



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN.

Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos.

TRABAJO DE FIN DE GRADO.

El Ecosistema Regional de la Economía Creativa en España: una visión panorámica.

Realizado por Sergio Fernández Estévez.

Tutelado por Iván Boal San Miguel.

Diciembre, 2024

Resumen

La globalización supone la aparición de nuevas modalidades de producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales. El desarrollo de nuevas tecnologías digitales a nivel internacional provoca una amplitud de mercado y sobre todo un gran abanico de oportunidades de expansión de estas industrias.

Las industrias culturales y creativas son un concepto un tanto confuso, y que en la actualidad tienen un significado diferente en relación con sus comienzos. En sus inicios eran productos y servicios destinados a clases más altas de la sociedad. Sin embargo, con el paso de los años surgen numerosos avances como consecuencia de los momentos históricos, políticos, económicos, sociales y culturales de la sociedad. Estos, junto a otros muchos conceptos que van surgiendo son muy susceptibles de análisis.

Por su parte, el consumo de estos productos y servicios a lo largo del tiempo ha sufrido cambios notables hasta llegar a convertirse en un motor económico y social generando un gran porcentaje de la riqueza total de un país, lo que motiva a llevar a cabo esta investigación en la que el objetivo es analizar la evolución en toda España durante el periodo que comprende desde 2006 hasta los últimos datos que las fuentes oficiales nos ofrecen en la actualidad a través de fuentes estadísticas oficiales.

Gracias a estos estudios y análisis que se van a realizar en el presente trabajo, se puede observar cuál ha sido su evolución a lo largo de la historia, la dinámica y fluctuaciones que experimenta en épocas de recesiones económicas, su aportación a la riqueza de un país, así como al empleo que genera y el potencial de proyección hacia el futuro.

Palabras clave: Industria Cultural, industria creativa, economía, Tecnologías de la Comunicación (TIC), globalización.

Abstract

Globalization involves the emergence of new modalities of production, distribution and consumption of cultural goods and services. The development of new digital technologies at an international level causes a broad market and, above all, a wide range of opportunities for expansion of these industries.

The cultural and creative industries is a somewhat confusing concept, and one that currently has a different meaning in relation to its beginnings. In the beginning they were products and services aimed at the highest classes of society. However, over the years numerous advances emerge as a consequence of the historical, political, economic, social and cultural moments of society.

For its part, the consumption of these products and services over time has undergone notable changes until it has become an economic and social engine generating a large percentage of the total wealth of a country.

Thanks to studies and analyzes such as the one that will be carried out in this work, you can see what its evolution has been throughout history, the dynamics and fluctuations it experiences in times of economic recessions, its contribution to wealth... of a country, as well as the employment it generates and the potential for projection into the future.

Key words: Cultural Industry, creative industry, economy, Communication Technologies (ICT), globalization.

Índice.

1. Introducción	7
2. Contextualización y concepto de las ICC.	8
2.1 Importancia de las ICC.	12
2.2 Sectores de las Industrias Culturales y Creativas	19
3. Metodología.	21
4. Análisis de las variables.....	23
4.1 Empleo Cultural	23
4.2 Empresas y volumen de negocio.....	29
4.3 Análisis del PIB y el VAB en el sector cultural.....	34
5. Conclusiones y discusión.....	38
Bibliografía	40

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES/CUADRO/GRÁFICOS

Ilustración 1 Sectores de las ICC. Modelo de los Círculos Concéntricos.	20
Ilustración 2. Empleo Cultural Medio Anual.....	23
Ilustración 3. Gráfico empleo cultural. En Porcentaje del total del empleo total	28
Ilustración 4.Gráfica. Índice del volumen de negocio en empresas con determinadas actividades económicas vinculadas a la economía.	33

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conceptos culturales y creativos.....	12
Tabla 2. Empleo cultural según la actividad económica.....	24
Tabla 3. Empleo Cultural por Comunidades Autónomas.	26
Tabla 4. Empresas culturales según la actividad económica.	29
Tabla 5. Empresas culturales por CCAA.....	31
Tabla 6. Aportación de las actividades culturales al PIB por sectores.	34

1. Introducción

El papel de la industria cultural ha evolucionado considerablemente a lo largo de la historia, cobrando especial importancia gracias a su impacto sobre la economía. Desde su aparición como concepto en el siglo XX, donde contaba con connotaciones negativas, hasta hoy en día, donde difícilmente encontramos elementos que no tengan algún tipo de relación con algún sector cultural, podemos apreciar una gran adquisición de importancia en este sector.

A lo largo del tiempo ha habido un aumento del interés de análisis de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) debido a que es un sector con un gran potencial de crecimiento y desarrollo económico. Actualmente el concepto de ICC se observa que es un sector que en continuo auge y que, aunque genera bastante riqueza y empleo a nivel mundial, su crecimiento es lento, sobre todo en nuestro país. En España nos encontramos por debajo de la media en ingresos medios anuales procedentes de la cultura que en muchos países europeos.

Todo ello tiene relación con el objetivo de esta investigación, analizar la evolución en toda España durante el periodo que comprende desde 2006 hasta los últimos datos que las fuentes oficiales nos ofrecen en la actualidad. Es de gran interés e importancia comprobar cómo han ido evolucionando y si realmente han aumentado las empresas culturales, en qué lugares, en qué sectores creativos y culturales y cómo han influido estas en el empleo, es decir qué implicación han tenido en el empleo y su afectación en el mismo y por ende a la economía.

Este trabajo fin de grado va a consistir en el análisis de la situación actual del empleo y las empresas culturales, así como la evolución de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en la diferentes Comunidades Autónomas de España utilizando diferentes métodos de información y herramientas estadísticas. A su vez, además de mostrar esa creciente evolución del sector, en este trabajo se acentúa la importancia que han ido adquiriendo las ICC debido al cambio social, económico, de producción y, sobre todo, de consumo de estos bienes y servicios y por otro lado poder comprobar si la estructura del sector de la cultura es firme o no.

Por ello, para la consecución del objetivo de la investigación tras diferentes análisis realizados en otras investigaciones se expondrá un estudio y una clasificación exhaustiva de los sectores que componen esta industria, comenzando por su definición y marco teórico, así como un análisis descriptivo organizado en tablas y pequeñas ilustraciones tomando como referencia principal la base de datos CULTURA base de los que se extrae un muestreo anual obtenido del Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura en el cual hay datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística entre otras.

2. Contextualización y concepto de las ICC.

Hacia el año 1949, el filósofo Theodor Adorno junto a Max Horkheimer comenzaron a utilizar este término para referirse principalmente a las técnicas de producción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales. Como en otros sectores, con el paso del tiempo, se ha podido observar que los métodos de crear, producir, distribuir y disfrutar de los productos culturales se han modificado constantemente. Además de las transformaciones tecnológicas y del papel de los medios de comunicación, la cultura se ha incorporado a procesos de producción más sofisticados, complejos y a una circulación a gran escala en diferentes mercados (Lebrún Aspíllaga, 2014).

A finales del siglo XX, nace el concepto de economía creativa que entiende la creatividad como la herramienta principal de la innovación. Es en Australia donde nace el concepto de industria creativa, el cual, posteriormente fue desarrollado en el Reino Unido como consecuencia de aquellas habilidades que tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo. Ambos conceptos comparten un núcleo común: la creatividad que da origen a los bienes y servicios de estas industrias (Lebrún Aspíllaga, 2014).

No obstante, la industria creativa supone un conjunto más amplio de actividades, aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial. Además, esta industria incluye a la industria cultural tradicional, la producción de software, la arquitectura y la publicidad (Bonilla Arjona, Maroto Illera, & Caberizo Sanz, 2012).

