industrias limpias, sostenibles, basadas en el conocimiento, en el talento, capaces de proporcionar cohesión social y proveedoras de empleo sostenible, de calidad, versátil e interdisciplinar. Para que este escenario se produzca es necesario un impulso del sector por parte del Gobierno en los próximos años, lo que se traduciría en nuevos puestos de trabajo y nuevas empresas. Sin embargo, de continuar con el escenario actual de fuertes recortes de las inversiones públicas en el sector y, si la crisis se alarga, el sector colapsará y tendrá una contribución negativa al crecimiento de la economía española y del empleo. No parece que el Gobierno, más allá de los recortes, vaya a desarrollar una estrategia y un modelo alternativo para dinamizar el sector.

Ante el actual contexto de incertidumbre que vive el sector de las industrias culturales y creativas, desde la Fundación IDEAS queremos contribuir a poner en valor su importante contribución económica y social, así como a la detección de los retos y oportunidades a los que se enfrenta el sector y a la generación de ideas en forma de recomendaciones que contribuyan a su proyección futura.

1

Estructura del documento

El presente informe se estructura en cinco capítulos.

En el capítulo 2 se define el sector de las industrias culturales y creativas según los distintos enfoques existentes en la literatura y se clarifica el enfoque considerado en este documento, una cuestión importante para poder determinar su contribución económica, señalando, además, las fuentes utilizadas para ello. La diversidad de enfoques a la hora de definir las ICC, así como de las estadísticas existentes, complica el análisis de este sector. Por ello, se ha considerado prioritario, antes de profundizar en la caracterización del sector, dedicar un capítulo a estas cuestiones.

El siguiente capítulo analiza el valor económico del sector de las ICC en España y las diferentes actividades que integra, incluyendo un análisis comparado con otros países del entorno europeo, tanto en términos de PIB como de empleo. Los resultados muestran la contribución directa del sector. Además, debido a la importante capacidad de arrastre que las ICC tienen sobre otros sectores económicos, en el capítulo se dedica un apartado a analizar la contribución indirecta en términos de PIB y empleo, incorporando los principales sectores productivos con los que las ICC mantienen importantes sinergias, como el turismo y la educación. Así mismo, el capítulo incorpora nuestras proyecciones de crecimiento del sector para los próximos años. Para ello, se plantean dos escenarios que varían sus resultados en términos de crecimiento del empleo en función de la intensidad y compromiso del Gobierno por apoyar a las ICC en España.

El capítulo 4 se centra en los procesos de transformación, fundamentalmente marcados por la implantación masiva de la digitalización y por la internacionalización, y teniendo en cuenta el actual contexto de crisis económica, que están afectando al sector y a los hábitos y percepciones de los consumidores. Para ello, presenta de forma breve los diagnósticos de las principales actividades de las ICC –editorial, informática, audiovisual, patrimonio y artes escénicas– y sus principales retos de futuro.

El capítulo 5 presenta los rasgos más singulares del tejido empresarial de las ICC –cadena de valor, modelo de negocio, estructura empresarial y laboral, capital humano, concentración geográfica y mercado exterior– así como algunos de los factores que el propio sector identifica como los más sensibles a la hora de potenciar el desarrollo empresarial –acceso a mercados, redes colaborativas, cualificación y habilidades empresariales, derechos de propiedad intelectual, acceso a la financiación y procesos de innovación–.

Por último, el capítulo 6 presenta una serie de recomendaciones dirigidas a favorecer un mayor desarrollo futuro del sector en la economía española, mediante la detección de los factores que entorpecen su desarrollo y sobre los que es necesario

actuar para corregirlos, así como de los retos y oportunidades que es necesario aprovechar para lograr una proyección futura del sector en el marco de un nuevo modelo productivo y en un escenario de recuperación de la senda de crecimiento de la economía española.

2

Concepto y medición

- El término industria cultural se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que contienen intangibles y que son de naturaleza cultural.
- Las industrias culturales incluyen tradicionalmente los sectores editorial, audiovisual (televisión, cine, multimedia, etc.), artes escénicas, patrimonio, artes visuales y artesanía.
- El término industria creativa supone un conjunto más amplio de actividades, aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial.
- Las industrias creativas incluyen a las industrias culturales tradicionales y otras actividades como el diseño industrial, la producción de *software*, la arquitectura y la publicidad.

Un primer paso para la medición de la contribución económica de las ICC es la necesidad de definir las actividades que están englobadas dentro del sector. No es una tarea fácil debido a la divergencia de enfoques que existen en la literatura. El carácter pluridimensional de la cultura y la creatividad dificulta la definición de un enfoque único para su análisis: en un extremo están quienes circunscriben la creatividad al único ámbito de las actividades culturales; y en el extremo opuesto están quienes consideran que todas las industrias son creativas por su propia naturaleza. El problema de establecer los límites del sector está igualmente relacionado con un problema de «percepción», ya sea esta «interna» (actores del sector que no se perciben como elementos de una misma «industria» específica) o «externa» (sociedades que no reconocen la pertenencia específica a un sector de quien opera en las industrias culturales y creativas) (Comisión Europea, 2010a²).

Durante mucho tiempo se ha hecho un tratamiento del sector de la cultura considerando solo las industrias culturales tradicionales, tales como cine, música, medios de comunicación (prensa, radio y televisión) así como los campos tradicionales de las artes (artes escénicas, artes visuales y el patrimonio). Sin embargo, con el tiempo han sido numerosas las organizaciones (entre ellas la Comisión Europea, UNESCO, NESTA y TERA Consultants) que han ampliado el ámbito de actuación de la cultura a otras actividades como diseño, arquitectura y publicidad, consideradas como industrias creativas, dando lugar a un enfoque más amplio de la cultura al referirse en sus trabajos a las industrias culturales y creativas y reflejando de esta manera la diversidad cultural existente.

2 Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el Libro Verde «Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas» COM(2010) 183 final.

La Comisión Europea (2010a) en el Libro Verde «Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas» adopta este enfoque, aunque mantiene una distinción entre «cultura» y «creatividad».

Para las industrias culturales utiliza la definición de la Convención de la UNESCO de 2005 que las identifica con las actividades que *«producen y distribuyen bienes o servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener. Además de los tradicionales sectores artísticos (artes escénicas y visuales, o patrimonio cultural, incluido el sector público), también abarcan el cine, el sector del DVD y el vídeo, la televisión y la radio, los juegos de vídeo, los nuevos medios de comunicación, la música, los libros y la prensa»*.

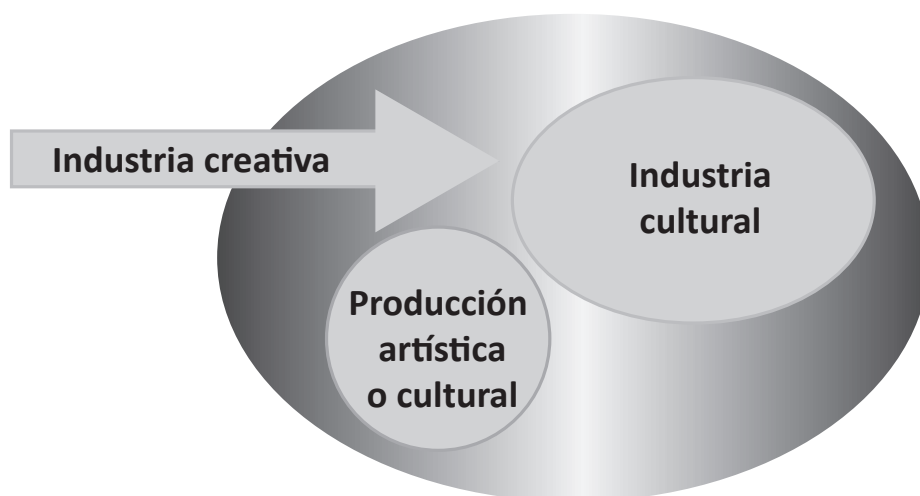
En cuanto a las industrias creativas, el Libro Verde las define como *«aquellas que utilizan la cultura como material y tienen una dimensión cultural, aunque su producción sea principalmente funcional. Entre ellas se incluyen la arquitectura y el diseño, que integran elementos creativos en procesos más amplios, así como subsectores tales como el diseño gráfico, el diseño de moda o la publicidad»*.

El Libro Verde deja al margen actividades como el turismo o las nuevas tecnologías, aunque reconoce que tienen una vinculación clara con las ICC.

En este documento adoptamos este concepto ampliado, que ya es utilizado en países de referencia en el sector como Alemania y Reino Unido, y consideramos como parte del sector tanto a las industrias culturales como creativas con la finalidad de ofrecer un análisis que recoja la amplitud de los efectos del sector (Esquema 1).

Un elemento que plantea problemas a la hora de medir la aportación económica del sector de las ICC y sus sinergias con otros sectores es la heterogeneidad existente en las estadísticas culturales, las cuales están sesgadas según el marco de referencia definido por la institución que genera la información. Además, esta heterogeneidad de fuentes plantea problemas en los análisis comparativos, tanto temporales como entre países.

Hay que tener en cuenta, además, que durante mucho tiempo las industrias creativas han sido consideradas como industrias «marginales» y este hecho ha propiciado la falta de análisis, estadísticas y estudios sobre la relación entre las industrias creativas y el desarrollo económico, por lo que es muy difícil encontrar datos históricos de la evolución de las ICC no solo a nivel nacional, sino también a nivel internacional.

Esquema 1. La industria cultural y creativa

Fuente: Secretaría de Estado de Cultura (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte)

En España ha habido una mejora significativa en la producción de estadísticas culturales en la última década. Las primeras estimaciones del valor económico y de la contribución al valor añadido bruto y al producto interior bruto español del sector cultural y de aquellos vinculados con la propiedad intelectual fueron difundidos en 2007 a través de la publicación del Ministerio de Cultura «El valor económico de la cultura en España» y como base de este trabajo de investigación con posterioridad se publicó la Cuenta Satélite de la Cultura en España que junto a los Anuarios de Estadísticas Culturales son las principales fuentes estadísticas de las que disponemos en España para hacer un seguimiento del sector³. Ofrecen información desglosada por sectores culturales y fases de la cadena productiva de bienes y servicios culturales. La delimitación del ámbito cultural incorpora los sectores de bienes culturales, libro y publicaciones periódicas, artes plásticas, artes escénicas y musicales, y audiovisual, a los que la Cuenta Satélite añade actividades vinculadas a la propiedad intelectual, tales como la informática y la publicidad.

Además existen numerosos estudios procedentes de asociaciones patronales y grupos empresariales que permiten hacer un análisis más detallado de algunas actividades relevantes. A nivel de la UE, la Comisión Europea ha publicado varios informes con información relevante del sector que permiten hacer comparaciones entre países con una metodología común. Cabe destacar también los trabajos que se están

3 Están disponibles en <http://www.mcu.es/estadisticas/index.html>.

realizando en el European Cluster Observatory⁴, que ofrecen información tanto a nivel de país como regional.

Pese a esta mejora en la información de las estadísticas nacionales, la metodología en la Cuenta Satélite no considera el enfoque integral que hemos adoptado en nuestro estudio y que hace un tratamiento conjunto de las actividades culturales y creativas. Por ello, hemos estimado la aportación económica de las ICC en términos de PIB agregando a las actividades culturales la informática y la publicidad, que forman parte, dentro de la Cuenta Satélite, de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual. Para el empleo, y debido a la disponibilidad de datos para España del European Cluster Observatory para el año 2009, hemos estimado la serie desde el año 2000, teniendo en cuenta la evolución que presentan los datos proporcionados en el Anuario. Todos los resultados se muestran en el capítulo siguiente.

4 [http://www.clusterobservatory.eu/index.html#!view=sectors;mode=one;sort=name;uid=Creative Industries](http://www.clusterobservatory.eu/index.html#!view=sectors;mode=one;sort=name;uid=Creative%20Industries).

La contribución económica del sector de las industrias culturales y creativas en España

- El volumen de actividad del sector de las ICC superó en 2009 los 41.000 millones de euros, lo que contribuyó a generar un volumen de empleo directo superior a los 625.000 trabajadores y un tejido empresarial que superó las 100.000 empresas.
- En términos relativos, la actividad del sector representó el 4,0% del PIB agregado, el 3,3% del empleo y el 3,1% del total de empresas.
- Respecto al año 2000, la actividad del sector se ha incrementado un 47%, el empleo un 35% y las empresas un 36%, lo que demuestra el fuerte dinamismo que ha tenido el sector en la última década.

La importancia económica y social del sector de las ICC está ampliamente reconocida y existe amplia evidencia empírica sobre su contribución al crecimiento y el empleo⁵ y su impacto en otros sectores de actividad (Comisión Europea, 2010b).

A escala mundial, la UNESCO (2010a) ha estimado la contribución económica de las industrias culturales y creativas, que ascendería al 3,4% del PIB mundial, y en numerosas economías nacionales se situaría entre el 2% y 6% del PIB.

Según KEA (2006), las ICC contribuyeron en 2003 a aproximadamente el 2,6 % del PIB de la UE y proporcionaron empleo a unos cinco millones de personas.

Un estudio más reciente de TERA Consultants (2010) estima que el sector generó en torno a 560 mil millones de valor agregado y representó aproximadamente 8,5 millones de empleos en 2008, correspondientes al 4,5% del PIB europeo y el 3,8% de mano de obra, respectivamente. En algunos países como Reino Unido, su contribución superó el 6% del PIB y se situó en torno al 5% en Francia, en el 4,2% en Alemania, en el 3,8% en Italia y en el 3,6% en España. Esta aportación corresponde solo a las actividades tradicionales que según la metodología utilizada en el estudio serían prensa y libros, música, video y *software* e informática y actividades anexas.

Considerando otros sectores interdependientes que no forman parte del núcleo del sector, tales como televisión, radio, instrumentos musicales, equipamiento informático, papel, etc. junto a las industrias de apoyo como comercio y transporte, entre otras, la contribución de las ICC para el conjunto de la UE-27 ascendía a aproxima-

5 Tales como KEA (2006), European Cluster Observatory (Power, 2011), los informes producidos por la European Platform y el Expert Working Group on CCI como parte de la Agenda Europea para la Cultura.

damente 860 mil millones de euros de valor generado y 14 millones de empleos, correspondiente al 6,9% del PIB y al 6,5% del empleo total.

En el caso de Reino Unido, la contribución total del sector equivaldría a 175 mil millones de euros y 2,7 millones de trabajadores, que representan el 9,6% del PIB y el 9,2% del empleo total, configurándose como el país europeo con mayor peso de las ICC. Le siguen Francia, Alemania, Italia y España, este último con un valor generado de 62 mil millones de euros (el 5,6% del PIB) y 1,2 millones de empleos (el 5,9% del empleo total) (Tabla 1).

Si bien las cifras comentadas responden a metodologías de cálculo diferentes, son indicativas de la relevancia económica de este sector en Europa y particularmente en varios países, entre ellos España. Para conocer con más detalle la contribución del sector en la economía española, analizamos a continuación, utilizando distintas

Tabla 1. Peso económico de las ICC en la UE-27 y varios países
Año 2008

Industrias creativas	Valor añadido			Empleo		
	Actividades nucleares	Actividades interdependientes y de apoyo	Total	Actividades nucleares	Actividades interdependientes y de apoyo	Total
UE-27	4,50%	2,40%	6,90% 862 MM€	3,80%	2,70%	6,50% 14,4 M
Reino Unido	6,20%	3,40%	9,60% 175 MM€	5,40%	3,80%	9,20% 2,7 M
Francia	4,90%	2,60%	7,50% 142 MM€	3,70%	2,60%	6,20% 1,7 M
Alemania	4,20%	2,30%	6,50% 162 MM€	4,10%	2,80%	6,90% 2,7 M
Italia	3,80%	2,10%	5,90% 93 MM€	3,60%	2,50%	6,10% 1,4 M
España	3,60%	2,00%	5,60% 62 MM€	3,50%	2,40%	5,90% 1,2 M

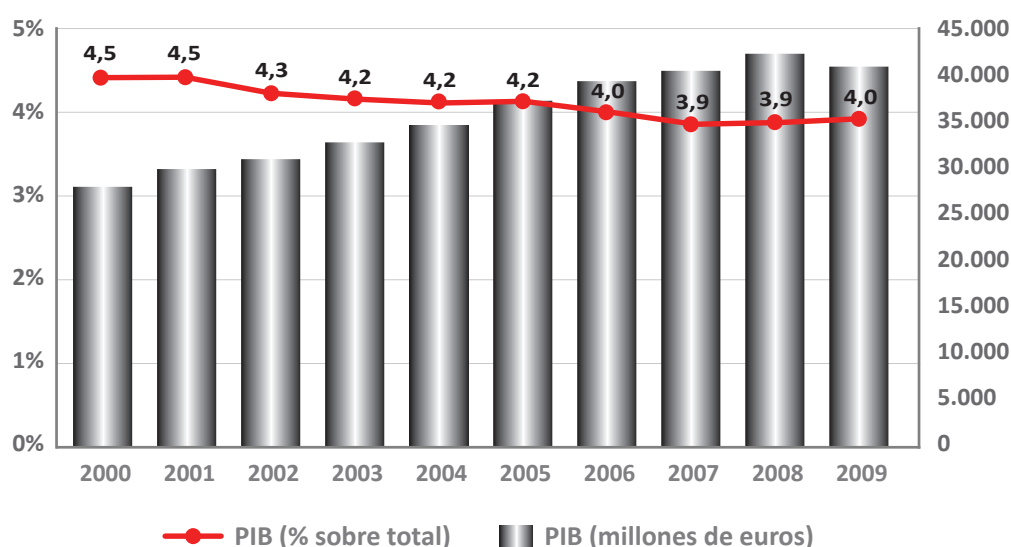
Fuente: TERA Consultants, 2010

fuentes de información, la aportación económica del sector en España considerando tanto la generada de forma directa por las actividades que lo integran –sector editorial, informática, audiovisual y patrimonio, entre otros–, como la que aporta de forma indirecta por los efectos de arrastre que tiene sobre otros sectores económicos –tales como el turismo y la educación–.

3.1 La contribución directa de las ICC y algunos sectores de gran potencial

Las ICC se han convertido en los últimos años en un sector estratégico debido al importante papel desempeñado por esta industria como dinamizadora de la actividad económica y el empleo. A pesar de que la crisis económica ha frenado el ritmo de avance de la actividad cultural, que crecía de media entre 2000-2007 a una tasa anual del 5,6%, dicha actividad ha generado en torno a 42 mil millones de euros de media en 2008 y 2009, respectivamente, y su peso sobre el PIB agregado de la economía española se ha mantenido estable alrededor del 4% desde el inicio de la crisis (Gráfico 1)⁶.

Gráfico 1. Aportación de las ICC al PIB
Años 2000-2009



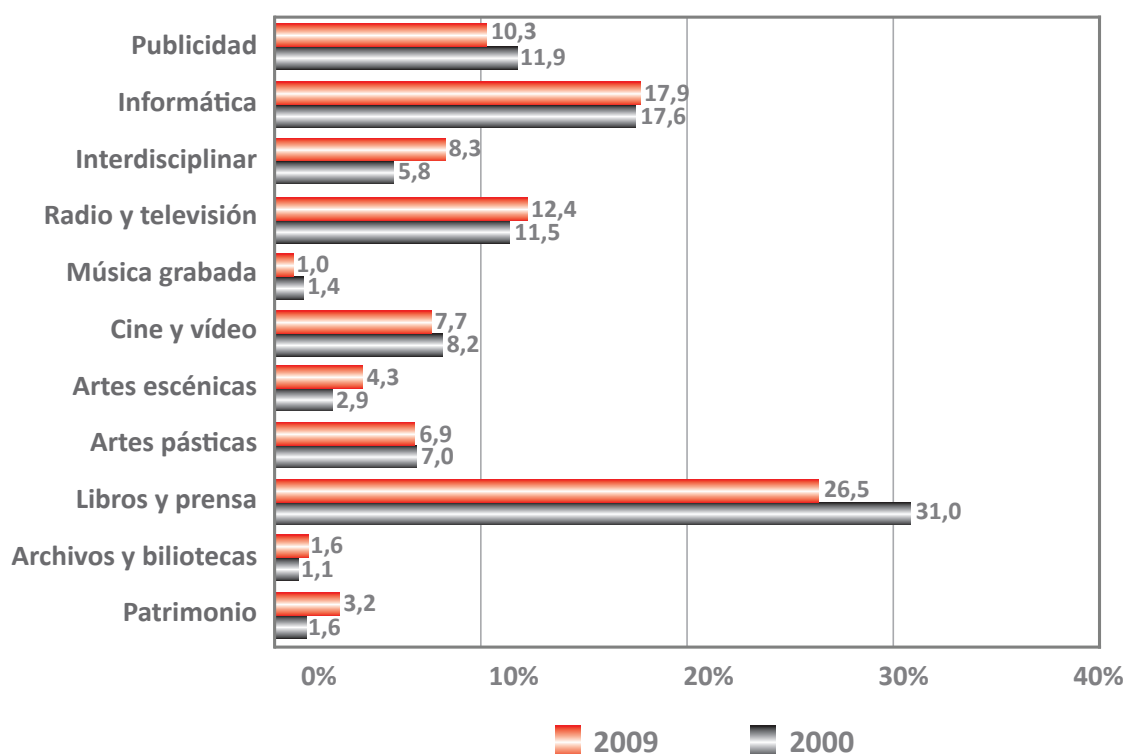
Fuente: elaboración propia a partir de la Cuenta Satélite de la Cultura en España (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011a)

6 Estimación propia según metodología explicada en el capítulo 2 y aplicada a los datos correspondientes al último Anuario de Estadísticas Culturales 2011 y a la Cuenta Satélite de la Cultura en España: avance de resultados 2000-2009, ambos publicados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

La producción de las ICC está muy concentrada en dos sectores –libros y prensa, y audiovisual y multimedia⁷– que aportaban en 2009 el 48% del total, aunque esta cuota se ha reducido en los últimos años debido, por un lado, a una mayor diversificación de las actividades culturales donde han ganado peso las actividades interdisciplinares junto con artes escénicas, patrimonio y archivos y bibliotecas, y por otro a los procesos de digitalización que han provocado un retroceso en la forma de rentabilizar económicamente las inversiones, aunque dicho retroceso no se refleja en los hábitos de consumo de productos culturales de los españoles⁸ (Gráfico 2).

La evolución del empleo generado por las actividades culturales también refleja los efectos de la crisis económica y aunque el ajuste empezó más tarde que en otros sectores económicos (en 2008 el sector creó empleo a una tasa anual del 2,2%, mientras el agregado se reducía un 0,5%) en los dos últimos años se ha acelerado la destrucción de empleo en el sector de las ICC, situándose su volumen cercano a los 600.000 trabajadores, el mismo nivel que se alcanzaba en 2004.

Gráfico 2. Distribución del PIB de las ICC por subsectores: 2000 vs. 2009

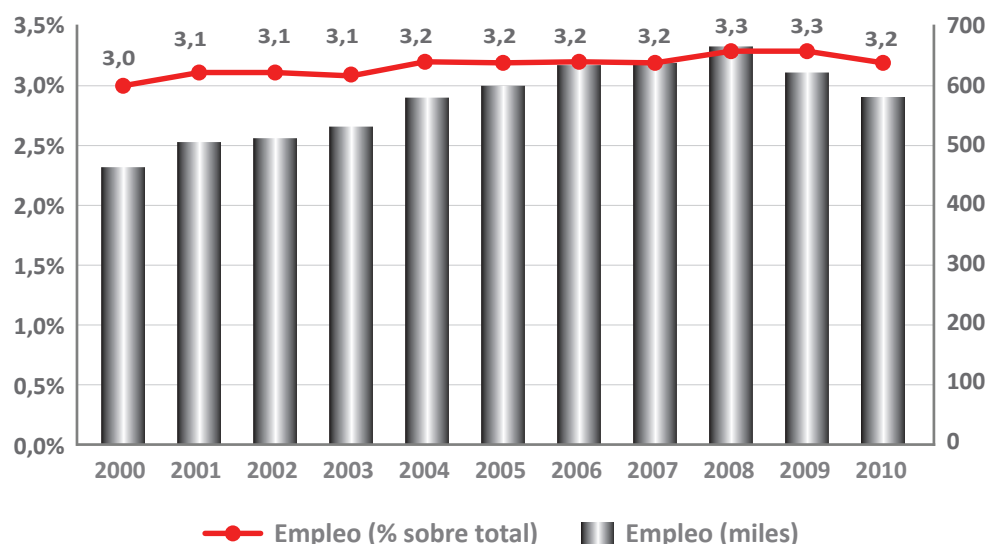


Fuente: elaboración propia a partir de la Cuenta Satélite de la Cultura en España (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011a)

7 Forman parte de estas actividades: cine y vídeo, música grabada y televisión y radio.

8 Véanse los resultados de la Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2010-2011 que publica el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2011b).

Gráfico 3. Aportación del ICC al empleo
Años 2000-2010



Fuente: elaboración propia a partir de la Cuenta Satélite de la Cultura en España (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011a)

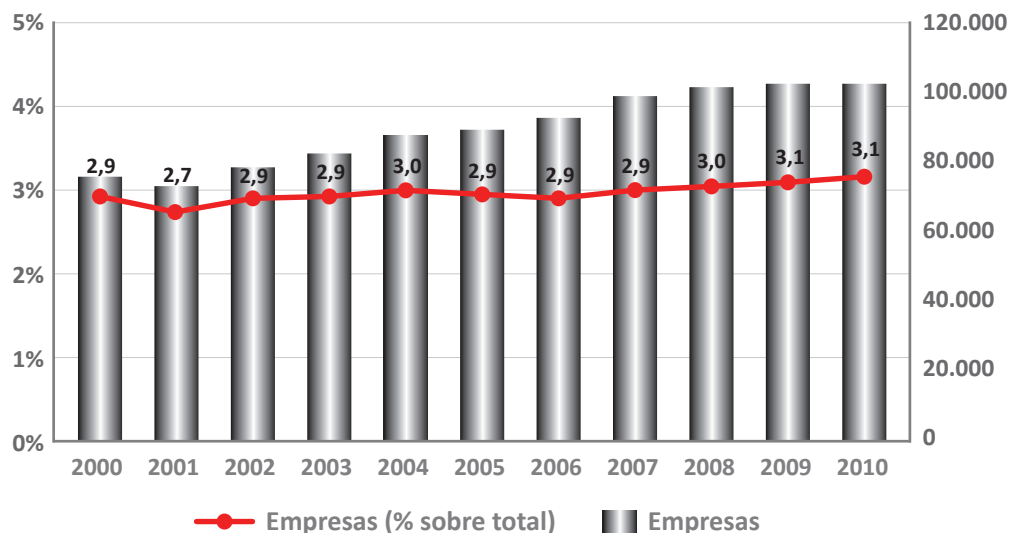
Sin embargo, la cuota en relación con el empleo total se ha mantenido en torno a la media del 3,2% (Gráfico 3). No obstante, como veremos en el siguiente apartado, el sector tiene importantes efectos de arrastre sobre otras actividades económicas y teniendo en cuenta estas sinergias el empleo indirecto generado en torno a las ICC situaría el volumen de empleo por encima de las 800.000 personas, un 4% del empleo total.

