



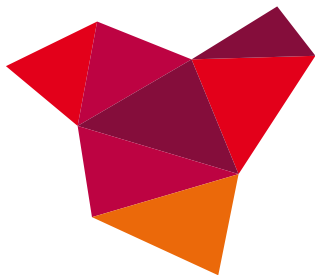
MIRADAS

una lectura analítica de los
datos de la Estadística de las
Industrias Creativas 2017



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA
DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA



MIRADAS

una lectura analítica de los
datos de la Estadística de las
Industrias Creativas

2017



KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA
DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Un registro bibliográfico de esta obra puede consultarse en el catálogo de la red *Bibliotekak* del Gobierno Vasco: <http://www.bibliotekak.euskadi.eus/WebOpac>

Edición: 1.ª diciembre 2019

© Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco
Departamento de Cultura y Política Lingüística

ISBN:
978-84-457-3532-9

Internet:
www.euskadi.eus

Edita:
Eusko Jauriaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco
C/ Donostia-San Sebastián, 1 01010 Vitoria-Gasteiz

Coordinación técnica:
ICC-CONSULTORS CULTURALS, SL

Trabajo de campo:
SIADeco, S.COOP.

Diseño y maquetación:
EPS Comunicación

Índice

1. Introducción metodológica	5
1.1. Ficha técnica	6
1.2. Definiciones conceptuales	6
2. Las cifras de las industrias creativas	8
2.1. Dimensión sectorial	8
2.2. Territorio	10
3. Dimensión y sostenibilidad	14
3.1. Dimensión industrial	14
3.2. Sostenibilidad	15
4. Asimetrías y perfiles de los sectores	16
4.1. Asimetrías	16
4.2. Perfiles de los agentes	17
5. Internacionalización	27
6. Género	28

1. Introducción metodológica

Este informe Miradas es el primero dedicado a las Industrias Creativas, con información del año 2017. Partiendo de los datos obtenidos en cada uno de los sectores creativos analizados, el informe contiene una visión global realizando miradas intencionadas que permiten ahondar en la caracterización de los sectores creativos en conjunto.

Es una operación que será bienal, al igual que la Estadística de Artes e Industrias culturales. Ambas comparten objetivos y metodología. Son dos herramientas que, sumadas, permiten conocer las características fundamentales del conjunto de las ICC de la CAE. En este caso, se ciñe a agentes que dinamizan las denominadas industrias creativas de la Comunidad Autónoma de Euskadi desde el ámbito privado: 419 agentes de los sectores de la moda, el diseño, la arquitectura, las industrias de la lengua, la publicidad y los videojuegos. Insistimos en que se trata de la primera edición de la estadística, completando así el estudio que el Observatorio Vasco de la Cultura viene realizando desde 2007 en el terreno de las Artes y de las Industrias Culturales.

El primer capítulo se dedica a presentar las grandes cifras de estos sectores: cuántos agentes conforman el mapa, los empleos que generan y su localización territorial. Es un panorama global. Posteriormente se realizan análisis de su dimensión industrial y su sostenibilidad; de las asimetrías internas y sus perfiles sectoriales; de su internacionalización y, finalmente, de la distribución de sus empleos desde la perspectiva de género.

El trabajo preliminar para llevar a cabo este estudio de elaboración y depuración de los censos de partida han permitido dedicar el año 2018 al trabajo de campo para la recogida de información. En 2019 se ha procedido al análisis, depuración y explotación de los resultados que aquí se presentan.

1.1. Ficha técnica

Denominación de la operación	Estadística de la Industria Creativa de la CAE
Estatus de la operación	Oficializada por el Eustat
Periodicidad	Bienal
Clase de operación	Operación censal
Año de recogida de la información	2018
Año de referencia de la información	2017
Empresa encargada de la realización del trabajo de campo	Siadeco
Censo y nivel de respuesta	<p>419 agentes (70 agentes de arquitectura, 63 de diseño, 70 de las industrias de la lengua, 43 de moda, 148 de publicidad, 25 de videojuegos). Nivel de respuesta total del 80,4%.</p> <p>Nivel de respuesta de Arquitectura 81,4%.</p> <p>Nivel de respuesta de Diseño 88,9%.</p> <p>Nivel de respuesta de las Industrias de la lengua 87,1%.</p> <p>Nivel de respuesta de Moda 58,1%.</p> <p>Nivel de respuesta de Publicidad 79,1%.</p> <p>Nivel de respuesta de Videojuegos 84,0%.</p>

1.2. Definiciones conceptuales

Requisitos comunes a todos los sectores creativos:

- ◆ Sólo se incluyen las empresas privadas de las industrias creativas; autónomos y personas físicas, en principio, no forman parte de la estadística.
- ◆ Empleo mínimo para inclusión en la estadística: 3 trabajadores/as (los agentes de menos de 3 trabajadores no se han incluido).
- ◆ La excepción son las empresas socias de las asociaciones que funcionan como nodos, que se incluyen, aunque su número de empleados sea menor de 3.

Arquitectura	Se excluyen las empresas constructoras.
Diseño	Se consideran industrias creativas del subsector diseño, todas aquellas empresas que dan servicio de diseño a terceros (estudios de diseño), y aquellas en las que siendo el diseño la actividad principal de la empresa (no la fabricación ni la comercialización, para la cual precisan también de actividad de diseño en la empresa, y aun siendo ésta una de sus ventajas competitivas), tengan actividades de fabricación y/o comercialización asociadas a la autoedición de sus diseños propios.
Industrias de la lengua	Empresas de traducción e interpretación, tecnologías del idioma, asesoría lingüística y enseñanzas de idiomas. Listado de empresas validado por Langune en su totalidad, por lo que también se incluyen empresas de menos de 3 trabajadores.
Moda	Se incluyen solamente las empresas que realizan diseño propio. Se excluyen las empresas cuya actividad esté totalmente vinculada a la fabricación.
Publicidad	Creación, diseño y realización de estrategias y acciones de comunicación publicitaria.
Videojuegos	No se incluye el comercio de videojuego.

2. Las cifras de las industrias creativas

2.1. Dimensión sectorial

Esta primera edición de la *Estadística de las Industrias Creativas* reúne información sobre 419 agentes de la CAE que cumplen con los requisitos exigidos para formar parte del censo. El mapa de agentes que forma parte de la estadística lo integran:

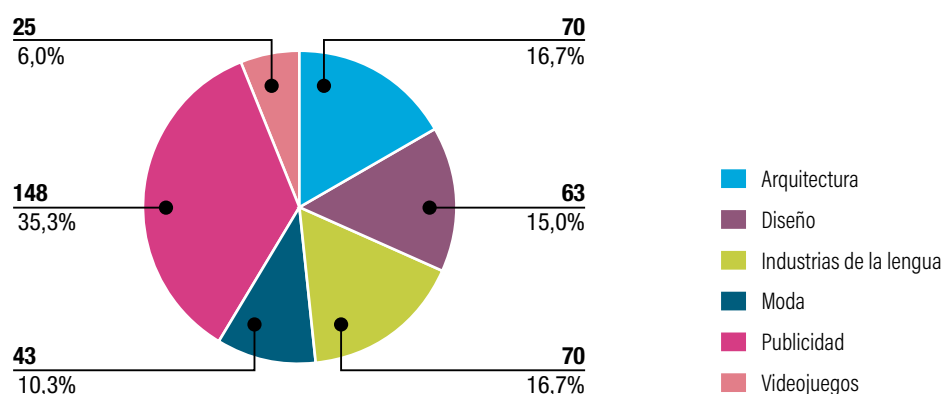
- ◆ El sector de la **arquitectura**, compuesto por 70 empresas.
- ◆ El sector del **diseño**, que reúne 63 agentes.
- ◆ Las **industrias de la lengua**, que suman 70 agentes.
- ◆ El sector de la **moda**, con 43 empresas.
- ◆ El sector de la **publicidad** lo integran 148 agentes entre los cuales encontramos: agencias creativas, de medios, de servicios de marketing, y consultoras de comunicación y agencias de relaciones públicas.
- ◆ Y el sector de los **videojuegos**, que suma 25 agentes.