Dada la pluralidad de enfoques y tomando como referencia las estadísticas culturales de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), este organismo propone una amplia definición del conjunto de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) entendidas como:

“Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)).

Esta definición muestra su énfasis en los bienes, servicios y actividades culturales cuya procedencia sea la creatividad humana.

Por otro lado, el concepto de industria cultural se refiere a “aquellas industrias que combinan la creación, producción y la comercialización de contenidos creativos que contienen intangibles y que son de naturaleza cultural” (Bonilla Arjona, Maroto Illera, & Caberizo Sanz, 2012).

Este tipo de industrias incluyen tradicionalmente los sectores editoriales, audiovisual (TV, cine, multimedia, etc.), artes escénicas, patrimonio, artes visuales y artesanía. Por ello, también es importante destacar que para la delimitación del concepto de las ICC supone un complejo esfuerzo ya que, además de todo lo abordado, en la cultura también se incluyen hechos, tradiciones y costumbres, formas de vida, creencias, símbolos y conductas que caracterizan la personalidad de una sociedad o colectivo determinado (Boal San Miguel, 2021)

Según el informe sobre Industrias Creativas en América Latina y el Caribe, el término de industrias culturales, desarrolla diferentes planteamientos sobre la evolución que ha experimentado este término con el paso del tiempo. La reflexión debe plantearse distinguiendo determinados sectores como pueden ser la publicidad, cine, radio, periódicos, tecnología o diseños gráficos entre otros muchos. Como resultado de este planteamiento se percibe la nueva realidad mundial que abarca hoy las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), la convergencia digital y las posibilidades de inclusión social que esta industria podrá facilitar. (Informe sobre la Economía Creativa, 2008)

Los autores del concepto de ICC vivieron en una época en la que no se planteaba la posibilidad de que el consumidor dejara de recibir informaciones de una única de manera, sin embargo, es a través del uso de las tecnologías cuando las personan tienen ocasión de desarrollar contenidos en distintas plataformas digitales, así como de hacerlos públicos a nivel global.

La posibilidad poder llevar a cabo lo mencionado es debido a que el uso de las tecnologías supone un gran abanico de oportunidades para la economía cultural y creativa. La impresión en 3D, la inteligencia artificial (IA), la realidad virtual, etc., están impulsando el desarrollo de la cuarta revolución industrial. Estos avances han desarrollado nuevos métodos de producir, distribuir y consumir bienes y servicios culturales. (Towards a new globalized creative economy, 2022)

Según las definiciones aportadas por la UNESCO, se han podido extraer una serie de características principales de las ICC:

- Unificación entre la economía y la cultura. Se crea una doble naturaleza entre estos dos términos, por un lado, generación de riqueza y empleo y por el otro, generación de valores e identidades, respectivamente.
- Se incorpora un componente de creatividad como principal actividad.
- Todas las actividades y bienes y servicios son normalmente protegidas por la propiedad intelectual.
- La demanda y el comportamiento de este sector es complicado de prever.

Para poder comprender y diferenciar de una manera más sencilla los principales conceptos que aluden al objeto de este trabajo se ha realizado la siguiente tabla 1.

Tabla 1. Sectores Culturales y Creativos: delimitación conceptual.

DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN	AUTOR
Industria Cultural	Todo bien y servicio que en su proceso de producción y prestación incluye un derecho de autor	UNESCO
Industria Creativa	Es cualquier proceso de producción y prestación que sea producto de la creatividad del hombre	Banco Mundial
Economía Creativa	Hace referencia al ciclo de la creación, la producción, y la distribución de estos bienes y servicios que utilizan el conocimiento, la creatividad y el capital intelectual como recursos productivos.	Informe sobre Industrias Creativas.
Industria de Contenidos	Industria que incluye la producción de contenidos, las nuevas tecnologías y convergencia digital. Involucran formas diferenciadas de sentir, de posicionarse frente el mundo y posibilitan nuevos conocimientos.	Cosette Castro

Fuente: elaboración propia a partir de la Confederación Española de Comercio (CEC).

Hasta ahora, todas estas características y definiciones en conjunto anuncian la gran capacidad de producción de bienes y servicios o actividades culturales en los diferentes y amplios sectores de esta actividad. Todo ello, junto al empleo, será analizado de una manera más exhaustiva a lo largo del trabajo.

2.1 Importancia de las ICC.

Las ICC llevan años en un constante crecimiento aportando importantes soluciones sociales, así como a problemas actuales. Esta expansión tan notable del sector cultural en gran medida se debe al impacto de las nuevas tecnologías y la digitalización, lo que facilita la

accesibilidad a este tipo de contenidos a un nivel mucho mayor. Sin embargo, todo este auge no se debe únicamente a lo ya mencionado. La cultura y la creatividad son un componente fundamental en el crecimiento de los países y se genera una especie de beneficio recíproco entre la era de las nuevas tecnologías e información y el sector cultural.

Un gran ejemplo para mostrar el gran alcance que puede tener la industria cultural y creativa en un país, no solo por lo relativo a los ingresos que se pueden llegar a producir, sino por la imagen que se proyecta del país, sería Japón, el cual genera una imagen de su nación en base a su sector cultural y creativo.

Promoviendo la “Marca Japón” a través del fomento de productos y servicios internos como las empresas, el turismo o el deporte.

El gobierno propone intercambios culturales con el objetivo de mejorar las relaciones con países del Sudeste Asiático basado en la conciliación de economía, medio ambiente y energía, socio cultural y educación que llega a Estados Unidos y Europa. Un ejemplo de ello lo encontramos en la estrategia creada conforme a la demanda de países emergentes y que activó el crecimiento económico ocasionado con las actividades manga que generan una mayor actividad empresarial y genera puestos de trabajo (Argüelles Gomez, 2021)

Además, todo este potencial de la cultura puede desarrollar sinergias con otros sectores, por lo que también se genera un impacto de las ICC en diferentes sectores de la economía. La Unión Europea es consciente de la existencia de un nuevo modelo de crecimiento económico consistente en la cultura y creatividad, por ello emplaza en una posición estratégica al sector cultural para poder desarrollar una economía productiva a través de programas de financiación en los que se promueve la preservación del patrimonio cultural de Europa incentivando la diversidad cultural y la creación de industrias culturales y creativas, es a partir de 2014 cuando

a través de programas de financiación Europa Creativa los países de la Unión Europea pueden beneficiarse de estos programas (Cultura y creatividad).

El plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas de 2018 del Ministerio de Cultura de España destaca determinadas ventajas competitivas que las ICC transmite a otros países. En primer lugar, existe un continuo crecimiento constante a lo largo de los años, lo que permite observar una gran capacidad de resistencia ante situaciones adversas generando un sector atractivo ante posibles inversores y estimulando la economía nacional. En segundo lugar, con relación a la ventaja anterior, se producen nuevos modelos de mercado, especialmente el de la creatividad, creando una forma de ofrecer soluciones con mayor originalidad y eficacia en momentos complicados por ello el mercado se decanta mayormente por productos únicos y particulares. Por último, se genera una interacción entre sectores como puede ser el de la tecnología, ya mencionado. Por tanto, se trata de una industria que se retroalimenta con otras dando lugar a unos beneficios tantos directos como indirectos sobre estas.

Además, la economía creativa es vital para el desarrollo sostenible. La resolución 74/196 de la Asamblea General de las Naciones Unidas destaca que la economía creativa contribuye a alcanzar los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) de diversas maneras. Entre los principales de ellos se encuentran el Fin de la pobreza (1), la Igualdad de género (5), trabajo decente y crecimiento económico (8), Industria, innovación e infraestructura (9), ciudades y comunidades sostenibles (11), producción y consumo responsables (12), y alianzas para lograr los objetivos (17) (Bonilla Arjona, Maroto Illera, & Caberizo Sanz, 2012).