El número de empresas culturales ha crecido en los tres últimos años a pesar del contexto de crisis, alcanzando en 2010 un total de 103.134 empresas con actividad económica principal cultural, lo que representa el 3,1% del total (Gráfico 4). En el último año, el número de empresas ha crecido principalmente en actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales, con un aumento de más de 2.000 compañías, al igual que en actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos, con un incremento aproximado de 2.300.

Ha crecido también el número de empresas en edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales, aunque el incremento ha sido menor, con 367 nuevas firmas.

Por el contrario, se ha reducido el tejido empresarial en actividades cinematográficas, de vídeo, radio, televisión y edición musical, en cerca de 1.000 empresas, artes grá-

Gráfico 4. Aportación de las ICC al tejido empresarial
Años 2000-2010



Fuente: elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2011 (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011a)

ficas y reproducción de soportes grabados (-922) y actividades de fotografía (-898). Existe, por tanto, una renovación del tejido empresarial en el sector de la cultura que supone una importante fortaleza de cara a afrontar los retos futuros.

3.2 La contribución indirecta de las ICC: sinergias con otros sectores de actividad

- Los efectos indirectos de las ICC en términos de PIB alcanzarían los 10.000 millones de euros y generarían más de 180.000 empleos en actividades vinculadas al sector.
- Considerando los efectos directos e indirectos, la contribución del sector de las ICC a la actividad económica en España se situaría en el 5,2% del PIB y el 4% del empleo total.
- Turismo y educación son algunas de las actividades con mayores efectos de arrastre de las ICC.

Son numerosos los estudios que indican el impacto económico dinamizador que la actividad de las ICC pueden tener sobre otros sectores productivos. Al tratarse de un sector intensivo en factor trabajo, su desarrollo supone un aumento importante del empleo de calidad y un impulso notable de la economía basada en el conocimiento. Además, se trata de un sector con un componente creativo y de innovación significativa, lo que afecta directa e indirectamente a otros sectores económicos.

Según las estimaciones realizadas por el UK Technology Strategy Board (2009) para Reino Unido, las ICC emplean directamente alrededor de 1,1 millones de personas y otras 800.000 personas trabajarían fuera del sector en actividades interdependientes, es decir, por cada empleo creado en el sector se crearían 0,7 empleos en otras actividades. Estos datos confirman el elevado efecto multiplicador que tiene el sector en el Reino Unido.

Para España no existen estudios que cuantifiquen la contribución indirecta del sector y por ello la hemos estimado aplicando la metodología *input-output*⁹. Según nuestras estimaciones, los efectos indirectos de las ICC en términos de PIB alcanzarían los 10.000 millones de euros y generarían más de 180.000 empleos en actividades vinculadas al sector, lo que contribuiría a incrementar la aportación del sector a la economía española que se situaría en el 5,2% del PIB y el 4% del empleo (Tabla 2). El efecto multiplicador en términos de empleo es menor al observado en Reino Unido y ello es debido al menor desarrollo y dimensión del sector español y a la existencia de menores relaciones intersectoriales.

Entre las actividades que muestran un mayor efecto de arrastre destaca el comercio, las industrias del papel, confección y peletería y textil, las actividades vinculadas con el turismo como alojamiento, restauración, agencias de viajes, etc. y las actividades vinculadas con la educación, entre otras.

Analizamos a continuación, a modo de ejemplo, dos de las actividades que muestran interrelaciones con las ICC muy relevantes: el turismo y la educación.

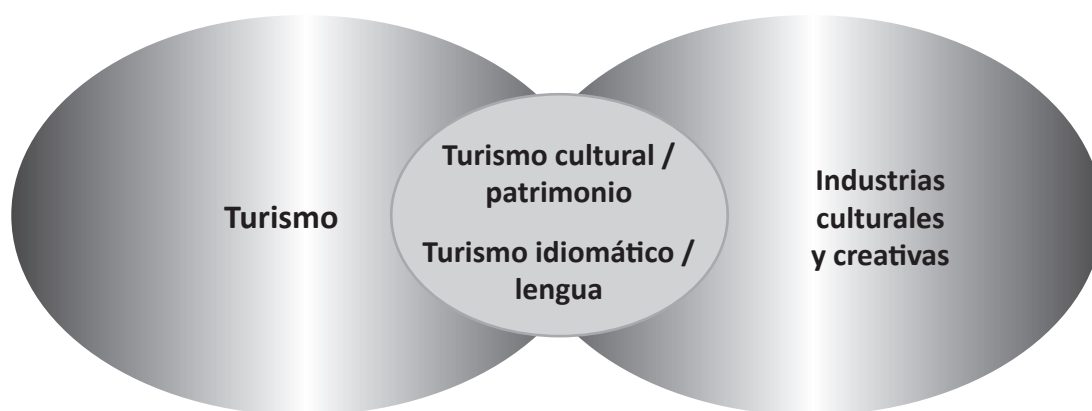
Entre las ICC y el turismo existen interrelaciones muy estrechas y muchas veces la frontera entre ambas es difícil de delimitar (Esquema 2). Por un lado, los turistas se mueven, entre otros motivos, por los culturales y ello ha generado una categoría de turismo llamada turismo cultural. También la lengua sirve de vínculo entre la cultura y el turismo, en lo que se ha dado en llamar el turismo idiomático.

9 Se ha aplicado la metodología *input-output* a los datos de la Tabla simétrica *input-output* 2005 de España correspondiente a los sectores que engloban las ICC y definidos por los códigos CNAE 22: «Edición y artes gráficas»; y 92: «Actividades recreativas, culturales y deportivas».

Tabla 2. Aportación económica del sector de las ICC en España
Año 2009

	PIB (Millones de euros)	Empleo (N.º de ocupados)
Efectos directos	41.424	625.746
Efectos indirectos	9.864	183.508
Otras actividades empresariales	1.800	42.189
Transporte y telecomunicaciones	1.198	21.469
Comercio	921	19.031
Industria del papel	705	11.204
Fabricación de productos metálicos y metalurgia	509	9.524
Agricultura y ganadería	321	9.085
Construcción	340	7.730
Muebles y otras industrias manufactureras	208	7.623
Maquinaria	417	7.475
Industria química	337	4.491
Alojamiento y restauración	181	3.777
Intermediación financiera	463	3.669
Industria de la madera y el corcho	102	3.579
Industria extractiva	78	3.256
Industria del caucho y materias plásticas	144	3.113
Industria de la confección y la peletería	67	2.955
Industria textil	63	2.090
Educación de mercado	72	1.909
Sanidad y servicios sociales de mercado	64	1.722
Actividades inmobiliarias	744	1.687
Actividades diversas de servicios personales	31	1.680
Otras industrias alimenticias	61	1.397
Actividades informáticas	103	1.327
Fabricación de material electrónico	29	1.111
Fabricación de maquinaria y material eléctrico	54	1.076
Máquinas de oficina y equipos informáticos	37	1.009
Investigación y desarrollo	49	946
Resto	769	7.383
Directos más indirectos		
Total	51.288	809.254
Peso (% sobre total)	5,2%	4,0%

Fuente: elaboración propia a partir de la TIO de España 2005 (INE)

Esquema 2. Interrelaciones sectoriales: ICC y turismo

Fuente: elaboración propia

El turismo cultural es una actividad que reporta anualmente unos ingresos cercanos a los 35.000 millones de euros¹⁰ y que mueve más de 100 millones de viajeros al año, tanto residentes en España (77 millones) como turistas internacionales que visitan España por motivos culturales (27 millones). El incremento del interés cultural de muchos viajeros motiva en buena medida y rentabiliza la conservación, restauración y puesta en valor del patrimonio histórico y cultural¹¹.

De la misma forma, los avances en el fomento de la conservación de nuestro patrimonio por parte de las Administraciones Públicas han permitido enriquecer nuestro patrimonio histórico-cultural y, por tanto, la oferta cultural turística, incorporando nuevas rutas y destinos, así como fomentar la creatividad artística, la innovación en las técnicas de restauración y conservación, y la mejora en las gestión de los espacios museísticos.

Estas mejoras están permitiendo que, a pesar de la competencia de otros tipos de turismo, como el de sol y playa, el turismo cultural represente una cuota significativa dentro del conjunto del sector. Cabe destacar, en este sentido, que en el año 2010 las entradas de turistas internacionales a nuestro país por motivos culturales representaron el 51,3% del total de entradas.

- Las visitas a museos y colecciones museísticas de España arrojaron en 2010 una cifra de 57,4 millones de visitantes, de los que el 11,5% eran extranjeros.
- En los últimos 10 años el número de visitantes se ha incrementado en más de un 35%, lo que indica el interés cada vez mayor de los turistas por la cultura.

10 Datos correspondientes al gasto en viajes por motivos culturales de residentes y turistas internacionales del año 2010.

11 El retorno de la inversión en patrimonio en 2009 fue del 22,7%.

Un segundo vínculo que existe entre el turismo y la cultura se establece a través de la lengua y se manifiesta en el turismo idiomático y tiene su principal representación en la enseñanza del español. Según datos del Instituto Cervantes, unos 180.000 estudiantes visitan España anualmente para aprenderlo y practicarlo.

- La enseñanza de español para extranjeros en nuestro país muestra un crecimiento sostenido en los últimos años. El Instituto Cervantes estima que existen unos 600 agentes económicos, tanto públicos como privados, dedicados a la enseñanza del español para extranjeros en España, un negocio que genera un saldo de en torno a 370 millones de euros de facturación y en torno a 6.000 puestos de trabajo que se duplican en verano (ICEX, 2007a).

La educación es junto con el turismo otro de los sectores con los que las ICC mantienen lazos muy estrechos. Podríamos decir que ambas actividades se complementan: la educación a través de las ICC puede mejorar, tanto en la forma de «envasar» los conocimientos como en la de transmitirlos y enriquecerlos; asimismo, las ICC, como sector basado en el conocimiento y la innovación, necesita personas creativas e informadas para desarrollarse, y la llave que abre estas posibilidades es la educación¹².

Las ICC, como sector de apoyo a la educación, suministran las herramientas y soportes que permiten «envasar» el conocimiento en bienes físicos y así permitir su transmisión en el tiempo y en el espacio. La irrupción de las nuevas tecnologías en las ICC (su digitalización) está favoreciendo el desarrollo de nuevas formas de transmitir los conocimientos mediante una educación en red e interactiva (Rama, 2004) y están jugando un papel fundamental en alcanzar un nuevo modelo educativo, de mayor calidad, de menor coste y de accesibilidad universal. La transición desde el modelo educativo tradicional/presencial al digital/virtual que ya se está dando, pero que aún no está completado, supone un potente nicho de negocio para ambos sectores.

Un ejemplo de cómo la cultura apoya a la educación lo encontramos en el papel que los espacios culturales juegan en la educación y formación de la población. En los últimos años, los espacios culturales, como los museos, galerías de arte, teatros, recintos arqueológicos, etc. se están convirtiendo en aulas donde los alumnos completan la enseñanza y el aprendizaje que reciben en los centros educativos (Calaf y Suárez, 2011).

12 En todo caso, la sociedad en su conjunto necesita de personas creativas, que sepan resolver problemas: la creatividad hoy día se necesita en todas las facetas de la vida, es un componente fundamental de todo lo social y de toda actividad económica.

Según datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en el año 2008 se desarrollaron un total de 2.073 actividades en museos y colecciones museísticas: cursos, seminarios, conferencias, conciertos, presentaciones. 774 de ellas fueron de tipo educativo.

Las ICC juegan también como detonantes del aprendizaje de la cultura y la lengua. La enseñanza general y el aprendizaje del español están experimentando un desarrollo sostenido en los últimos años.

España es el país de la UE que más estudiantes Erasmus recibe: en el curso 2008-2009, el país recibió a 33.172 estudiantes Erasmus sobre un total de 198.172 que se movieron por toda Europa, es decir, el 17%. Por otro lado, hoy encontramos a algunas de nuestras escuelas de negocios situadas entre las 25 mejores del mundo.

El Global MBA Rankings 2011 incluye a IE (Instituto de Empresa), Iese y Esade Business Schools entre las 25 mejores del mundo. Tanto la posibilidad que ofrece el programa europeo Erasmus como la llegada de estudiantes a cursar MBA en nuestro país favorece la inmersión de alumnos extranjeros en la cultura y el idioma español (ICEX, 2007a; Cabrerizo, 2011).

Además, fuera de nuestras fronteras la enseñanza del español es una actividad económica que está en claro crecimiento. Hoy hay unos 14 millones de personas que aprenden español en el mundo en 83 países no hispanohablantes. Este aumento del interés por conocer la lengua española y su creciente difusión en el mundo, a lo cual ha contribuido el Instituto Cervantes¹³, tiene repercusiones económicas, no solo en cuanto a que favorece el aumento de la demanda internacional de cultura en español y de profesorado cualificado, sino también la movilidad profesional, la inserción laboral de aquellos que la hablan y la estudian, y las relaciones comerciales¹⁴.

13 Según datos del Instituto Cervantes para el año 2009-2010, el número de matrículas de los cursos de español fueron de 126.800, el número de matrículas en formación de profesores de español de casi 18.000, el número de matrículas en el Aula Virtual de Español de 59.118 matriculados y el número total de cursos impartidos de 15.216.

14 Estamos asistiendo desde hace unos años a un incremento notable del hispanismo, pero también de la «hispanoproduktividad», motivados por un aumento del peso político y económico de España en el mundo, así como de los países de América Latina.

3.3 Las ICC en el nuevo modelo productivo

- Las industrias culturales y creativas podrían generar hasta 42.000 puestos de trabajo en los próximos cuatro años en un escenario de cambio de modelo productivo frente a una pérdida de en torno a 60.000 puestos de trabajo que se produciría en un escenario de recortes presupuestarios como el que parece aventurar el Gobierno del PP.

Las industrias culturales y creativas están llamadas a jugar un papel de primer orden en la competitividad de la economía española y en la transición hacia el nuevo modelo productivo. Son fuente de innovación, crean puestos de trabajo y actúan de interfaz entre las distintas actividades sectoriales. Además, son una fuente de ventaja competitiva no reproducible en otro lugar, claves en el desarrollo de la innovación no tecnológica y poderosos motivadores de la innovación tecnológica, factores de desarrollo territorial y local¹⁵, y fuerza motriz de la transformación industrial.

Además, al tratarse de un sector muy intenso en factor trabajo, su desarrollo abre una perspectiva de incremento del empleo de calidad y un impulso notable de la economía basada en la creatividad y el conocimiento.

Hoy el sector de las ICC en España tiene una contribución directa al PIB del 4% y genera en torno a 600.000 puestos de trabajo, el 3,2% del empleo total. A pesar de que la crisis económica se ha dejado notar en el sector, lo ha hecho con menor intensidad que en otros sectores económicos. Incluso en algunas actividades se ha creado empleo y ha aumentado el número de empresas, como en las actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones, y en el sector editorial.

El fuerte dinamismo que ha vivido el sector en los últimos años no hubiera sido posible sin el apoyo público, ya que el sector en general, y algunas actividades en particular, son muy dependientes de las inversiones públicas. Los Presupuestos Generales del Estado (PGE) para 2012 contemplan un drástico recorte de la capacidad de gasto del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (un -21,2% respecto a los PGE de 2011), que es el encargado, a través de la Secretaría de Estado de Cultura, de apoyar al sector con actuaciones que giran en torno a tres ejes fundamentales:

15 El informe de la OCDE «Culture and Local Development» (2005) presenta un análisis innovador de la noción de cultura aplicada al desarrollo territorial y local.

el reconocimiento de la diversidad cultural, el fortalecimiento de la cooperación y la consideración de la cultura como instrumento de desarrollo económico y de cohesión social. Este contexto de fuertes restricciones presupuestarias supondrá un freno al desarrollo futuro del sector.

En el diseño de nuestras proyecciones de crecimiento del sector en los próximos años, planteamos dos escenarios en función de la intensidad y compromiso del Gobierno con apoyar al sector de la cultura en España, unido a un apoyo a la innovación y a la creación. En el Escenario 1 suponemos que se produce un recorte drástico en la inversión pública en el sector en los próximos años, tal y como parece aventurar el Gobierno del PP. En el Escenario 2 suponemos que se promueven políticas públicas de apoyo al sector en base a un Plan integral de apoyo a las industrias culturales y de la creación, que refuerce el aprobado por el anterior Gobierno socialista, con el objetivo de impulsar el sector dentro del cambio de modelo productivo que precisa la economía española. Las estimaciones muestran dos horizontes temporales:

- Hasta 2016, un ciclo caracterizado por un deterioro económico seguido de una lenta recuperación a partir de 2014 y unido a una política de fuerte consolidación fiscal con fuertes recortes en la inversión pública.
- Hasta 2020, un ciclo en el cual la economía española recuperará la senda de crecimiento potencial en torno al 2%.

De acuerdo con nuestras estimaciones, las industrias culturales y creativas podrían generar hasta 42.000 puestos de trabajo en los próximos cuatro años en base al Escenario 2, frente a una pérdida de en torno a 60.000 puestos de trabajo en el Escenario 1. Teniendo en cuenta el horizonte de 2020, el empleo generado en el Escenario 2 se situaría en torno a los 100.000 puestos de trabajo, mientras que en el Escenario 1 el empleo se reduciría en 40.000 personas (Tabla 3).

Tal como muestran estas estimaciones, la política de recortes anunciada por el Gobierno del PP, y que previsiblemente mantendrá en los próximos años, supone un freno para el desarrollo del sector de las ICC y pone en riesgo el potencial que tiene como motor de la recuperación de la economía española y como un pilar fundamental de un nuevo modelo productivo.

Tabla 3. Evolución del empleo en el sector de las ICC, escenarios de futuro

Horizonte temporal	Escenario 1 (Con recortes)	Escenario 2 (Nuevo modelo productivo)
2011	572.597	572.597
2016	511.924	613.796
2020	532.710	670.922
Variación 2016-2011	-60.673	41.199
Variación 2020-2011	-39.887	98.325

Fuente: elaboración propia

4

Procesos de transformación en las industrias culturales y creativas para adaptarse a los cambios

Los factores de transformación fácilmente observables en el contexto de las ICC son: de carácter general, como los cambios y estilos de vida que operan en la sociedad; de carácter estructural, entre los que destaca la implantación masiva de tecnología y la globalización e internacionalización del sector; y de carácter coyuntural, la crisis financiera como factor acelerador de los cambios.

Para aprovechar las múltiples oportunidades y solucionar los retos con los que las ICC se encuentran en este nuevo contexto, la propia industria, instituciones, empresas y Administraciones Públicas deben sumar nuevas estrategias. Todo ello teniendo en cuenta el peso y la transcendencia del sector en el conjunto, con soluciones y propuestas que abran caminos al equilibrio «inversión/rentabilidad» y a la identificación de factores intangibles de los que la sociedad no puede prescindir.

Presentamos a continuación un breve diagnóstico sobre los principales subsectores que integran las ICC y los retos a los que se enfrentan.

4.1 El sector editorial

El sector editorial constituye un importante motor económico del panorama cultural español, con una aportación al PIB que representó por término medio, entre los años 2000 y 2009, el 1,2%¹⁶. En España el sector editorial es una industria cultural destacada, con una facturación que alcanzó los 6.500 millones de euros en 2010.

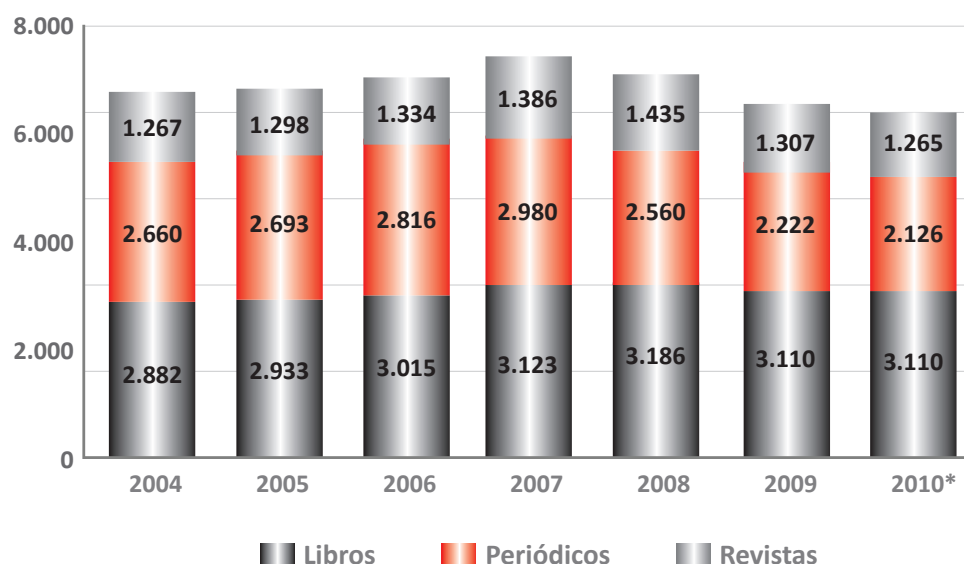
Dentro del sector editorial, el mercado de los libros concentra el 48% de la facturación total, aunque ha registrado una leve caída de los ingresos debido a la caída del precio medio del ejemplar. La expectativa de penetración del libro electrónico en el mercado editorial está generando el lógico desajuste entre oferta y demanda, sin tener, a día de hoy, un impacto crucial en las cuentas de resultado.

El sector de los periódicos en España concentra el 33% de la facturación en 2010, con 2.126 millones de euros, y ha registrado un descenso del 4,3%. Los resultados del subsector no solo se ven lastrados por las caídas de la publicidad, sino también por la menor venta de ejemplares y la caída de otros ingresos (Gráfico 5).

En este caso, la irrupción de los llamados medios sociales y las migraciones de los lectores a Internet sí han provocado un claro impacto en el descenso de la venta de ejemplares y la venta de publicidad. No obstante, el sector de las publicaciones

16 Según los datos arrojados por la Cuenta Satélite de la Cultura en España: avance de resultados 2000-2009, publicada por el Ministerio de Cultura en noviembre de 2011.

Gráfico 5. Evolución del sector editorial en España
(Millones de euros)



Fuente: eEspaña. Fundación Orange, 2011

* Estimación

digitales está registrando avances significativos con una facturación en 2010 cercana a los 290 millones de euros, un 31,8% más que el año 2009, aunque lejos todavía de ofrecer un retorno capaz de equilibrar los resultados.

Pese a que todavía estos contenidos no son tan populares en el formato digital como lo son la música o los juegos, este mercado se está configurando como competidor de otros contenidos en el área digital.

Finalmente, las revistas que concentran el 20% de la facturación del sector ya cuentan en España con más de 21 millones de personas mayores de 14 años como lectores habituales. De ellos, el 90% lee en formato convencional y el resto exclusivamente en el medio *online* (más de dos millones).

A pesar del actual contexto de crisis y transformación tecnológica, el sector editorial español está dando muestras de gran solidez y capacidad de adaptación, manteniendo una tendencia creciente en términos productivos y reflejando una importante actividad empresarial.

La producción editorial española muestra desde hace años una tendencia creciente y una gran actividad, con un crecimiento en los últimos cinco años cercano al 40%. Según los datos recogidos en la Agencia Española del ISBN (2011), en 2011 se edi-

taron 112.377 libros, un 1,8% menos que en el año anterior, un ajuste que también se refleja en el descenso de la tirada media. A pesar del descenso de la producción, cabe mencionar que este solo afecta al formato papel, ya que los soportes distintos al papel y muy especialmente el digital han crecido en el último año un 64%.

- La llegada de Apple, la irrupción de Amazon en el mercado español y el importante avance de la industria española del libro en su estrategia digital hacen de la oferta de contenidos y su distribución en España uno de los temas de mayor trascendencia en el ámbito del libro en estos momentos.
- Tras un largo periodo de transición en el que se han venido produciendo algunos avances en la edición digital de libros, durante 2012 se producirá una importante aceleración en el mercado español de libros electrónicos.

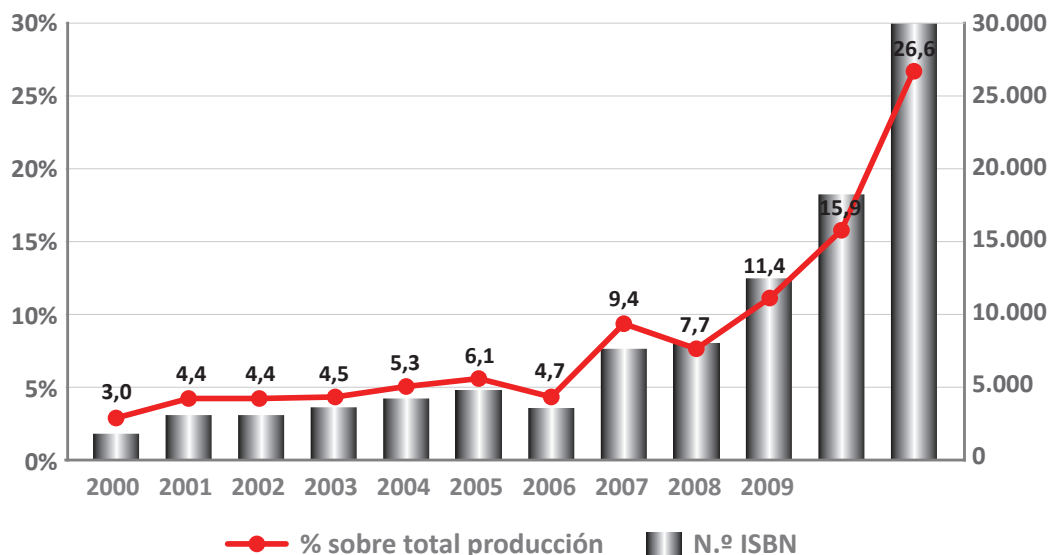
Los principales datos oficiales sobre lectura digital y sobre la actividad editorial en España ponen de manifiesto la apuesta cada vez más firme por parte de lectores y editoriales por este formato. En el último año, la edición de libros en formato digital en España ha experimentado un importante crecimiento, un 64%, con 29.882 ISBN publicados en 2011, cifra que supone ya el 26,6% de la edición española. Sin embargo, atendiendo a las cifras de facturación, el libro digital no aporta, por el momento, grandes ingresos en comparación con su homólogo en papel y en 2010 solo representó el 2,4% de la facturación total del sector, cifras muy similares a las registradas en el resto del mundo.

A pesar de ello, respecto al año anterior se ha producido una importante evolución, con un crecimiento interanual del 37,5%, cifra que contrasta con el descenso del 7,0% registrado en la facturación global del sector en el mercado interior.

En definitiva, tanto las actuales cifras de edición como las de facturación, relativas al libro digital en España, vienen a demostrar el esfuerzo que está realizando el sector por adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades del libro electrónico. Contribuyen a esta transformación casi 2 de cada 10 editoriales españolas —el 18,2%, un total de 632 editoriales en 2010—. En la actualidad, según datos extraídos de la 2ª Encuesta sobre El Libro Digital en España, 3 de cada 4 editoriales (el 75%) disponen ya de un proyecto digital (Gráfico 6).