Como se puede observar en la siguiente figura, el sector de la publicidad es el que tiene un mayor peso de agentes (35,3%), seguido del sector de la arquitectura y las industrias de la lengua (16,7%), el diseño (15,0%), el sector de la moda (10,3%) y finalmente, el sector de los videojuegos con el menor peso en el conjunto de los sectores creativos (6,0%).

Figura 1.

Agentes por sector.

Absolutos y porcentaje · 2017



En términos absolutos, el balance de ingresos y gastos de las industrias creativas resulta positivo, con 43 millones de euros, lo que supone un 12,1% de los ingresos. Analizándolos se observa que el 44,7% del total lo acumula el sector de la publicidad.

Otro sector que destaca por su volumen de ingresos es el que forman las industrias de la lengua, que representa el 18,1% del total de las industrias creativas. En relación a los gastos, la distribución por sectores es similar a los ingresos.

Figura 2.

Ingresos y gastos totales de los agentes por sector. Millones de euros y porcentaje · 2017

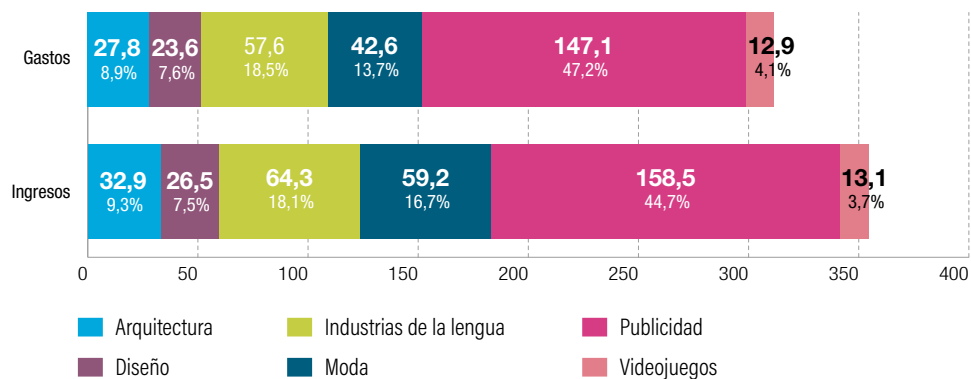


Figura 3.

Ingresos, gastos y balance por sector y tipología de agente. 2017

Sector	Ingresos	Gastos	Balance	Porcentaje sobre el total de ingresos
	Miles de Euros	Miles de Euros	Miles de Euros	%
Arquitectura	32.946,2	27.835,7	5.110,5	15,5%
Diseño	26.474,6	23.617,3	2.857,3	10,8%
Industrias de la lengua	64.262,7	57.576,9	6.685,8	10,4%
Moda	59.220,2	42.589,9	16.630,3	28,1%
Publicidad	158.506,7	147.063,5	11.443,2	7,2%
Videjuegos	13.128,5	12.900,2	228,3	1,7%
Total	354.538,9	311.583,4	42.955,4	12,1%

Las industrias creativas de la CAE ocupan a 3.898,3 personas. El 68,1% del peso del empleo se distribuye en el sector de la publicidad (38,6%) y las industrias de la lengua (29,5%). El sector que acumula menor empleo es el del diseño (6,0%).

Figura 4.

Personas trabajadoras totales de los agentes por sector.**Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas.**

Absolutos y porcentajes · 2017

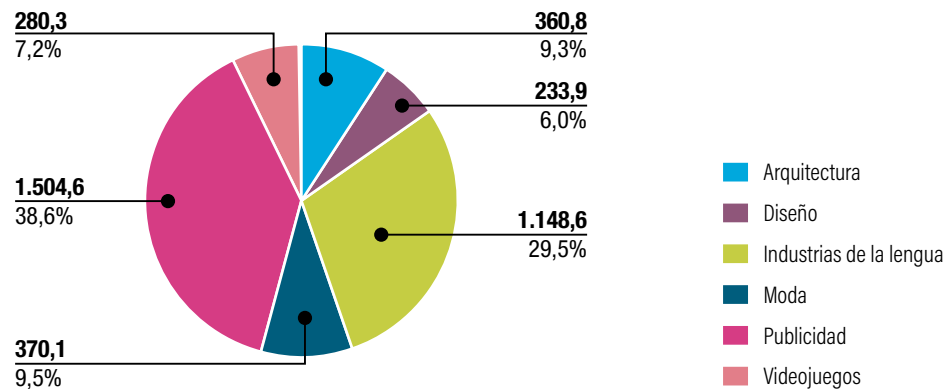


Figura 5.

Personas trabajadoras totales de los agentes por sector y tipología de agente.**Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas.**

2017

Sector	Personas trabajadoras	Porcentaje sobre el total de personas trabajadoras
Arquitectura	360,8	9,3%
Diseño	233,9	6,0%
Industrias de la lengua	1.148,6	29,5%
Moda	370,1	9,5%
Publicidad	1.504,6	38,6%
Videojuegos	280,3	7,2%
Total	3.898,3	100,0%

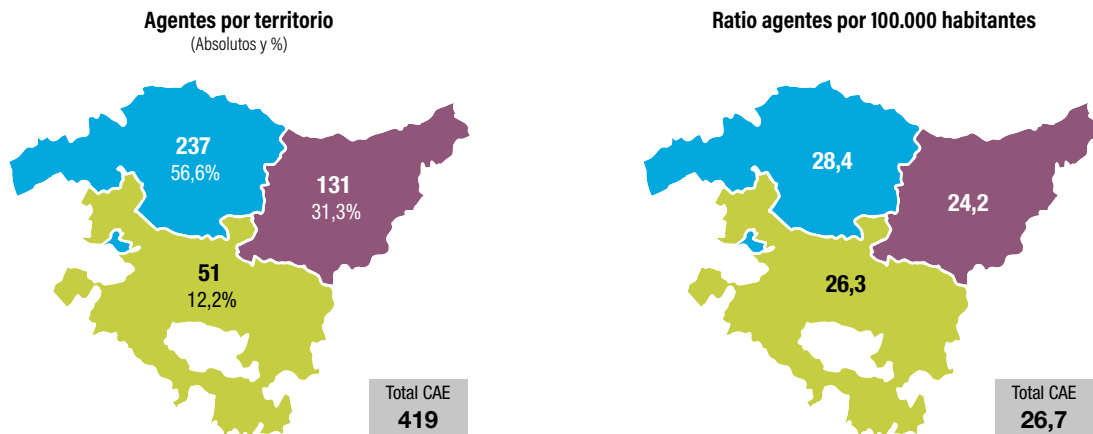
2.2. Territorio

La distribución territorial de las industrias creativas de la CAE configura un mapa en el que Bizkaia concentra la mitad de los agentes, Gipuzkoa al 31,3% y Araba al 12,2%. Para poder comparar la distribución territorial teniendo en cuenta los habitantes de cada territorio, se ha calculado la ratio de agentes por 100.000 habitantes. Los datos que se obtienen son los siguientes: la ratio en Bizkaia de 28,4, en Araba de 26,3 y en Gipuzkoa 24,2.