De hecho, la aportación de los sectores cultural y creativo a la economía global es notable. El sector cultural representa el 3,1% del producto interior bruto (PIB) mundial, y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) calculó que en

2021 los bienes y servicios creativos representaban el 3% y el 21% de todas las exportaciones. Además, el sector creativo y cultural generan un 6,2% de todo el empleo, lo puede traducirse en unos cincuenta millones de puestos de trabajo en todo el mundo. (Hermosín Perez del Río, 2021)

Las ICC también tienen un fuerte impacto en el aspecto social. Es un sector que, por un lado, influye de una manera crucial a la hora de construir una sociedad cohesionada e integrada y, por otro, tiene el potencial necesario para coordinar a grupos de personas bajo una identidad cultural determinada resultando esencial para poder evadir problemas cotidianos que tienden a crispar la sociedad (Master en Gestión Cultural , 2022).

En 2021, la UNCTAD, en el contexto de aplicación de la resolución 74/198 de la Asamblea General de la Naciones Unidas ya tratada, llevó a cabo una encuesta en línea sobre la economía y sectores creativos en 33 países. La mayoría de estos respondieron que tienen por lo menos un ente que se encarga de la economía creativa divididos en diferentes ministerios y organismos (ministerios como el de cultura, de deporte, de turismo, de comercio, de educación, etc.), no obstante, no existen dos países idénticos en lo que respecta a los cargos institucionales. Las respuestas de muchos países coinciden en que han definido determinados sectores específicos prioritarios para el comercio internacional, entre ellos destacan la música, la industria y artes audiovisuales, moda, diseño, la animación, las artes escénicas y la industria cinematográfica.

También, la base cultural y creativa de las personas influye a la hora de determinar o analizar la cultura de un país. Los elementos como el carácter personal, social, cultural o tecnológico junto con otras habilidades tales como la creatividad, talento o conocimiento, pueden beneficiar notablemente el desarrollo de las ICC.

Existen diferentes índices de análisis sobre estos ejemplos. El primero hace referencia a la población y a la economía, según Richard Florida (2002), la concentración poblacional es una característica del entorno educativo por lo que se entiende que, a mayor población, mayor número de actividades culturales y creativas podrán existir. En segundo lugar, el factor educación se centra en el aprendizaje obtenido sobre la cultura y la creatividad y cómo se ha fomentado el talento dentro de este sector. La oferta educativa y formativa oficial, mayormente de carácter público, aporta información sobre este factor concreto. El tercer índice se basa en las Tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y cómo las políticas públicas de promoción y apoyo manifiestan la importancia de estas, como puede verse constatado a través de documentos como la Agenda Digital para Europa (Comisión Europea 2010) o la Agenda Digital para España (Gobierno de España 2013). Otro índice importante, es el que hace referencia a los términos “tolerancia, diversidad y apertura”.

Existen diferentes estudios que aluden a los vínculos creados entre apertura y diversidad de una sociedad y creación e innovación, los cuales llegan a concluir que un entorno tolerante atrae al talento creativo y este al capital estimulando así la economía. Además, el desarrollo del talento, en el que intervienen elementos personales y ambientales, forma parte también de uno de los índices a analizar. En este contexto se estudian características como el capital humano o el emprendimiento las cuales promueven un desempeño superior en uno o más campos de actividades humanas que pueden desembocar en otras propias de las ICC. Por último, la experiencia cultural, se enfoca hacia la interacción que se lleva a cabo entre las distintas actividades culturales. (Castro-Higueras & de Aguilera Moyano, 2016).

Por otro lado, según Luis Cesar Herrero Prieto, los efectos que el arte y la cultura pueden provocar sobre el desarrollo económico local y regional pueden dividirse en dos

agrupaciones: los efectos a corto plazo, los cuales tienen relación con el poder de atracción y creación de gasto de las actividades culturales, sin embargo, los efectos a largo plazo se refieren a los cambios que sufre la estructura productiva, urbana y social debido al impacto de la cultura. (Herrero Prieto, 2011). Ambos aspectos van a ser tratados a continuación.

Para comenzar, los impactos económicos a corto plazo tienen un planteamiento sencillo ya que se supone que el arte y la cultura atraen visitantes como turistas, los cuales emplean su renta en las propias actividades culturales, pero además también en numerosos bienes y servicios relacionados como pueden ser los de alojamiento o restauración. Todo esto puede estar muy relacionado con la pregunta que numerosos expertos se hacen de si realmente que exista un sector creativo en un lugar determinado hace más turístico ese lugar (Herrero Prieto, 2011)

La casuística de este tipo de estudios en nuestro país es bastante grande y se han analizado el impacto económico de festivales como la Semana Internacional de Cine de Valladolid, el Festival de Flamenco de Jerez o la Exposición Universal de Zaragoza. Los resultados de este tipo de estudios muestran que el impacto económico de las actividades culturales es bastante significativo indistintamente de la magnitud del evento. Otro resultado determinante de estos análisis es que el impacto es proporcionalmente mayor en el entorno local y regional que en el nacional.

Es importante para tener en cuenta que, en los estudios de impacto económico, se recogen los efectos generados por las actividades culturales, pero no sus costes adicionales, por ejemplo, en términos de mantenimiento de infraestructuras culturales, congestión turística, etc.

Como ya se ha mencionado anteriormente, el análisis de estos impactos económicos es a corto plazo, por lo que es importante valorar si estas actividades culturales son sostenibles y rentables socialmente a lo largo del tiempo.

Los efectos culturales a largo plazo en la economía son más difíciles de medir ya que no son cuantitativos, sino que están más relacionados con los cambios producidos en el tejido productivo, la estructura urbana e incluso con la estructura social del lugar analizado. Existen cuatro tipos de impactos. (Herrero Prieto, 2011)

El primero se centra en el rescate de edificios y la ordenación urbana. Muchas acciones culturales se basan en la remodelación y restauración de edificios históricos o la creación de nuevas infraestructuras culturales. Todo esto recae en una transición urbana a medio y largo plazo, como la transformación de barrios, la recuperación de zonas industriales o la revitalización de cascos históricos.

El impacto locacional se refiere a la capacidad de un entorno cultural adecuado para atraer nuevos residentes, pero también nuevas empresas e inversiones ya que para las familias no solo el aspecto cultural es determinante para la elección del lugar donde vivir y trabajar. No obstante, a pesar de no ser un aspecto decisivo, la cultura sí que genera un encarecimiento del suelo inmobiliario en las zonas con mayor valor artístico y cultural o en las cercanas a ellas. Algún ejemplo bastante demostrativo de este segundo impacto económico, podrían ser las Fallas que se celebran en Valencia.

En tercer lugar, tienen bastante importancia en el impacto cultural en la economía la mejora del nivel educativo y el fomento de la creatividad. Se puede afirmar que las ICC constituyen un campo favorable para el fomento de la creatividad y que pueden desencadenar cambios hacia la innovación y creación de nuevos productos o servicios. Es importante destacar que la combinación de los factores de conocimiento, imaginación e interacción, son determinantes en los procesos de creación de valor y, por tanto, generación de riqueza. De este tercer impacto se puede concluir que la herencia o tradición cultural y sus recursos determinan en gran medida las posibilidades de nueva creatividad cultural.

Por último, el cuarto impacto viene dado por las consecuencias de los efectos sociales e intangibles provocados por el desarrollo del sector cultural. Efectos que se muestran en una mayor cohesión social, un crecimiento del sentimiento de pertenencia o en la identificación local. Todos estos aspectos generan un mayor dinamismo económico, pero sobre todo consiguen consolidar una imagen cultural que sea admirable para los residentes del lugar y, por otro lado, deseable para la atracción de otros habitantes y agentes económicos. (Aguilar Losada, 2014)

2.2 Sectores de las Industrias Culturales y Creativas

Las ICC se encuentran clasificadas por sectores. La UNESCO (2009) muestra una distribución de los seis principales ámbitos culturales de la siguiente manera:

- Patrimonio cultural y natural: museos, sitios históricos, yacimientos arqueológicos, paisajes culturales y patrimonio natural.
- Artes escénicas y festividades: música en vivo, danza, festivales, ferias y fiestas.
- Artes visuales y artesanías: bellas artes, fotografía y artesanías.
- Libros y prensa: revistas, bibliotecas, ferias del libro, libros y periódicos.
- Medios audiovisuales e interactivos: cine, TV y radio, streaming, podcast, y videojuegos.
- Diseño y servicios creativos: arquitectura, diseño de moda y diseño gráfico, publicidad e interiorismo.

Ilustración 1 Sectores de las ICC. Modelo de los Círculos Concéntricos.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos por la UNESCO (2009).

Esta clasificación sectorial, junto con la delimitación de territorial de las comunidades autónomas del país facilitará alcanzar el objetivo de análisis de las variables de este trabajo.

3. Metodología.

Como ya se ha mencionado anteriormente, para poder lograr los objetivos de esta investigación, y poder obtener conclusiones sobre el análisis, principalmente, entre el número de empresas y el número de empleados, es necesario el estudio de diferentes variables, las cuales van a ser:

-En primer lugar, el empleo cultural: “es el conjunto de ocupados mayores de 16 años que desarrollan una ocupación cultural en el conjunto de la economía o cualquier empleo en sectores culturales”. Se considera ocupación cultural a cualquier actividad profesional con una dimensión de la cultura tales como escritores, artistas, etc. (Hermosín Perez del Río, 2021).

Para poder analizar esta variable, la fuente de información que va a aportar los datos necesarios con el empleo cultural será la Encuesta de Población Activa (EPA).

-El volumen de empresas culturales y de negocio y producción de estas.

Se define como “el conjunto de empresas cuya actividad económica principal pertenece al ámbito cultural, considerándose las actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales, actividades cinematográficas, de vídeo, de radio y televisión, así como las artísticas y de espectáculos entre otras” (Empresas Culturales, 2018).

Para conocer la solvencia empresarial de este sector es importante medir su volumen de negocio y su producción y, por tanto, constatar si generan riqueza o por el contrario no son solventes.

La fuente de información que proporciona datos relativos a esta variable es el Directorio Central de Empresas (DIRCE) que será utilizada más adelante.

-La financiación y gasto público en cultura: es considerado aquel gasto destinado a la cultura por parte de las administraciones públicas. No se incluye como gasto en cultura las

diferentes desgravaciones fiscales de las que puedan beneficiarse empresas y particulares por patrocinios, donaciones, etc., a instituciones culturales públicas. (Hermosín Perez del Río, 2021).

-Turismo cultural: alude a los viajes realizados por las personas que residen en España y entradas de los turistas que no residen en el país, los cuales han sido motivados por motivos culturales.

-Enseñanzas en el ámbito cultural: el análisis de esta variable aporta información sobre si las enseñanzas se encuentran relacionadas con profesiones culturales o sobre si los jóvenes tienen intereses en estas.

-Por último, la incidencia que tiene en el PIB (Producto Interior Bruto), es decir la suma del valor de todos los bienes y servicios producidos en un país durante un tiempo determinado. Analizar el PIB, es útil para conocer si un sector ha contribuido y de qué manera a la creación de riqueza. Por otro lado, es importante conocer los valores del VAB (Valor Agregado Bruto). Este consiste, en la suma de los productos o servicios finales generados por un único sector, por tanto, hay que descontar al PIB los productos intermedios del proceso de producción y todos aquellos impuestos indirectos. (Hermosín Perez del Río, 2021)

En este trabajo se pretende analizar cómo han evolucionado y de qué manera han influido en la economía las variables descritas anteriormente sobre el empleo y empresas culturales durante un periodo concreto de años, pero principalmente se intentará obtener conclusiones relevantes sobre aquellas relacionadas con el empleo cultural y el volumen de empresas culturales en todas las Comunidades Autónomas de España.

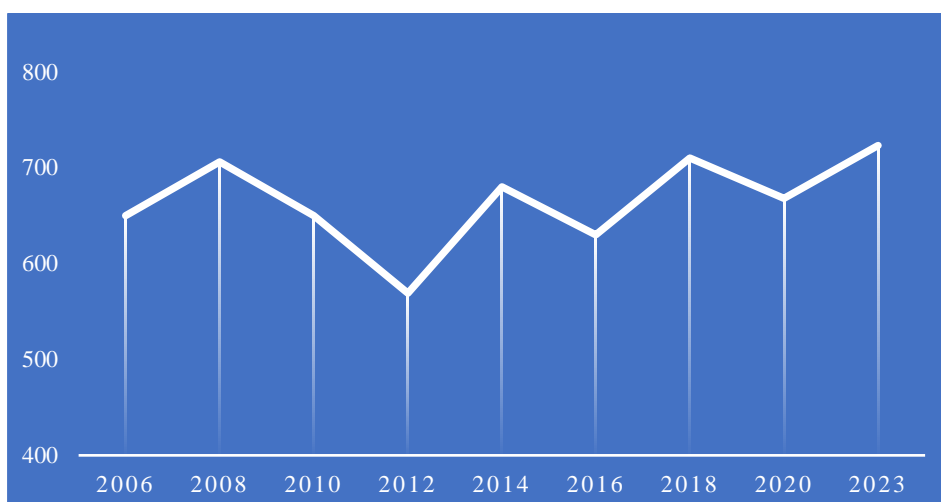
La metodología que será llevada a cabo será en la parte de análisis de este trabajo, consistirá en el análisis descriptivo de variables utilizando gráficas y tablas desde los años 2006 hasta los últimos datos actuales con intervalos de un periodo de cuatro años para poder

conseguir información relevante con una mayor dimensión, aplicando principalmente los datos obtenidos del Anuario de estadísticas culturales del Ministerio de Cultura y Deportes, los cuales están muy relacionados con los datos del INE, y de la Cuenta Satélite de la Cultura en España.

4. Análisis de las variables

4.1 Empleo Cultural

Ilustración 2. Empleo Cultural Medio Anual.



Fuente: elaboración propia a partir de la base de datos CULTURABase.

La ilustración 2, refleja la evolución del empleo medio anual cultural, proporcionando una visión clara de cómo ha variado este en los últimos años. Se toma como año de referencia el 2006 hasta la actualidad. En el gráfico se percibe un descenso notable del empleo cultural como consecuencia de los efectos de la crisis económica del 2008 y, cómo a partir del año 2012, a pesar de las fluctuaciones, se experimenta un incremento anual bastante continuado y a largo plazo hasta llegar al 2023. También se percibe un fuerte descenso previo en el periodo de años comprendidos entre 2018-2020 que puede ser provocado por la crisis de la pandemia COVID-

19 a raíz de la mejora sanitaria a partir del año 2020, es precisamente cuando la grafica muestra el incremento del empleo medio.

Tabla 2. Empleo cultural según la actividad económica.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL					
	2006	2010	2014	2018	2022
Actividades de bibliotecas, archivos y Museos	5,9	8,2	7,5	6,4	5,5
Edición de libros, periódicos y otras act., editoriales	14,2	10,8	9,9	6,3	7,8
Actividades de cine, de video, radio y TV	3,1	13,5	14,2	11,9	10,2
Actividades de diseño, creación, traducción, artísticas y espectáculos.	14,5	21,2	23,5	21,5	21,9
Artes gráficas, grabación, reproducción de soportes, edición musical, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido.	24,9	20,4	16,4	13,8	10,5
Otras actividades económicas	24,6	26,0	28,5	40,2	44,1
Empleo cultural en porcentaje del total de empleo	2,8	2,8	3,0	3,6	3,4

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2006-2024 del MECD.

En esta tabla 2, se aprecia en primer lugar, cómo entre los años 2006 y 2010 hubo un incremento notable en las actividades de Bibliotecas, archivos y museos, pasando de 5,9% al 8,2%, sin embargo, desde entonces ha habido un descenso constante alcanzando un 5,5% en 2022.

Por lo que respecta a la edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales y a las actividades de cine, video, radio y TV. En primer lugar, es notable el impacto de la digitalización y los cambios en el consumo de impresos ya que desde 2006 a 2014 tuvo un descenso gradual, pero en el año 2022 llegó a situarse en el 7,8%. En segundo, esta variable experimentó su pico de crecimiento entre los años de 2006 a 2014, posteriormente se estabilizó y se mantuvo relativamente alto en un 10,2%. El resto de las variables tienen una tendencia bastante similar mostrando una tendencia en aumento de empleo cultural en España encontrándose en un 2,8% en 2006 a un 3,8% del porcentaje total de empleo.

Tabla 3. Empleo Cultural por Comunidades Autónomas.

EN PORCENTAJE TOTAL DE EMPLEO					
	2006	2010	2014	2018	2022
Andalucía	2,2	1,8	2,2	3,1	2,6
Aragón	2,2	2,8	2,4	2,3	3,3
Asturias	1,7	2,2	2,1	2,8	2,9
Baleares	2,6	2,8	2,7	3,4	3,9
Canarias	2,0	1,9	2,0	2,9	3,3
Castilla y León	1,9	2,6	1,9	2,4	2,5
Castilla la Mancha	2,1	2,0	2,1	2,7	2,2
Cataluña	3,9	4,1	4,0	4,4	4,6
Comunidad Valenciana	2,4	2,5	2,3	3,3	2,8
Galicia	2,3	3,0	2,8	3,2	3,3
Madrid	4,1	3,3	4,7	5,4	4,4
Murcia	1,6	1,9	1,8	2,3	1,9
Navarra	3,4	2,7	3,0	3,0	3,9
País Vasco	2,6	2,6	2,6	3,2	4,2
Cantabria, Extremadura, La Rioja, Ceuta y Melilla	1,4	2,0	1,8	2,2	2,0
TOTAL	2,8	2,8	3,0	3,6	3,4

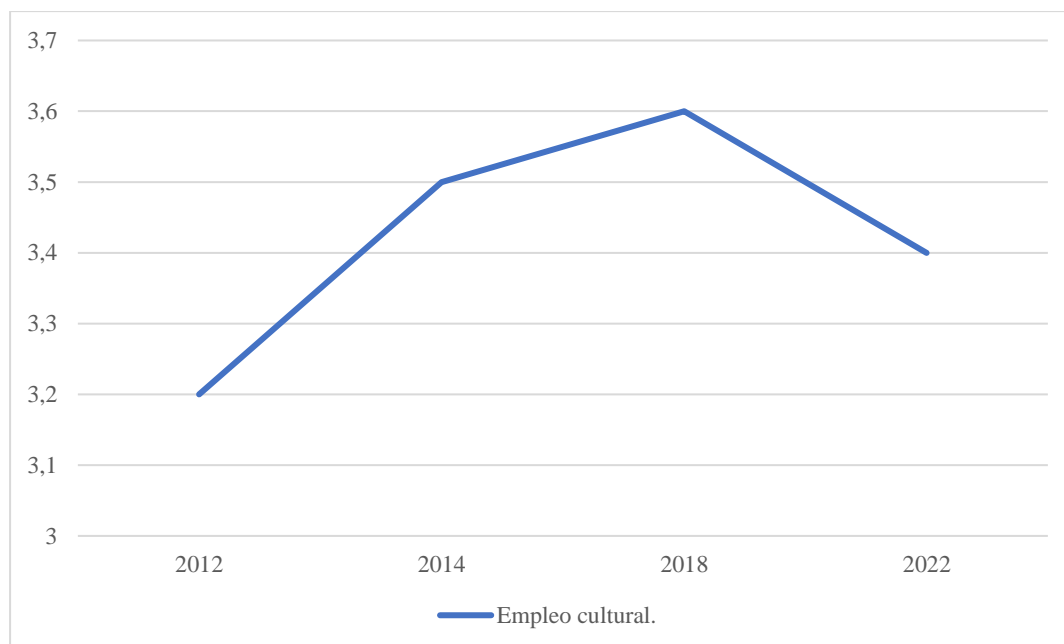
Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2006-2024 del MECD.

La tabla 3 muestra un crecimiento general en el sector cultural en términos de empleo en la mayoría de las CCAA de España. Destacan el crecimiento sostenido y bastante significativo en el porcentaje de empleo cultural que tienen Cataluña y Madrid. Por ejemplo, Cataluña aumenta de 3,9% en 2006 a un 4,6% en 2022.

Por su parte, Madrid y Navarra presentan alguna fluctuación anómala ya que en 2010 ambas Comunidades sufren un notable descenso lo que puede resultar de alguna situación económica determinada en estas zonas.

Por otro lado, algunas regiones como Asturias y Murcia tienen incrementos menos pronunciados, lo que podría reflejar diferencias en políticas culturales regionales o en la estructura económica de estas comunidades.

Ilustración 3. Gráfico empleo cultural. En Porcentaje del total del empleo total



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos CULTURABase.

En la gráfica se observa un incremento gradual desde 2012 hasta 2018, seguido de una ligera disminución en 2022. Esto, entre otros factores, podría estar haciendo referencia a variaciones en la inversión o en las políticas culturales, así como en la economía en general ya que afecta al sector cultural.

4.2 Empresas y volumen de negocio.

Tabla 4. Empresas culturales según la actividad económica.

	2006	2010	2014	2018	2022
Actividades de bibliotecas, archivos y Museos	2.976 (4,7%)	3.383 (3,3%)	4.980 (4,6%)	4.372 (3,6%)	5.025 (3,8%)
Edición de libros, periódicos y otras act, editoriales	7.874 (12,5%)	8.870 (8,6%)	8.152 (7,6%)	7.651 (6,2%)	6.960 (5,2)
Actividades de cine, de video, radio y TV	6.367 (10,1%)	9.798 (9,5%)	8.952 (8,3%)	9.417 (7,7%)	10.755 (8,1%)
Actividades de diseño, creación, traducción, artísticas y espectáculos	25.953 (25,2%)	29.143 (28,3%)	27.880 (25,8%)	39.313 (32%)	50.232 (37,3%)
Artes gráficas, grabación, reproducción de soportes, edición musical, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido	15.827 (15,3%)	16.479 (16%)	14.331 (13,3%)	14.156 (11,5%)	12.533 (9,4%)

Fuente: elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2006-2024 del MECD.

Haciendo referencia a la tabla 4 y analizando todas las variables culturales se extraen las siguientes tendencias:

En primer lugar, la cantidad de empresas en el sector de las actividades de bibliotecas, archivos y museos ha mostrado un aumento progresivo desde 2006, comenzando con 2,976 empresas y alcanzando 5,025 en 2022. Sin embargo, el porcentaje respecto al total ha fluctuado,

alcanzando su punto más bajo en 2018 con un 3,6% y recuperándose ligeramente hasta el 3,8% en 2022.

En la edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales, como ya se ha mencionado anteriormente, es muy notable el impacto de la digitalización y los cambios en la industria editorial, pues este sector ha experimentado una disminución general tanto en número como en porcentaje.

Las actividades de cine, video, radio y TV han tenido una trayectoria más volátil, con un notable aumento en 2010 con 9.798 empresas culturales y un ligero descenso posterior. A pesar de estas fluctuaciones, termina con un aumento en 2022 a 10.755 empresas, posiblemente impulsado por el auge del streaming y la producción digital.

Por lo que respecta a las actividades de diseño, creación, traducción artísticas y espectáculos, son las que han presentado un crecimiento más impresionante, iniciando con 25.953 empresas en 2006 y llegando a duplicar esta cifra a 50.232 en 2022.

Por último, las artes gráficas grabación, reproducción de soportes, edición musical, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido muestran una tendencia descendente en el periodo analizado, empezando con 15.827 empresas en 2006 y reduciéndose a 12.533 en 2022. Esta tendencia podría reflejar cambios tecnológicos que reducen la necesidad de ciertas formas tradicionales de producción de medios, como pueden ser DVD'S, reproductores de video, etc.

Tabla 5. Empresas culturales por CCAA.

	2006	2010	2014	2018	2022
Andalucía	7.325 (11,6%)	8.631 (11,1%)	9.064 (10,9%)	11.790 (11,7%)	14.692 (12,7%)
Aragón	1.311 (2,1%)	1.781 (2,3%)	1.953 (2,3%)	2.429 (2,4%)	2.744 (2,4%)
Asturias	1.111 (1,8%)	1.406 (1,8%)	1.522 (1,8%)	1.904 (1,9%)	2.127 (1,8%)
Baleares	1.678 (2,7%)	2.025 (2,6%)	2.111 (2,5%)	2.835 (2,8%)	3.319 (2,9%)
Canarias	2.324 (3,7%)	2.768 (3,6%)	3.019 (3,6%)	4180 (4,1%)	5.297 (4,6%)
Castilla y León	2.650 (4,2)	3.034 (3,9%)	3.286 (3,9%)	3.811 (3,8%)	4.213 (3,6%)
Castilla la Mancha	1.713 (2,7%)	1.899 (2,4%)	2.021 (2,4%)	2.417 (2,4%)	2.722 (2,4%)
Cataluña	13.024 (20,7%)	17.043 (22,0%)	18.341 (22,0%)	21.684 (21,5%)	24.098 (20,8%)
Comunidad Valenciana	5.759 (9,1%)	6.899 (8,9%)	7.442 (8,9%)	9410 (9,3%)	11.416 (9,9%)
Galicia	2.925 (4,6%)	3.668 (4,7%)	4.111 (4,9%)	5.216 (5,2%)	6.045 (5,2%)
Madrid	16.265 (25,8%)	19.649 (25,3%)	20.726 (24,9%)	24.052 (23,8%)	26.116 (22,6%)
Murcia	1.112 (1,8%)	1.385 (1,8%)	1.474 (1,8%)	1.941 (1,9%)	2.294 (2,0%)
Navarra	728 (1,2%)	912 (1,2%)	1.002 (1,2%)	1.313 (1,3%)	1.599 (1,4%)
País Vasco	3.125 (5,0%)	4.374 (5,6%)	4.851 (5,8%)	4.999 (5,0%)	5.541 (4,8%)
Cantabria, Extremadura, La Rioja, Ceuta y Melilla	1.954 (3,1%)	2.089 (2,7%)	2.334 (2,8%)	2.893 (2,9%)	3.338 (3,0%)
TOTAL	63.004	77.553	83.257	100.874	115.591

Fuente: elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2006-2024 del MECD.

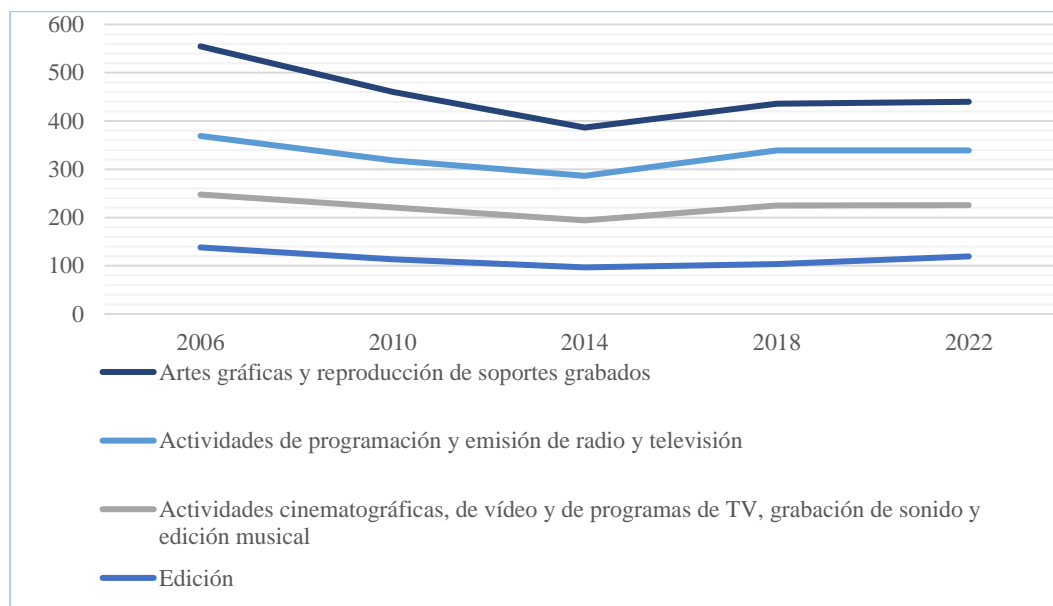
La tabla 5 nos muestra la evolución del número de empresas culturales en las distintas CCAA de España. Andalucía, Cataluña y Madrid son las comunidades con el mayor número absoluto de empresas culturales. Estas regiones muestran un crecimiento constante del número de empresas en todo el periodo analizado, aunque observando su porcentaje de crecimiento, estas muestran un descenso en estos a lo largo del tiempo, sugiriendo así una desaceleración en el crecimiento.

Comunidades como Navarra y Murcia, aunque muestran crecimiento, tienen un número mucho menor de empresas en comparación con otras.

Castilla y León y País Vasco tienen una tendencia más moderada de aumento y, en el caso del País Vasco, incluso un descenso en el porcentaje hacia 2022 lo podría indicar cambios en ese sector cultural.

Al margen de la clasificación por CCAA, a nivel general, se puede observar que ha habido un incremento aproximado de treinta mil empresas culturales en los últimos diez años.

Ilustración 4. Gráfica. Índice del volumen de negocio en empresas con determinadas actividades económicas vinculadas a la economía.



Fuente: elaboración propia a partir de la base de datos CULTURABase.

Este gráfico, nos aporta información relevante sobre las diferencias existentes entre los sectores culturales. Por ejemplo, los sectores de edición y artes gráficas manifiestan una tendencia de recuperación o estabilización después de fuertes caídas, probablemente debido a la adaptación y cambios en el comportamiento del consumidor. Por otro lado, los sectores relacionados con la música y lo audiovisual, experimentan más fluctuaciones, posiblemente influenciados por la competencia de nuevas plataformas digitales y los rápidos cambios tecnológicos.

4.3 Análisis del PIB y el VAB en el sector cultural.

Para cumplir los objetivos del trabajo es importante analizar magnitudes como el PIB y el VAB ya que ambas son magnitudes que representan la riqueza generada en la economía y permite la comparación de los resultados a nivel nacional y por sectores.