En los últimos dos años hemos venido asistiendo al lanzamiento de nuevas plataformas y la puesta en marcha de diversas iniciativas desde el sector del libro español destinadas a promocionar, distribuir o comercializar libros digitales; iniciativas que

Gráfico 6. Producción de libros electrónicos
Años 2000-2011



Fuente: Panorámica de la Edición Española de Libros 2010 y Agencia Española del ISBN (2011)

se suman a algunas plataformas precursoras establecidas en España con anterioridad, aunque en su mayoría no impulsadas desde los grandes grupos editoriales. En este ámbito, con algunas excepciones, han sido las editoriales independientes las que han ido abriendo camino, lanzando iniciativas propias, algunas de ellas con grandes dosis de innovación.

En lo que respecta al ámbito exclusivamente editorial, hasta el lanzamiento de Librandia en 2010 los movimientos impulsados desde los grupos editoriales españoles más potentes fueron escasos o puntuales. Esta plataforma, promovida por las principales firmas del país, constituyó pues una importante iniciativa al representar el primer acercamiento conjunto de los grandes grupos editoriales españoles a la edición digital. Desde entonces, y muy especialmente en los últimos meses, estamos asistiendo a lo que desde aquí valoramos como el «despegue» del libro digital en nuestro país.

La Estadística de la Producción Editorial de Libros que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2012) ofrece también datos del sector¹⁷ y pone de manifiesto la deslocalización que se está produciendo en el sector editorial español, que busca

17 El objetivo de la estadística es disponer de información sobre el número y características de los libros y folletos, es decir, de las publicaciones no periódicas impresas editadas en el país, así como las impresas en España procedentes de editoriales extranjeras y puestas a disposición del público.

otros mercados para desarrollar parte del producto. Según la última información correspondiente a 2011, el número de ejemplares impresos en España descendió un 24,4% en 2011 y se situó en el nivel más bajo de los últimos 10 años, con 99,8 millones. También el número de títulos editados disminuyó un 2,6% al totalizar 74.244 y la tirada media se situó en 1,34, frente al 1,73 del año anterior. Estos datos ponen de manifiesto los efectos de la globalización en la producción editorial de libros.

El sector editorial español ha mostrado en los últimos años un importante dinamismo empresarial. Durante el pasado año iniciaron su actividad editorial 300 nuevas empresas, alcanzando las 3.473 empresas editoriales en activo, cuya actividad ha venido caracterizada por la concentración en empresas privadas (condensan el 92% de la edición) y en las comunidades de Madrid y Cataluña (publicaron en 2010 un total de 70.536 títulos, el 61,6% de la edición).

A pesar de ello, el mercado editorial español está diversificado (la producción de títulos desde editoriales de gran tamaño representa solo el 29,2% de los registros inscritos, mientras que la de editoriales medianas alcanza el 32,1% y la de las pequeñas el 23,0%) y hay competencia, ya que no existen empresas con posición dominante en los diversos subsectores. Los índices de concentración son, además, inferiores a los de países de nuestro entorno (Tabla 4).

En el actual contexto de crisis, una de las fortalezas del sector es su proyección exterior que ha permitido mantener un saldo comercial con resultados positivos en los últimos años, situando al libro como el décimo producto español más exportado. Estos datos confirman el esfuerzo del sector por buscar nuevos mercados (actualmente existen 196 filiales de empresas editoriales españolas en 32 países) y son en parte consecuencia del crecimiento en las exportaciones de libros vinculados a la enseñanza del español en los últimos años.

- El sector editorial español se mantiene como la cuarta potencia editorial del mundo, por detrás de Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania, un liderazgo al que contribuye de forma decisiva nuestra lengua.
- El libro es el décimo producto español más exportado.
- El sector muestra un importante dinamismo empresarial: en 2011 iniciaron su actividad editorial 300 nuevas empresas.
- El esfuerzo que está realizando el sector por adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades del libro electrónico es muy notable: 3 de cada 4 editoriales cuentan ya con un proyecto digital.

Tabla 4. Producción por naturaleza jurídica del agente editor
Años 2009-2010

Tipo de agente editor	ISBN inscritos en el año			
	2009	2010	% variación	% cuota
Edición de las Administraciones Públicas				
Organismos oficiales de la Administración General	2.063	1.639	-20,6	1,4
Organismos oficiales de la Administración autonómica y local	3.396	3.109	-8,5	2,7
Instituciones educativas de las Administraciones Públicas	3.468	3.865	11,5	3,4
Instituciones culturales de las Administraciones Públicas	563	591	5,0	0,5
Total edición pública	9.490	9.204	-3,0	8,0
Edición de carácter privado				
Autor-editor	8.239	8.730	6,0	7,6
Editoriales pequeñas	25.088	26.337	5,0	23,0
Editoriales medianas	35.224	36.735	4,3	32,1
Editoriales grandes	32.164	33.453	4,0	29,2
Total edición privada	100.715	105.255	4,5	92,0
Total	110.205	114.459	3,9	100,0

Fuente: Panorámica de la Edición Española de Libros, 2011

El libro español tiene una enorme proyección de futuro basada en la vitalidad del idioma español, que actualmente es una de las cinco lenguas más habladas y el segundo idioma de comunicación internacional y en número de hablantes nativos. El idioma español se asocia cada vez más a la difusión de una cultura internacional de calidad, un factor que está impulsando su aprendizaje entre los no nativos. En los próximos años, la lengua tendrá una contribución decisiva en el fortalecimiento del sector editorial español, que actualmente se mantiene como la cuarta potencia editorial del mundo, por detrás de Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania. Un liderazgo cimentado en el esfuerzo y buen hacer del sector, al que también contribuye de forma decisiva nuestra lengua.

En cualquier caso, a pesar de estos avances, el nuevo paradigma tecnológico sigue siendo hoy uno —y no el único— de los mayores desafíos del sector editorial no solo español, sino en general en lengua española. La lentitud del sector editorial en español respecto a otros mercados, especialmente anglosajones, unida a la potencialidad de la lengua española, hace del mercado del libro digital en español un objetivo muy atractivo para las principales plataformas internacionales. Esta ralentización viene motivada especialmente por la necesidad de encontrar modelos sostenibles que permitan mantener la rentabilidad del libro en papel, ya que es este el que tradicionalmente sostiene el negocio editorial.

En este escenario, España, como potencia editorial mundial, líder además del mercado de libros digitales en América Latina y con porcentajes de lectura digital en aumento, es una perfecta puerta de entrada al mercado de libros en español para gigantes como Google, Apple o Amazon. Su asentamiento en España se asume como un hecho inevitable, pero también como un poderoso revulsivo para la industria editorial española. No obstante, este llamado efecto «dinamizador» no está exento de riesgos, fundamentalmente los derivados de la posición dominante que ha llegado a alcanzar en otros países¹⁸ y de la fuerte competencia que puede suponer su establecimiento para el sector editorial español.

4.2 El sector de la informática

El sector de la informática (referido a productos de *software* y servicios de tecnologías de la información, TI en adelante) tiene un peso importante y creciente en el conjunto de las ICC. Proporciona los instrumentos necesarios para la aparición de nuevas formas de producción, distribución y consumo de bienes culturales. Además, la creación y edición de estos instrumentos (productos *software* y servicios TI), por su potente contenido creativo, están vinculados a la propiedad intelectual.

Estas actividades informáticas se encuentran dentro del macro sector de las tecnologías de la información, donde además se incluyen los productos *hardware*. El sector en su conjunto obtuvo una facturación bruta de 18.097,12 millones de euros en el año 2010 (un 3,6% más que el año anterior), mostrando una recuperación de la tasa de crecimiento tras una caída en las ventas de productos y servicios iniciada en el año 2008. Dentro de este agregado (*hardware*, *software* y servicios TI), son los servicios de TI los que mayor representación tienen en la cifra total de producción con el 56,6%, seguido del *hardware*, que representa el 28,2% y del *software*, con el 15,2%.

18 Amazon ya controla el 30% del mercado estadounidense de libros impresos y digitales.

De los tres bloques señalados, son el *software* y los servicios TI los que se encuentran considerados en la Cuenta Satélite de la Cultura como actividades vinculadas con la propiedad intelectual y, por tanto, dentro de las ICC. La Cuenta Satélite de la Cultura identifica las CNAE (93) 7221, 7222 y 7240. Se trata de aquellas actividades del sector de la informática que tienen vinculación con la propiedad intelectual, por ejemplo, la edición de programas informáticos, determinadas actividades de consultoría o las relacionadas con las bases de datos, o las aplicaciones web.

Según esta definición, las actividades del sector de la informática comprendidas dentro de las ICC y su descripción son las que se muestran en la Tabla 5.

El sector de la informática integrado en las ICC generó en el año 2009 7.407 millones de euros, siendo su peso dentro del PIB del conjunto de las ICC, el 17,9%. La evolución desde el año 2000 refleja un sector que ha ido incrementando su producción a una tasa interanual media del 4,7%, fluctuando su aportación a las ICC entre el 17,0% y el 18,5% (Gráfico 7).

En términos de empleo y número de empresas (Tabla 6), el subsector empleaba en el año 2009 a algo más de 175.000 trabajadores en 8.965 empresas. Por subclase, y en base a la CNAE-93¹⁹, son las actividades relacionadas con la consultoría y otros servicios (CNAE 7222), las que concentran un mayor volumen de trabajadores y empresas, el 84,2% (147.469) y el 85,5% (7.663), respectivamente. Le sigue en importancia el grupo de actividades relacionadas con la edición de programas informáticos (CNAE 7221), que concentran al 12,8% de los trabajadores (22.392) y al 11,2% de las empresas (1.005). Por último, las actividades vinculadas con las bases de datos y los portales web (CNAE 7240), que emplean al 3,1% de los trabajadores (5.347) y albergan al 3,3% del total del tejido empresarial (297).

El sector se encuentra en un proceso de concentración de la actividad en manos de empresas líderes, con cuotas de mercado cada vez mayores. En el caso del ámbito del *software*, la empresa líder en España concentra el 14,3% y las diez primeras en el *ranking* un 46,1%. En el caso de los servicios de TI, la empresa líder concentra el 30,8% y las diez primeras el 54,8% (datos 2010, Informe AMETIC, 2011).

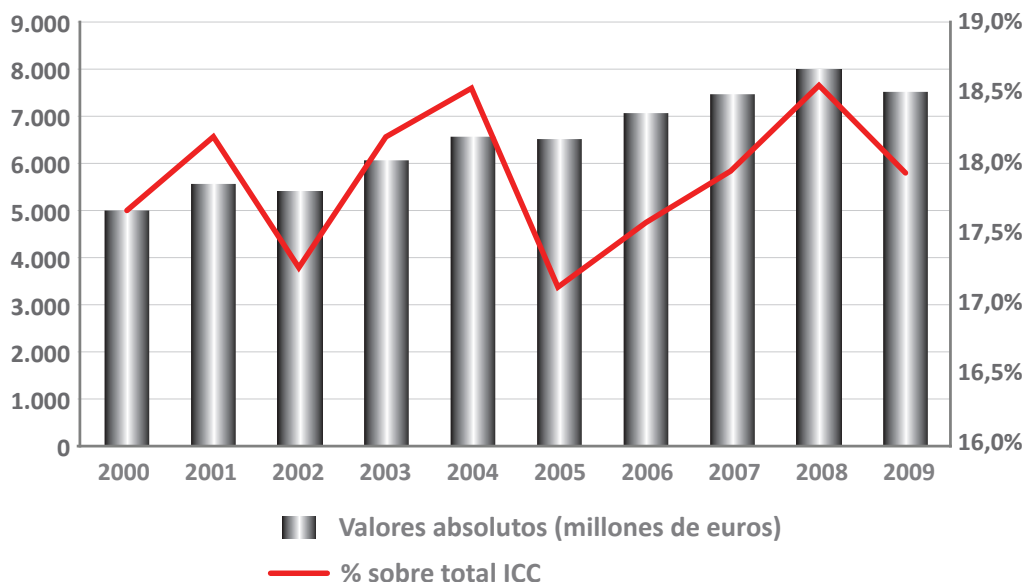
19 Para poder contar con los datos de afiliados y empresas de la Seguridad Social del año 2009 a cuatro dígitos, se ha procedido previamente a realizar la correspondencia entre la clasificación CNAE-93 y la CNAE-09. Según este proceso, las actividades de la informática vinculadas con la propiedad intelectual serían las CNAE-09 620 (programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática), 582 (edición de programas informáticos) y 631 (proceso de datos, *hosting* y actividades relacionadas; portales web).

Tabla 5. Actividades informáticas comprendidas dentro de las ICC

CNAE-93	Subclase	Descripción
7221	Edición de programas informáticos	Creación, producción, suministro y documentación de programas informáticos listos para su empleo (no personalizados)
7222	Otras actividades de consultoría y suministro de programas informáticos	Análisis de las necesidades y problemas de los usuarios, asesoramiento sobre la mejor solución
		Creación, producción, suministro y documentación de programas hechos a medida con arreglo a pedidos de usuarios específicos
		Realización de programas según directrices del usuario
		Diseño de páginas web
7240	Actividades relacionadas con bases de datos	Actividades relacionadas con las bases de datos
		La edición en línea de bases de datos
		La edición en línea de directorios y listas de correo
		Otros tipos de edición en línea
		Portales de búsqueda web

Fuente: Cuenta Satélite de la Cultura (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011a) y CNAE- 93 Rev.1 Notas explicativas (INE)

Gráfico 7. Evolución del PIB de las actividades informáticas y aportación al conjunto de las ICC



Fuente: Cuenta Satélite de la Cultura, 2011

Según la información aportada por el informe de AMETIC de 2011, dentro del ámbito del *software*, las actividades que reflejan un comportamiento más favorable en los últimos años son los *software* para bases de datos y las aplicaciones verticales, aunque siguen siendo los sistemas operativos, las aplicaciones horizontales y los *software* de comunicaciones los productos que concentran más de la mitad del mercado español. En cuanto al ámbito de los servicios de TI, los servicios que más han incrementado sus cifras de negocio han sido los alojamientos de páginas web, el comercio electrónico y la publicidad interactiva, aunque son los servicios de explotación, desarrollo, implantación y soporte, así como los servicios de consultoría, los que concentran más del 80% del total de la cifra de negocio de los servicios TI.

El buen comportamiento del sector de las TI se debe, en buena medida, a la realización de proyectos en el extranjero por parte de proveedores de los servicios TI. Como se observa en el Gráfico 8, el comercio exterior arroja un balance negativo de 3.768,3 millones de euros. Sin embargo, el grupo de los servicios de TI arroja un saldo positivo de casi 530 millones de euros.

Por ámbitos geográficos, cabe destacar el incremento paulatino de las exportaciones hacia países emergentes de Latinoamérica, fundamentalmente de servicios TI. De esta manera, la actividad comercial hacia el extranjero se concentra en Europa (con el 48% del total de las exportaciones del conjunto del sector de las TI) y en Latinoamérica (con el 44,5%).

Tabla 6. Número de trabajadores y empresas en las actividades informáticas incluidas en las ICC

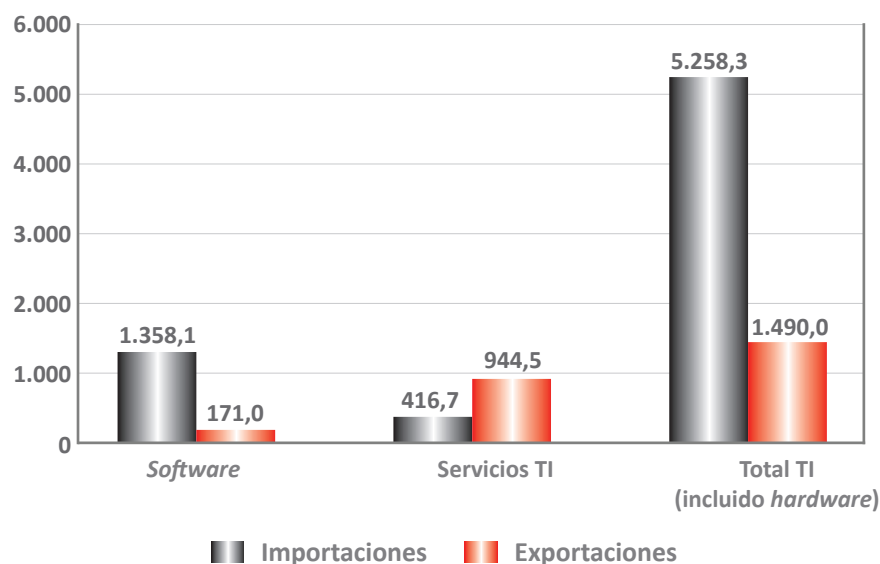
CNAE-09	Subclase	CNAE-09	Subclase	Trabajadores	Empresas
7221	Edición de programas informáticos	5821	Edición de videojuegos	13.322	543
		5829	Edición de otros programas informáticos	9.070	462
Total CNAE 7221				22.392	1.005
7222	Otras actividades de consultoría y suministro de programas informáticos	6201	Actividades de programación informática	27.562	1.235
		6202	Actividades de consultoría informática	34.773	1.304
		6209	Otros servicios relacionados con las tecnologías de la información y la informática	85.134	5.124
Total CNAE 7222				147.469	7.663
7240	Actividades relacionadas con bases de datos	6311	Proceso de datos, <i>hosting</i> y actividades relacionadas	4.891	262
		6312	Portales web	456	35
Total CNAE 7240				5.347	297
Total actividades informáticas				175.208	8.965

Fuente: INE (correspondencia CNAE-93 Rev.1 con CNAE-2009) y Tesorería General de la Seguridad Social

A pesar de que el sector muestra un incremento de su actividad desde el año 2010, se enfrenta a la reducción de compras por parte de las Administraciones Públicas y los hogares en el mercado interior debido a la crisis económico-financiera y a los ajustes fiscales que afectan al país. En este sentido, el sector debe aprovechar el buen momento que viven algunas empresas que han apostado por la venta en mercados exteriores de servicios avanzados de TI, sobre todo en Latinoamérica y, en menor proporción, de Europa.

En cuanto a los productos y servicios, parece lógico también aprovechar el incremento de demanda de las aplicaciones verticales, el *software* de bases de datos y los servicios de alojamiento en sitios web, la publicidad interactiva y el comercio electrónico.

Gráfico 8. Comercio exterior del sector de la informática
Año 2009 (Millones de euros)



Fuente: AMETIC, 2011

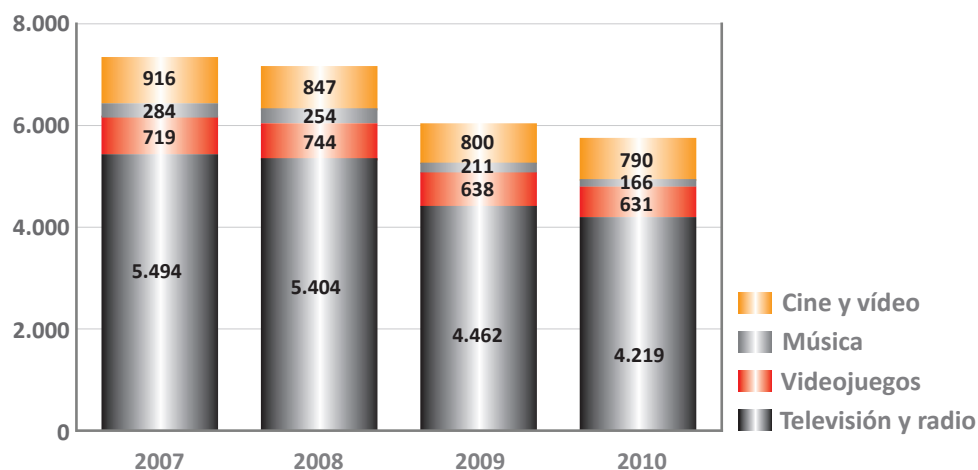
Así mismo, y como ámbito de actividad económica vinculado con la creatividad y la propiedad intelectual, el sector de la informática tiene el reto de promover un mejor marco regulatorio que garantice sus derechos sin afectar a la demanda.

4.3 El sector audiovisual

El sector audiovisual se ha convertido en las últimas décadas en un sector estratégico, clave para el desarrollo económico, social y cultural de nuestro país. Su contribución al PIB en 2009 se situó cercana al 1,3% y el empleo en el sector tuvo una aportación cercana al 1% del empleo total. Los medios y contenidos audiovisuales se encuentran desde hace más de una década en plena transición digital, tanto en sus procesos de conceptualización y modos de producción, como en la distribución y reproducción, debido a la extensión del acceso a las redes de banda ancha y al desarrollo TIC relacionado.

La industria audiovisual española, formada por el sector de la televisión y radio, los videojuegos, la música y el cine y vídeo, alcanzó una facturación estimada en 2010 de 5.806 millones de euros, habiéndose registrado un descenso de la facturación respecto al año anterior del 5%, pero con perspectivas de que los sectores tractores tradicionales, como los videojuegos, comiencen a crecer tanto o más que las pérdidas de otros sectores que sufren la adaptación a lo digital (Gráfico 9).

Gráfico 9. Industria audiovisual en España
(Millones de euros)



Fuente: eEspaña. Fundación Orange, 2011

El sector de la televisión y radio concentra el 73% de la facturación de toda la industria y en 2010 facturó 4.219 millones de euros, un 5,4% menos que el año anterior, debido sobre todo al descenso de las inversiones en publicidad. La menor inversión en la televisión se ha debido a la alta fragmentación de las audiencias que, tras el aumento de los canales de televisión digital terrestre (TDT), reduce los impactos de la publicidad y, por tanto, la confianza de los anunciantes, que migran hacia otros formatos como los de Internet, sin que de momento este medio sea capaz de capitalizar significativamente la inversión cesante. El nuevo modelo de financiación de RTVE, sin publicidad, ha provocado no solo la migración de anunciantes, sino la pérdida de inversores en publicidad en este medio.

Sin embargo, la radio ha experimentado una subida del 3% en su facturación de 2010, pasando a facturar 402 millones de euros.

El consumo de *software* de videojuegos en España facturó en el año 2010 631 millones de euros, un 1% menos que en 2009, llegando a alcanzar los 1.245 millones si se incluye la facturación del *hardware*, que fue de 489 millones, y de los periféricos y accesorios (por valor de 125 millones de euros). Estas cifras siguen situando a España como cuarto mercado europeo en 2010, sobre un total superior a 11.000 millones de euros.

La producción española de videojuegos tiene una participación reducida en el total de ventas de *software*, aunque ha encontrado una expectativa de desarrollo, todavía muy débil, en el sector de videojuego *online*.

Las perspectivas del sector son sostenidas desde hace más de una década, a lo que hay que sumar la consolidación del videojuego *online* así como nuevas tendencias de consumo de juegos como los juegos sociales, en comunidad y para móviles. Para la producción nacional, el camino está pendiente de construcción.

La música continúa su descenso en ventas. En concreto, en el año 2010 la facturación del sector fue de 166,5 millones de euros, registrándose un decrecimiento del 21,12% con respecto al año 2009. De forma agregada, las cifras de venta de música han menguado desde 2001 en un 80%, lo que hace que el sector tenga que buscar nuevas formas de ingresos, como son las alianzas con fabricantes de móviles, con más o menos éxito, los conciertos en directo, las sinergias con otros sectores como el de los videojuegos o los contenidos transmedia²⁰.

El bajo consumo de CD en España se refleja en el hecho de que, de media, cada español mayor de 14 años adquirió menos de la mitad de un disco en el año 2010, cuando en otros países el dato oscila entre los tres y los cuatro ejemplares por habitante y año. La transición del mercado de la música desde modelos de consumo en CD a la descarga y consumo digital va cediendo peso al consumo en *streaming* y de servicios de suscripción.

En el mercado español las cifras del mercado digital, que se han incrementado en prácticamente un 20%, alcanzando los 38,6 millones de euros, todavía no compensan las caídas globales.

El mercado musical ha sido el más afectado por la falta de regulación y los delitos contra la propiedad intelectual en el ámbito digital.

El sector cinematográfico español (que suma la taquilla de cine y la venta y alquiler de DVD) facturó en 2010 790 millones de euros, un 1% menos que en el año anterior. Los ingresos totales de la taquilla en 2010 fueron de 662,3 millones de euros, de los cuales 80,2 millones correspondieron al cine español, una cuota de mercado del 12,1%, casi 3,5 puntos inferior a la de 2009. Las películas españolas perdieron 4,5 millones de espectadores, retrocediendo a 13 millones de espectadores en 2010. Según los datos provisionales del primer semestre de 2011 los ingresos de taquilla ascendieron a 301 millones de euros, de los cuales el 18% correspondieron al cine español, lo que supone una clara mejora respecto a la cuota del año anterior.

20 Que puedan ser consumidos en diferentes medios y soportes.

Los retos para la industria audiovisual española recaen de forma general en la regularización de la legislación referente a propiedad intelectual, la recuperación de consolidación de los nuevos formatos de consumo (móviles y tabletas), la mejora de la oferta de contenidos adaptados a las preferencias del consumidor y a la nueva tecnología 3D y de alta definición en el entorno doméstico, el aprovechamiento de los contenidos adaptables a cualquier tipo de derivado y en cualquier plataforma.

El reencuentro con el espectador/consumidor es otra de las materias importantes para la valoración y rentabilización de los productos culturales, especialmente en el sector audiovisual.

Estamos inmersos en una profunda alteración de todos los eslabones de la cadena de valor de los diferentes sectores que componen el audiovisual y ello ha venido motivado por diversos factores que han contribuido a la transformación del sector: fragmentación de las audiencias, cambios sociales y en los hábitos de consumo de audio y vídeo, continua incorporación de tecnologías que permiten nuevas formas de relación y participación de los espectadores, desplazamientos de los volúmenes de inversión publicitaria y efectos de los cambios normativos. La crisis económica ha acelerado y agravado la intensidad del proceso de cambio, pero no ha sido el desencadenante exclusivo, ni siquiera el más importante.