Figura 6.

Agentes por Territorio Histórico.

Absolutos, porcentajes y ratio de agentes por 100.000 habitantes · 2017



Si se analizan los datos con más detalle, se puede ver la distribución por territorio de cada sector. Lo que permite ver que, aunque la mayoría de sectores predominan en Bizkaia, las industrias de la lengua se distribuyen de forma similar en Bizkaia y en Gipuzkoa.

Figura 7.

Agentes por Territorio Histórico.

Porcentajes · 2017

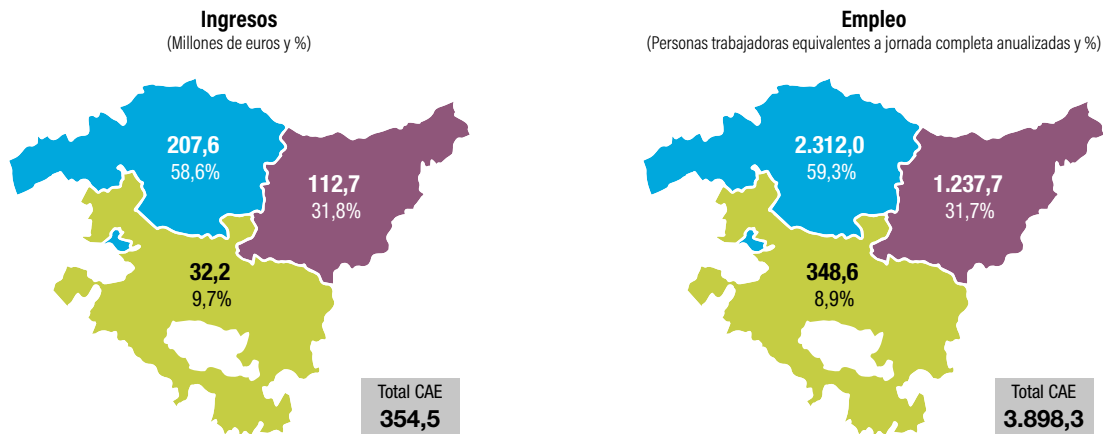
Sector	Araba	Gipuzkoa	Bizkaia
Arquitectura	17,1	24,3	58,6
Diseño	9,5	28,6	61,9
Industrias de la lengua	14,3	41,4	44,3
Moda	2,3	27,9	69,8
Publicidad	13,5	33,8	52,7
Videojuegos	8,0	20,0	72,0
Total	12,2	31,3	56,6

En el caso de los ingresos, más del 50% se concentran en Bizkaia, el 31,8% en Gipuzkoa y el 9,7% en Araba. En el caso del empleo el 59,3% se concentra en Bizkaia y el 31,7% en Gipuzkoa, y Araba mantiene el peso observado con anterioridad (8,9%).

Figura 8.

Ingresos y empleo de los agentes por Territorio Histórico.

Millones de euros y porcentajes · 2017



Los sectores que ocupan a un mayor volumen de personas trabajadoras son la publicidad (38,6% de personas trabajadoras respecto al total, 1.504,6 en términos absolutos) y las industrias de la lengua (29,5%; 1.148,6 en términos absolutos); ambos ocupan a más de la mitad de personas trabajadoras en Bizkaia (66,5% y 50,1%, respectivamente).

Figura 9.

Ingresos por Territorio Histórico.

Absolutos (en miles de euros) · 2017

Sector	Araba		Gipuzkoa		Bizkaia		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Arquitectura	2.477,1	7,5	8.173,6	24,8	22.295,4	67,7	32.946,2	100,0
Diseño	3.028,4	11,4	6.850,9	25,9	16.595,4	62,7	26.474,6	100,0
Industrias de la lengua	5.713,8	8,9	26.263,8	40,9	32.285,0	50,2	64.262,7	100,0
Moda	4.053,7	6,8	32.444,0	54,8	22.722,5	38,4	59.220,2	100,0
Publicidad	18.598,1	11,7	36.328,1	22,9	103.580,4	65,3	158.506,7	100,0
Videojuegos	376,4	2,9	2.605,3	19,8	10.146,9	77,3	13.128,5	100,0
Total	34.247,6	9,7	112.665,6	31,8	207.625,7	58,6	354.538,9	100,0

Figura 10.

Empleo por Territorio Histórico.

Porcentajes · 2017.

Sector	Araba		Gipuzkoa		Bizkaia		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Arquitectura	572	15,9	74,5	20,7	229,1	63,5	360,8	100,0
Diseño	19,2	8,2	75,9	32,5	138,8	59,3	233,9	100,0
Industrias de la lengua	106,0	9,2	466,9	40,6	575,7	50,1	1.148,6	100,0
Moda	17,0	4,6	178,1	48,1	175,0	47,3	370,1	100,0
Publicidad	138,2	9,2	365,6	24,3	1.000,8	66,5	1.504,6	100,0
Videjuegos	11,0	3,9	76,6	27,3	192,7	68,7	280,3	100,0
Total	348,6	8,9	1.237,7	31,7	2.312,0	59,3	3.898,3	100,0

3. Dimensión y sostenibilidad

Las siguientes cifras permiten analizar las industrias creativas desde otro punto de vista: la dimensión industrial del sector en cuanto a su volumen de negocio y el empleo que se genera, y su sostenibilidad, analizando sus beneficios.

3.1. Dimensión industrial

A continuación, se muestra la dimensión de los sectores desde el punto de vista del negocio, teniendo en cuenta el volumen de facturación de los agentes que conforman el tejido industrial de cada sector económico. Se mide también el volumen del empleo de cada sector calculando el número total de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas y el gasto en personal que realizan los agentes.

Observando los datos resultantes, destacan el sector de la moda y la publicidad por las medias de ingresos obtenidos: la moda con 1,3 millones de euros de media y la publicidad con 1 millón. La media del total de las industrias creativas no llega al millón de euros.

Figura 11.

Dimensión Industrial.

2017

Tipología	Nº de agentes	Ingresos	
		Frec. (miles €)	Media (miles €)
Arquitectura	70	32.946,2 €	470,7 €
Diseño	63	26.474,6 €	420,2 €
Industrias de la lengua	70	64.262,7 €	918,0 €
Moda	43	59.220,2 €	1.377,2 €
Publicidad	148	158.506,7 €	1.071,0 €
Videjuegos	25	13.128,5 €	525,1 €
TOTAL	419	354.538,9 €	846,2 €

En relación al empleo, aunque siguen destacando los mismos sectores, las diferencias no son tan acusadas. Al medir el volumen del empleo de cada sector (a través del número total de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas y el gasto en personal) se observa que los sectores que están más alejados de la media del total de las industrias creativas a la baja pertenecen a la arquitectura, el diseño y los videojuegos.

Figura 12.

Coste del empleo.