La siguiente tabla, proporciona la aportación de las actividades culturales al PIB por sectores expresada tanto en valor absoluto en millones de euros como en porcentaje sobre el PIB total.

Tabla 6. Aportación de las actividades culturales al PIB por sectores.

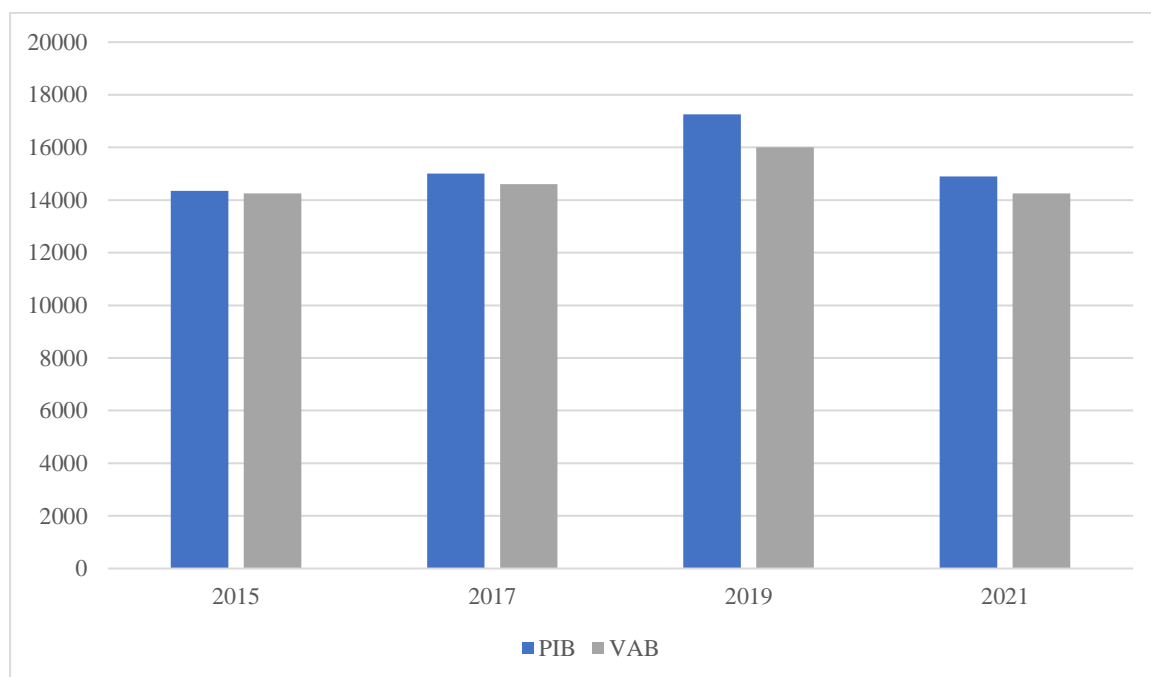
VALOR ABSOLUTO EN MILLONES DE EUROS Y PORCENTAJE SOBRE EL PIB TOTAL.	2010	2014	2018	2021
PATRIMONIO, ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS.	2.013 (0,19%)	2.208 (0,21%)	2.476 (0,21%)	1.701 (0,14%)
LIBROS Y PRENSA	11.359 (1,09%)	8.718 (0,84%)	7.243 (0,60%)	7.014 (0,57%)
ARTES PLÁSTICAS.	4.184 (0,4%)	3.340 (0,32%)	6.127 (0,51%)	5.839 (0,48%)
ARTES ESCÉNICAS.	2.411 (0,23%)	2.051 (0,20%)	3.148 (0,26%)	1.819 (0,15%)
AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA	7.716 (0,74%)	7.282 (0,70%)	8.245 (0,69%)	8.619 (0,71%)
INTERDISCIPLINAR	1.764 (0,17%)	1.755 (0,17%)	2.443 (0,20)	2.206 (0,18%)
TOTAL	29.446 (2,8%)	25.354 (2,4%)	29.681 (2,5%)	27.201 (2,2%)

Fuente: elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2006-2024 del MECD. Cuenta Satélite en España.

Analizando los porcentajes de esta tabla, se aprecia que, en todo el periodo estudiado, las actividades culturales se encuentran por encima del 2% lo que supone un gran porcentaje del total del PIB tratándose únicamente de actividades relacionadas con el sector cultural.

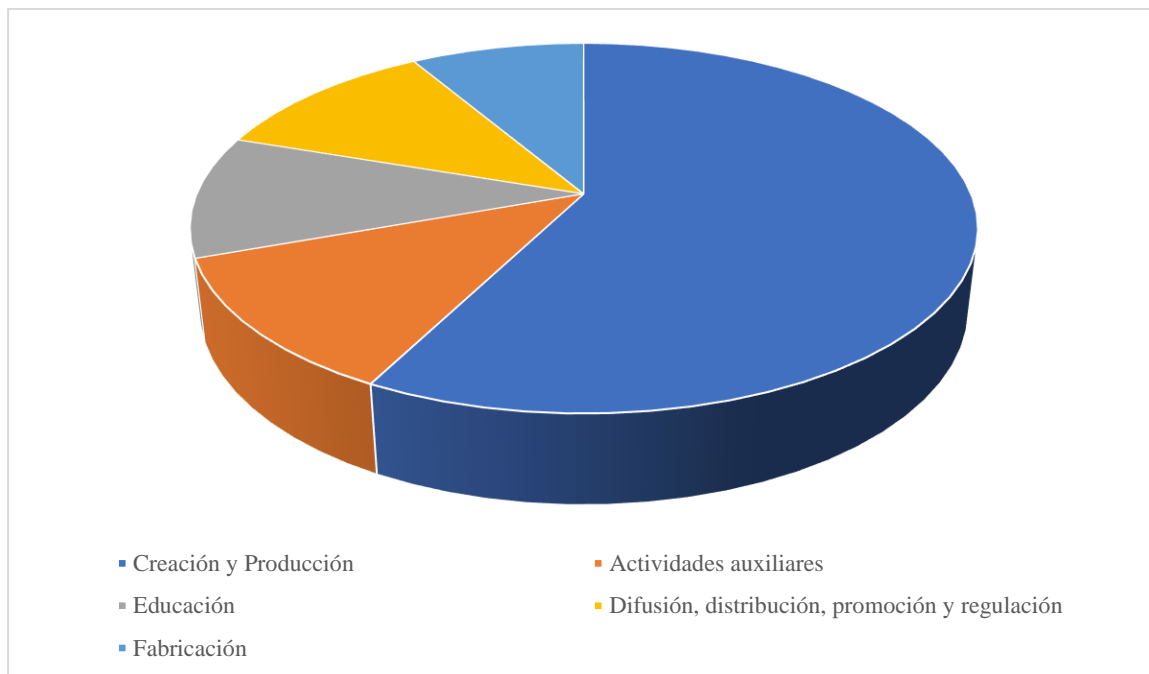
En primer lugar, patrimonio, archivos, y bibliotecas experimenta un crecimiento moderado con el paso del tiempo, aunque en el 2021 refleja un descenso del 0,07%. Por el contrario, libros y prensa año tras año ha ido disminuyendo, llegando a alcanzar el 0,57% en 2021 desde el 1,09% del que partió en 2010. Las artes plásticas y escénicas sufren una tendencia irregular, mostrando índices de recuperación en el año 2018 aunque en 2021, ambos vuelven a presentar datos de descenso. Audiovisual y multimedia también sufre ciertas desigualdades en el periodo de años analizado y, por último, la modalidad interdisciplinar es bastante constante en el tiempo con un cierto declive en los últimos años.

Ilustración 5. Evolución del VAB y del PIB Creación y Producción (valores absolutos en millones de euros).



Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Cultura y Deporte. Cuenta Satélite de la Cultura en España.

Ilustración 6. Aportación de las actividades culturales al PIB por fases (2015-2021, en porcentaje del PIB cultural).



Fuente: elaboración propia a partir de la Cuenta Satélite de la Cultura en España.

Estudiando las ilustraciones 5 y 6, se pueden sacar diversas conclusiones. A primera vista, se observa el Valor Agregado Bruto va siempre por detrás del Producto Interior Bruto. Destaca, además, dentro de la clasificación de las actividades culturales en la cadena de producción, el peso significativo que obtiene la fase de Creación y Producción con un 57,6% del total del PIB cultural. Seguido por las Actividades Auxiliares con un 11,9%, incluyen actividades que no producen directamente bienes y servicios culturales, pero sí tienen cierta implicación cultural o facilidad del uso y disfrute de la cultura.

Por su parte, las actividades educativas vinculadas a la cultura suponen un 10,7%. La fase de fabricación un 8,5% y la Difusión, distribución y regulación un 11,3%.

La evolución del PIB entre los años 2015-2021, muestra unas tasas medias interanuales crecientes en las fases de Creación y Producción (0,4%), Educación (1,7%), y en Actividades Auxiliares (1,2%) (Cultura, 2023)

5. Conclusiones y discusión

Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en España han mostrado su relevancia como un motor no solo de desarrollo económico, sino también de cohesión social e identidad cultural en todas las comunidades que se han estudiado y, por tanto, en todo el país. A lo largo del tiempo, las ICC se han adaptado a importantes cambios marcados por el avance de la digitalización, globalización y los nuevos patrones de consumo cultural. Es por ello por lo que ha conseguido consolidarse como uno de los sectores económicos capaz de aportar crecimiento y bienestar general al país. Estas industrias durante los grandes desafíos económicos, como la crisis financiera de 2008 o la reciente crisis del COVID-19, plantea serias dudas de su firmeza ya que es de las principales industrias en padecer las consecuencias. Aun así, estas, han demostrado una notable capacidad de recuperación y evolución en un contexto global cada vez más competitivo, además, el impacto transversal que tienen las ICC genera sinergias con otros sectores económicos, impulsando una economía sostenible.

Por otro lado, como consecuencia de las investigaciones realizadas, estas industrias potencian el atractivo turístico de España, posicionando al país como uno de los referentes europeos en creatividad, patrimonio y riqueza cultural.

Asimismo, el sector cultural se presenta como un sector con un potencial significativo para el futuro, especialmente en el contexto de la economía creativa global, pues el sector de la cultura está bien considerado desde las Naciones Unidas, ya que se encuentra presente en varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Las proyecciones para su crecimiento dependen en gran medida de la capacidad del sector en para integrarse de una manera plena en los cambios diarios que se producen tecnológicamente, entre otros. Con respecto a esto, el respaldo institucional y la promulgación de políticas públicas juegan un pape crucial, facilitando la financiación, incentivando la innovación y promoviendo un entorno que valore la creatividad y la producción cultural.

En conclusión, este trabajo de investigación junto con el objetivo del mismo ha conseguido poder confirmar que las ICC en España, con un enfoque estratégico y un compromiso hacia la innovación, pueden seguir ascendiendo socialmente y, sobre todo, ser aún más, un pilar fundamental en las economías mundiales.

Bibliografía

Aguilar Losada, E. (2014). Las Industrias Culturales y Creativas en España. *Accenture Working Papers*, 3-21.

Argüelles Gomez, I. (2021). Japón: Promoción cultural japonesa para el desarrollo económico. *Revista Mundo Asia Pacífico*, 10(19).

Boal San Miguel, I. (2021). *Cultura, Creatividad y Disparidades Territoriales: Nuevas Perspectivas de Análisis*. Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/47469/Tesis1823-210716.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bonilla Arjona, J., Maroto Illera, R., & Cabrerizo Sanz, C. (Mayo de 2012). Las Industrias Culturales y Creativas- Un sector clave de la nueva economía. *Fundación Ideas Nuevas*, pág. 23.

Bonilla Arjona, J., Maroto Illera, R., & Cabrerizo Sanz, C. (Mayo de 2012). Las Industrias Culturales y Creativas-Un sector clave de la nueva economía. *Fundación Ideas*, págs. 21-22.

Castro-Higueras, A., & de Aguilera Moyano, M. (2016). EL INDICE DE POTENCIALIDAD DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS. *The Cultural and Creative Industry Potential Index*, 138-140.
doi:<http://dx.doi.org/10.14201/fjc201613129146>

Cultura y creatividad. (s.f.). *Competencias de la Unión Europea en el ámbito de la cultura*. Obtenido de Cultura y Creatividad: <https://culture.ec.europa.eu/es/politicas/eu-competences-in-the-field-of-culture?ettrans=es>

Cultura, M. d. (Ed.). (2023). Secretaria General Técnica Subdirección General de Atención al Ciudadano, Documentación y Publicaciones. *Cuenta Satélite de la Cultura en España*

Avance de Resultados 2019. Obtenido de <https://www.cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/csc.html>

Empleo cultural. (2023). *Anuario Estadísticas Culturales 2023*, págs. 62-70.

Empresas Culturales. (2018). *Anuario de Estadísticas Culturales 2018*, págs. 67-87.

Hermosín Perez del Río, A. (junio de 2021). La industria Cultural en España: Análisis y

Evolución. Sevilla. Obtenido de

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/127591/HERMOSIN_PEREZDELRIO_A%28161%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Herrero Prieto, L. C. (2011). *La contribución de la cultura y las artes al desarrollo*

económico regional. Madrid: Investigaciones Regionales. Obtenido de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28918214010>

Informe sobre la Economía Creativa 2008. (2008). *El desafío de evaluar la economía creativa:*

hacia la formulación de políticas públicas informadas, 55-77.

Lebrún Aspíllaga, A. (2014). INDUSTRIAS CULTURALES, CREATIVAS Y DE

CONTENIDOS. *UNIFÉ*, 19, 46-48. Obtenido de

https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias_Culturales__Creativas_y_de_Contentidos_-_Ana_María_Aspillaga.pdf

Master en Gestión Cultural . (2022). *El potencial de las industrias culturales y creativas*.

Obtenido de Master en Gestion Cultural: <https://mastergestioncultural.info/potencial-industrias-culturales-creativas/>

Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

(s.f.). Obtenido de www.unesco.org/es/articles

(2022). *Towards a new globalized creative economy*. Obtenido de

https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf

Turismo responsable, sostenible y accesible. (s.f.). Obtenido de ONU Turismo:

<https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>

Murciano, M., Agudiez Calvo, M. D. P., & González Saavedra, C. A. (2018). Las industrias culturales y creativas en las comunidades autónomas españolas. Los casos de Castilla-La Mancha, Castilla y León y la Comunidad de Madrid. XIX Foro de la Comunicación: La gestión de contenidos, (19è).

Murciano, M., & González Saavedra, C. A. (2018). Las industrias culturales y creativas en las comunidades autónomas españolas.

Lazzeretti, L., Capone, F., & Seçilmiş, E. (2017). Las industrias creativas en la región del Mediterráneo. In *La economía de las actividades creativas: una perspectiva desde España y México* (pp. 535-564). Universidad de Alcalá.

UNCTAD (2010): Creative economy. Report 2010, UNDP-UNCTAD, Geneva-New York.

Admin. (2024, 24 enero). *El potencial de las industrias culturales y creativas*. Máster En Gestión Cultural. <https://mastergestioncultural.info/potencial-industrias-culturales-creativas/>