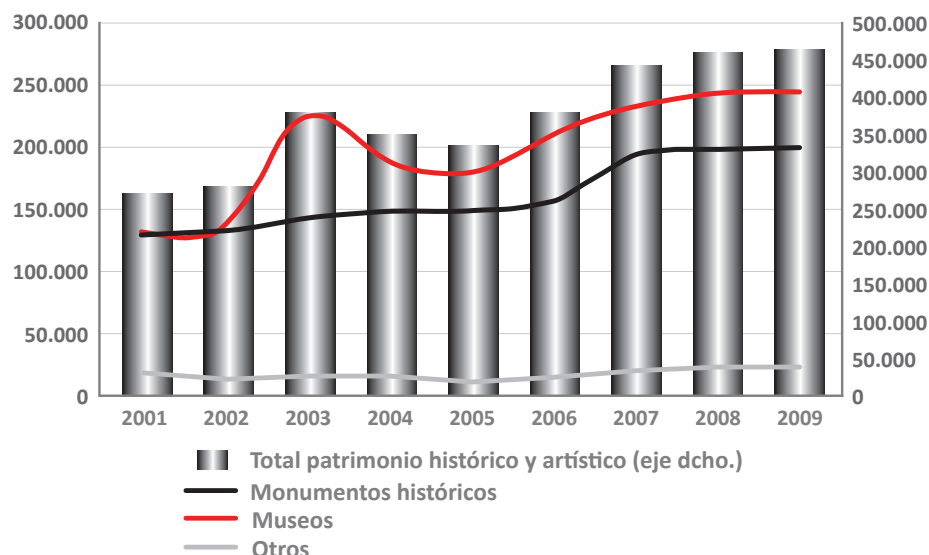
La digitalización, la implantación de redes y la generalización de dispositivos (tabletas y móviles) obligan a un replanteamiento de asignación de rentabilidades en las ventanas de explotación, así como a una redefinición de las políticas públicas y a un relanzamiento del modelo de apoyo público.

4.4 El sector del patrimonio

España es el segundo país (después de Italia) por número de bienes culturales registrados en la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO. Pero además, el país cuenta con numerosos bienes no catalogados como singulares o excepcionales, tales como la cultura popular, el patrimonio industrial y urbano, los paisajes o la producción cultural contemporánea (Muñoz, 2010). Según los datos del Anuario de Estadísticas Culturales, en 2009 existían en España un total de 15.904 bienes de interés cultural (BIC) inmuebles y 7.771 BIC muebles.

La importancia económica del patrimonio se mide tanto en las inversiones que realizan las Administraciones Públicas en la conservación de dicho patrimonio como en su valor como recurso fundamental del turismo cultural.

Gráfico 10. Gasto público de la AGE en patrimonio
(Miles de euros)



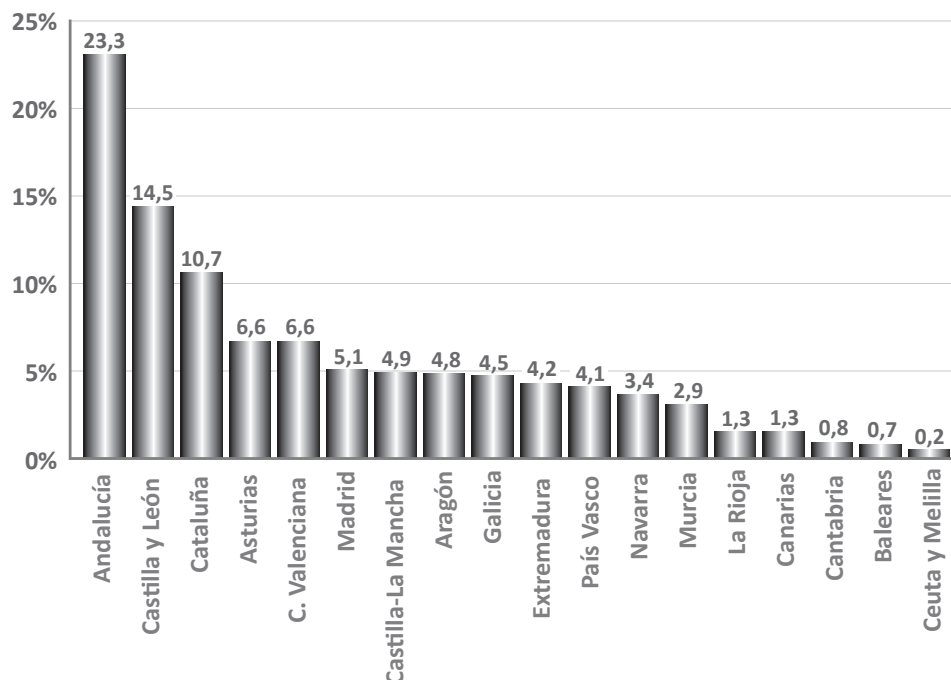
Fuente: Ministerio de Cultura. Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura

La inversión en patrimonio histórico y artístico de la Administración General del Estado (AGE) se ha incrementado en un 100% desde el año 2001, alcanzando los 468 millones de euros en el año 2009, lo que supone el 41,2% del total de gasto en cultura. Este monto incluye gastos e inversiones en monumentos históricos (un 42,8% del total), en museos (un 52,8%) y en yacimientos arqueológicos y otros (un 4,4%)²¹. Por naturaleza económica del gasto, el 52,5% fueron gastos corrientes, el 47,3% gastos de capital y el 0,2% activos y pasivos financieros (Gráfico 10).

Al gasto realizado por la AGE, hay que añadir el acometido por el resto de Administraciones Públicas y por el sector privado. Las comunidades autónomas gastaron en patrimonio histórico y cultural 575,4 millones de euros en 2009, repartidos entre monumentos históricos (un 34,4%), museos (un 43,8%) y yacimientos arqueológicos y otros (un 21,8%). La distribución del gasto total por territorios estuvo encabezada por Andalucía, con un 23,3% del mismo, seguida de Castilla y León (14,5%) y Cataluña (10,7%) (Gráfico 11). En cuanto a las entidades locales, en el año 2009 están contabilizados 325,8 millones de euros en gastos en arqueología y protección del patrimonio histórico artístico. En lo que a inversión privada se refiere (iglesia católica, fundaciones, empresas y particulares), y usando fuentes secundarias (Alonso y Martín, 2010), se estima que puede corresponder a un 10% del total de gasto en patrimonio histórico de las Administraciones Públicas.

21 No incluye archivos y bibliotecas.

Gráfico 11. Distribución del gasto total en patrimonio por comunidades autónomas
Año 2009

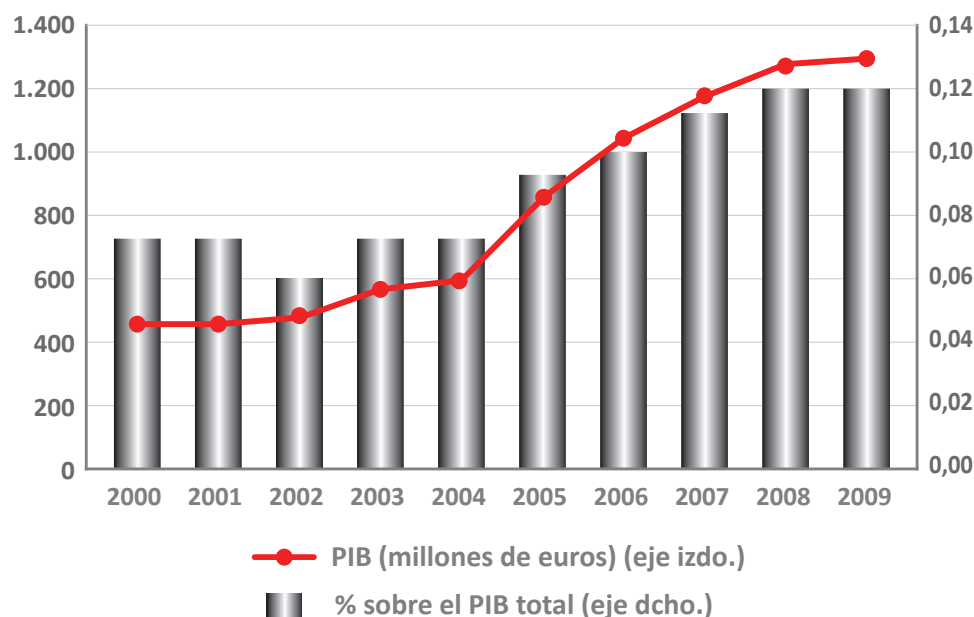


Fuente: Ministerio de Cultura. Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, Ministerio de Economía y Hacienda. Estadística de Liquidación de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas

En síntesis, el esfuerzo económico que los españoles realizaron en el año 2009 para proteger el patrimonio ascendió a los 1.506,2 millones de euros que, en magnitudes macroeconómicas, supone una contribución al PIB total del 0,12% (Gráfico 12).

En lo que al empleo se refiere, es difícil cuantificar el número de personas que, directa o indirectamente, trabajan en patrimonio. Entre ellos se encuentran, por un lado, aquellos puestos de trabajo relacionados con la gestión de lugares y sitios históricos, las actividades museísticas, así como los trabajadores dedicados directamente a la conservación, restauración y rehabilitación de los bienes patrimoniales. Además, habría que añadir los puestos de trabajo que, dentro del sector turístico, se generan relacionados con el turismo cultural, los artesanos y otros. En términos de tejido empresarial, y según los datos de la Junta Consultiva de Contratación del Estado, del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, sabemos que en el año 2008 existían más de 600 empresas clasificadas en rehabilitación de bienes inmuebles (clasificación K7) y más de 80 empresas con la cla-

Gráfico 12. Contribución del subsector del patrimonio al PIB



Fuente: Cuenta Satélite de la Cultura, 2011

sificación para la restauración de bienes muebles (clasificación N5). A ellas, habría que añadir aquellas empresas que restauran o rehabilitan bienes patrimoniales no clasificados como BIC²².

- En España existen un total de 15.904 bienes de interés cultural (BIC) inmuebles y 7.771 BIC muebles.
- El gasto público en protección del patrimonio en el año 2009 ascendió a 1.506,2 millones de euros (un 100% más que en 2001), y supone una contribución al PIB total del 0,12%.
- La funcionalidad turística del patrimonio permite los retornos de las inversiones realizadas en conservación que, en el año 2009, fue del 22,7%.

La cadena de valor del patrimonio va desde la identificación del bien de interés cultural, pasando por las actividades de conservación y restauración, hasta aquellas de difusión, divulgación y disfrute público que otorgan funcionalidad turística al bien patrimonial (Fundación COTEC, 2010). El sector alberga, en cada uno de los esla-

22 Datos citados en el Informe «Innovación en el sector del patrimonio histórico», Fundación COTEC, 2010.

bones de su cadena de valor, unas amplias posibilidades de negocio basado en la innovación, tal y como ya se puede ver en las empresas jóvenes especializadas en la conservación, restauración o difusión del patrimonio, alejadas de los parámetros de las tradicionales empresas de construcción y que cuenta con plantillas laborales altamente cualificadas, multidisciplinares y abiertas a la incorporación de las nuevas tecnologías (Fundación COTEC, 2010).

Es la funcionalidad turística del patrimonio la que permite los retornos de las inversiones realizadas en conservación. Si consideramos el gasto en viajes en España cuyo principal motivo fue el cultural, en el año 2009 la cifra alcanzó los 6.117 millones de euros (fuente: Familitur) en el caso de los residentes y los 28.158 millones de euros (fuente: Egatur) en el caso de los turistas internacionales, lo que demuestra la rentabilidad de las inversiones en patrimonio en un modelo de complementariedad con el turismo responsable y eficaz, así como el gran potencial como motor económico que alberga este subsector de las ICC²³.

Si bien en España los avances en la protección, conservación y explotación de los bienes culturales han sido muy notables en las últimas décadas, la crisis económica actual pone en riesgo esta tendencia, puesto que limita considerablemente la capacidad de inversión pública en patrimonio. Por ello, en esta coyuntura, es necesario plantear nuevas fórmulas de intervención y de gestión del patrimonio para conseguir, con menos recursos, buenos resultados. Este es el gran reto al que se enfrenta el sector y, para ello, lo más eficiente es el fomento de la innovación, tanto de corte tecnológico haciendo más y mejores usos de las nuevas tecnologías, como en materia de gestión, apostando por la conservación preventiva, la planificación estratégica territorial, la coordinación entre todos los agentes implicados y una mayor participación de la inversión privada.

4.5 El sector de las artes escénicas

La actividad escénica en España movilizó en el año 2010 a 50,8 millones de espectadores en un total de 210.765 representaciones y conciertos²⁴. Dichas representaciones tuvieron lugar mayoritariamente en los 1.528 espacios estables teatrales y en las 493 salas de concierto existentes en España, espacios mayoritariamente de titularidad pública, como se verá más adelante.

23 En el apartado 3.2 se analizó el valor del patrimonio como parte del turismo cultural.

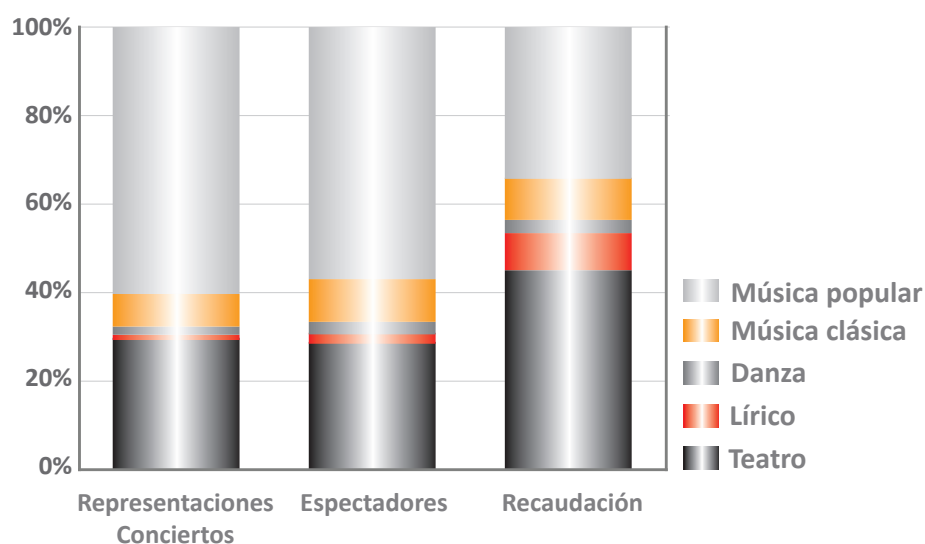
24 Incluye artes escénicas y musicales.

El análisis por subramas muestra que, en términos de representaciones y de espectadores, es la música popular la que arroja volúmenes mayores, con el 60,2% y el 56,7% respectivamente del total, mientras que en términos de recaudación hay un predominio claro del teatro, con el 45% del total de la recaudación de las artes escénicas y musicales, que alcanzó en el año 2010 la cantidad de 447 millones de euros (Gráfico 13). Su aportación a la economía fue, en el año 2008, un 0,16% del PIB total y un 5,5% del PIB cultural (Cuenta Satélite de la Cultura, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011a).

El mercado escénico español se ha transformado profundamente durante las dos últimas décadas como consecuencia, fundamentalmente, de la importantísima inversión pública en construcción y rehabilitación de teatros, y en apoyo a la producción, circulación y exhibición de espectáculos (Bonet y Villarroya, 2008), así como por la gran capacidad de iniciativa de un sector de producción y distribución privado que ha sabido aprovechar el flujo de dinero público para poner en marcha un gran número de iniciativas (Bonet *et al.*, 2008). Como consecuencia de ello, ha aumentado considerablemente la oferta de espectáculos y funciones programadas, y se ha fortalecido el tejido de compañías y empresas de producción y distribución, permitiendo el surgimiento de algunas empresas de gran tamaño y proyección.

El actual sistema de exhibición teatral público ha garantizado la vertebración territorial en materia de cultura. Asimismo, ha conformado una red que ha dado cobertura

Gráfico 13. Representaciones/concierto, espectadores y recaudación en artes escénicas y musicales. Año 2010



Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales, 2011

a la producción escénica de un significativo número de compañías periféricas, radicadas en comunidades autónomas y provincias alejadas de los tradicionales centros políticos y económicos del país. Como resultado se ha articulado un modelo de exhibición teatral que ha contribuido decisivamente a la democratización cultural del país, facilitando el acceso a la cultura a millones de ciudadanos.

Las Administraciones Públicas tienen la llave de la exhibición en el territorio: los teatros y salas de concierto de titularidad pública conforman el 73,6% del total de recintos con actividad profesional estable en España. También asumen el rol principal en la regulación del sistema escénico. Sin embargo, la producción está en manos fundamentalmente de la iniciativa privada, aunque esta ha sabido aprovechar dicho proceso y ofrece cada vez más fórmulas de coparticipación con el sector público.

Aunque Madrid y Barcelona, las dos grandes capitales escénicas²⁵, se han beneficiado en gran manera del aumento de actividad y recursos, han perdido peso debido a la puesta en marcha de teatros municipales y a la consolidación de los circuitos de programación territoriales que han permitido racionalizar procesos, desarrollar nuevas audiencias y fortalecer grandes empresas de producción y exhibición. Como resultado hoy existe en España un sistema escénico mejor estructurado, descentralizado y no sujeto a ciclos estacionales, mejorando el que existía hace dos décadas, no solo en la exhibición, sino también en la producción escénica.

Sin embargo, el sector también presenta debilidades, entre ellas que el sector privado está cautivo de unas Administraciones Públicas que intervienen a tres niveles: fomentan la producción privada a través de subvenciones y ayudas reintegrables, son el principal cliente o distribuidor minorista de las producciones escénicas (programación de recintos y festivales) y actúan como productores escénicos en competencia.

Esta cautividad garantiza la estabilidad de la actividad productora, pero dificulta la iniciativa y el desarrollo del sector. La previsible reducción de los recursos fiscales de las administraciones territoriales como consecuencia de la actual recesión y sus consiguientes planes de ajuste ha abierto un proceso de cuestionamiento de la viabilidad económica de las empresas y de la permanencia en uso de los espacios de exhibición escénica.

25 Cataluña y Madrid concentran el 44% de las unidades de producción profesional, mientras que el conjunto de comunidades de menos de 2 millones de habitantes solo representan el 19,5%.

También hay que tener en cuenta que, a pesar de la emergencia y consolidación de algunas unidades de producción de gran tamaño, el escaso tamaño medio de la mayoría de las empresas de producción dificulta la generación de economías de escala y la competitividad en el mercado internacional.

El sector se caracteriza por un cierto minifundismo y una situación de sobreproducción. Este tipo de ineficiencias, ejemplarizada en el bajo número de funciones por espectáculo, no permiten amortizar el esfuerzo y las inversiones en producción y distribución. Sería recomendable avanzar hacia mercados más competitivos, que fomenten a la vez más transparencia (relaciones menos clientelares) y más cooperación entre agentes, y que propicien en última instancia un tamaño medio de las empresas mayor.

Otro reto al que se enfrentan las artes escénicas es el de aprovechar las oportunidades proporcionadas por el sector de las TIC. En este sentido, las TIC pueden favorecer las estrategias de difusión y comunicación de las artes escénicas. Por un lado, pueden aumentar la difusión de las actividades y la interacción con el ciudadano y potencial público. Por otro lado, las TIC permiten la integración del hecho escénico en el tejido social tecnológico en el que se halla inmerso la sociedad actual. Además, la utilización de Internet como herramienta de difusión de la actividad teatral y facilitadora de la comercialización de las entradas sigue siendo un reto todavía pendiente en el panorama escénico español actual²⁶.

Finalmente, desde un punto de vista económico, el sector de las artes escénicas en España debe aprovechar los recursos y las infraestructuras disponibles para consolidar la experiencia profesional adquirida en estos últimos años.

26 La importancia de la promoción y del *marketing* en tiempos de crisis fue también una de las conclusiones de la encuesta lanzada por Artist Trust entre artistas residentes en el estado de Washington.

Rasgos y factores de desarrollo empresarial en las industrias culturales y creativas

Como ya comentamos en el capítulo 3, más de 100.000 empresas desarrollan su actividad en el sector de la cultura en España y su número aumenta al considerar otros subsectores, entre ellos la publicidad (donde operan más de 9.000 empresas²⁷). Además, el sector mantiene en los últimos años una tendencia de crecimiento sostenida y emerge como una actividad preferente ante la deslocalización de actividad industrial como consecuencia de los procesos de globalización económica.

El análisis en términos empresariales de las ICC nos permitirá, por un lado, convertir en tangible el valor de la cultura y la creatividad y, por tanto, aproximarnos a su dimensión económica. Pero, además, nos ayudará a entender las claves de su cadena de valor, los modelos de negocio y su sostenibilidad, las múltiples interconexiones subsectoriales y la adopción de estrategias multimedia, la orientación hacia producto o mercado de los diferentes agentes que participan en el proceso de producción de bienes y servicios, la organización laboral y empresarial, y la evolución del sector en sociedades cada vez más orientadas hacia la economía del conocimiento.

En el cuadro siguiente se enumeran los principales rasgos del tejido empresarial de las ICC, características que pueden aplicarse tanto a las empresas españolas como a las del resto de Europa. Los puntos 5.1 y 5.2 de este capítulo analizan con mayor detalle algunos de estos rasgos y factores que favorecen o bloquean el pleno desarrollo empresarial en el sector de las ICC.

- Las empresas parten del hecho cultural y creativo, encontrándose el talento y la creatividad presentes en los diversos eslabones de sus cadenas de valor.
- Tejido formado por un amplio y heterogéneo conjunto de formas empresariales donde conviven la tradición y la innovación con modelos de negocio que parcializan diversos aspectos de la cadena de valor para convertirlos en oportunidad de negocio.
- El autoempleo y las micropymes son el factor dominante en el tejido empresarial junto con la elevada concentración de valor en un escaso 0,8% de grandes empresas (más de 50 empleados).
- Presentan valores asimétricos con especial atención a la organización de sus recursos humanos y al empleo, siendo estas asimetrías uno de los detonantes de las demandas regulatorias sectoriales.
- El acceso al mercado está limitado para las micropymes, y son las grandes las que imponen reglas, innovación y marco regulatorio.
- Los autoempleados y micropymes desarrollan su actividad sobre la base de un constante *net-working* o trabajo en clúster y así pueden beneficiarse de estructuras mayores.

27 Según los datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social correspondientes a 2009 de las CNAE 7311-Agencias de publicidad y 7312-Servicios de representación de medios de comunicación.

- Adoptan estrategias multimedia para maximizar el resultado económico de sus productos y servicios, creando grandes corporaciones: el escaso 0,8% de las empresas grandes (más de 50 empleados) representan el 40% de la cifra de negocio en Europa.
- Las asimetrías se manifiestan de forma crítica en los procesos de integración vertical de la actividad, que inciden especialmente en la cadena de distribución, siendo este ítem otro de los detonantes clave de la actividad regulatoria.
- El idioma en el que se expresan sus productos es otra de las claves de su cadena de valor, ya que determina las áreas de distribución y orienta los procesos de producción y los marcos regulatorios.
- Las ICC ofrecen la oportunidad de aportar cambios esenciales en el área de la innovación, destinada a productos y procesos, contribuyendo a una sociedad más inventiva. Además, es un sector intensivo en factor trabajo.

5.1 Rasgos de las empresas que forman el sector de las ICC

Se describen a continuación algunas características específicas del tejido empresarial de las ICC en España, tales como su cadena de valor y los modelos de negocio, la estructura empresarial y laboral, los rasgos de su capital humano, sus características de localización geográfica y de su nivel de internacionalización.

5.1.1 Cadena de valor

La cadena de valor que caracteriza a las actividades propias de las ICC sigue el siguiente esquema general (Esquema 3).

Esquema 3. Cadena de valor de las ICC



Fuente: elaboración propia

En la cadena de valor representada es destacable el proceso de creación, fuertemente imbricado con el proceso de producción, que requiere originalidad, capacidad creativa y de expresión y ambos forman la «materia prima» de esta industria. Estos contenidos están normalmente protegidos por derechos de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. En esta cadena también destaca el proceso de valoración que influye en el producto final y ayuda a mejorarlo, redefinirlo o incluso descartarlo.

El hecho cultural y creativo se halla en el centro definitorio de estas industrias y es el principal detonante de su cadena de valor. Este hecho se ve enriquecido por la intervención de sucesivos agentes en la cadena, que van moldeándolo hasta llegar al proceso de valorización que permite ofrecer una retribución por el acceso al bien o servicio y con ello obtener un retorno para todos los agentes intervinientes.

El sector está formado por un amplio y heterogéneo conjunto de formas empresariales donde conviven la tradición y la innovación, con modelos de negocio que parcializan diversos aspectos de la cadena de valor para convertirlos en oportunidad de negocio.

En la actualidad, la cadena de valor de las ICC se encuentra en transformación, fuertemente marcada por la implantación de avances tecnológicos, dentro de un fenómeno que ha venido a denominarse convergencia (entre medios y tecnologías). Sus efectos, en términos empresariales, inciden tanto en alteraciones en el proceso de creación y producción (de productos y servicios), como en alteraciones en la distribución. La convergencia digital ha afectado a todos los subsectores, en mayor o menor medida.

Cabe señalar los cambios en el subsector de la prensa, donde se está produciendo una transición del formato papel al formato digital, un auge de Internet que favorece la lectura gratuita de periódicos y revistas, el desarrollo de las tabletas, el desplazamiento de las inversiones publicitarias hacia las ediciones digitales por ser de menor coste y mayor segmentación, la aparición de nuevos productos en línea, etc.

También es reseñable la transformación que se ha producido en el grupo de medios de comunicación con la aparición de los llamados medios sociales. Estos han elevado la participación y la instantaneidad de la comunicación a niveles interpersonales, rompiendo las acotaciones espaciales de los formatos y propiciando la entrada del (antes) espectador pasivo, en la generación de noticias.

Hay que tener en cuenta, además, que la convergencia se ha manifestado de forma asimétrica. Por un lado, ha reportado grandes beneficios a los operadores de redes

y al sector TIC. Desde el punto de vista de las ICC, ha generado un modelo «todo gratis» por la distribución irregular de productos en Internet y está acelerando la transición hacia nuevos modelos de distribución que, de momento, no consiguen transformarse en beneficio para los productores o propietarios de los derechos de propiedad intelectual.

5.1.2 Modelo de negocio

Una segunda característica que encontramos cuando analizamos las ICC es que nos movemos en un sector en el que conviven modelos de negocio «tradicionales» con otros «modelos de última hora». Entre los primeros estarían las empresas que se dedican a espectáculos públicos con más de 3.000 años de antigüedad, como el Teatro Clásico. Un ejemplo de los últimos es la televisión conectada, que es el exponente de la convergencia entre el negocio analógico y la tecnología más avanzada.

En el ámbito de las ICC se ha producido una irrupción de «modelos de negocio» que, amparados en vacíos legales o dando por superada la legalidad, han tratado de acortar la cadena de valor y así obtener ventaja en la ventana de distribución de contenidos.

La heterogeneidad de las formas de añadir valor económico en las diferentes propuestas empresariales de las ICC nos hace plantear la necesidad de ser extremadamente cautos a la hora de hacer propuestas «generales» de «cambio del modelo de negocio».