2017

Tipología	Nº de personas trabajadoras	Gastos de personal	
		Frec. (miles €)	Gastos/Personas trabajadoras (miles €)
Arquitectura	360,8	10.243,6 €	28,4 €
Diseño	233,9	6.940,2 €	29,7 €
Industrias de la lengua	1.148,6	36.093,8 €	31,4 €
Moda	370,1	12.504,5 €	33,8 €
Publicidad	1.504,6	63.444,6 €	42,2 €
Videojuegos	253,1	7.578,7 €	29,9 €
TOTAL	3.871,1	136.805,4 €	35,3 €

3.2. Sostenibilidad

La sostenibilidad de las industrias creativas se analiza a partir de los resultados económicos que obtienen los agentes. El balance económico de los sectores permite calcular el porcentaje que suponen los beneficios en relación a la totalidad de ingresos de cada sector. En este sentido, los sectores que acumulan un mayor porcentaje de beneficios son la moda (28,1%) y la arquitectura (15,5%).

Figura 13.

Sostenibilidad empresarial.

2017

Tipología	Beneficios	Ingresos	
		Frec. (miles €)	% beneficios sobre ingresos
Arquitectura	5.110,5	32.946,2	15,5%
Diseño	2.857,3	26.474,6	10,8%
Industrias de la lengua	6.685,8	64.262,7	10,4%
Moda	16.630,3	59.220,2	28,1%
Publicidad	11.443,2	158.506,7	7,2%
Videojuegos	228,3	13.128,5	1,7%
TOTAL	42.955,3	354.538,9	12,1%

4. Asimetrías y perfiles de los sectores

4.1. Asimetrías

Como se ha ido realizando en la Estadística de Artes e Industrias Culturales, más allá de los datos globales de los sectores y sus distintas tipologías de agentes que permiten acercarse a la realidad cultural, se busca incidir en diferentes matices para poder obtener una mirada más amplia a la realidad de los sectores. En este sentido, en la Estadística de Industrias Creativas se ha mantenido la aplicación intencionada de la regla del 80-20 provocando que afloren las asimetrías existentes en los ámbitos estudiados.

Así, en este apartado se analiza el efecto que tiene en el conjunto de cada sector el 20% de los agentes con mayores ingresos. De esta manera se obtiene una doble mirada, el retrato de los agentes con mayores ingresos, pero al mismo tiempo, se entrevé el volumen de negocio y de empleo que corresponde a la mayoría de los agentes de cada sector.

Desde una mirada global a las asimetrías y los grados de concentración de ingresos de los sectores se observa que, en prácticamente todos ellos, el 20% de los agentes con mayores ingresos acumulan entre 7 y 9 de cada 10 euros del conjunto de ingresos (excepto Arquitectura que acumula el 56,5%, y videojuegos, con el 66,6%).

En relación al empleo, las diferencias entre sectores son más notables: en tres de los sectores el 20% de los agentes con más volumen de ingresos ocupan entre 6 y 8 de cada 10 trabajadores (industrias de la lengua, 80,6%; moda 67,5%; y publicidad, 60,3%). El sector de los videojuegos y el sector del diseño entre 4 y 5 de cada 10 personas trabajadoras (49,4% y 41,5%, respectivamente). Y finalmente, el sector de la arquitectura presenta menor asimetría, ya que el 20% de los agentes con mayores ingresos ocupan al 26,5% de las personas trabajadoras. Como se ve, en este último caso más ingresos no supone mayor empleo.

En este sentido, se observan destacadas asimetrías en todos los sectores entre los agentes que acumulan el mayor volumen de ingresos y el resto, especialmente en el reparto de la actividad económica.

Figura 14.

Ranking de tipología de agentes por grado de concentración de ingresos del 20% de los agentes con mayores ingresos.

Porcentaje · 2017

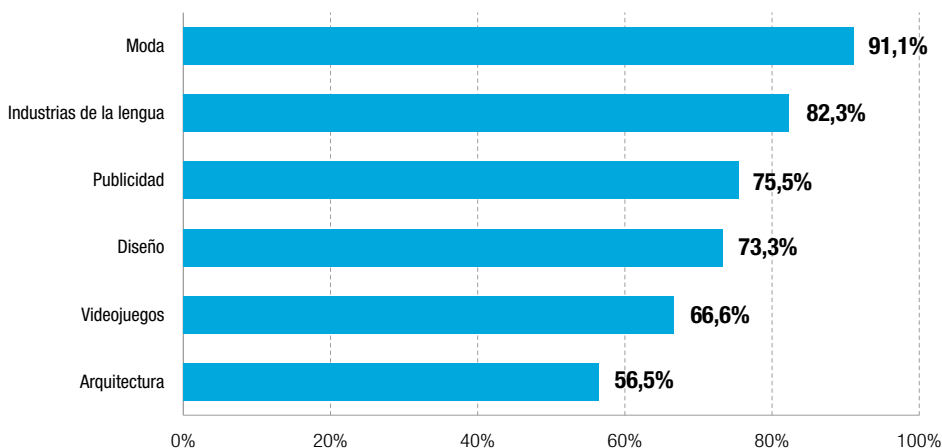
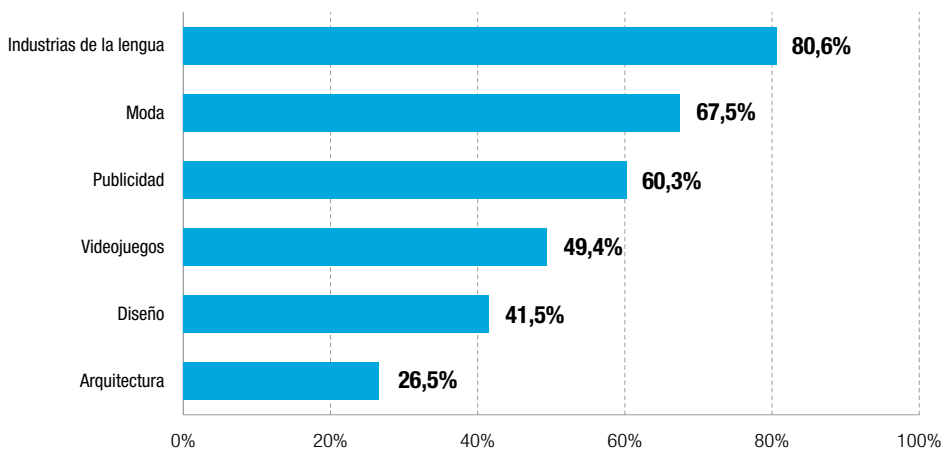


Figura 15.

Ranking de tipología de agentes por grado de concentración del empleo del 20% de los agentes con mayores ingresos.

Porcentaje · 2017



4.2. Perfiles de los agentes

Los capítulos del presente informe abren la posibilidad de realizar distintos niveles de análisis de las industrias creativas. El objetivo de este apartado es mostrar los diferentes perfiles de los agentes segmentándolos según su nivel de ingresos. El análisis de cada sector creativo incluye una primera parte centrada en la distribución territorial, una segunda parte en la que se incluye la mirada según la segmentación económica ya mencionada, y una tercera parte, que se centra en el análisis de los sectores según el tamaño de las empresas por personas trabajadoras.