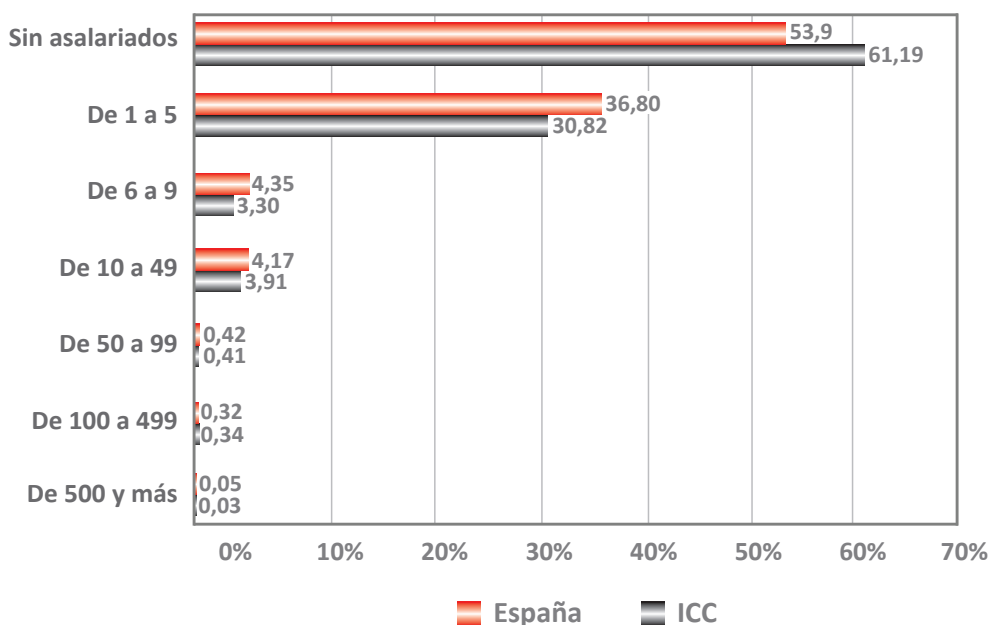
El cambio es posible en algunas de ellas y en ciertos momentos temporales es posible en determinados puntos de determinadas cadenas de valor (la distribución, la promoción) y en determinados productos o formatos de comercialización pero, ciertamente, es difícilmente operable en temas como el fomento, desarrollo y retribución del talento, que afecta a la creación/producción y que ha de ser satisfecha siempre, de una u otra forma, ya que, si es cuestionada, produce una fractura crítica para el desarrollo y el impulso de los proyectos.

5.1.3 Estructura empresarial y laboral

Una característica del sector es que presenta un cuadro de asimetrías en cuanto a organización laboral y empresarial que precisa de atención y medidas armonizadoras en su marco regulatorio.

El tejido empresarial de las ICC tiene un notable peso de los autónomos y *freelancers*. En nuestro país, el 61% de las empresas de las ICC son empresas sin asalariados, frente al 54% en el conjunto del tejido empresarial español (Gráfico 14).

Gráfico 14. Tamaño de las empresas según número de asalariados en España:
ICC vs. total mercado laboral. Año 2010



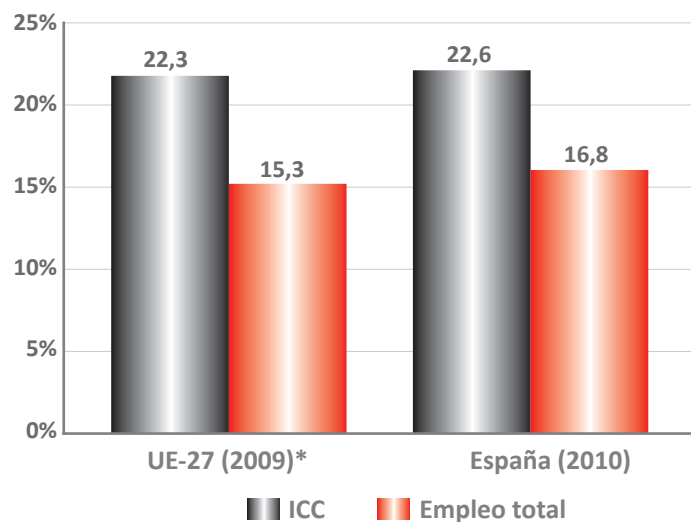
Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales, 2011 e INE

Una característica del sector es el elevado porcentaje de trabajadores por cuenta propia. En el año 2010, en España, el porcentaje de trabajadores por cuenta propia dentro de las ICC alcanzaba el 22,6%, mientras que en el conjunto del mercado laboral este tipo de trabajadores supone el 16,8%. Esta característica del sector de las ICC se refleja también en la UE-27, donde el peso de los no asalariados supone el 22,3%, siete puntos porcentuales por encima de la media del empleo total (Gráfico 15).

La temporalidad es otra característica de la fuerza de trabajo en las ICC. El peso de los contratos temporales en el sector de las ICC en España supera en casi cuatro puntos porcentuales a la media del empleo total (28,6% frente al 24,9%). Esta elevada temporalidad de los contratos en las ICC se muestra de igual forma en el conjunto de la UE-27, aunque a niveles inferiores a los que presenta el mercado laboral español (17% frente al 28,6%) (Gráfico 16).

Por último, la jornada a tiempo parcial es relativamente común en el sector de las ICC. Mientras que en el conjunto del empleo supone el 13,3%, entre los trabajadores de las ICC este tipo de jornada representa el 21,9%. Este rasgo también se observaba en la UE-27, siendo algo superiores los porcentajes de personas que eligen una jornada de tiempo reducido (Gráfico 17).

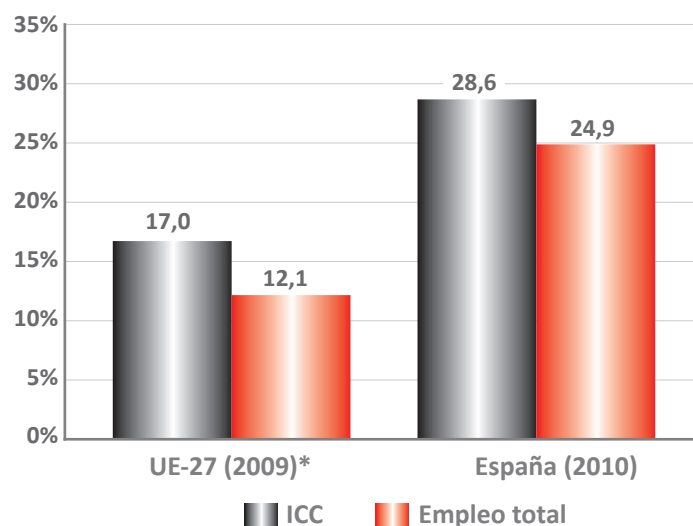
Gráfico 15. Porcentaje de trabajadores por cuenta propia: ICC vs. empleo total UE-27 y España



Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales, 2011, EPA y Eurostat

* NACE (2008 rev.2) Arts, entertainment and recreation

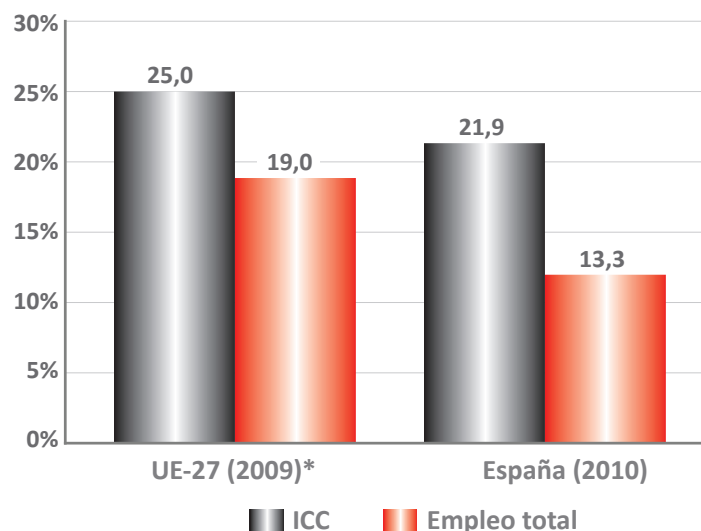
Gráfico 16. Porcentaje de contratos temporales: ICC vs. empleo total. UE-27 y España



Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales, 2011, EPA y Eurostat

* NACE (2008 rev.2) Arts, entertainment and recreation

Gráfico 17. Porcentaje de jornadas a tiempo parcial: ICC vs. empleo total
UE-27 y España



Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales, 2011, EPA y Eurostat

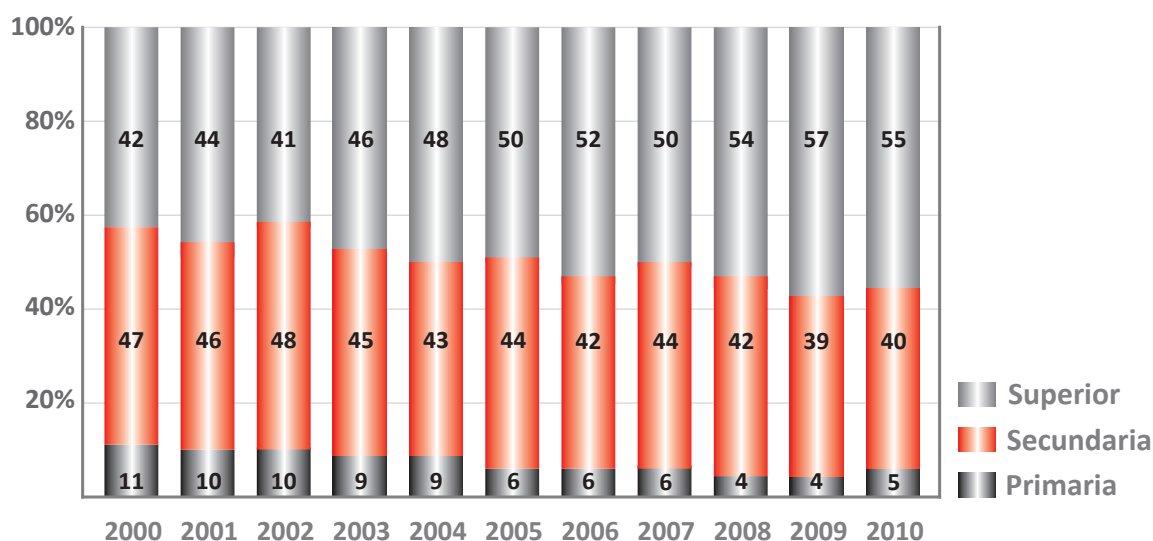
* NACE (2008 rev.2) Arts, entertainment and recreation

5.1.4 Capital humano

Un rasgo que caracteriza a los profesionales que trabajan en las ICC es su alto nivel de cualificación, que supera la media del conjunto de sectores económicos en España y ha mostrado un fuerte incremento en la última década. Según los datos del Anuario de Estadísticas Culturales 2011, la distribución de la fuerza de trabajo de las ICC según nivel de cualificación alcanzado muestra un aumento en el peso de los trabajadores con titulación superior, que ha pasado del 42% en el año 2000 hasta el 55% en el año 2010 (Gráfico 18). Mientras que en el conjunto del empleo el peso de los titulados superiores se situó en el 36% en 2010, lo que supone un diferencial con respecto a las ICC cercano a los 20 puntos porcentuales.

- El sector de las ICC se caracteriza por disponer de un capital humano altamente cualificado. Hasta el 55% del total de sus trabajadores son titulados superiores.

Gráfico 18. Evolución del empleo en ICC según nivel de estudios



Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales, 2011

El mayor nivel de cualificación adquirido por los trabajadores en el sector de las ICC se debe al incremento que se ha producido en el alumnado de estudios de grado medio o superior relacionados con las profesiones culturales. Los últimos datos disponibles correspondientes al curso 2009-2010 cifran en cerca de 62.000 los alumnos que finalizaron estudios vinculados con profesiones culturales, de los cuales más de 16.000 cursaron estudios universitarios y cerca de 6.500 formación profesional de grado medio o superior.

Destaca también el elevado peso que representa el alumnado en el régimen especial, cercano al 30% y el alumnado en formación profesional para el empleo (políticas activas de empleo), que ha supuesto la graduación adicional desde el curso 2006-07 de algo más de 15.000 alumnos de media anual y ya representa en torno al 25% del total de alumnos.

Desde el curso 2004-2005, el número de alumnos que ha obtenido título en alguna de las diferentes enseñanzas relacionadas con el sector de la cultura se ha incrementado un 33,6%. De forma notable, han aumentado los alumnos que han cursado algún tipo de programa de formación profesional para el empleo, donde se observa una variación del 833%, pero también es muy destacado el incremento producido en las enseñanzas del régimen especial, sobresaliendo la danza, con una variación desde el curso 2004-2005 del 55,8%, y el arte dramático, del 45,3% (Tabla 7).

Tabla 7. Alumnado que finalizó estudios relacionados con las profesiones culturales. Curso 2009-2010

Tipo de enseñanza		N.º alumnos	Variación 2004-05/2009-10
Régimen especial	Artes plásticas y diseño	4.719	10,9%
	Música	12.016	15,5%
	Danza	1.042	55,8%
	Arte dramático	276	45,3%
	Total R.E.	18.053	16,3%
Régimen general	Bachillerato (modalidad arte)	5.810	-7,2%
	FP (grado medio y superior)	6.471	-2,8%
	Universidad	16.383	0,8%
	Total R.G.	28.664	-1,8%
Formación profesional para el empleo		15.190	833,6%
Total		61.907	33,6%

Fuente: INE y Anuario de Estadísticas Culturales, 2011

Nota: las actividades formativas se iniciaron en el curso 2006-07

Sin embargo, en enseñanzas del régimen general (bachillerato, formación profesional y universidad) se ha reducido el número de alumnos en los últimos años, aunque sigue siendo la modalidad que más alumnos aporta al conjunto de estudios relacionados con la cultura (un 46,3% en el año 2009-2010). El alumnado en la modalidad de arte de bachillerato se ha reducido un 7,2% en los últimos cinco años y también la formación profesional, especialmente el grado medio, un 2,8%. En lo relativo a los estudios universitarios, el alumnado apenas ha crecido un 0,8%. El 2,1% de los alumnos que finalizaron en el curso 2009-2010 lo hicieron en la diplomatura de Biblioteconomía y documentación, el 16,6% en Arquitectura, el 78,6% en alguna de las licenciaturas relacionadas con las profesiones de la cultura y el 2,7% restante fueron doctorandos.

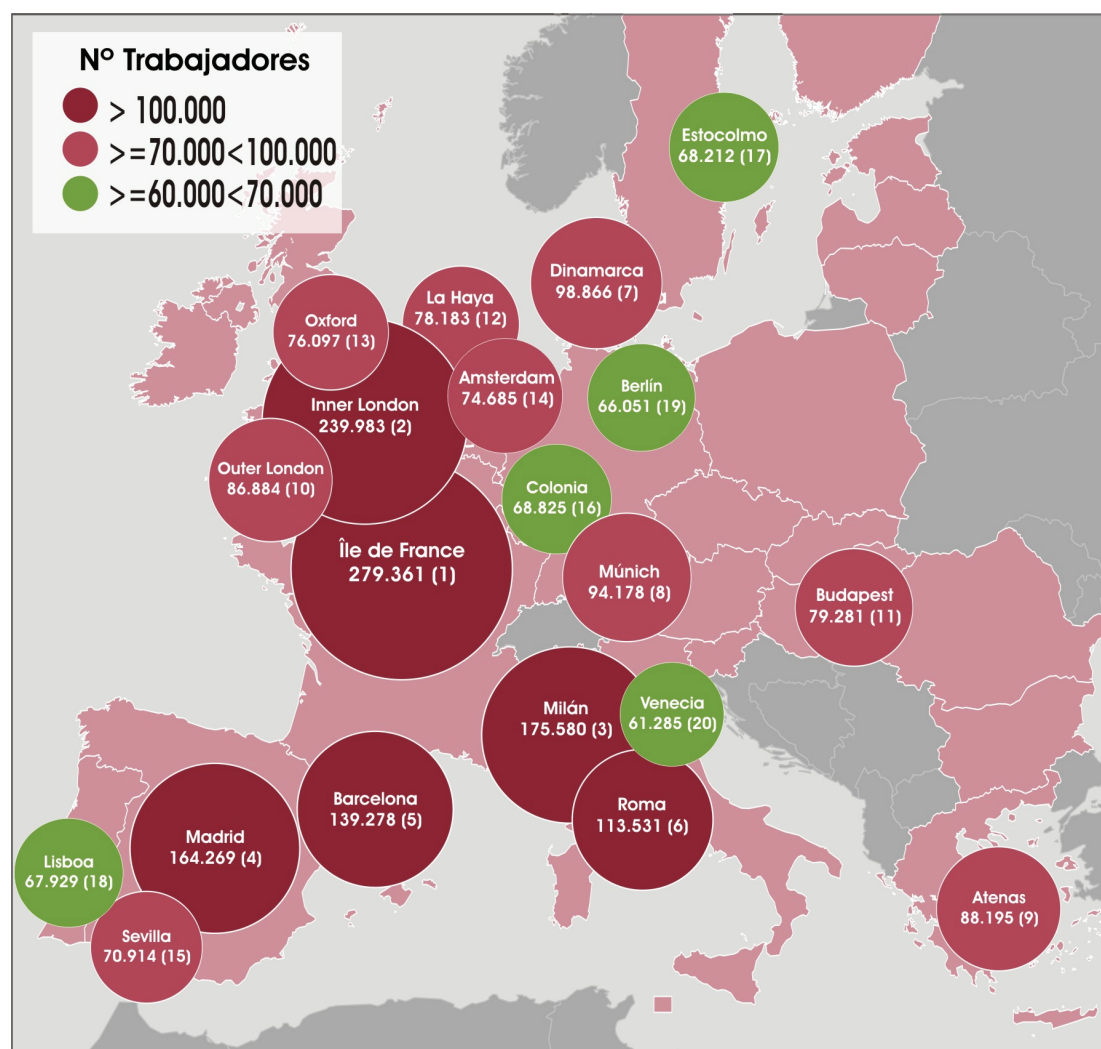
5.1.5 Concentración geográfica

La concentración geográfica de las empresas de las ICC en torno a grandes regiones urbanas europeas es otra característica del sector, como demuestra el mapa de la

localización del empleo a nivel europeo (Mapa 1). Las principales capitales estatales y algunas regiones europeas en torno a ellas aparecen como los centros dominantes de las ICC en cuanto al número absoluto de empleos, lo que permite afirmar que existe una superconcentración en regiones ricas y grandes ciudades europeas.

En los primeros puestos del Top-20 según volumen absoluto de empleo se encuentran las áreas urbanas de París, con 279.361 trabajadores en el sector de las ICC; Londres, con 239.983; Milán, con 175.580; Madrid, con 164.269; Barcelona con 139.278; y Roma con 113.531. La ciudad de Sevilla aparece también en este *ranking* de las veinte primera regiones urbanas en la posición quince, con casi 71.000 trabajadores en el sector.

Mapa 1. Top-20 de las regiones urbanas europeas según volumen absoluto de empleo en las ICC



Fuente: elaboración propia a partir del European Cluster Observatory (Power y Nielsen, 2011)

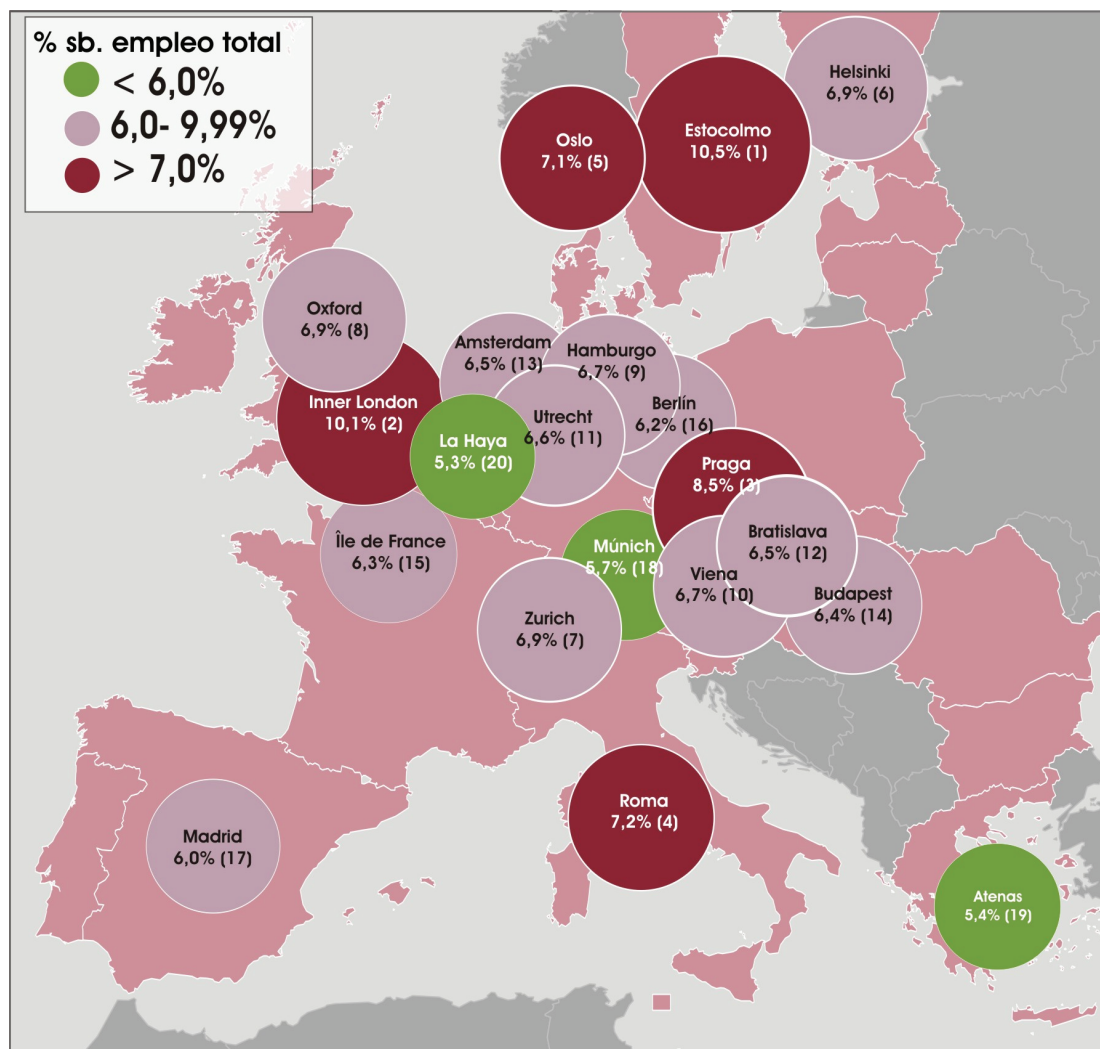
Sin embargo, si relacionamos el empleo en ICC con el mercado laboral total, se observa que las ciudades o áreas urbanas con mayor especialización (entendida como el peso del empleo en ICC sobre el total del mercado laboral) no son necesariamente las grandes capitales europeas en términos demográficos. Este hecho viene a confirmar que, aunque la tendencia general es la superconcentración de empleo en ICC en grandes capitales, es posible encontrar áreas urbanas medianas o relativamente pequeñas que han sido capaces de aglutinar un alto peso sectorial en su economía y, por tanto, un elevado nivel de especialización de las actividades culturales y creativas.

El Mapa 2 representa el Top-20 de las regiones europeas por nivel de especialización en ICC, divididas en tres categorías: las que muestran porcentajes superiores al 7% de empleo en ICC sobre el total del mercado laboral (en color rojo intenso); las que obtienen porcentajes de entre el 6% y el 9,9% (en color lila) y aquellas regiones donde el peso del sector sobre el conjunto del mercado laboral es inferior al 6% (en color verde). Este *ranking* está encabezado por grandes capitales como Londres o Roma, las cuales además concentran volúmenes absolutos de trabajadores en ICC altos, tal y como se veía en el Mapa 1 (239.983 y 113.531 respectivamente), pero también por capitales de menor entidad demográfica y con valores absolutos de empleo en ICC mucho menores. Tal es el caso de Estocolmo, con un número de trabajadores de 68.212, que la sitúa en el puesto 17 del *ranking* por volumen absoluto de empleo, pero cuyo nivel de especialización es el más elevado del conjunto de Europa, con un peso del 10,5% sobre el total del mercado laboral. También Oslo presenta un nivel de especialización elevado (un 7,1%) y se sitúa en la quinta posición según el nivel de especialización, aunque su puesto en el *ranking* por volumen de empleo en ICC se aleja notablemente del Top-20 (se situaría en el puesto 42 con 43.104 trabajadores). Praga es otro buen ejemplo de región urbana de tamaño medio que, si su situación en el *ranking* por empleo absoluto sería el puesto 34 con 52.465 trabajadores, el nivel de especialización la coloca en tercera posición con un peso del 8,5%.

Otros casos similares los representan ciudades como Helsinki, Zúrich, Oxford, Utrecht o Bratislava, todas ellas con niveles de especialización superiores al 6%, pero situadas en posiciones alejadas del Top-20 de ciudades europeas por volumen absoluto de empleo en ICC.

Entre las grandes áreas urbanas europeas que, concentrando elevados volúmenes de empleo en ICC, su nivel de especialización no ha alcanzado aún las ratios deseadas, se encuentran París, la capital número uno por número de trabajadores (279.361) pero con un peso del 6,3% sobre el conjunto de su mercado laboral; Milán, puesto número tres en el *ranking* por volumen absoluto de empleo (con

Mapa 2. Top-20 de las regiones urbanas europeas según nivel de especialización de las ICC



Fuente: elaboración propia a partir del European Cluster Observatory (Power y Nielsén, 2011)

175.580 trabajadores) pero con un peso del 4,1%, algo que la deja fuera del Top-20 por especialización y, por tanto, del Mapa 2; Madrid, que con un empleo de 164.269 trabajadores alcanza un nivel de especialización del 6,0%; o Barcelona, quinta posición después de Madrid en el *ranking* de ciudades por volumen de empleo (Mapa 1) pero con un peso del sector del 4,6% (puesto 25 en la lista de regiones urbanas por nivel de especialización y fuera del Top-20).

En síntesis, cabe esperar que las empresas del sector de las ICC se localicen en grandes áreas urbanas y con niveles de desarrollo económico y social elevado. Pa-

rece cierto también que la presencia de una destacada industria cultural y creativa contribuye a mejorar dicho desarrollo en aquellos territorios donde se localiza. Si como hemos observado en el Mapa 2 algunas de las zonas urbanas más especializadas no son las más grandes demográficamente ni las principales por concentración de inversiones, podemos esperar que una política decidida de fomento e industrialización de las actividades culturales en todos los territorios europeos pueda llegar a ser una buena receta para el mayor desarrollo de las zonas periféricas y para avanzar hacia una verdadera cohesión territorial de Europa.

5.1.6 Mercado exterior

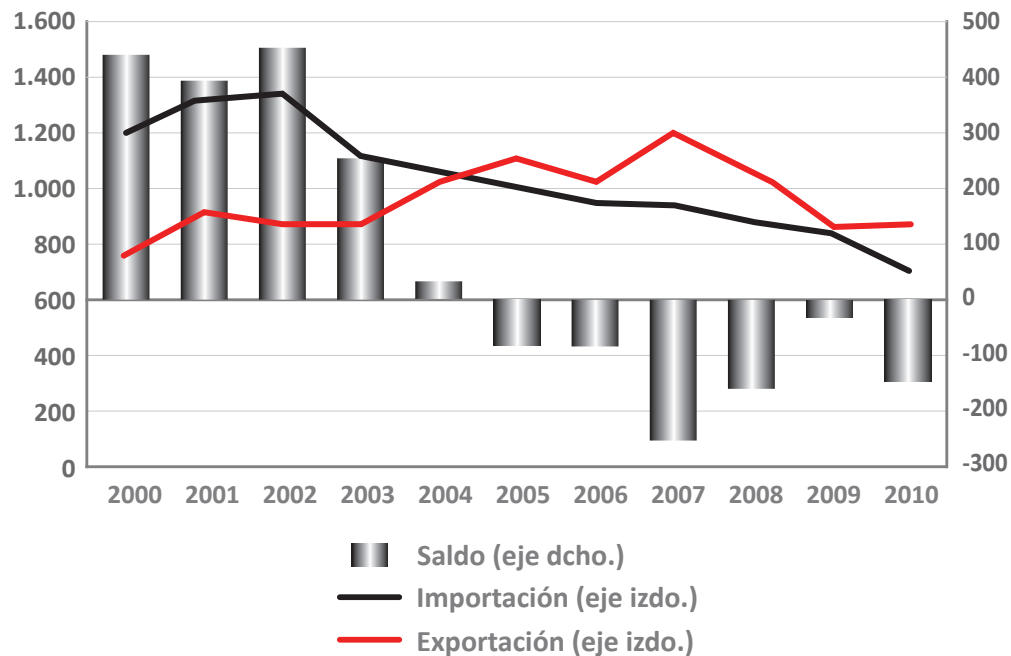
En las tres últimas décadas han tenido lugar profundas transformaciones dentro del sector de las ICC. Los mercados nacionales forman parte de un dinámico mercado global donde las nuevas tecnologías han producido fusiones de empresas antes independientes. Veinte grandes corporaciones controlan el mercado mundial de la producción, distribución y comercialización de noticias y entretenimiento. Hemos asistido a un proceso de convergencia en la producción, distribución y consumo de cultura. Si hubo un momento en el que instrumentos de comunicación como la imprenta, la televisión y el cine eran esferas relativamente independientes, ahora todas ellas se hallan en gran medida imbricadas. Las divisiones entre los diversos medios de comunicación ya no son tan acusadas como antes: la televisión, la radio, los periódicos y los teléfonos están sufriendo profundas transformaciones debido a los avances tecnológicos y a la rápida expansión de Internet.

En este contexto global las empresas españolas están perdiendo cuota de mercado, ya que sus ventas en los mercados exteriores se están reduciendo y desde 2005 la balanza comercial muestra un saldo negativo (Gráfico 19).

El subsector más internacionalizado es el del libro y prensa, que concentra el 74,5% del total de las exportaciones. En concreto, el producto español que mayor presencia tiene en el mercado exterior es el libro, que supone el 81% de la rama del libro y prensa y el 60,3% del total de las exportaciones de las ICC. El saldo comercial en el sector del libro es positivo, aunque se encuentra en claro descenso, pasando de los 366.000 euros de 2006 a los 171.000 euros en 2010.

La distribución de las exportaciones de bienes culturales españoles por grandes áreas geográficas muestra un claro predominio del mercado de la UE, con el 47,3% de las exportaciones en 2012. El mercado latinoamericano representa el 23% de las exportaciones de bienes culturales españoles y el de Estados Unidos, el 3,85%.

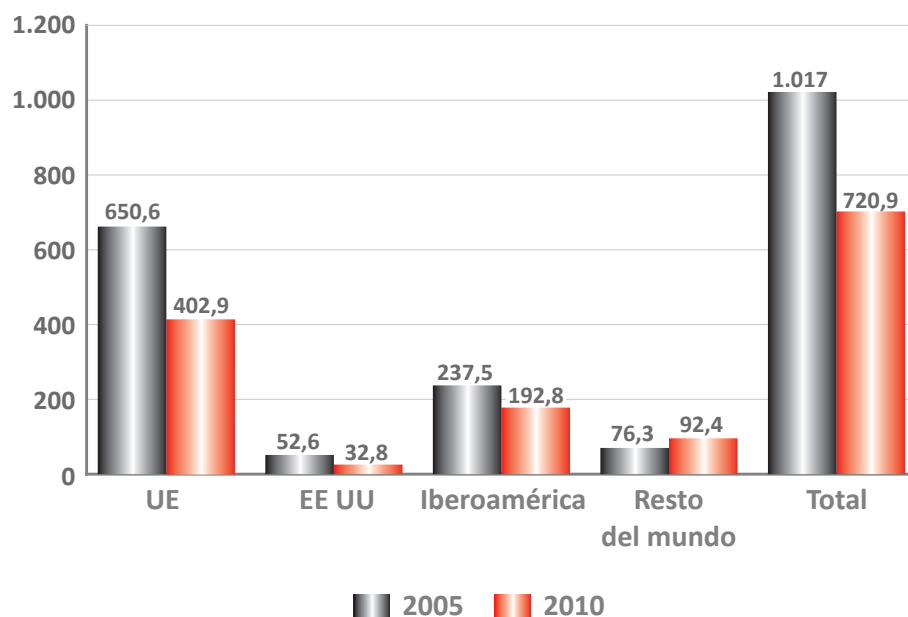
Gráfico 19. Exportaciones, importaciones y saldo comercial de bienes culturales
Evolución 2000-2010 (Millones de euros)



Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales, 2011

La evolución seguida desde el año 2005 por las exportaciones se caracteriza por una disminución en todas las áreas económicas, excepto para «el resto del mundo» (fundamentalmente Asia) donde han crecido. Los mayores descensos se concentran en la UE, que ha perdido cuota de mercado respecto a otros destinos (Gráfico 20).

Gráfico 20. Exportaciones de bienes y servicios culturales
Evolución 2005-2010



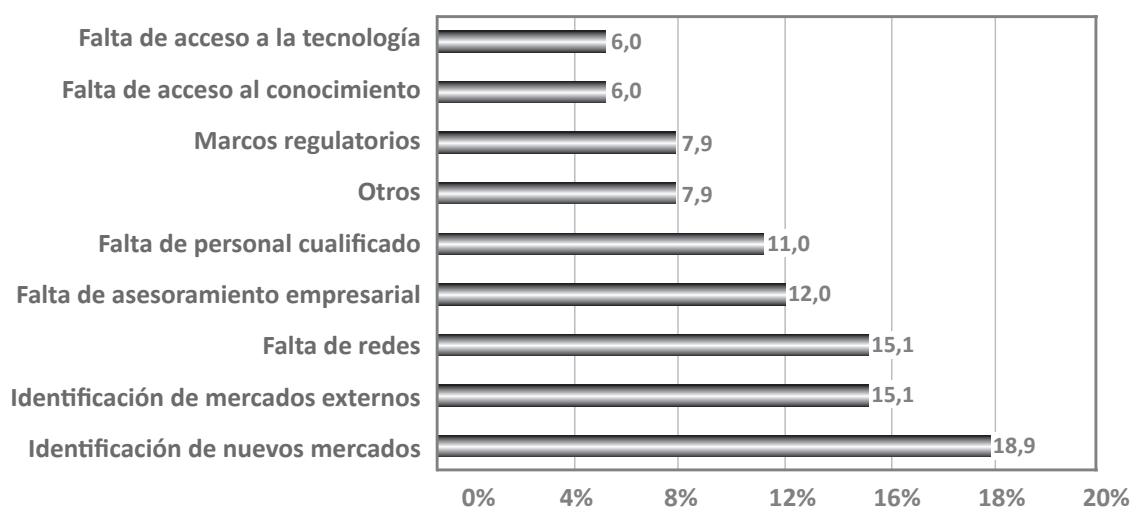
Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales, 2011

5.2 Factores de entorno que afectan al desarrollo empresarial

Una vez apuntadas algunas de las características del tejido empresarial de las ICC en España, en este apartado se analizan los factores que más directamente pueden influir en el desarrollo empresarial de las ICC. Para ilustrar esta cuestión, se hace uso de los resultados de una encuesta realizada por la Utrecht School of the Arts en el año 2010 con K2M Ltd y Eurokleis para la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea entre empresas del sector a nivel europeo.

Como se observa en el Gráfico 21, la identificación de nuevos mercados y de mercados exteriores son los factores que más limitan el desarrollo de las ICC, seguido de la ausencia de redes de colaboración. Otros factores señalados son la ausencia de asesoramiento empresarial, de personal cualificado, los marcos regulatorios y el acceso al conocimiento y la tecnología, aunque su importancia es menor.

Gráfico 21. ¿Cuál es el factor de conocimiento más importante que impide el desarrollo de las ICC?



Fuente: Utrecht School of the Arts, 2010

5.2.1 Acceso a los mercados

Como se ha visto en el Gráfico 21, la ausencia de información sobre los mercados internacionales es uno de los mayores problemas que tienen las empresas en el sector de las ICC. Los mercados de productos y servicios creativos se caracterizan por la alta imprevisibilidad de las condiciones de la demanda. Presentan planes de negocio extremadamente sensibles y las empresas dependen de si uno o dos productos consiguen llevarse a término. La incertidumbre afecta de tal forma que productos no esperados se convierten en éxitos y no pocas grandes expectativas terminan en fracaso.

El acceso al mercado para las empresas con actividad en el sector se caracteriza por:

- Barreras de entrada. Las microempresas se enfrentan, por un lado, a acuerdos exclusivos de distribución y a un limitado acceso al conocimiento de las oportunidades del mercado y, por otro, a los grandes y múltiples competidores normalmente integrados verticalmente.
- Asimetrías por las características propias del tejido empresarial. Se caracteriza por un predominio de las grandes empresas en la facturación, de las microempresas en la composición y una ausencia de empresas de tipo medio. Por ello, las grandes empresas son las que determinan el marco regulatorio, el acceso a los recursos financieros, el acceso a los recursos humanos y el acceso a la innovación.

La mayoría de las empresas del sector de las ICC se enfrenta a la alta competitividad y al acaparamiento del mercado por unas pocas grandes empresas, así como al limitado conocimiento sobre las oportunidades en nuevos mercados externos. Con un tejido empresarial de las características ya comentadas (solo el 0,5% son grandes empresas), el apoyo gubernamental a la hora de proveer la información requerida sobre nuevos mercados internacionales y la conformación de redes de colaboración para aumentar virtualmente el tamaño son dos herramientas fundamentales para cubrir las necesidades de acceso a los nuevos mercados internacionales de las empresas de las ICC.

En cuanto al mercado digital de contenidos en Europa, a pesar del fuerte crecimiento que ha experimentado en los últimos años, está todavía situado en el área de grandes oportunidades de negocio futuro para los contenidos culturales y creativos, y se enfrenta a importantes retos para eliminar los obstáculos reglamentarios y las divergencias territoriales de las normativas existentes, así como para luchar contra la piratería, asuntos todos ellos que indudablemente pueden estar limitando el pleno desarrollo de la creatividad y producción cultural.

En este sentido, la Comisión Europea, a través de la Estrategia 2020, establece como una de sus iniciativas emblemáticas desarrollar una Agenda Digital europea, lo que significa *«Crear un verdadero mercado único de contenidos y servicios en línea, es decir, mercados de la UE de servicios de acceso a Internet y de contenido digital seguros y sin fronteras, con altos niveles de confianza, un marco reglamentario con claros regímenes de derechos, el impulso a las licencias multiterritoriales, una adecuada protección y remuneración de los propietarios de derechos y un apoyo activo a la digitalización del rico patrimonio cultural europeo; y conformar la gobernanza mundial de Internet»*.

Para ello, desde la Comisión se ha iniciado un proceso de reflexión y debate para construir, de forma colaborativa, el marco regulatorio propicio que permita a la industria desarrollar nuevos modelos de negocio, posibilite a los empresarios encontrar nuevos canales de distribución y a los consumidores mejorar su acceso a los contenidos culturales y creativos digitales en toda Europa.

5.2.2 Redes colaborativas

La Declaración de Ámsterdam²⁸, firmada el 5 de febrero de 2010, ofrece una serie de propuestas para crear un entorno favorable para avanzar en el desarrollo del sector de las industrias creativas.

Entre ellas, el establecimiento de una Alianza de industrias culturales europea, enfocada en la interacción de unas empresas con otras, desarrollo de mejores políticas e instrumentos para la expansión de las ICC como industrias emergentes, competitivas e innovadoras y el impulso de un ecosistema propicio para las ICC, en concreto fomentado la «clusterización» del sector: localización, redes, relaciones institucionales, espacios para los trabajadores creativos, etc.

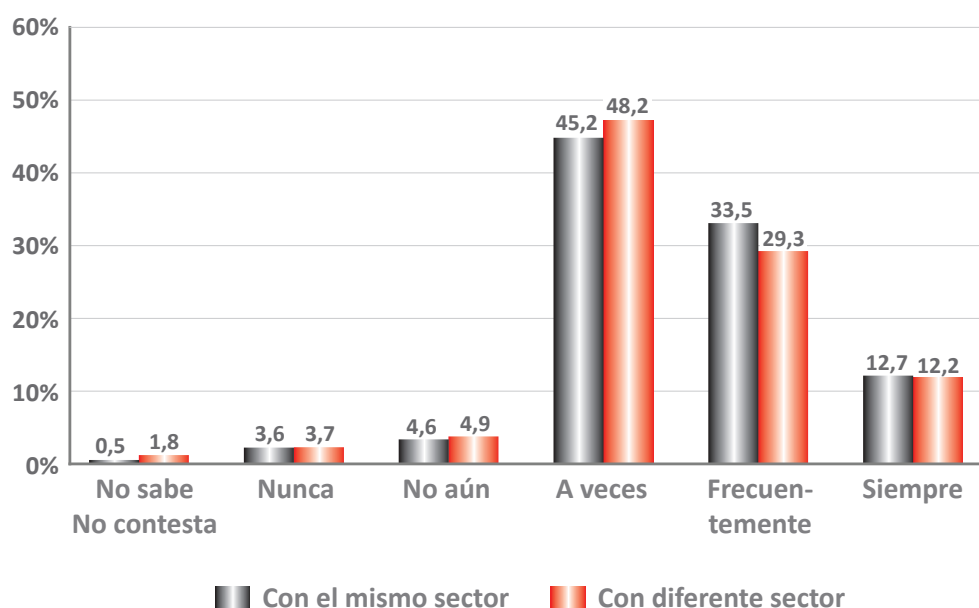
Como hemos visto en el apartado anterior, desde el punto de vista de la localización geográfica, las empresas del sector se encuentran concentradas en ciertas ciudades o regiones, lo que favorece la constitución de clústeres o redes de colaboración. En la práctica, sí parece ser un hecho que las empresas culturales y creativas colaboran para conseguir un mayor éxito en la innovación, la internacionalización, la representación o la difusión de los productos y, de forma especial, como estrategia para hacer frente a las limitaciones a las que se enfrenta un sector compuesto, fundamentalmente, por empresas de tamaño micro y pequeño.

Según los datos de la encuesta de referencia, el 45,2% de las empresas consultadas declaran cooperar con otras empresas del sector algunas veces; el 33,5% lo hace frecuentemente; y el 12,7% siempre. Cuando la cooperación se realiza con empresas de otros sectores, los porcentajes son del 48,2%, del 29,3% y del 12,2%, respectivamente (Gráfico 22).

La clusterización o colaboración empresarial es fundamental para incrementar la capacidad de experimentar, innovar y crecer con éxito. Las redes de colaboración

28 The Amsterdam Declaration addressed to regional, national and European policy-makers and adopted by the participants of the workshop «Towards a Pan-European initiative in support of creative industries in Europe» organized by the European Commission's Enterprise & Industry Directorate-General in cooperation with the City of Amsterdam, the European Design Centre, the Association of Dutch Designers and IIP Create.

Gráfico 22. ¿Coopera con otras empresas del mismo o de diferente sector?



Fuente: Utrecht School of the Arts, 2010

empresarial permiten intercambiar procesos de aprendizaje y experimentación, así como promover la internacionalización de la empresa. Las pequeñas y medianas empresas del sector de la cultura y la creatividad ven útil colaborar y extender sus redes con su propio sector y con otros sectores.

En España, las principales políticas desarrolladas para impulsar la creación de redes de colaboración o clústeres han sido de ámbito autonómico. Aunque, en el año 2006, el entonces Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través de la Dirección general de las pymes (DGPYME), lanzó un programa a nivel nacional para la conformación de agrupaciones innovadoras empresariales (AIE).

En el ámbito de las ICC, hoy es posible detectar hasta doce clústeres regionales, de los cuales, cinco se encuentran inscritos como AIE (Tabla 8). Fundamentalmente, las empresas españolas se agrupan en los sectores de las artes gráficas y el audiovisual. En Madrid existe, además, un clúster de la lengua.

Tabla 8. Clústeres culturales y creativos en España

Agrupación / Clúster	Web
Clúster do produto grafico e do libro galego (AIE)	www.clustergrafico.com/
Asociación Madrid plataforma de artes gráficas (AIE)	http://www.madridnetwork.org/red/artes-graficas
Fundació Barcelona media Universitat Pompeu Fabra (AIE)	www.upf.edu/ec/
Fundación i2cat	http://www.i2cat.net/es
Clúster audiovisual galego (AIE)	http://www.clusteraudiovisualgalego.com
Clúster audiovisual de les Illes Balears	http://clab.cat
Clúster audiovisual de Extremadura	http://www.clusteraudiovisual.com
Asociación Madrid plataforma audiovisual (AIE)	http://www.madridnetwork.org/red/AUDIOVISUAL
Eiken	http://www.eikencluster.com
Clúster audiovisual valenciano	http://www.clusterav.com
Clúster audiovisual canario	http://www.clusteraudiovisualcanario.es
Madrid plataforma del español	http://www.madridnetwork.org/red/espanol

Fuente: elaboración propia

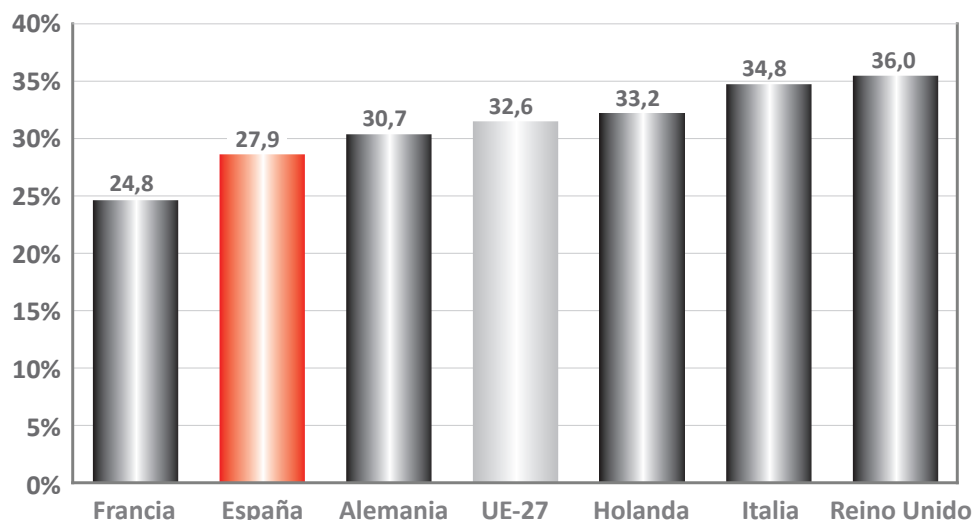
5.2.3 Cualificación y habilidades empresariales

Como ya se ha comentado en el apartado anterior, las ICC se caracterizan por el alto nivel de cualificación de su fuerza de trabajo y es cada vez mayor tanto el número de alumnos que eligen alguno de los estudios relacionados con las profesiones culturales como el porcentaje de titulados superiores entre los trabajadores.

Además, el nivel de encaje entre empleo y ocupación dentro del sector de las ICC es relativamente elevado en nuestro país. Según los datos de Eurostat (Eurostat, 2011) para el año 2009²⁹, en España existe un 28% de probabilidad de que un profesional del ámbito de la cultura y la creatividad no sea ocupado dentro del sector y, por tanto, se desarrolle laboralmente en otro sector. Se trata de un porcentaje inferior al promedio de la UE-27, situado en el 32,6%, e incluso de países como Alemania (30,7%), Italia (34,8%), Holanda (33,2%) o Reino Unido (36,0%), aunque algo por encima de Francia (24,8%) (Gráfico 23).

29 Debido a la disparidad de datos existente entre los países europeos, el informe analiza este indicador solo para dos subsectores de profesionales de las ICC bien definidos: (i) archiveros, libreros y profesionales relacionados con la información, y (ii) escritores y artistas plásticos y escénicos (autores, periodistas, escultores, pintores, compositores, músicos, cantantes, coreógrafos, bailarines, actores, directores y otros artistas relacionados).

Gráfico 23. Probabilidad que tienen los profesionales de la cultura y la creatividad de no ser ocupados en el sector de las ICC. Año 2009

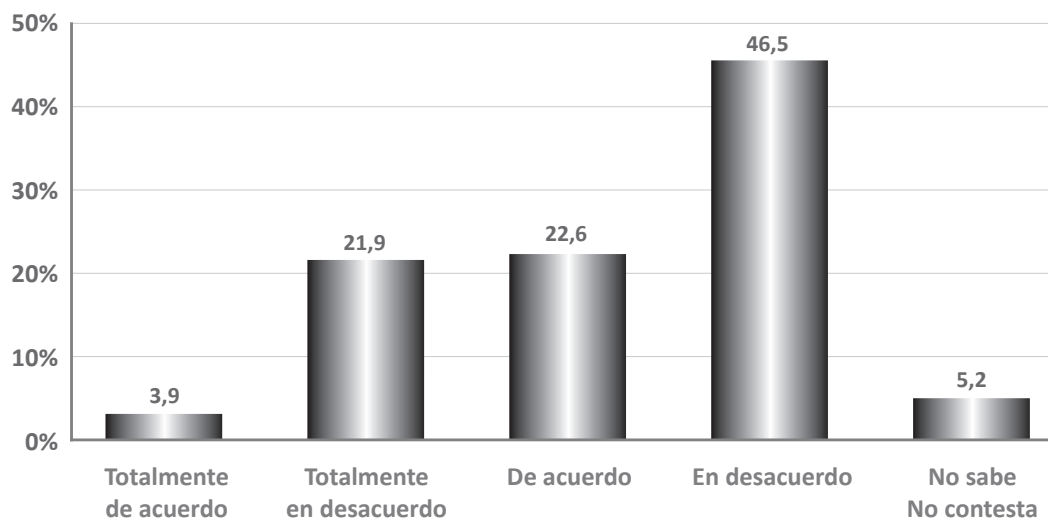


Fuente: Eurostat, 2011

A pesar del alto nivel de encaje entre empleo y ocupaciones en el sector, hay evidencias de que existe una falta de conocimientos y capacidades empresariales entre los profesionales de las ICC, así como una inexistente integración entre enseñanzas empresariales y enseñanzas vinculadas con la cultura, tal y como muestran los resultados de la encuesta de la Utrecht School of the Arts (Gráfico 24).

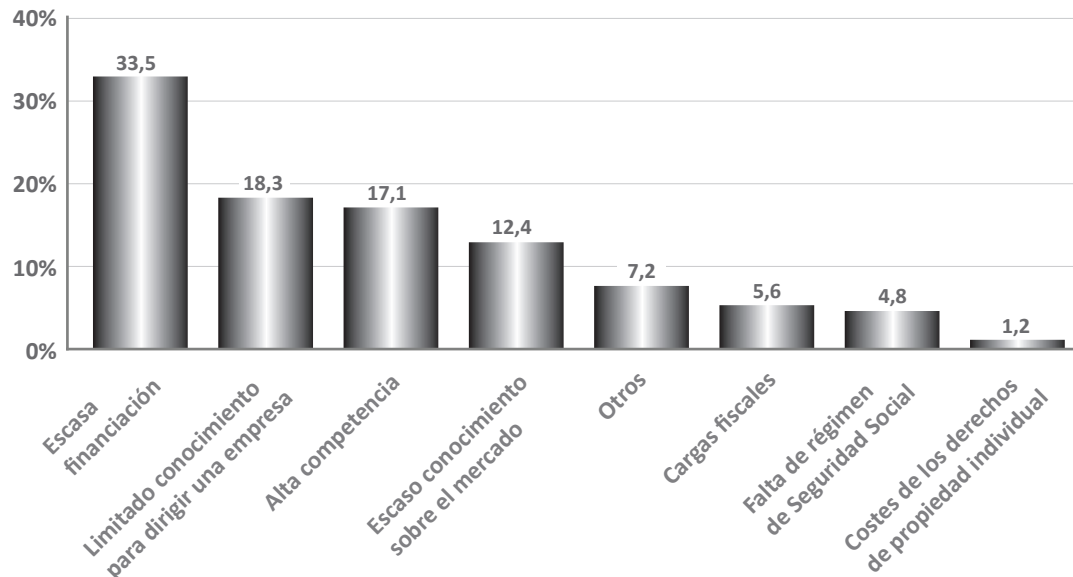
Los expertos afirman que los conocimientos empresariales son un requisito fundamental para la entrada en el mercado de cualquier emprendedor o nueva empresa. En el sector de las ICC, el estímulo de las habilidades empresariales es necesario para atender el crecimiento empresarial, la orientación al mercado, los retornos de creatividad, las habilidades de comunicación, el trabajo en red (*networking*), la construcción de equipos y la introducción de las TIC. Sin embargo, y en un sector como las ICC donde existe un porcentaje superior a la media de *freelance* o pequeños empresarios, la falta de conocimiento en el ámbito empresarial dificulta la pervivencia y expansión de muchas de las empresas que llegan a constituirse. Tal y como se observa en el Gráfico 25, la falta de conocimientos para dirigir una empresa es uno de los principales obstáculos a los que se enfrentan los nuevos empresarios del sector de las ICC, después de los problemas de financiación.

Gráfico 24. Existe suficiente integración entre emprendimiento y sistema educativo



Fuente: Utrecht School of the Arts, 2010

Gráfico 25. ¿Cuáles son los principales obstáculos a la hora de crear una empresa?



Fuente: Utrecht School of the Arts, 2010

El trabajo en red se perfila como un buen instrumento para superar la falta de habilidades directivas. La constitución de clústeres donde se integran la industria, las instituciones educativas y centros de investigación y las instituciones públicas permite el intercambio de conocimientos y experiencias, redes que, en muchas ocasiones, son mucho más útiles que cualquier programa de aprendizaje.

5.2.4 Derechos de propiedad intelectual

La materia prima sobre la que se fundamentan las ICC es, mayoritariamente, la generación y explotación de derechos de propiedad intelectual. Puede que nos encontremos ante la gestión y desarrollo de actividades en torno a obras cuyos derechos no se han identificado, o han prescrito, como son los relativos a las actividades de patrimonio histórico, o puede también tratarse de áreas, por avanzadas tecnológicamente, en las que nos encontramos con que la explotación de los derechos está pendiente de un desarrollo legislativo.

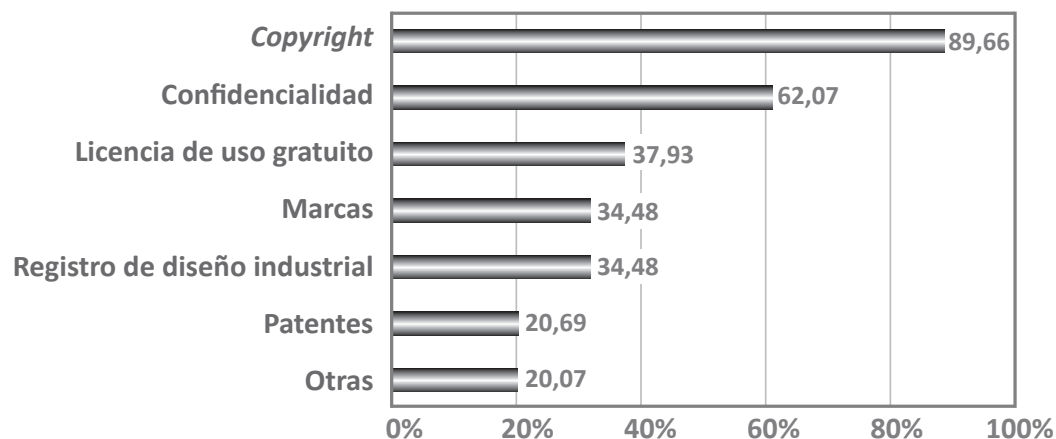
Salvo las comunes excepciones mencionadas y otras consideraciones, la actividad creadora y el desarrollo empresarial de esta actividad opera de forma casi continua en el entorno del ejercicio de derechos de propiedad intelectual, bien sean estos de remuneración, por los que el creador, autor o derechohabiente tiene derecho a una percepción económica sin poder prohibir su difusión, o bien sean de explotación, por los que el derechohabiente ejerce amplias capacidades.

Las empresas del sector de las ICC, por tanto, se mueven en el ámbito de la creación, la producción y la ejecución/representación y la capacidad de explotación de derechos de propiedad intelectual, siendo el *copyright* el instrumento más utilizado, seguido de los acuerdos de confidencialidad –instrumento básico que es utilizado tan solo por el 62% de las microempresas– lo que pone de manifiesto una falta de conocimiento del mundo de la propiedad intelectual por una parte del sector (Gráfico 26).

El sistema español de derechos de propiedad intelectual, de acuerdo con la legislación comunitaria y partiendo del reconocimiento de los dos grandes tipos de derechos mencionados, los exclusivos y los de remuneración, atribuye a particulares e instituciones la capacidad de gestión de los mismos, correspondiendo mayoritariamente a las entidades de gestión colectiva la gestión de los derechos de remuneración y algunos derechos exclusivos, y a los particulares, empresas e instituciones, el ejercicio de los derechos exclusivos, o de explotación. El Gráfico 27 muestra los datos de recaudación, reparto y número de miembros de las entidades de gestión colectiva en España durante la última década³⁰.

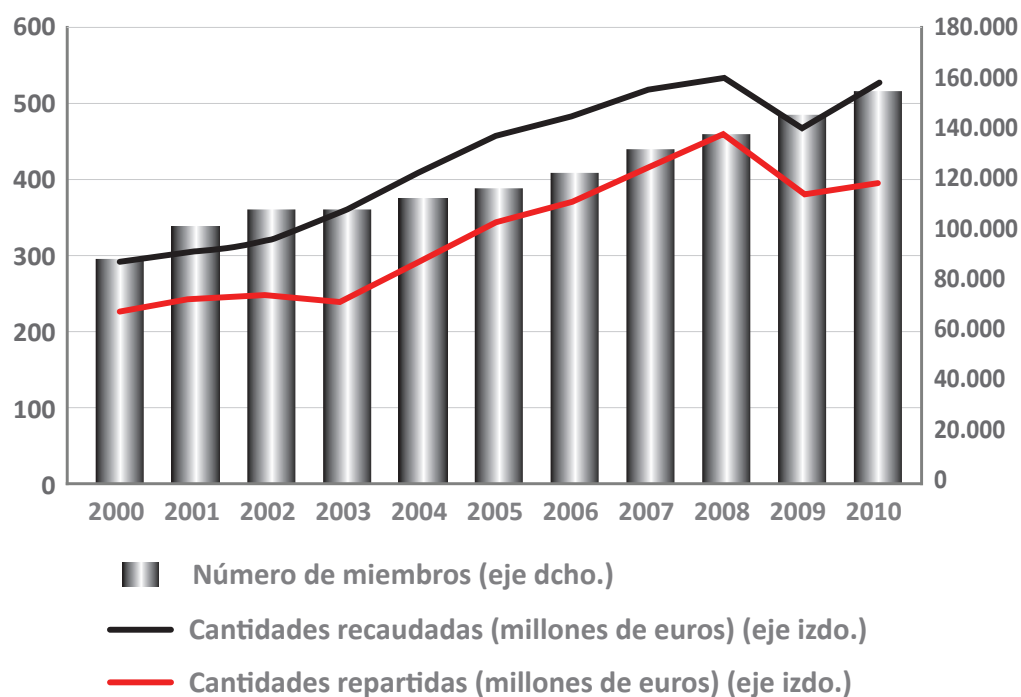
30 Son datos del Anuario de Estadísticas Culturales de 2011 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y engloban a AGEDI, AIE, AISGE, CEDRO, DAMA, EGEDA, SGAE y VEGAP.

Gráfico 26. Instrumentos de protección de los derechos de autor de mayor uso en las ICC



Fuente: Utrecht School of the Arts, 2010

Gráfico 27. Entidades de gestión de derechos de autor: recaudación, reparto y miembros



Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales, 2011

Las asimetrías del sistema de generación y cobro de derechos han sido repetidamente destacadas por numerosos autores (por ejemplo, Antonio Delgado) que deducen que el sistema de gestión de derechos viene a compensar a un trabajador, el creador, cuyo salario es, por la naturaleza de su actividad, satisfecho de forma diferida. La gestión colectiva aparece entonces como una forma eficaz de hacer efectiva la realización de los derechos y se presenta como un «seguro de vida» ante las vicisitudes de un trabajo de incierto retorno económico y caracterizado por una alta tasa de temporalidad.

De la misma forma, a través de un sistema de licencias, los derechohabientes ponen a disposición del público y emisores una serie de obras que facilitan el desarrollo de negocios no ligados directamente a la creación, como podría ser un videoclub *online* o una radio comercial, siendo las entidades de gestión colectiva o las propias editoras las encargadas de facilitar el acceso a amplios catálogos de obras que, de otra forma, deberían ser negociadas individualmente, haciendo de esta forma prácticamente imposible su viabilidad operacional y económica.

Las llamadas *common licenses* son un tipo de licencias de uso gratuito de obras protegidas por derechos de autor. Los autores, como titulares en exclusiva de los derechos de explotación de sus obras, tienen la facultad de decidir si van a conceder licencias de uso sobre las mismas de carácter gratuito o a cambio de una prestación. Esta es una facultad que existe en todas las legislaciones sobre derechos de autor. Lo que facilitan las *common licenses* es establecer un sistema para canalizar de alguna forma esta facultad del autor, normalmente con el propósito de hacerla más accesible al público y con ello obtener mayor difusión. Estas licencias, potestad individual del autor, pueden ser una herramienta útil en las circunstancias en las que el autor decida, sin por ello menoscabar los principios recogidos en la legislación por los que los autores, mayoritariamente, eligen la creación como medio de vida, dando lugar a un proceso industrial que conocemos como industrias culturales.

La eclosión de medios tecnológicos y su proyección hacia el mundo de la creación y distribución de contenidos ha convertido en creadores y editores a un sinnúmero de ciudadanos, empresas e instituciones que, de forma súbita han entrado en actividad económica directamente relacionada con la industria cultural.

El conocimiento del entorno legal de los derechos y de las herramientas necesarias se apunta como un imperativo para el ejercicio sostenible de su actividad y el cumplimiento de la legislación en esta materia y, por tanto, la sostenibilidad y legalidad del modelo de negocio. En este sentido, continuamente se desarrollan nuevas prácticas que permiten aportar datos y experiencias, que son motivo continuo de reflexión y evaluación.

El debate abierto sobre la propiedad intelectual en la red está en continuo diálogo o confrontación con las leyes existentes, dando lugar a interpretaciones de diversa índole, pero con una acusada tendencia internacional a la compatibilización con las legislaciones vigentes en la materia.

5.2.5 Acceso a la financiación

Como se ha podido ver en el Gráfico 25, el acceso a financiación es un factor que influye mucho en el desarrollo de las empresas del sector. Las ICC se caracterizan por su escasez de financiación debido a su calificación como actividades de alto riesgo, una falta de recursos que se ha visto agravada por la crisis. Aunque las ICC arrojan un *mix* entre cualidades culturales y contenido, sin embargo, los activos intangibles como la novedad, el *copyright* y la creatividad no suelen estar reflejados en los balances. Esta dependencia de activos intangibles es una característica que impide el paso a la financiación.

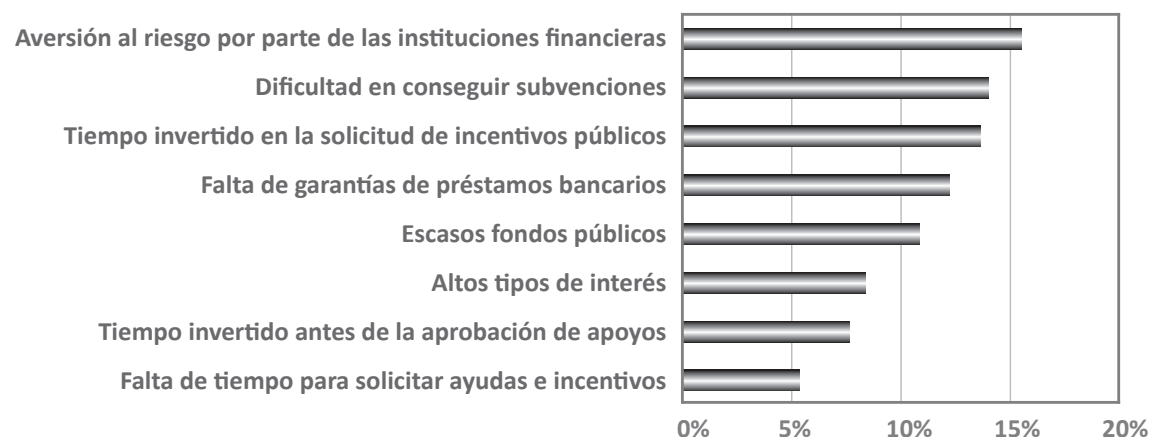
Otra característica que dificulta el acceso a financiación es la extrema sensibilidad de sus cuentas de resultados a la venta de los proyectos. Son muy comunes los éxitos en producciones que no parten de salida con esta expectativa y los fracasos de productos que en principio son «caballos ganadores». Esta configuración requiere un tratamiento de inversión basada en la socialización de riesgos y en el desarrollo de un *mix* de productos que, hasta el momento, no se han generalizado en la cultura empresarial.

No obstante, también en el caso del acceso a la financiación hay que distinguir entre grandes y pequeñas empresas, donde las primeras tienen mejor acceso a los mercados de capital. Por el contrario, los flujos monetarios futuros y las posibilidades de reembolso de los créditos son difícilmente evaluables para las micro y pequeñas empresas del sector. Además, cuentan con muy poco atractivo por la aversión al riesgo de los posibles inversores (Gráfico 28).

Debido a estas y otras especificidades, las principales fuentes de financiación operativa son la autofinanciación y los préstamos bancarios (Gráfico 29). Aunque, en ocasiones, los pequeños volúmenes de crédito que requieren las micro y pequeñas empresas no son tampoco atractivos para los bancos comerciales, al no ser rentables debido, por ejemplo, a los gastos de gestión que suponen. Además, las instituciones bancarias, al aplicar criterios bancarios, fallan en el reconocimiento de su valoración de intangibles.

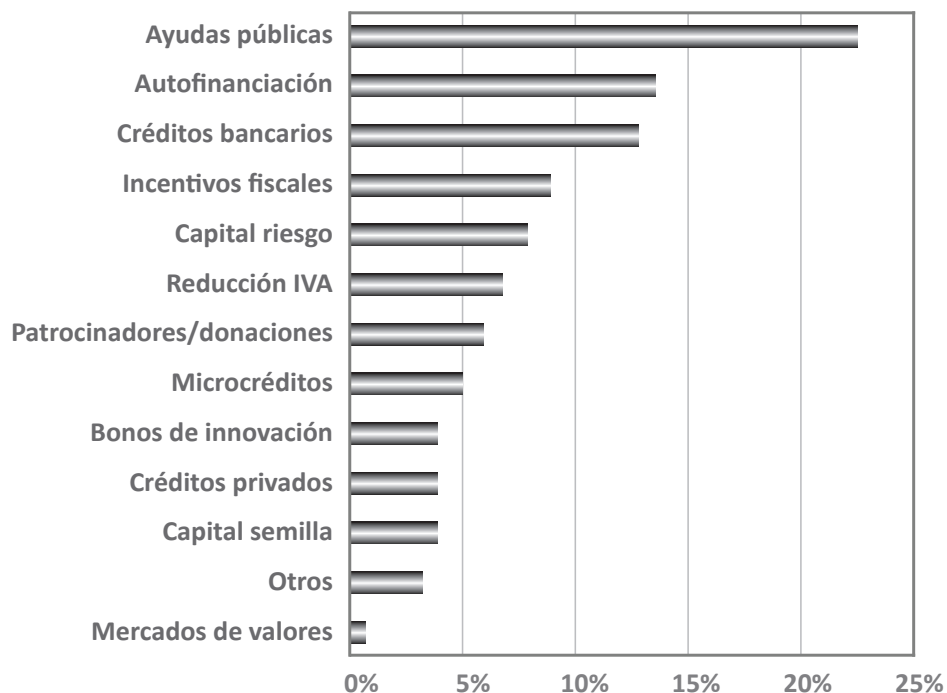
En el caso de las Administraciones Públicas, aunque hayan obtenido un cierto nivel de experiencia en la gestión de subvención, existe un claro desconocimiento en el entendimiento del desarrollo de los negocios futuros.

Gráfico 28. Principales obstáculos para el acceso a la financiación de las ICC



Fuente: Utrecht School of the Arts, 2010

Gráfico 29. Instrumentos más apropiados para incrementar las oportunidades de financiación para las ICC



Fuente: Utrecht School of the Arts, 2010

Para la gran mayoría del tejido empresarial, las microempresas, pequeñas y medianas, es excepcionalmente difícil atraer inversores estratégicos, es decir, a largo plazo. Mientras, los subsidios están orientados al *project finance*, al *core* de la actividad, financiando proyectos, cuando deberían estar más orientados a la formación y al desarrollo del capital en las empresas.

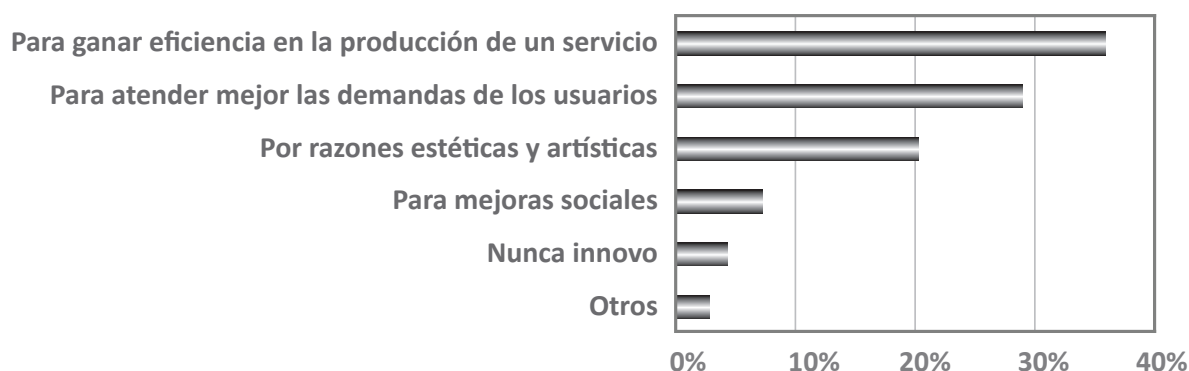
5.2.6 Procesos de innovación

De forma continuada, el término innovación es fuente de inspiración de no pocos planes de acción política y comúnmente se asocia con tecnología. En esta introducción destacamos aspectos de la innovación asociados a las ICC que no obligatoriamente pasan por ser intensivos en aplicación de tecnología y llamamos la atención sobre el marco en el que la innovación sienta sus bases, para convertirse en motor de mensajes de transformación empresarial asociados al nuevo modelo productivo (Gráfico 30).

Brevemente, queremos exponer los motivos para la reinserción de los fenómenos de innovación no asociados a la tecnología dentro del concepto matriz, destacando el carácter de las ICC como territorio y hábitat natural de la llamada innovación no tecnológica.

La innovación implica la utilización de nuevos conocimientos o nuevos usos en la combinación de conocimientos ya existentes. Las innovaciones pueden estar basadas en conocimiento, en asociación de este con tecnología o en el desarrollo de tecnologías *per se*. Los cuatro grandes ámbitos de aplicación de la innovación son: productos, procesos, *marketing* y organizacionales.

Gráfico 30. Razón principal para innovar de las empresas de ICC



Fuente: Utrecht School of the Arts, 2010

En el caso de las ICC, intensivas en conocimiento, nos encontramos con toda la variedad posible con acentos especialmente intensos en procesos de innovación no-tecnológica y procesos fuertemente marcados por el desarrollo tecnológico. Destacamos algunas modalidades de innovación de carácter no-tecnológico que definen con precisión la capacidad innovadora de las ICC, por las que creemos deben ser reconocidas como industrias innovadoras y para las que estimamos se requiere un tratamiento diferenciado:

- NESTA ,The National Endowment for Science, Technology and the Arts, fundación británica dedicada al fomento y estudio de las ICC, ha publicado numerosos estudios sobre las industrias creativas haciendo hincapié en el siguiente modo de innovación que es consecuencia natural de la actividad de estas industrias:

Soft innovation: capacidad de las ICC de generar nuevos y acelerados cambios en la percepción e introducción de conjuntos de parámetros estéticos que hacen que los productos se renueven ordenadamente, como en el caso de las evoluciones estilísticas en los modelos de automóviles, o el rediseño total de ese mismo modelo, o en renovaciones completas como en el caso de nuevas propuestas en materia de cine o diseño de moda.

- El contacto continuo con el consumidor de las ICC, a través del consumo de libros, películas, programas de televisión, discos, tendencias musicales, etc. hacen de estas industrias un gran contenedor de experiencia innovadora aplicable a otras actividades industriales. Y esta forma de contacto cuenta con medidores donde la tecnología juega un papel de socio necesario, como, por ejemplo, la ultrasegmentación de los datos de consumo obtenidos de la compra de producto a través de Internet, y la más imprecisa relación del estímulo de la demanda que hace que el consumidor se oriente a uno u otro tipo de búsqueda de producto.
- La introducción de la tecnología en la cadena de distribución del producto ha generado procesos de ida y vuelta entre el conocimiento y la tecnología creando un círculo virtuoso donde el «penúltimo grito» es determinante: una nueva herramienta de comunicación social como Facebook se ve claramente amenazada por una derivada como Twitter, al menos en alguno de sus aspectos funcionales. Al mismo tiempo, la «tradicional» televisión, como medio de comunicación, no para de ganar adeptos año tras año, siendo el medio preferido por una inmensa mayoría de la población. Capítulo aparte merece la llamada «monetización» (conversión a euros) de la aplicación de estas ex-

perencias tecnológicas a las ICC, todavía en fase de descubrimiento, de traslación a «modelo de negocio» efectivo.

- La organización empresarial en determinadas ICC se ha visto profundamente revisada por la identificación sucesiva de nuevos puntos críticos en la cadena de valor. Los llamados costes de desarrollo de producto, parte clave del establecimiento de estrategias, han generado un sinfín de modelos de organización que han desembocado en una miríada de pequeñas pymes, algunas generando alto valor con grandes concentraciones de talento. La gestión de este talento, materia prima del desarrollo de producto, es una experiencia transmisible a otros sectores: los famosos *developers*, desarrolladores de la industria del *software*, comparten modos de organización con equipos de productores, guionistas y diseñadores de producción de la industria del cine y la televisión.
- La organización del teletrabajo y del trabajo en red es, a su vez, característica innovadora de las ICC.

Por estos motivos, y atendiendo a la definición de la OCDE³¹, la innovación forma parte de los procesos de las ICC y han de tenerse en cuenta sus características no tecnológicas a la hora de considerar amplias políticas de fomento y desarrollo en el campo de la innovación.

31 Según la OCDE, la innovación es la implementación de una nueva o significativa mejora en un producto (mercancía o servicio), o un proceso, o un nuevo método de comercialización, o un nuevo método de organización empresarial, organización del lugar de trabajo, u organización de las relaciones externas.

6

Recomendaciones para potenciar el sector

En este capítulo final del informe recogemos un conjunto de recomendaciones que tratan de dar respuesta a los problemas a los que se enfrenta el sector y que hemos expuesto en los anteriores capítulos, pero también tratan de aprovechar las oportunidades que brindan aspectos como la globalización o la digitalización y que pueden contribuir al relanzamiento y transformación del sector en los próximos años.

El desarrollo del sector de las ICC contribuirá a potenciar el cambio de modelo productivo que necesita la economía española para crear empleo y sentar las bases de la recuperación de la actividad. Además, tendrá un papel relevante en la sociedad debido a su poder de transformación social y a su influencia en el desarrollo de principios fundamentales como la libertad de expresión o el derecho a la información.

De la misma forma, estas propuestas tienen el doble objetivo de reforzar una nueva forma de identificar el sector como industrias culturales y creativas, al igual que se hace en importantes economías europeas, como la alemana o la inglesa, al tiempo que contribuyen a una mayor visibilidad y participación del sector en el PIB y el empleo español.

El sector, como otros, atraviesa un periodo de cambios estructurales, que tienen que ver con la incorporación masiva de los productos y servicios culturales a la digitalización y, dado que el alcance de estos bienes y servicios afecta a la sociedad en su conjunto (tanto en términos económicos como sociales y, por supuesto, culturales), será de vital importancia proponer medidas que contribuyan a un relanzamiento sectorial basado en el tránsito integrador de los diferentes subsectores y áreas de actividad. En este sentido, y como ha ocurrido en los diferentes hitos ligados a transformaciones tecnológicas, la digitalización impulsa la generación de nuevas expresiones jurídicas en términos de propiedad intelectual que abren la puerta a un crecimiento sectorial.

Asimismo, es importante señalar que el sector comparte con otros la sensibilidad hacia los procesos de digitalización y el uso generalizado de Internet es un factor que está en proceso de encaje, disfrutando, hasta el momento, de grandes perspectivas.

Las ICC, sin dejar de aportar ingentes recursos a su propio relanzamiento digital, apenas mantienen en este momento una posición defensiva, apoyada en barreras que en otros tiempos mantuvieron «ordenado» un sector tan heterogéneo y protegieron las cuantiosas inversiones necesarias para estar en continua innovación. Las brechas sociales, especialmente las que ganan profundidad en esta coyuntura, están acelerando unos cambios a los que el propio sector debe acompasarse con celeridad.

La entrada del ciudadano como agente activo, y no espectador pasivo, es una de las claves. Nuevos jugadores en nuevos roles.

Las condiciones actuales, con una economía en recesión y con fuertes recortes presupuestarios, están siendo especialmente críticas para el sector, muy dependiente de las inversiones públicas. A pesar de que los descensos en consumo cultural están siendo muy reducidos en comparación con los producidos en otros sectores económicos, sí se ha producido una caída del valor económico de la producción y de las transacciones económicas. Para revertir esta tendencia proponemos un conjunto de recomendaciones que permitirán un relanzamiento del sector a corto, medio y largo plazo.

1. De lo cultural, a lo cultural y creativo

Nuestra propuesta implica una nueva conceptualización del sector que evolucione desde un enfoque separado entre cultura y creatividad hacia un tratamiento integrado, es decir, evolucionar desde el concepto de industrias culturales al concepto más amplio de industrias culturales y creativas.

Este nuevo enfoque añade a las actividades tradicionales de la cultura (prensa, literatura, música, teatro, ópera, cine, radio y televisión, fotografía) aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico y creativo sustancial y se vinculan, completamente o en una parte de su proceso de producción, con la propiedad intelectual, como la publicidad, el diseño, el *software* y los servicios de tecnologías de la información asociados, o la arquitectura.

Este enfoque ampliado, además de permitir la homogeneización de las definiciones a nivel europeo y, por tanto, las estadísticas y formas de medición y dimensionamiento del sector, tiene unas importantes repercusiones en la valoración de la creatividad y el talento como factores clave de la innovación y el capital.

2. Modernizar los programas educativos para adaptarlos a la transformación del sector

El mayor nivel de cualificación de los trabajadores del sector de las ICC tiene que ver con el incremento que, en los últimos años, está experimentando el número de alumnos que finalizan alguna de las enseñanzas relacionadas con las profesiones de la cultura y la creatividad.

Pero este aumento se está produciendo, fundamentalmente, en la formación profesional para el empleo y, en menor medida, en las enseñanzas del régimen especial y general (incluso este último está perdiendo cuota).

La tendencia descrita pone de manifiesto la necesidad de revisar y modernizar los programas educativos generales para asociarlos al nuevo modelo de las ICC, donde lo tecnológico y lo creativo son activos fundamentales, y la parte de gestión, donde la creación/producción y la distribución cobran una importancia vital.

La definición de nuevas especialidades educativas y profesionales, que den respuesta a las nuevas demandas del sector y de la sociedad, tales como la gestión de contenidos o la gestión de derechos de autor, debería estar presente en la agenda de los futuros planes educativos.

Por otro lado, es necesario poner el énfasis en el tratamiento e inserción social de la cultura. En este sentido, las recomendaciones van dirigidas a fomentar una mayor integración de las enseñanzas artísticas y creativas tanto en los primeros años de la educación infantil, como en los estudios superiores del tipo posgrado, necesidad puesta de manifiesto en las propias escuelas de negocio.

3. Mejorar la capacitación de los profesionales del sector

Los conocimientos empresariales son un requisito fundamental para la entrada en los mercados de cualquier emprendedor o nueva empresa. A pesar de que en nuestro país el nivel de cualificación de los profesionales del sector de las ICC es cada vez más elevado y el encaje entre empleo y ocupación es alto, se constata una falta de capacitación empresarial y de integración entre enseñanzas vinculadas con la cultura y la creatividad y las enseñanzas empresariales.

Teniendo en cuenta el mayor número de trabajadores por cuenta propia que existe en este sector en comparación con la media española, es necesario impulsar la profesionalización del sector, en el sentido de dotar a los profesionales de las habilidades empresariales necesarias para dirigir empresas y, en conjunto, para lograr el desarrollo y la modernización de las ICC.

Sin embargo, la fuerte atomización del tejido empresarial en las ICC (más intensa si cabe que en el conjunto del tejido empresarial español) hace muy costoso, en tiempo y en dinero, la adquisición de las capacidades empresariales complementarias. Por ello, la superación de este problema debe plantearse por dos vías: la introducción de

módulos de conocimientos empresariales en los programas de las diferentes enseñanzas (tanto de régimen especial como general y formación profesional) vinculada con las ICC, y el apoyo a la creación de clústeres en el ámbito de las ICC donde se integren, entre otros, las empresas del sector y las instituciones académicas y otros centros de conocimiento y aprendizaje.

4. De lo local a lo global: hacia la multilocalización cultural

Las industrias culturales y creativas deben realizar el mismo esfuerzo que están haciendo otros sectores industriales españoles para hacer frente a la globalización, que está suponiendo un cambio de escala para los negocios. Hoy en día es perfectamente posible que una empresa audiovisual de animación desarrolle un proyecto en España, pero que los dibujantes de ese proyecto estén en China o en Japón o en Italia y que la creación y la distribución estén en España. Eso implica la globalización y formar parte de la economía dominante de la globalización.

El término «multilocalización cultural» atiende a dos vectores radicalmente diferentes, o bien obedece a una uniformización del gusto (captar público en países tan diferentes solo es posible a partir de un mínimo común denominador, de unas claves estandarizadas donde le sea fácil reconocerse a todo el mundo); o bien obedece a un producto cuya rareza y singularidad necesita recolectar su público entre los pocos escogidos que se reconocen en él en múltiples países. La multilocalización, por tanto, rompe la unidad territorial de la cadena de valor de los productos y servicios culturales.

En este contexto, el futuro de las empresas culturales españolas no multinacionales será, cada vez más, la especialización. Tendrán que buscar un nicho de negocio donde sean competitivas a nivel internacional y deberán tener capacidad de captación de clientes a escala europea, si no mundial.

Asimismo es necesario impulsar una mayor participación de las empresas españolas del sector, y en especial las pymes, en los principales canales internacionales de distribución. En este punto, el apoyo público a pymes debe ir enfocado a la suma de valor añadido por apoyos a la promoción de sus marcas y productos. Igualmente hay que continuar invirtiendo en la promoción de señas de identidad cultural española y en su publicidad exterior, así como en la presencia de artistas, creadores y productores y empresarios españoles en foros internacionales de referencia, así como en los canales de distribución, con un énfasis especial en las nuevas industrias. Finalmente, se precisa elaborar una estrategia coordinada y a largo plazo en materia de promo-

ción y expansión del español y de la cultura española en el exterior, que combine la promoción de artistas españoles con el aprendizaje del idioma español, y de todos los bienes y servicios relacionados.

5. Fomentar la colaboración empresarial y la creación de clústeres culturales y creativos

La cooperación empresarial es fundamental para incrementar la capacidad de experimentar, innovar y crecer con éxito, máxime en un sector, como el de las ICC, con un notable peso de los autónomos y *freelancers*. Permite, además, minimizar las asimetrías existentes por las características propias del tejido empresarial, con un predominio de las grandes empresas (un escaso 1%) en la facturación total.

El fomento a la creación de clústeres culturales y creativos, donde se agrupen empresas creativas y entidades relacionadas bajo un mismo marco dinámico, supone impulsar la localización de las empresas e instituciones relacionadas en los mismos entornos para favorecer el trabajo en red, promoviendo entornos seguros para que las empresas tengan buen acceso al conocimiento, a los mercados y a la financiación.

Se recomienda, a su vez, la creación de espacios físicos multidisciplinarios, donde se fomente la colaboración o *net-working*, tales como incubadoras o contenedores empresariales innovadores. Estos espacios deben incorporar el concepto de convergencia entre medios y tecnología de tal forma que la visión apunte hacia modelos de parque tecnológico/creativo, con especial atención a los subsectores de las TIC relacionados con ICC.

Este impulso a la cooperación empresarial no debe olvidar que las intensas sinergias con otros sectores de actividad económica y la capacidad de arrastre de las ICC motiva y estimula una mayor colaboración con otros sectores fuera de las ICC.

6. Acceso a la financiación

El acceso a la financiación ha sido tradicionalmente una barrera para el desarrollo del sector, especialmente para las pequeñas empresas, una situación que se ha agravado por la crisis y, más recientemente, por los recortes de la financiación pública anunciados por el Gobierno del Partido Popular de la que dependen un gran número de empresas.

Hay que tener en cuenta que las actividades culturales y creativas se enfrentan a dificultades específicas para acceder a la financiación, por no cumplir los requisitos de rentabilidad o comercialidad exigidos para conseguir financiación en el sector privado. El apoyo financiero público y el fomento de la colaboración público-privada son dos piezas clave para el desarrollo futuro de las empresas

Por tanto, es necesario buscar soluciones para favorecer el acceso de las empresas del sector a recursos económicos y así dar respuesta a una de las principales preocupaciones del sector, ya que supone un freno a su desarrollo. Algunas de las recomendaciones pasarían por:

- Supervisar y evaluar la efectividad de los mecanismos financieros existentes e identificar los principales obstáculos de artistas, creadores y productores para acceder a financiación adecuada.
- Fomentar el acceso de las ICC a la financiación a través de intermediarios financieros especiales como Bussines angels, Venture capital o Innovation vouchers.
- Establecer líneas de crédito ICO para apoyar a creadores y emprendedores culturales y también para apoyar el crecimiento y la consolidación de pymes culturales.
- Dotar fondos europeos para proyectos de innovación no tecnológica y para la producción de lo intangible.
- Orientar las subvenciones a la creación y al desarrollo de las empresas y adaptar la financiación para que responda a las diferentes fases de la cadena de valor.
- Ofrecer bonificaciones fiscales para las empresas o agrupaciones empresariales que demuestren intensidad en la contratación de mano de obra creativa y en la producción de bienes y servicios creativos.
- Diseñar productos financieros específicos orientados a las ICC, cuyo colateral podría apoyarse en el flujo esperado por generación/explotación/gestión/valoración de derechos de propiedad intelectual.

7. Convergencia entre la actividad pública y privada

La gran dependencia de algunos sectores tradicionales de la cultura y la creatividad hacia las ayudas y subvenciones públicas forma parte de un modelo que se presenta fuertemente cuestionado, debido a la reducción paulatina de las aportaciones a la financiación desde las Administraciones Públicas, que en este momento han cobrado especial relevancia. Todo apunta a que, para que el sector de la cultura y la creatividad evolucione y tome fuerza, es necesaria la implicación del conjunto de la sociedad, tanto de las entidades privadas como de las personas físicas.

El fomento del mecenazgo, con incentivos fiscales mayores de los existentes actualmente, es un primer paso para impulsar el incremento de la participación de la sociedad civil en la creación de productos y servicios culturales. Sin embargo, no debe ser el único, con el fin de garantizar la existencia de márgenes de expresión en el área de la creatividad.

El nuevo modelo debe ser un modelo mixto, público-privado, donde se garantice por parte de las Administraciones Públicas el acceso a la financiación a aquellos artistas jóvenes, experimentales o minoritarios, que pueden tener mayores dificultades para optar al mecenazgo de empresas y ciudadanos. Así mismo, y de forma paralela a la modificación de la ley de mecenazgo que se prevé próximamente, es fundamental activar los mecanismos necesarios para que vaya calando en la sociedad la cultura del mecenazgo de bienes y servicios culturales, una cuestión que requiere tiempo, pero que es clave para el cambio de modelo.

Con el fin de reforzar esta colaboración público-privada se propone crear una institución público-privada de financiación estable de proyectos culturales y lingüísticos.

8. Apoyo a los instrumentos de propiedad intelectual

El proceso de convergencia digital del sector de las ICC ha traído consigo tanto grandes oportunidades como algunos retos en cuanto a los derechos de propiedad intelectual, fundamentalmente, en el ámbito de la comercialización.

Se necesitan medidas que, al tiempo que exploran el cambio digital, doten de seguridad jurídica a las empresas existentes, propiciando una evolución armoniosa dentro de un plan general de estudio y desarrollo de nuevas formas de propiedad intelectual.

Para ello, se requiere:

- Incrementar los estímulos y el acceso de las pymes al conocimiento y al uso de los instrumentos de propiedad intelectual, más allá de herramientas simples como acuerdos de confidencialidad.
- Enfatizar en la delimitación de un marco legislativo adecuado y dotado de garantías para el desarrollo de las actividades económicas propias de las industrias culturales y creativas, con especial atención al desarrollo de la legislación referente a la propiedad intelectual. En este sentido, recomendamos la creación de una Agencia Nacional de Propiedad Intelectual con participación de las comunidades autónomas, que tenga como objetivo el desarrollo y la protección de los derechos de propiedad intelectual, la supervisión de procesos relacionados con la gestión, así como competencias en el área de legislación y arbitraje.
- Impulsar el desarrollo de nuevas formas de generación/explotación/gestión de derechos de propiedad intelectual acompañados al cambio tecnológico.
- Crear un mercado de derechos de autor transparente, basado en un registro previo de todas las creaciones que generen derechos de propiedad intelectual.
- Establecer un régimen laboral específico para todos los creadores, para que regularicen su situación laboral y sus cotizaciones.
- Armonizar fiscalmente productos y servicios de las ICC estrechamente ligados al sector TIC es otra de las prioridades que hay que impulsar en el contexto europeo.
- Compatibilizar, en el contexto europeo, las legislaciones vigentes y la creación de un mercado digital único de contenidos y servicios *online*, descrito en la Estrategia 2020.

Referencias

Alonso Hierro, J. y Martín Fernández, J. (2010): «Un análisis económico de la conservación del patrimonio histórico de España» en *Revista Patrimonio Cultural de España*. La economía del Patrimonio Cultural. Núm. 3, 2010. Ministerio de Cultura.

AMETIC (2011): «Las tecnologías de la información en España», 2010.

Bonet, L., Colomer, J., Cubles, X. y Herrera, R. (2008): «Análisis económico del sector de las artes escénicas en España». Estudio no publicado para la Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de titularidad pública.

Bonet, L. y Villaroya, A. (2008): «The performing arts sector and its interaction with government policies in Spain» en C. Smithuijsen (ed.), *State on Stage. The impact of public policies on the performing arts in Europe*, Amsterdam: Boekman Foundation, pp. 171-184.

Cabrerizo Sanz, C. (2011): «Sobre la importancia económica del idioma español». Fundación IDEAS.

Calaf Masachs, R. y Suárez Suárez, M.A. (2011): «Aprender en museos y espacios de patrimonio» en *Revista Patrimonio Cultural de España*. Patrimonio y Educación. Núm. 5, 2011. Ministerio de Cultura.

Chan, T. W. y Golthorpe, J. H. (2006): «Social Stratification of Cultural Consumption Across Three Domains: Music, Theatre, Dance and Cinema, and the Visual Arts». Documento: <http://users.ox.ac.uk/~sfos0006/papers/xdomain3.pdf>.

Comisión Europea (2007): «Special Eurobarometer 278». Documento: http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc958_en.pdf.

Comisión Europea (2009): «Challenges for EU support to innovation in services – Fostering new markets and jobs through innovation». PRO INNO Europe Paper, n.º 12. SEC (2009) 1195 of 09.09.2009.

Comisión Europea (2010a): Libro Verde: Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas. Bruselas, 27.4.2010 COM(2010)183 final.

Comisión Europea (2010b): «Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries».

Comisión Europea (2011): «Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries».

Deutsche Bank Research (2010): «Cultural and Creative Industries; growth potential in specific segment». Frankfurt am Main.

Eurostat (2011): «Cultural statistics».

Fundación EOI (2010): «La industria audiovisual en España: escenarios de un futuro digital». Madrid.

Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica (2010): «Innovación en el sector del patrimonio histórico».

KEA - European Affairs (2006): «The economy of culture in Europe». Informe realizado para la Comisión Europea.

KEA - European Affairs (2010): «Business Innovation Support Services for Creative Industries». Short study prepared for the European Commission (DG Enterprise and Industry). KEA <http://www.keanet.eu/report/BISScreativeindustries.pdf>.

ICEX (2007a): «La internacionalización de las industrias culturales españolas».

ICEX (2007b): «Informe sobre las industrias culturales en España». Volumen II. Sector editorial.

INE — Instituto Nacional de Estadística (2005): Tabla Input-Output (TIO) de España.

INE — Instituto Nacional de Estadística (2012): Estadística de la Producción Editorial de Libros 2011.

Industry partnership contribution to the Spanish presidency. Digital Europe strategy. Recommendations of the European Information and Communication Technology (ICT) Industry to the Spanish Presidency of the European Union (2010).

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2007): «El valor económico de la cultura en España».

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2010a): «La economía del patrimonio cultural». *Revista Patrimonio Cultural de España*, n.º 3.

Ministerio de Cultura (2010b): Panorámica de la edición española de libros. Análisis sectorial del libro.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2011a): Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000-2009.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2011b): Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, 2010-2011.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2011c): Anuario de Estadísticas Culturales.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2011d): «Patrimonio cultural y educación». *Revista Patrimonio Cultural de España*, n.º 5.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2011e): «El sector del libro en España 2010». Observatorio de la lectura y el libro.

Muñoz Cosme, A. (2010): «Patrimonio cultural e innovación. Construir el futuro de nuestro presente». *Revista Patrimonio Cultural de España*. Patrimonio e Innovación, n.º 4, 2010. Ministerio de Cultura.

OCDE — Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2005): «Culture and Local Development».

OCDE — Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2006): «International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture». Documento preparado por J. C. Gordon y H. Beilby-Orrin. Paris.

Power D. (2011): «Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries. European Cluster Observatory. Comisión Europea».

Power, D. y Nielsén T. (2011): «Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries». European Cluster Observatory. Comisión Europea.

Rama, C. (2004): «El nuevo paradigma de la educación y las industrias culturales», Ciencia, Docencia y Tecnología, año 2004/vol. XV, núm. 028, Universidad Nacional de Entre Ríos, Concepción de Uruguay, Argentina, págs. 13-23.

Soendermann, M. (2010): Office for Culture Industries Research, Cologne. Culture and Creative Industries in Germany 2009. Monitoring of Selected Economic Key Data on Culture and Creative Industries. Monitoring Report 2010 – Summary Version. Federal Ministry of Economics and Technology (BMWi). Public Relations D-10115 Berlin www.bmwi.de.

The Amsterdam Declaration, addressed to regional, national and European policy-makers and adopted by the participants of the workshop «Towards a Pan-European initiative in support of creative industries in Europe» organised by the European Commission's Enterprise & Industry Directorate-General in cooperation with the City of Amsterdam, the European Design Centre, the Association of Dutch Designers and IIP Create. Febrero de 2010.

TERA Consultants (2010): «Building a Digital Economy: the importance of saving jobs in the EU's creative industries». Paris.

UK Technology Strategy Board (2009): «Driving Innovation: Creative Industries Technology Strategy 2009-2012», UK Technology Strategy. Londres.

UNCTAD (2008): Creative Economy – The Challenge of Assessing the Creative Economy – towards informed policy-making.

UNCTAD (2010): Creative Economy, a feasible development option. Report.

UNESCO — Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2005): Convención General sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales». Paris. www.unesco.org/new/en/unesco/themes/2005-convention.

UNESCO — Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2010a): «Informe mundial, Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural». París.

UNESCO — Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2010b): «Las políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas». París. Documento: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_Gu%C3%ADa.pdf.

Utrecht School of Art (2010): «The Enterpreurial dimensión of the cultural and creative industries». Utrecht.

Páginas web:

http://www.culture.gov.uk/what_we_do/research_and_statistics/4848.aspx.
<http://www.clusterobservatory.eu/index.html>.

Fecha de acceso a las web citadas en el documento: enero-marzo de 2012.

Índice de Gráficos y Tablas

Gráficos

Gráfico 1. Aportación de las ICC al PIB, 2000-2009	29
Gráfico 2. Distribución del PIB de las ICC por subsectores: 2000 vs. 2009	30
Gráfico 3. Aportación de las ICC al empleo, 2000-2010	31
Gráfico 4. Aportación de las ICC al tejido empresarial, 2000-2010	32
Gráfico 5. Evolución del sector editorial en España	44
Gráfico 6. Producción de libros electrónicos, 2000-2011	46
Gráfico 7. Evolución del PIB de las actividades informáticas y aportación al conjunto de las ICC	52
Gráfico 8. Comercio exterior del sector de la informática, 2009	54
Gráfico 9. Industria audiovisual en España.....	55
Gráfico 10. Gasto público de la AGE en patrimonio	58
Gráfico 11. Distribución del gasto total en patrimonio por comunidades autónomas	59
Gráfico 12. Contribución del subsector del patrimonio al PIB.....	60
Gráfico 13. Representaciones/concierto, espectadores y recaudación en artes escénicas y musicales, 2010.....	62
Gráfico 14. Tamaño de las empresas según número de asalariados en España: ICC vs. total mercado laboral, 2010	71
Gráfico 15. Porcentaje de trabajadores por cuenta propia: ICC vs. empleo total. UE-27 y España.....	72
Gráfico 16. Porcentaje de contratos temporales: ICC vs. empleo total. UE-27 y España.....	72
Gráfico 17. Porcentaje de jornadas a tiempo parcial: ICC vs. empleo total. UE-27 y España.....	73

Gráfico 18. Evolución del empleo en ICC según nivel de estudios	74
Gráfico 19. Exportaciones, importaciones y saldo comercial de bienes culturales. Evolución 2000-2010.....	80
Gráfico 20. Exportaciones de bienes y servicios culturales Evolución 2005-2010.....	80
Gráfico 21. ¿Cuál es el factor de conocimiento más importante que impide el desarrollo de las ICC?	81
Gráfico 22. ¿Coopera con otras empresas del mismo o de diferente sector?	84
Gráfico 23. Probabilidad que tienen los profesionales de la cultura y la creatividad de no ser ocupados en el sector de las ICC, 2009	86
Gráfico 24. Existe suficiente integración entre emprendimiento y sistema educativo.....	87
Gráfico 25. ¿Cuáles son los principales obstáculos a la hora de crear una empresa?	87
Gráfico 26. Instrumentos de protección de los derechos de autor de mayor uso en las ICC	89
Gráfico 27. Entidades de gestión de derechos de autor: recaudación, reparto y miembros.....	89
Gráfico 28. Principales obstáculos para el acceso a la financiación de las ICC	92
Gráfico 29. Instrumentos más apropiados para incrementar las oportunidades de financiación para las ICC.....	92
Gráfico 30. Razón principal para innovar de las empresas de ICC.....	93

Tablas

Tabla 1. Peso económico de las ICC en la UE-27 y varios países, 2008.....	28
Tabla 2. Aportación económica del sector de las ICC en España, 2009	34
Tabla 3. Evolución del empleo en el sector de las ICC, escenarios de futuro	40
Tabla 4. Producción por naturaleza jurídica del agente editor, 2009-2010	48
Tabla 5. Actividades informáticas comprendidas dentro de las ICC	51
Tabla 6. Número de trabajadores y empresas en las actividades informáticas incluidas en las ICC.....	53
Tabla 7. Alumnado que finalizó estudios relacionados con las profesiones culturales. Curso 2009-2010	75
Tabla 8. Clústeres culturales y creativos en España	85

Documentos de debate publicados

- 1/2009. Una propuesta para la elección del Gobierno Europeo. Antonio Estella
- 2/2009. Inclusión y diversidad: ¿repensar la democracia? Wolfgang Merkel
- 3/2009. El Estado Dinamizador antes y después de la crisis económica.
Carlos Mulas-Granados
- 4/2009. Programa para una política progresista: nota para el debate. Philip Pettit
- 5/2009. Liderando la Tercera Revolución Industrial y una nueva visión social para el mundo.
Jeremy Rifkin
- 6/2009. Prioridades económicas de Europa, 2010-2015. André Sapir
- 7/2009. La crisis económica global: temas para la agenda del G-20. Joseph E. Stiglitz
- 8/2009. Global Progress: un paso decisivo para establecer una agenda progresista internacional para el siglo XXI. Matt Browne, Carmen de Paz, Carlos Mulas-Granados
- 9/2009. An EU “Fit for Purpose” in the Global Era. Una UE adaptada a la nueva era global.
Loukas Tsoukalis, Olaf Cramme, Roger Liddle
- 10/2010. La estrategia 2020: del crecimiento y la competitividad a la prosperidad y la sostenibilidad. Antonio Estella y Maite de Sola
- 11/2010. La renovación liberal de la socialdemocracia. Daniel Innerarity
- 12/2010. La producción y el empleo en los sectores españoles durante los ciclos económicos recientes. Simón Sosvilla Rivero
- 13/2010. El modelo danés: un éxito en Europa. Mogens Lykketoft
- 14/2010. ¿Qué valor añade España a África subsahariana?: estrategia y presencia de España en la región. José Manuel Albares
- 15/2010. La Alianza de Civilizaciones: una agenda internacional innovadora. La dimensión local y su potencial en África. Juana López Pagán
- 16/2010. La crisis económica mundial en África subsahariana: consecuencias y opciones políticas para las fuerzas progresistas. Manuel de la Rocha Vázquez
- 17/2010. Microfinanzas, microcréditos y género en Senegal. Josefa Calero Serrano
- 18/2010. El debate sobre la Estrategia Española de Seguridad.
Antonio Estella, Aida Torres y Alicia Cebada
- 19/2010. Biocombustibles líquidos: situación actual y oportunidades de futuro para España.
Ricardo Guerrero, Gustavo Marrero, José M. Martínez-Duart y Luis A. Puch
- 20/2010. Conferencia African Progress. El papel y el futuro de las políticas progresistas en África subsahariana. Carmen de Paz y Guillermo Moreno
- 1/2011. Nuevas ideas para la regulación del sistema financiero internacional. Propuestas de reforma en el marco del G-20. Rafael Fernández y Antonio Estella
- 2/2011. El enmarcado socialdemócrata de la inmigración en España. David H. Corrochano
- 3/2011. La política de la inmigración en España desde la crítica y el análisis progresista.
Héctor Cebolla Boado
- 4/2011. Ideas para las ciudades inteligentes del futuro. Johannes von Stritzky y Casilda Cabrerizo
- 5/2011. *Product space*: ¿qué nos dice sobre las oportunidades de crecimiento y transformación estructural de África subsahariana? Arnelyn Abdon y Jesús Felipe

- 6/2011. El poder del discurso. Un análisis de la comunicación de los valores progresistas en España. Coordinador: Luis Arroyo
- 7/2011. La rehabilitación: una oportunidad para la reconversión del sector de la edificación. César Pavón, Casilda Cabrerizo, Reyes Maroto
- 8/2011. Ideas para superar el fracaso escolar en España: análisis y propuestas de futuro. Álvaro Choi y Jorge Calero
- 1/2012. El auge del regionalismo latinoamericano: ¿más de lo mismo? Susanne Gratiús
- 2/2012. Desarrollo y cohesión social en América Latina. Anna Ayuso
- 3/2012. En busca de la prosperidad compartida en América Latina: desafíos y oportunidades en un mundo global incierto. José María Fanelli
- 4/2012. Políticas activas de empleo para los jóvenes: ¿hacia dónde nos dirigimos ahora? Dalia Ben-Galim, Asunción Candela Terrasa, Carmen de Paz Nieves
- 5/2012. Conferencia Global Progress: un futuro de progreso. Aitor Martínez, Carmen de Paz, Matt Browne
- 6/2012. Ajustes fiscales: alternativas y consecuencias. Carmen de Paz Nieves, Carlos Mulas-Granados
- 7/2012. Sistema sanitario, salud y sostenibilidad. Rosa Urbanos

Documentos de trabajo publicados

- 1/2009. ¿Cómo votan los españoles en las elecciones europeas? Antonio Estella y Ksenija Pavlovic
- 2/2009. ¿Por qué es necesario limitar las retribuciones de los ejecutivos? Recomendaciones para el caso de España. Carlos Mulas-Granados y Gustavo Nombela
- 3/2009. El Tratado de Lisboa. Valores progresistas, gobernanza económica y presidencia española de la Unión Europea. Daniel Sarmiento
- 4/2010. Por la diversidad, contra la discriminación. La igualdad de trato en España: hechos, garantías, perspectivas. Fernando Rey Martínez y David Giménez Glück (coordinadores)
- 5/2010. Los actuales retos y la nueva agenda de la socialdemocracia. Ludolfo Paramio, Irene Ramos Vielba, José Andrés Torres Mora e Ignacio Urquizu
- 6/2010. Participación ciudadana en el ámbito municipal. Reflexiones teórico-empíricas y prácticas participativas. Eva Campos
- 7/2010. La nueva agenda social: reforma de las políticas activas de empleo. Asunción Candela, Carlos Mulas-Granados, Gustavo Nombela
- 8/2010. Ideas para la creación de "ATILA" (Área Transatlántica de Integración para la Libertad Ampliada). Antonio Estella, Alicia Cebada, Claudia Martínez
- 1/2011. Mujer y economía sostenible: balance y perspectivas. Reyes Maroto, Asunción Candela y Carlos Mulas-Granados

2/2011. *Cloud computing*: retos y oportunidades. David Cierco y Johannes von Stritzky
3/2011. Gobierno abierto: alcance e implicaciones. Ana Corojan y Eva Campos
4/2011. Avances del gobierno económico en la Unión Europea. Antonio Estella, Claudia Martínez y Rafael Fernández
1/2012. La biomasa en España: una fuente de energía renovable con gran futuro. Emilio Cerdá Terda

Documentos de análisis político publicados

1/2011. La España de Rajoy y Cameron
2/2011. Ciudades inteligentes: un modelo para Madrid
3/2011. Cara a cara en economía: las debilidades del PP y las fortalezas del PSOE
1/2012. Reforma laboral y crisis: efectos sobre la economía española

Informes publicados

Nuevas ideas para mejorar el funcionamiento de los mercados financieros
y la economía mundial

Decálogo de reformas para responder a una crisis sistémica
(Diciembre de 2008)

La producción de los pequeños agricultores y la reducción de la pobreza
Principios para un mecanismo de coordinación financiera (MCF)
de apoyo a los pequeños agricultores
(Enero de 2009)

Un nuevo modelo energético para España
Recomendaciones para un futuro sostenible
(Mayo de 2009)

Ideas para una nueva economía
Hacia una España más sostenible en 2025
(Enero de 2010)

Impuestos para frenar la especulación

Propuestas para el G-20

(Mayo de 2010)

La reforma de las pensiones

¿Cómo va a beneficiar a la sociedad española?

(Febrero de 2011)

Los empleos verdes en la Comunidad de Madrid

Posibilidades de futuro

(Marzo de 2011)

La contribución de la inmigración a la economía española

Evidencias y perspectivas de futuro

(Mayo de 2011)

Ideas sobre África

Desarrollo económico, seguridad alimentaria, salud humana y cooperación española al desarrollo

(Junio de 2011)

El reto de la obesidad infantil

La necesidad de una respuesta colectiva

(Julio de 2011)

La movilidad interurbana en el horizonte 2030

Afrontar el reto del cambio climático con un transporte abierto a todos

(Mayo de 2012)