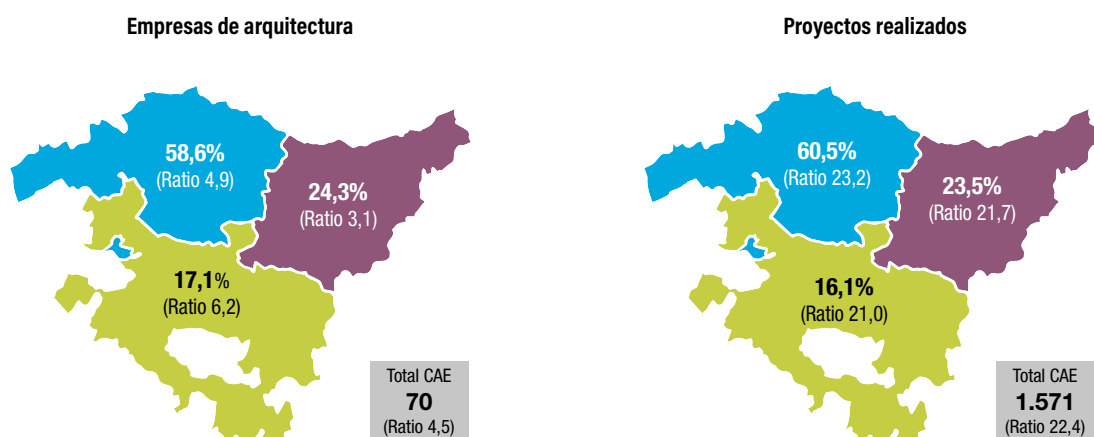
4.2.1. Arquitectura

El sector de la arquitectura está formado por 70 empresas. Observando la distribución territorial del sector se puede ver que Bizkaia es el territorio histórico donde más se concentran (58,6%). Sin embargo, si se analiza la ratio de agentes del sector por 100.000 habitantes, aunque Bizkaia se sitúe por encima de la media de la CAE (4,5), destaca Araba obteniendo una ratio superior (6,2). Gipuzkoa, sin embargo, presenta una ratio inferior a la media (3,1).

La actividad de las empresas de arquitectura se mantiene en concordancia con su distribución territorial; Bizkaia es el territorio que acumula un mayor volumen de proyectos (60,5%). Si se analiza la media de proyectos por agente de cada territorio, se puede ver que Bizkaia se sitúa por encima de la media de la CAE, y a diferencia de la ratio de agentes, Araba se mantiene por debajo, al igual que Gipuzkoa.

Figura 16.

Empresas de arquitectura y actividad por Territorio Histórico. Porcentaje sobre total, ratio de agentes por 100.000 habitantes y ratio de actividad por empresa. 2017



Si se analizan los datos según el perfil económico de las empresas, predominan aquellas que ingresan entre 100.000 y 500.000 euros, que representan el 60,0% de los agentes del sector. El volumen de empleo se mantiene bastante equilibrado a la distribución de agentes. Las diferencias aparecen en el volumen de ingresos: las empresas que ingresan más de 500.000 euros (27,1%) generan el 65,2% de los ingresos globales del sector.

Figura 17.

Empresas de arquitectura según ingresos.

2017

	Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
	Frec.	%	%	%	Media
Más de 1.000.000 €	5	7,1	31,3	16,1	11,6
De 500.001 a 1.000.000 €	14	20,0	33,9	16,8	4,3
De 100.000 a 500.000 €	42	60,0	33,3	59,4	5,1
Menos de 100.000	9	12,9	1,5	7,7	3,1
Total	70	100,0	100,0	100,0	5,2

Finalmente, cabe destacar que las empresas de arquitectura analizadas son básicamente microempresas, agentes que tienen menos de 10 personas en plantilla (90,0% del sector).

Figura 18.

Empresas de arquitectura según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas.

2017

	Frec.	%
Microempresa: menos de 10 empleos	63	90,0
Pequeña empresa: 10-49 empleos	7	10,0
Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	0	0,0
Total	70	100,0

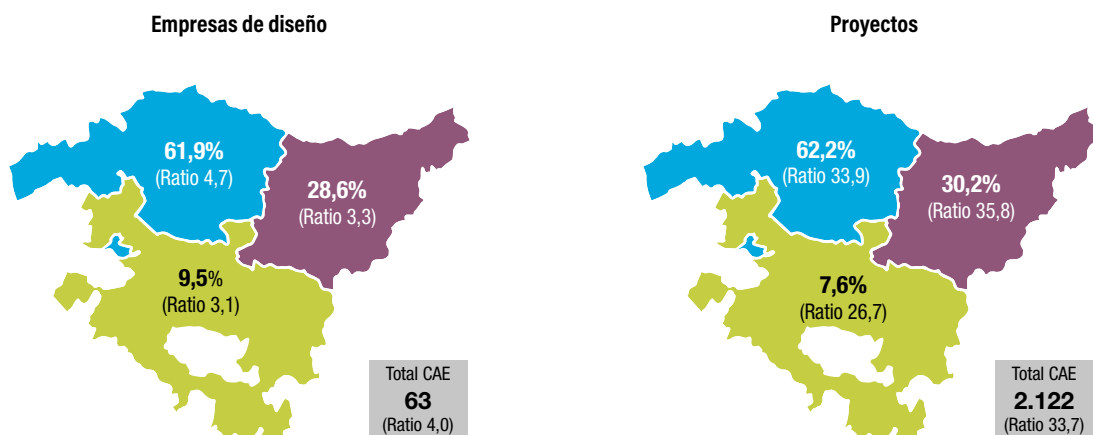
4.2.2. Diseño

Si se centra la mirada en el sector del diseño, formado por 63 agentes, se ve su distribución territorial desigual; en su mayoría se concentran en Bizkaia (61,9%), cuya ratio por 100.000 habitantes (4,7) supera la media de la CAE (4,0).

En relación a la actividad, la distribución sigue la misma dinámica. En Bizkaia se realizan el 62,2% de la totalidad de los proyectos, en Gipuzkoa el 30,2% y en Araba el 7,6%.

Figura 19.

Empresas de diseño, diseño y fabricación y actividad por Territorio Histórico. Porcentaje sobre total, ratio de agentes por 100.000 habitantes y ratio de actividad por empresa. 2017



La segmentación del sector del diseño según los ingresos pone de manifiesto que las empresas que ingresan más de 1 millón de euros, representan el 15,9% del sector y acumulan más del 60,0% de la totalidad de los ingresos del mismo. En relación al empleo, concentran el 33,1% de las personas trabajadoras de diseño. También cabe destacar que el 77,8% de los agentes son empresas que ingresan menos de 500.000 euros y que ocupan al 56,4% del sector del diseño.

Figura 20.

Empresas de diseño según ingresos.

2017

	Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
	Frec.	%	%	%	Media
Más de 1.000.000 €	10	15,9	65,8	33,1	7,8
De 500.001 a 1.000.000 €	4	6,3	9,5	10,5	6,1
De 100.000 a 500.000 €	24	38,1	20,3	41,2	4,0
Menos de 100.000	25	39,7	4,4	15,2	1,4
Total	63	100,0	100,0	100,0	3,7

En cuanto al tamaño de las empresas dedicadas al diseño, el predominio de las microempresas (93,7%) es la tónica dominante en el sector.

Figura 22.

Empresas de diseño según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas.

2017

	Frec.	%
Microempresa: menos de 10 empleos	59	93,7
Pequeña empresa: 10-49 empleos	4	6,3
Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	0	0,0
Total	63	100,0

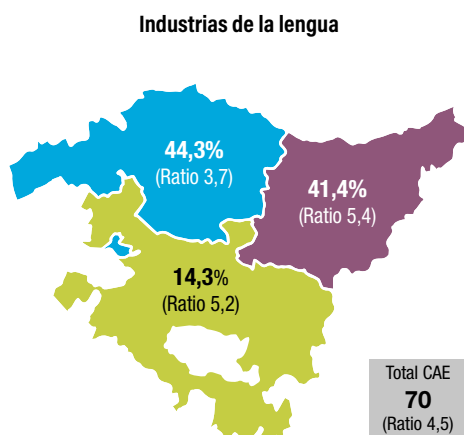
4.2.3. Industrias de la lengua

Las industrias de la lengua la forman 70 agentes que se distribuyen mayoritariamente entre Bizkaia (44,3%) y Gipuzkoa (41,4%). Sin embargo, la ratio de empresas cada 100.000 habitantes es mucho mayor en Gipuzkoa, 5,4 empresas cada 100.000 habitantes, que se sitúa por encima de la media de la CAE (4,5).

Figura 24.

**Industrias de la lengua y actividad por Territorio Histórico.
Porcentaje sobre total y ratio de agentes por 100.000 habitantes.**

2017



Si se centra la mirada en el perfil económico de las industrias de la lengua se observa que el 71,4% de los agentes del sector ingresan menos de 500.000 euros, acumulan el 11,6% del total de los ingresos. Hecho que liga con los datos si se analizan los agentes por el tamaño de las empresas, donde predominan las microempresas, aquellas que ocupan menos de 10 personas trabajadoras (75,7%). Pero cabe destacar que son aquellas empresas que ingresan más de 1 millón de euros las que concentran el 80,8% de los ingresos del sector y al mismo tiempo el 80,1% del volumen del empleo.

Figura 25.

Industrias de la lengua según ingresos.

2017

	Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
	Frec.	%	%	%	Media
Más de 1.000.000 €	13	18,6	80,8	80,1	70,7
De 500.001 a 1.000.000 €	7	10,0	7,6	8,6	14,1
De 100.000 a 500.000 €	24	34,3	9,5	7,5	3,6
Menos de 100.000	26	37,1	2,1	3,9	1,7
Total	70	100,0	100,0	100,0	16,4

Figura 26.

Industrias de la lengua según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas.

2017

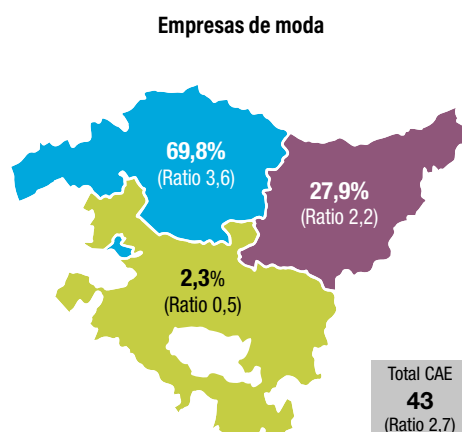
	Frec.	%
Microempresa: menos de 10 empleos	53	75,7
Pequeña empresa: 10-49 empleos	12	17,1
Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	5	7,1
Total	70	100,0

4.2.4. Moda

El sector de la moda está compuesto por 43 agentes que se concentran mayoritariamente en Bizkaia (69,8%). Aunque Gipuzkoa presente un menor peso de agentes la ratio de empresa cada 100.000 habitantes está muy pocas décimas por debajo de la media de la CAE (2,2 empresas por habitante en Gipuzkoa y 2,7 en la CAE).

Figura 27.

Empresas de moda y actividad por Territorio Histórico. Porcentaje sobre total y ratio de agentes por 100.000 habitantes. 2017



En relación al perfil de estas empresas destacan aquellas que ingresan menos de 100.000 euros, que representan más de la mitad del sector. Aunque acumulan sólo el 2,2% del total de los ingresos, ocupan al 14,4% de las personas trabajadoras. Prácticamente la totalidad de los ingresos (91,1%) y más de la mitad del empleo (67,5%) se concentra en 9 empresas que ingresan más de 1 millón de euros y que suponen el 20,9% del sector.

Y finalmente, si el análisis se realiza por tamaño de las empresas según el empleo que generan, destacan las microempresas que son el 72,1% de los agentes.

Figura 28.

Empresas de moda según ingresos.

2017

	Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
	Frec.	%	%	%	Media
Más de 1.000.000 €	9	20,9	91,1	67,5	27,8
De 100.000 a 1.000.000 €	10	23,3	6,6	18,1	6,7
Menos de 100.000	24	55,8	2,2	14,4	2,2
Total	43	100,0	100,0	100,0	8,6

Figura 29.

Empresas de moda según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas.

2017

	Frec.	%
Microempresa: menos de 10 empleos	31	72,1
Pequeña y mediana empresa: 10 o más empleos	12	28,9
Total	43	100,0

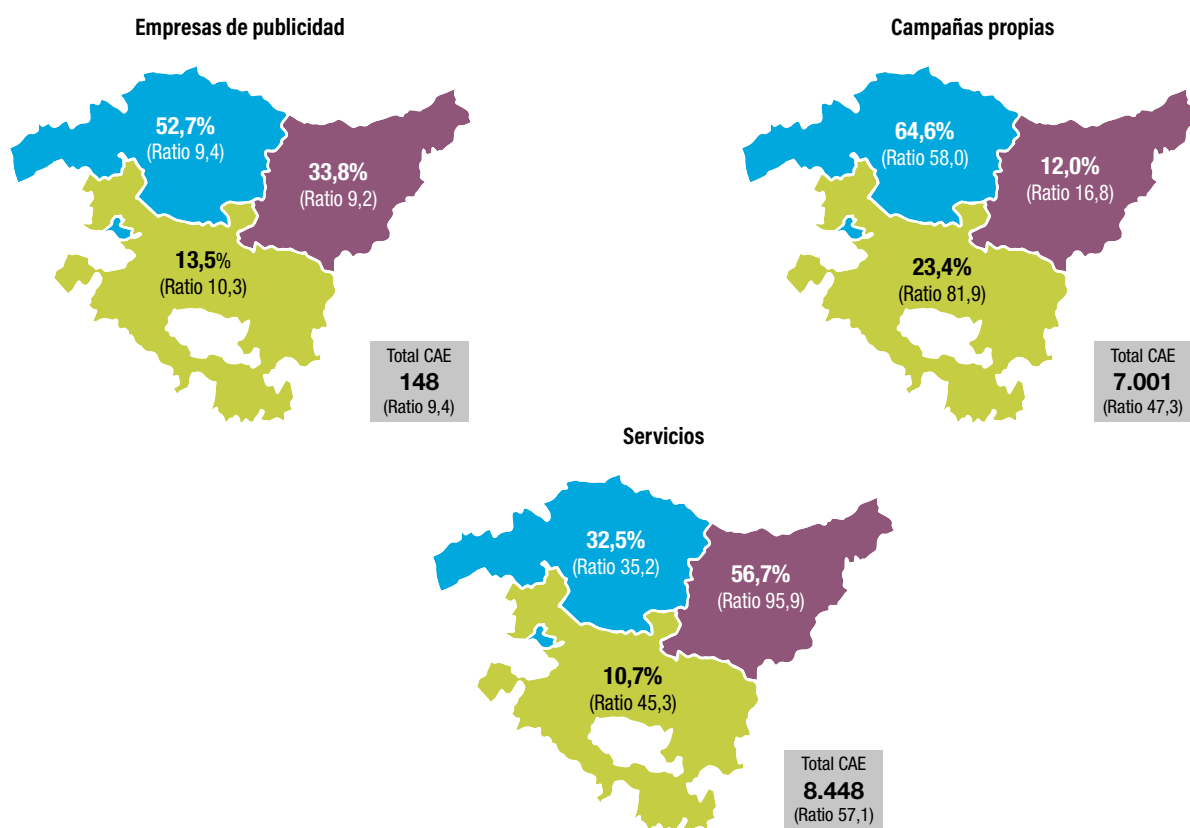
4.2.5. Publicidad

El sector de las Industrias Creativas con mayor volumen de agentes es la publicidad. 148 empresas de publicidad con mayor presencia en Bizkaia 52,7%, pero que mantienen una ratio bastante equilibrada por cada 100.000 habitantes.

En cuanto a la actividad, se observan matices. En este sentido, las campañas propias presentan unas tendencias diferentes a los servicios realizados por las empresas. Las campañas propias presentan un mayor peso en Bizkaia (64,6%), pero sin embargo el número de campañas realizado por empresa es mucho más elevado en Araba y desciende respecto a la media, en gran medida, en Gipuzkoa. Los servicios presentan unos resultados muy diferentes, ya que la mayoría se realizan en Gipuzkoa (56,7%) y es Bizkaia el territorio que se sitúa por debajo de la media de la CAE de servicios realizados por empresa.

Figura 30.

Empresas de publicidad y actividad por Territorio Histórico. Porcentaje sobre total, ratio de agentes por 100.000 habitantes y ratio de actividad por empresa. 2017



En relación al perfil de las empresas se observa que más del 60,0% de las empresas ingresan menos de 500.000 euros, pero son las de más de 1 millón de euros las que acumulan más del 70,0% de los ingresos y el 60,0% del empleo. Destaca en este sentido la media de personas trabajadoras de esta franja, que se sitúa muy por encima de la media del sector. Las empresas que ingresan más de 1 millón de euros tienen de media 31,4 personas trabajadoras, mientras que la media total del sector es de 10,2 personas trabajadoras por empresa.

Figura 31.

Empresas de publicidad según ingresos.

2017

	Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
	Frec.	%	%	%	Media
Más de 1.000.000 €	28	18,9	74,2	58,8	31,4
De 500.001 a 1.000.000 €	28	18,9	12,8	17,6	9,5
De 100.000 a 500.000 €	71	48,0	12,2	20,7	4,4
Menos de 100.000	21	14,2	0,8	3,2	2,3
Total	148	100,0	100,0	100,0	10,2

Al analizar el sector de la publicidad teniendo en cuenta el tamaño de la empresa, se puede ver que destacan las microempresas, aquellas que no ocupan más de 10 personas trabajadoras (75,7%).

Figura 32.

Empresas de publicidad según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas.

2017

	Frec.	%
Microempresa: menos de 10 empleos	112	75,7
Pequeña y mediana empresa: 10 o más empleos	36	24,4
Total	148	100,0

4.2.6. Videojuegos

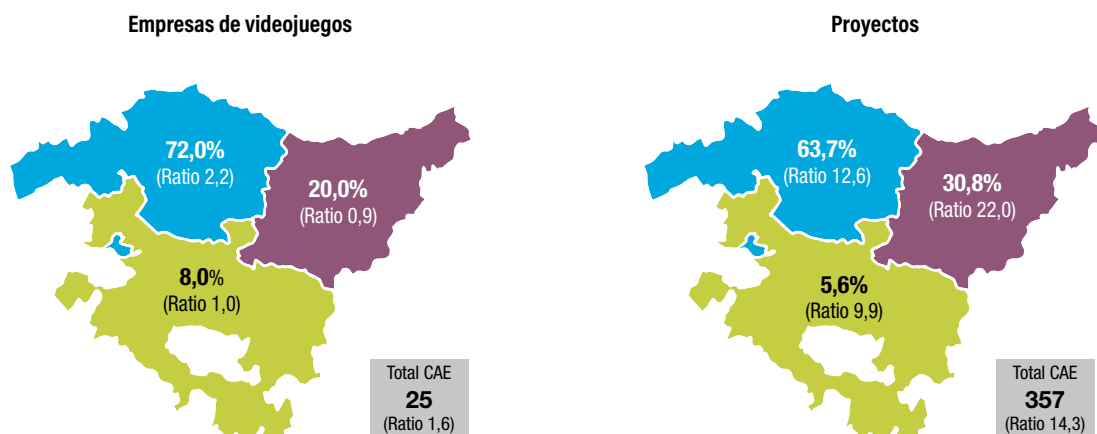
El sector de los videojuegos está formado por 25 agentes, de los cuales el 72,0% se localiza en Bizkaia, el 20,0% en Gipuzkoa y el 8,0% en Araba. Cuando se analiza la distribución de agentes en el territorio se puede ver que por cada 100.000 habitantes de la CAE hay 1,6 agentes; en los territorios de Araba y Gipuzkoa las ratios por 100.000 habitantes se sitúan por debajo de la media (1,0 y 0,9, respectivamente) y en el caso de Bizkaia, por encima (2,2).

El volumen de actividad del sector se distribuye de forma ligeramente diferente a la distribución territorial. En Gipuzkoa se concentra el 30,8% de la actividad del sector y la media de proyectos realizados por empresa se sitúa por encima de la media total de la CAE. En Bizkaia, como en el caso del volumen de agentes, se concentra un mayor porcentaje de actividad (63,7%), pero la ratio de proyectos por agentes es inferior a la media de la CAE.

Figura 33.

Empresas de videojuegos y actividad por Territorio Histórico. Porcentaje sobre total, ratio de agentes por 100.000 habitantes y ratio de actividad por empresa.

2017



El 72,0% de los agentes de videojuegos obtienen unos ingresos menores de 500.000 euros, sin embargo, el 75,0% de los ingresos se concentran en aquellas empresas que acumulan ingresos superiores a 500.000 euros (y suponen el 28,0% de los agentes). Estos agentes acumulan también el mayor porcentaje de empleo, 57,6%; la media de personas trabajadoras por empresa es de 20,8, muy por encima de la media del sector (10,1).

Figura 34.

Empresas de videojuegos según ingresos.

2017

	Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
	Frec.	%	%	%	Media
Más de 500.000 €	7	28,0	75,0	57,6	20,8
De 100.000 a 500.000 €	10	40,0	22,6	33,7	8,5
Menos de 100.000	8	32,0	2,3	8,7	2,7
Total	25	100,0	100,0	100,0	10,1

En relación al tamaño de las empresas según el empleo destacan aquellas más pequeñas. El 64,0% son microempresas y el 36,0% restante son pequeñas empresas, de entre 10 y 49 empleos.

Figura 35.

Empresas de videojuegos según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas.

2017

	Frec.	%
Microempresa: menos de 10 empleos	16	64,0
Pequeña empresa: 10-49 empleos	9	36,0
Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	0	0,0
Total	25	100,0

5. Internacionalización

Este capítulo se orienta a analizar la capacidad de internacionalización de las industrias creativas. Los datos muestran las tendencias en la internacionalización del diseño, la moda y la publicidad. El principal mercado en los tres casos es el resto del Estado (en torno al 40-45% de su facturación).

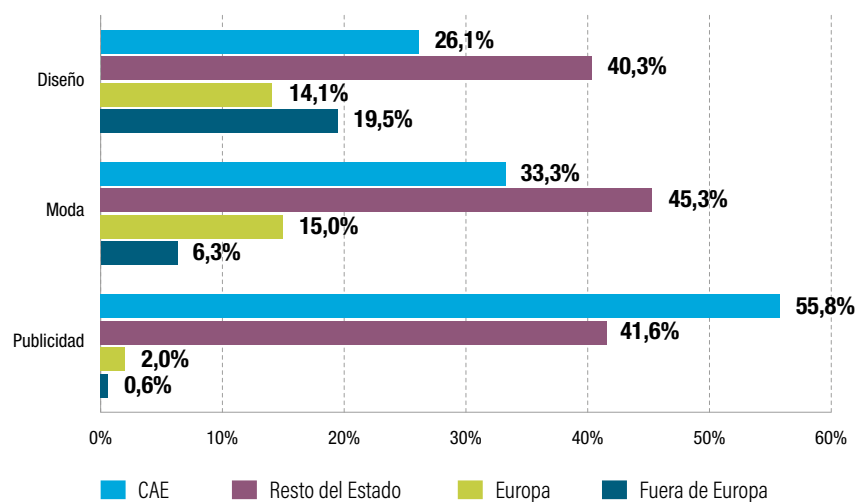
El sector del diseño es el que tiene un mayor peso en su facturación de mercados exteriores. Del total de su facturación, el 19,5% se concentra en países de fuera de Europa y el 14,1% en mercados europeos. Su facturación en la CAE supone el 26% de la facturación total.

En el caso de la moda, el porcentaje de los mercados europeo y del resto del mundo es menor, alrededor del 20,0%, y en el sector de la publicidad, el mercado principal es interno (el 55,8% de la facturación pertenece al mercado de la CAE).

Figura 37.

Facturación según mercado de las empresas de publicidad.

2017



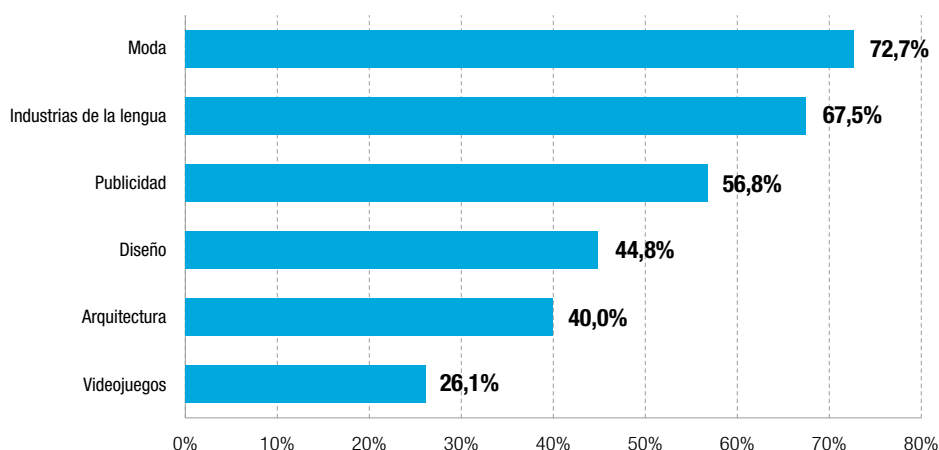
6. Género

La presencia de mujeres en el conjunto del empleo de las industrias creativas es dispar dependiendo del sector. La moda, las industrias de la lengua y la publicidad son aquellos sectores que acumulan una presencia superior al 50%. Sobresalen la moda y las industrias de la lengua, sectores en los que en torno a 7 de cada 10 personas trabajadoras son mujeres. El resto de sectores presentan una presencia femenina menor al 50%, destacando por debajo el sector de los videojuegos, en los que menos de 3 de cada 10 empleos están ocupados por mujeres.

Figura 38.

Mujeres trabajadoras por sectores de las industrias creativas.

Porcentaje · 2017



Si se analizan los datos de las trabajadoras por sectores según la función profesional que desempeñan, destacan los puestos de gestión y administración (las mujeres suponen entre 6 y 7 de cada 10 personas trabajadoras en todos los sectores). Sin embargo, en los puestos de dirección, en la gran mayoría de sectores predominan los hombres, destacando el sector de la arquitectura, en el que sólo 1,5 mujeres de cada 10 personas trabajadoras ocupan cargos de dirección. En el caso de la moda, las industrias de la lengua o la publicidad las mujeres tienen una mayor presencia en estos cargos (más del 50% son ocupados por mujeres). Y en los puestos técnicos y creativos más de la mitad en prácticamente todos los sectores están ocupados por hombres, excepto en la moda y las industrias de la lengua (donde la presencia de mujeres es del 77,8% y el 69,0%, respectivamente).

Desde una mirada global, el sector con menor presencia femenina es el sector de los videojuegos.

Figura 39.

Mujeres trabajadoras por sectores de las industrias creativas y función profesional. Porcentaje · 2017

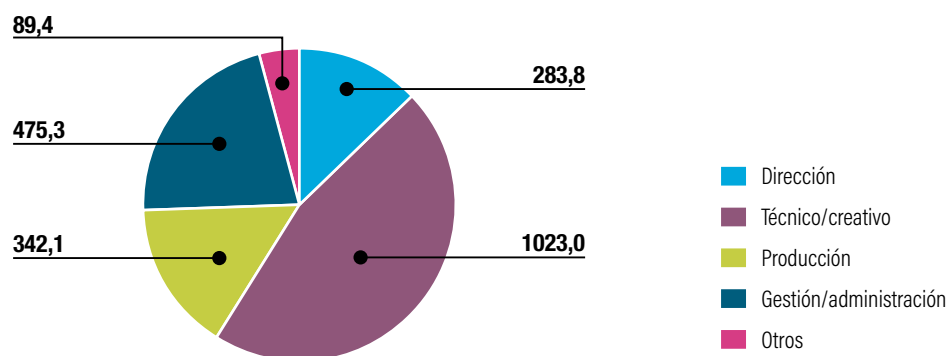
	Dirección	Técnico/ Creativo	Producción	Gestión/ Admin.	Otros	Total
Arquitectura	15,0	41,0		74,9	25,0	40,0
Diseño	38,8	44,2	42,7	69,1	39,2	44,8
Industrias de la lengua	58,7	69,0		69,0	55,5	67,5
Moda	65,8	77,8	75,8	68,8	77,0	72,7
Publicidad	51,3	48,9	60,9	67,2	45,3	56,8
Videojuegos	27,8	17,8		68,3	28,2	26,1

Finalmente, observando la distribución del total de mujeres trabajadoras por función profesional, destacan los perfiles técnicos y creativos, y aquellos relacionados con la gestión y la administración.

Figura 40.

Distribución de las mujeres trabajadoras por función profesional.

Absolutos · 2017





www.euskadi.eus/kulturabehatokia



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA