

MIRADAS

una lectura analítica de los datos de la estadística
2019-2021 de las Industrias Creativas



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

2019-2021 de las Industrias Creativas



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Vitoria-Gasteiz, 2023

Un registro bibliográfico de esta obra puede consultarse en el catálogo
de la red Bibliotekak del Gobierno Vasco: www.katalogoak.euskadi.eus/katalogobateratua

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

Internet: www.euskadi.eus

Edita:
Eusko Jaurlaritzaren 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:
SIADÉCO, S.COOP

Diseño y maquetación:
Miren Unzurrunzaga Schmitz

ISBN:
978-84-457-3732-3

1.	Introducción metodológica	5
1.1.	Ficha técnica	6
1.2.	Definiciones conceptuales	7
2.	Las cifras de las industrias creativas	8
2.1.	Dimensión sectorial	8
2.2.	Territorio	14
3.	Dimensión y sostenibilidad	20
3.1.	Dimensión industrial	20
3.2.	Sostenibilidad	23
4.	Asimetrías y perfiles de los sectores	24
4.1.	Asimetrías	24
4.2.	Perfiles de los agentes	27
5.	Internacionalización	46
6.	Género	47
6.1.	Presencia de mujeres	47
6.2.	Políticas de igualdad	50

1. Introducción metodológica

Este informe contiene una visión global de los resultados de la *Estadística de las Industrias Creativas 2021*. Es una operación bienal, que comparte objetivos y metodología con la *Estadística de Artes e Industrias Culturales*. Son dos herramientas que, sumadas, permiten conocer las características fundamentales del conjunto de las ICC de la CAE. .

En esta tercera edición de la serie, se analizan los datos proporcionados por 328 agentes de los sectores de la moda, el diseño, la arquitectura, las industrias de la lengua, la publicidad y los videojuegos correspondientes al año 2021.

El primer capítulo se dedica a presentar las grandes cifras de estos sectores: el mapa de agentes que conforman las Industrias Creativas de la CAE, los empleos que generan y dónde están localizados. Tras esta mirada panorámica se llevan a cabo análisis focalizados en su dimensión industrial y su sostenibilidad; en las asimetrías internas y sus perfiles sectoriales; en su internacionalización y, finalmente, en la perspectiva de género. Este último capítulo se ha reforzado en esta edición, incorporando preguntas relativas a las políticas de igualdad que se están aplicando en las empresas, además de las cuestiones relativas a la presencia de las mujeres en el empleo que se venían analizando anteriormente.

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
2022
Año de referencia de la información
2021
Empresa encargada de la realización del trabajo de campo
Siadeco
Censo y nivel de respuesta
<p>328 agentes (72 agentes de arquitectura, 50 de diseño, 57 de las industrias de la lengua, 30 de moda, 107 de publicidad, 12 de videojuegos). Nivel de respuesta total del 74,6 %.</p> <ul style="list-style-type: none">Nivel de respuesta de arquitectura: 72,2 %Nivel de respuesta de diseño: 88,0 %Nivel de respuesta de las industrias de la lengua: 89,5 %Nivel de respuesta de moda: 63,3 %Nivel de respuesta de publicidad: 85,2 %Nivel de respuesta de videojuegos: 91,7 %

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	<ul style="list-style-type: none">▪ Se excluyen las empresas constructoras.
Diseño	<ul style="list-style-type: none">▪ 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 de comercialización asociadas a la autoedición de sus diseños propios.
Industrias de la lengua	<ul style="list-style-type: none">▪ 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	<ul style="list-style-type: none">▪ Se incluyen solamente las empresas que realizan diseño propio.▪ Se excluyen las empresas cuya actividad esté totalmente vinculada a la fabricación.
Publicidad	<ul style="list-style-type: none">▪ Creación, diseño y realización de estrategias y acciones de comunicación publicitaria.
Videojuegos	<ul style="list-style-type: none">▪ No se incluye el comercio de videojuego.

2. Las cifras de las industrias creativas

2.1. Dimensión sectorial

Esta segunda edición de la *Estadística de las Industrias Creativas* reúne información sobre 328 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:

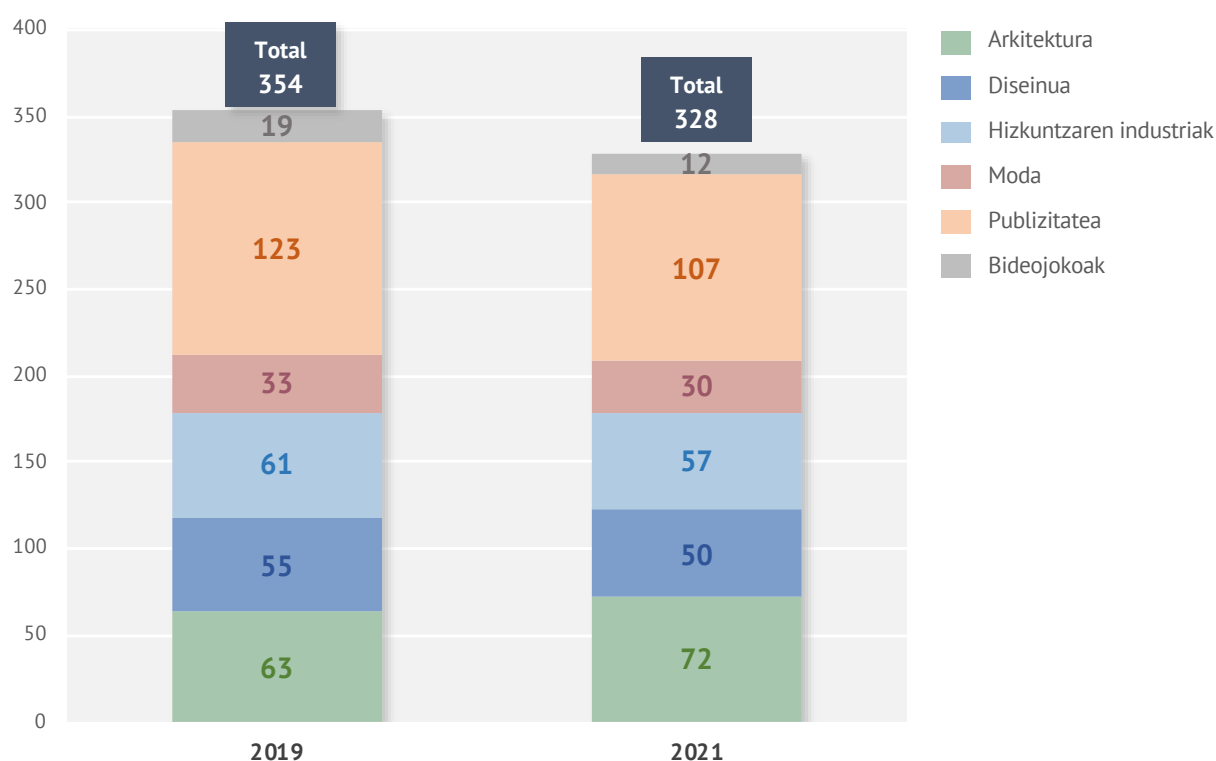
- El sector de la **arquitectura**, compuesto por 72 empresas.
- El sector del **diseño**, que reúne 50 agentes.
- Las **industrias de la lengua**, que suman 57 agentes.
- El sector de la **moda**, con 30 empresas.
- El sector de la **publicidad** lo integran 107 agentes entre los cuales encontramos: 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 12 agentes.

Como se puede observar en la siguiente figura, el sector de la publicidad es el que tiene un mayor peso de agentes (32,6%), seguido del sector de la arquitectura (22,0%) y las industrias de la lengua (17,4%), el diseño (15,2%), el sector de la moda (9,1%) y finalmente, el sector de los videojuegos (3,7%). Aunque el reparto de los distintos sectores mantiene la tónica de la edición precedente en términos generales, las variaciones más acusadas se dan en la arquitectura, único sector que ve aumentado su tejido, y los videojuegos, que sufren un descenso notable en un sector ya de por sí reducido.

En relación con 2019 se aprecia un descenso del 7,3% del número de agentes que han participado en la estadística, dinámica que se constató también en relación con el año

2017. Los motivos de esta disminución se deben a cuestiones de depuración del censo propias de las primeras ediciones de las estadísticas. En este sentido, el mapa actual refleja mejor la realidad de las Industrias Creativas, siempre teniendo en cuenta los requisitos que se plantean para formar parte en el estudio.

Figura 1. **Agentes por sector.** Absolutos. 2019-2021



En términos absolutos, el balance de ingresos y gastos de las Industrias Creativas resulta positivo, con 36,9 millones de euros, lo que supone un 11,4% de los ingresos. Analizándolos se observa que el 38,6% del total corresponden al sector de la publicidad. Otro sector que destaca por su volumen de ingresos son las industrias de la lengua, que representan el 20,0% del total de las Industrias Creativas. En relación con los gastos, la distribución por sectores es similar a los ingresos. Cabe señalar que, en términos de beneficios, despuntan la moda, con un balance positivo del 36,8% en relación con sus ingresos, seguida de los videojuegos y el diseño (10,9% y 10,1%, respectivamente).

Figura 2. Ingresos totales de los agentes por sector.

Millones de euros. 2019-2021

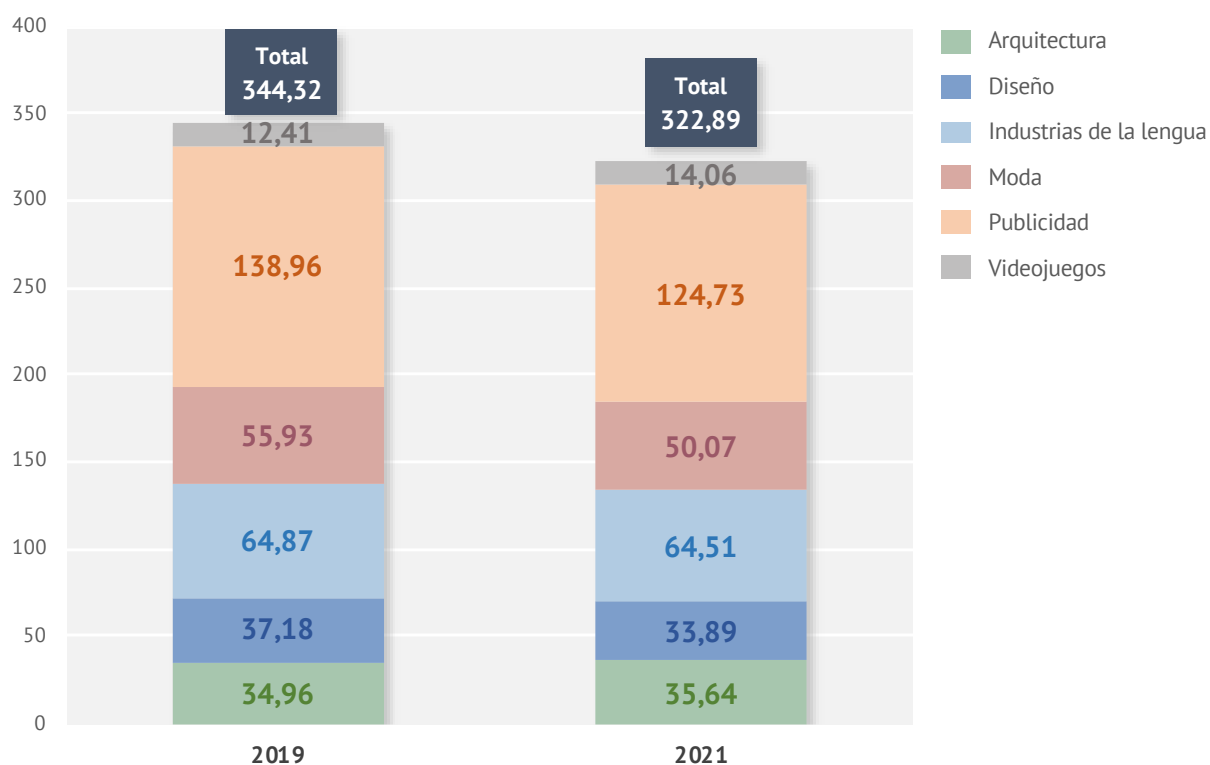


Figura 3. Gastos totales de los agentes por sector.

Millones de euros. 2019-2021

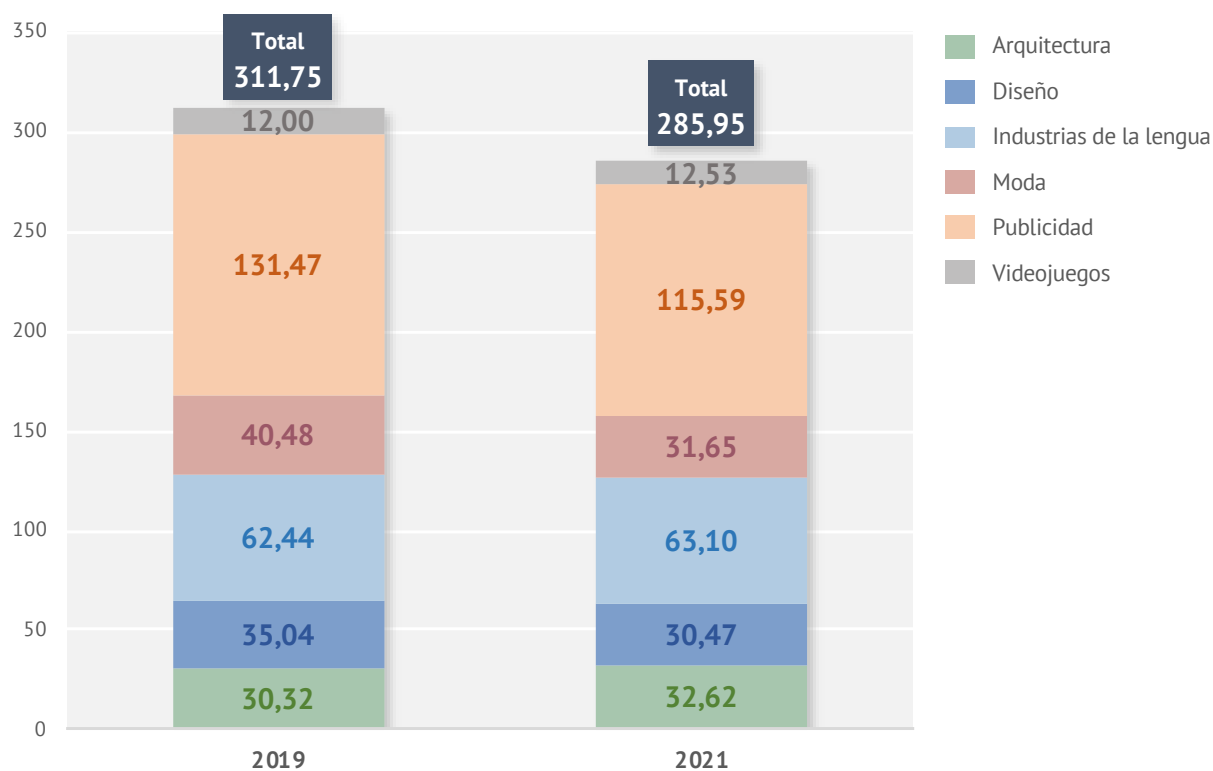


Figura 4. Ingresos, gastos y balance por sector y tipología de agente. 2019-2021

Año	Sector	Ingresos	Gastos	Balance	Porcentaje sobre el total de ingresos
		Miles de Euros	Miles de Euros	Miles de Euros	%
2019	Arquitectura	34.963,0	30.324,6	4.638,4	13,3%
	Diseño	37.178,6	35.036,2	2.142,4	5,8%
	Industrias de la lengua	64.872,5	62.444,7	2.427,9	3,7%
	Moda	55.932,5	40.478,3	15.454,2	27,6%
	Publicidad	138.961,8	131.468,2	7.493,6	5,4%
	Videojuegos	12.411,5	12.000,5	411,0	3,3%
Total		344.320,0	311.752,5	32.567,4	9,5%
2021	Arquitectura	35.636,9	32.620,9	3.016,0	8,5%
	Diseño	33.887,0	30.467,1	3.419,9	10,1%
	Industrias de la lengua	64.507,1	63.096,1	1.411,0	2,2%
	Moda	50.073,5	31.649,0	18.424,5	36,8%
	Publicidad	124.725,3	115.590,1	9.135,2	7,3%
	Videojuegos	14.061,9	12.529,5	1.532,4	10,9%
Total		322.891,7	285.952,7	36.939,0	11,4%

Las Industrias Creativas de la CAE ocupan a 3.845,1 personas. El 68% del peso del empleo se distribuye en el sector de la publicidad (38,7%) y de las industrias de la lengua (29,3%). El sector que acumula menor empleo en términos absolutos es el de videojuegos (5,2%). En cualquier caso, el análisis de empleos por empresa ayuda a matizar la mirada sobre el tamaño del tejido de cada sector. Así, se advierte un primer nivel, formado por las industrias de la lengua y los videojuegos que alcanzan una media de 19,7-16,7 empleos por empresa; un segundo nivel formado por la publicidad y la moda, con 13,9 y 10,7 empleos por empresa, respectivamente; y un tercero, en el que se sitúan el diseño y la arquitectura, con una media de en torno a 5-6 personas trabajadoras por empresa.

Figura 5. Personas trabajadoras totales de los agentes por sector (empleo propio). Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. Absolutos. 2019-2021

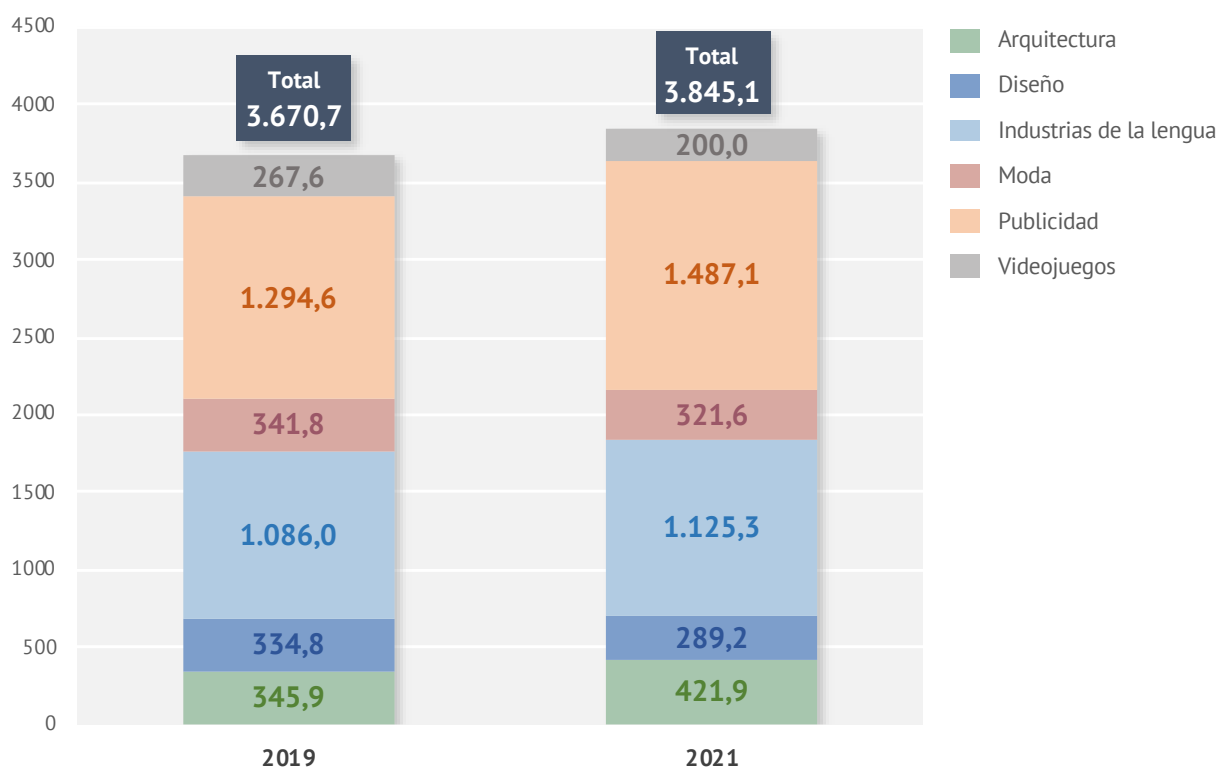


Figura 6. Personas trabajadoras totales de los agentes por sector (empleo propio). Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2019-2021

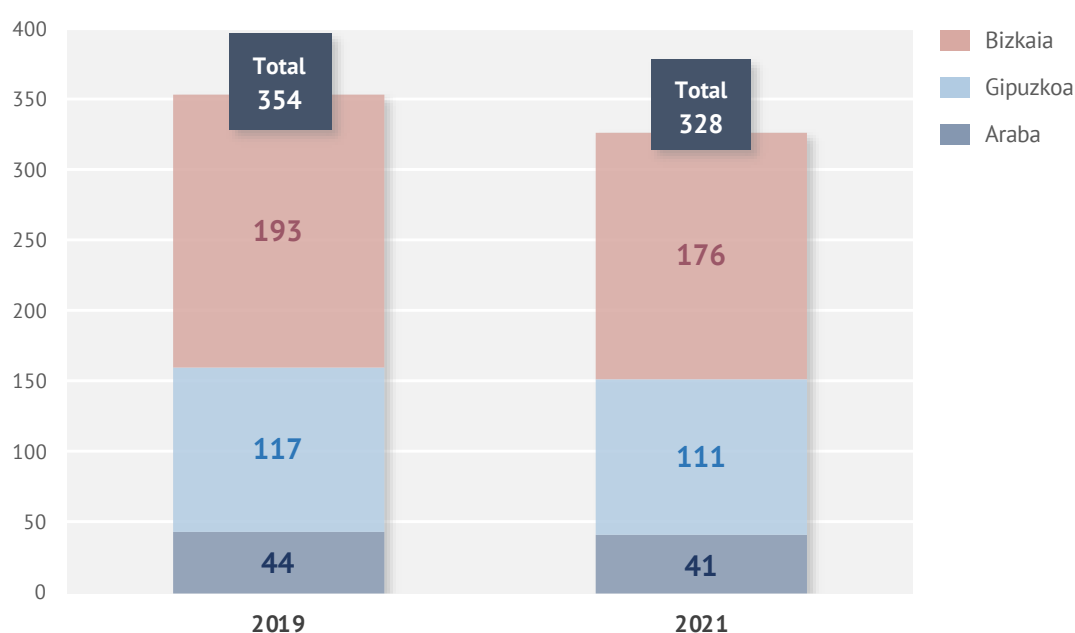
Año	Sector	Personas trabajadoras	Porcentaje sobre el total de personas trabajadoras
2019	Arquitectura	345,9	9,4%
	Diseño	334,8	9,1%
	Industrias de la lengua	1.086,0	29,5%
	Moda	341,7	9,3%
	Publicidad	1.294,6	35,2%
	Videojuegos	275,6	7,5%
Total		3.678,6	100,0%
2021	Arquitectura	421,9	11,0%
	Diseño	289,2	7,5%
	Industrias de la lengua	1.125,3	29,3%
	Moda	321,6	8,4%
	Publicidad	1.487,10	38,7%
	Videojuegos	200,0	5,2%
Total		3.845,1	100,0%

2.2. Territorio

La distribución territorial de las Industrias Creativas de la CAE configura un mapa en el que Bizkaia concentra el 53,7% de los agentes, Gipuzkoa al 33,8% y Araba al 12,5%.

Figura 7. Agentes por Territorio Histórico.

Absolutos. 2019-2021



La distribución por territorio de cada sector permite ver que, Bizkaia es el territorio predominante en la mayoría de sectores a excepción de las industrias de la lengua, con un ligero predominio de empresas radicadas en Gipuzkoa.

Figura 8. **Agentes por Territorio Histórico.** Porcentajes. 2019-2021

Año	Sector	Araba	Gipuzkoa	Bizkaia
2019	Arquitectura	19,0	23,8	57,1
	Diseño	9,1	32,7	58,2
	Industrias de la lengua	11,5	47,5	41,0
	Moda	3,0	27,3	69,7
	Publicidad	14,6	34,1	51,2
	Videojuegos	5,3	21,1	73,7
Total		12,4	33,1	54,5
2021	Arquitectura	18,1	29,2	52,8
	Diseño	8,0	30,0	62,0
	Industrias de la lengua	12,3	45,6	42,1
	Moda	6,7	30,0	63,3
	Publicidad	13,1	33,6	53,3
	Videojuegos	8,3	33,3	58,3
Total		12,5	33,8	53,7

En el caso de los ingresos, Bizkaia concentra el 57,1% del total de la CAE, Gipuzkoa el 34,4% en Gipuzkoa y el 8,5% en Araba. Respecto al empleo, la proporción es del 61% en Bizkaia, el 30% en Gipuzkoa y el 9,3% en Araba.

Figura 9. Ingresos totales por Territorio Histórico.

Millones de euros. 2019-2021

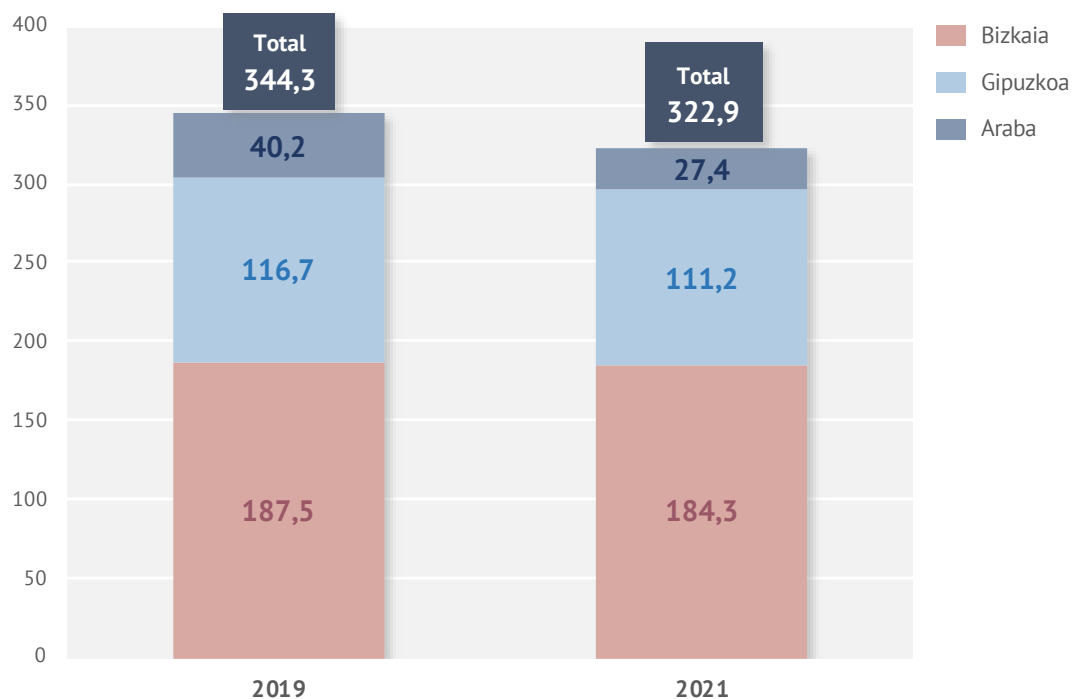


Figura 10. Ingresos por Territorio Histórico.

Absolutos (en miles de euros) y porcentajes. 2019-2021

Año	Sector	Araba		Gipuzkoa		Bizkaia		Total	
		Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
2019	Arquitectura	2.949,6	8,4	6.107,5	17,5	25.906,0	74,1	34.963,0	100,0
	Diseño	1.489,9	4,0	19.004,8	51,1	16.683,9	44,9	37.178,6	100,0
	Industrias de la lengua	5.621,6	8,7	26.583,9	41,0	32.667,0	50,4	64.872,5	100,0
	Moda	3.468,6	6,2	27.079,4	48,4	25.384,6	45,4	55.932,5	100,0
	Publicidad	14.766,4	10,6	38.844,3	28,0	85.351,0	61,4	138.961,8	100,0
	Videojuegos	139,9	1,1	2.628,0	21,2	9.643,6	77,7	12.411,5	100,0
Total		28.436,0	8,3%	120.247,9	34,9%	195.636,1	56,8%	344.320,0	100,0
2021	Arquitectura	3.072,1	8,6%	8.385,2	23,5%	24.179,6	67,8%	35.636,9	100,0
	Diseño	1.302,7	3,8%	18.081,4	53,4%	14.503,0	42,8%	33.887,0	100,0
	Industrias de la lengua	5.871,0	9,1%	26.002,9	40,3%	32.633,1	50,6%	64.507,1	100,0
	Moda	4.362,8	8,7%	27.324,8	54,6%	18.385,9	36,7%	50.073,5	100,0
	Publicidad	12.632,6	10,1%	27.883,5	22,4%	84.209,1	67,5%	124.725,3	100,0
	Videojuegos	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		27.398,2	8,5%	111.160,6	34,4%	184.332,8	57,1%	322.891,6	100,0

Nota: no se presentan resultados detallados del sector de los Videojuegos por razones de protección de datos.

Los sectores que ocupan a un mayor volumen de personas trabajadoras son la publicidad (1.487,1 en términos absolutos) y las industrias de la lengua (1.125,3 en términos absolutos). A destacar el peso del diseño en Gipuzkoa, con el 54,9% del empleo de la CAE, así como el de la arquitectura en territorio alavés, con el 16,4% del total de la CAE.

Figura 11. Personas trabajadoras (equivalentes a jornada completa anualizadas) por territorio histórico.

Absolutos. 2019-2021

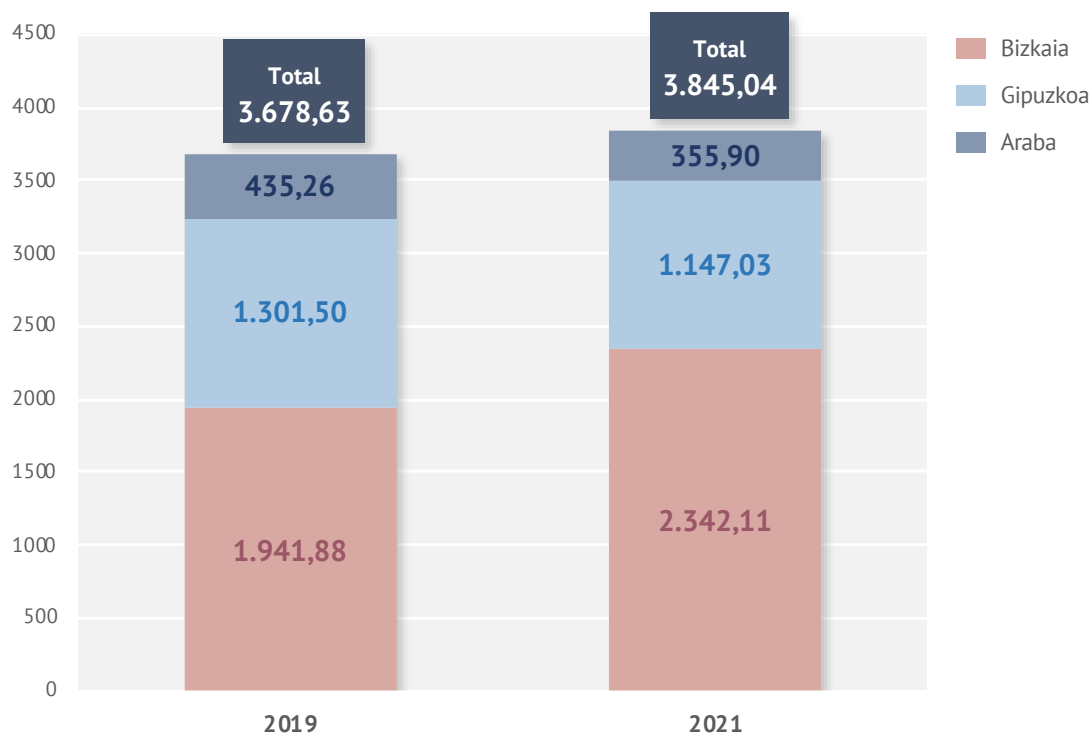


Figura 12. Empleo por Territorio Histórico.

Absolutos y porcentajes. 2019-2021

Año	Sector	Araba		Gipuzkoa		Bizkaia		Total	
		Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
2019	Arquitectura	56,0	16,2	85,0	24,6	204,9	59,2	345,9	100,0
	Diseño	18,3	5,5	189,0	56,5	127,5	38,1	334,8	100,0
	Industrias de la lengua	99,0	9,1	424,1	39,1	562,8	51,8	1.086,0	100,0
	Moda	20,2	5,9	131,0	38,3	190,6	55,8	341,7	100,0
	Publicidad	157,6	12,2	321,2	24,8	815,8	63,0	1.294,6	100,0
	Videojuegos	3,0	1,1	71,6	26,0	201,0	72,9	275,6	100,0
Total		354,1	9,6	1.222,0	33,2	2.102,6	57,2	3.678,6	100,0
2021	Arquitectura	69,2	16,4	124,5	29,5	228,2	54,1	421,9	100,0
	Diseño	15,0	5,2	158,8	54,9	115,3	39,9	289,2	100,0
	Industrias de la lengua	104,0	9,2	419,5	37,3	601,8	53,5	1.125,3	100,0
	Moda	32,0	9,9	139,9	43,5	149,7	46,6	321,6	100,0
	Publicidad	133,7	9,0	244,4	16,4	1.109,0	74,6	1.487,1	100,0
	Videojuegos*	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		355,9	9,3	1.147,0	29,8	2.342,1	60,9	3.845,0	100,0

Nota: no se presentan resultados detallados del sector de los Videojuegos por razones de protección de datos.

3. Dimensión y sostenibilidad

Las siguientes cifras permiten analizar las Industrias Creativas desde otros puntos de vista: en primer lugar, la dimensión industrial del sector en cuanto a su volumen de negocio y el empleo que se genera; y, en segundo lugar, su sostenibilidad económica, analizando sus beneficios.

3.1. Dimensión industrial

A continuación, se muestra la dimensión de los sectores desde la perspectiva 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 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, el videojuego, la publicidad y las industrias de la lengua por las medias de ingresos obtenidos: la moda con 1,6 millones de euros de media y los videojuegos, la publicidad y las industrias de la lengua con 1,1 millones de media, superando la media del total de las Industrias Creativas.

Respecto al año 2019, es significativo el crecimiento de ingresos que se ha producido en el sector del videojuego.

Figura 13. **Dimensión Industrial.** 2019-2020

Año	Tipología	Nº de agentes	Ingresos	
			Frec.	Media
			(miles €)	(miles €)
2019	Arquitectura	63	34.963,00 €	555,00 €
	Diseño	55	37.178,60 €	676,00 €
	Industrias de la lengua	61	64.872,50 €	1.063,50 €
	Moda	33	55.932,50 €	1.694,90 €
	Publicidad	123	138.961,80 €	1.129,80 €
	Videojuegos	19	12.411,50 €	653,20 €
Total		354	344.319,90 €	972,70 €
2021	Arquitectura	72	35.636,87 €	494,96 €
	Diseño	50	33.887,02 €	677,74 €
	Industrias de la lengua	57	64.507,07 €	1.131,70 €
	Moda	30	50.073,51 €	1.669,12 €
	Publicidad	107	124.725,25 €	1.165,66 €
	Videojuegos	12	14.061,89 €	1.171,82 €
Total		328	322.891,62 €	984,43 €

Respecto al empleo, siguen destacando los mismos sectores (industrias de la lengua y publicidad) y las diferencias en referencia al número total de personas empleadas ha aumentado. 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 videojuegos, diseño y moda respectivamente. En relación con el gasto medio por trabajador, destacan por encima de la media las industrias de la lengua y el diseño.

Figura 14. Coste del empleo. 2019-2021

Año	Tipología	Nº de personas trabajadoras	Gastos de personal	
			Frec.	Gastos/Personas trabajadoras (miles €)
			(miles €)	
2019	Arquitectura	345,9	11.044,80 €	31,90 €
	Diseño	334,8	11.934,40 €	35,60 €
	Industrias de la lengua	1.086,00	39.727,00 €	36,60 €
	Moda	341,7	9.725,90 €	28,50 €
	Publicidad	1.294,60	51.712,50 €	39,90 €
	Videojuegos	267,6	8.016,30 €	30,00 €
Total		3.670,60	132.160,80 €	36,00 €
2021	Arquitectura	421,9	13.621,45 €	32,29 €
	Diseño	289,2	11.231,46 €	38,84 €
	Industrias de la lengua	1.125,30	42.274,48 €	37,57 €
	Moda	321,62	9.493,50 €	29,52 €
	Publicidad	1.487,10	51.187,72 €	34,42 €
	Videojuegos	200	6.953,46 €	34,77 €
Total		3.845,12	134.762,06 €	35,05 €

3.2. Sostenibilidad

La relación entre ingresos y gastos ofrece una mirada a la sostenibilidad de las Industrias Creativas, a partir del cálculo del porcentaje que suponen los beneficios en relación con la totalidad de ingresos de cada sector. En este sentido, el sector de la moda obtiene la mayor rentabilidad (36,79%), y las industrias de la lengua las que menos (2,19%).

Figura 15. Sostenibilidad empresarial. 2019-2021

Año	Tipología	Beneficios	Ingresos	
			Frec.	% beneficios sobre ingresos
			(miles €)	
2019	Arquitectura	4.638,40 €	34.963,00 €	13,30%
	Diseño	2.142,40 €	37.178,60 €	5,80%
	Industrias de la lengua	2.427,90 €	64.872,50 €	3,70%
	Moda	15.454,20 €	55.932,50 €	27,60%
	Publicidad	7.493,60 €	138.961,80 €	5,40%
	Videojuegos	411 €	12.411,50 €	3,30%
Total		32.567,40 €	344.320,00 €	9,50%
2021	Arquitectura	3.015,92 €	35.636,87 €	8,46%
	Diseño	3.419,93 €	33.887,02 €	10,09%
	Industrias de la lengua	1.410,96 €	64.507,07 €	2,19%
	Moda	18.424,48 €	50.073,51 €	36,79%
	Publicidad	9.135,20 €	124.725,25 €	7,32%
	Videojuegos	1.532,41 €	14.061,89 €	10,90%
Total		36.938,89 €	322.891,62 €	11,44%

4. Asimetrías y perfiles de los sectores

4.1. Asimetrías

Para la observación de asimetrías internas en el sector, con el objetivo de obtener una mirada más detallada a cada realidad, se aplica la regla del 80-20 permitiendo que afloren las asimetrías existentes.

En este sentido se trata de analizar el efecto que tiene el 20% de los agentes con mayores ingresos en el conjunto de cada sector (cuántos ingresos generan en porcentaje del total). De esta manera se obtiene una doble mirada: el retrato de los agentes con mayores ingresos y, al mismo tiempo, el volumen de negocio y de empleo que corresponde a la mayoría de los agentes de cada sector.

En relación con el empleo, la mayoría de los sectores se ajustan en gran medida a la asimetría del 80-20, de manera que cuatro de los seis sectores cuentan con un 20% de los agentes que generan entre el 70% y el 80% de los ingresos. La excepción son los sectores del videojuego y la arquitectura, donde el 20% genera un 46% y un 56% respectivamente.

Respecto al empleo, la diversidad de situaciones es ligeramente mayor, aunque se mantienen con asimetrías menores el videojuego y la arquitectura. Solo en las industrias de la lengua un 20% genera más del 80% de empleo, con un bloque intermedio de sectores en que estos generan entre un 57% y un 72% y videojuegos y arquitectura que se sitúan respectivamente con un 34% y un 41%.

En conclusión, aunque en algunos casos las asimetrías son menos acusadas, existen en diversos grados en todos los sectores, y en videojuegos y arquitectura son en general mucho más leves.

Figura 16. Ranking de tipología de agentes por grado de concentración de ingresos del 20 % de los agentes con mayores ingresos. Porcentaje. 2017-2019

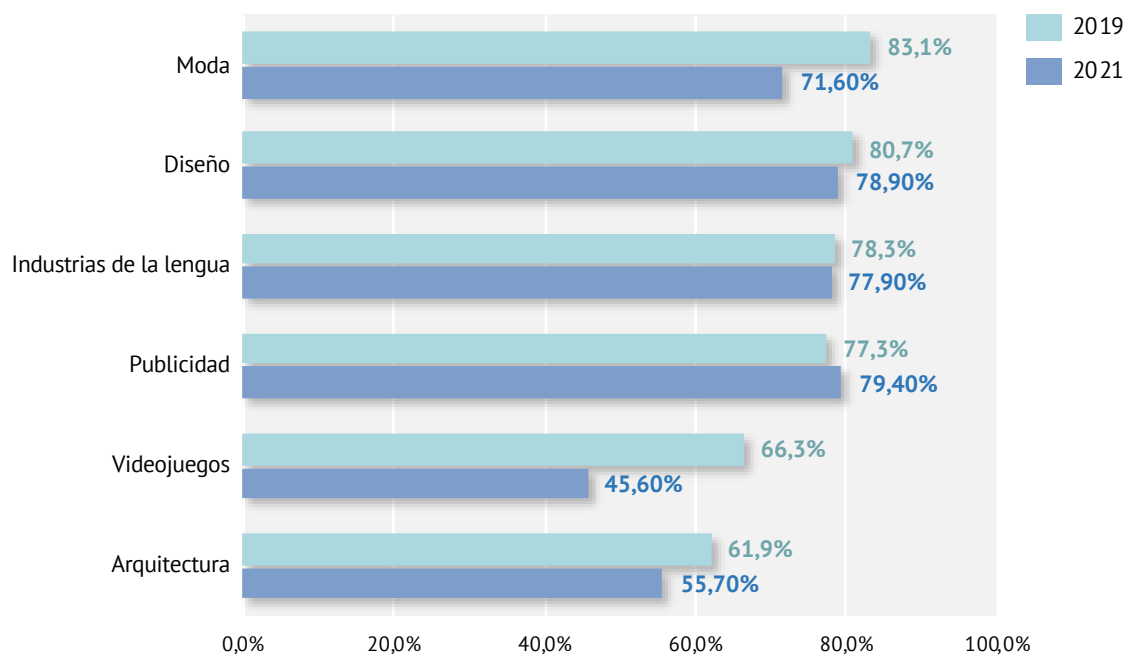
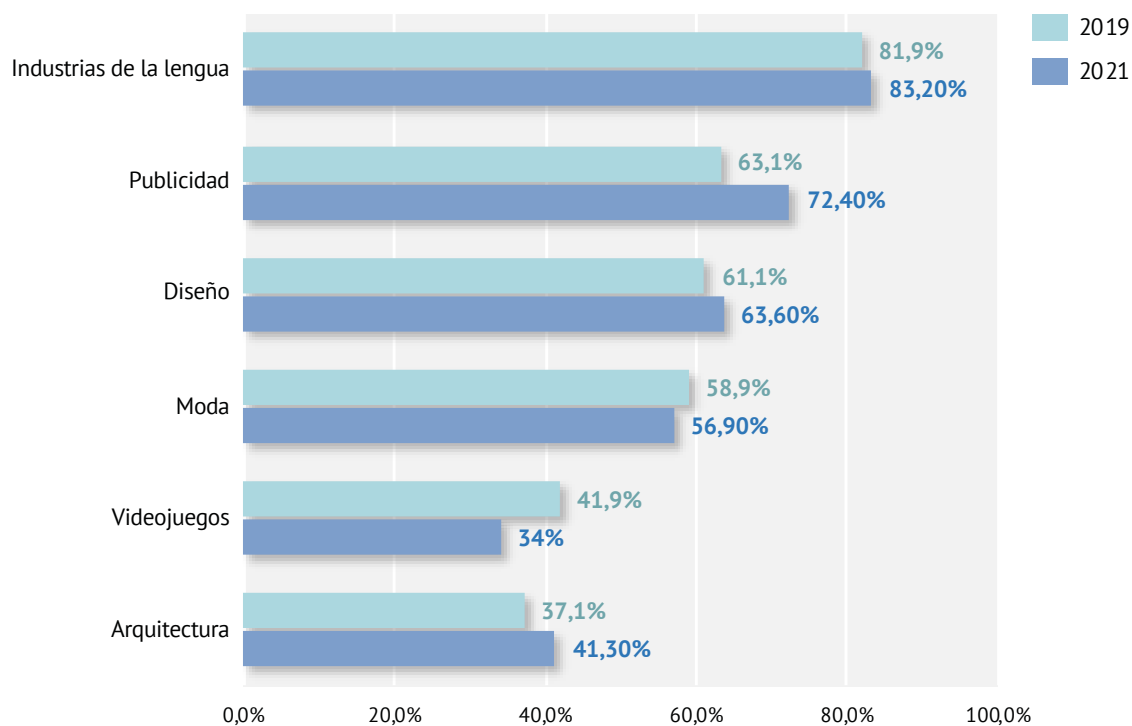


Figura 17. Ranking de tipología de agentes por grado de concentración del empleo del 20% de los agentes con mayores ingresos. Porcentaje. 2017-2019



4.2. Perfiles de los agentes

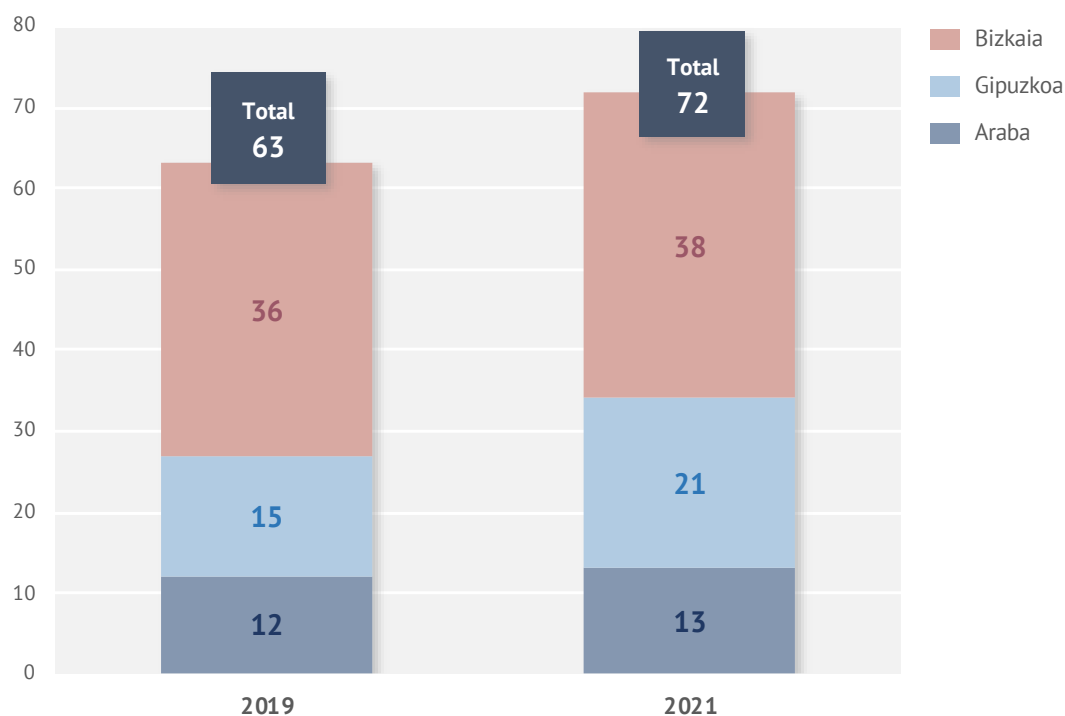
En este apartado se clasifican los agentes por intervalos de nivel de ingresos y personas trabajadoras, mostrando en primer lugar la distribución territorial de los agentes. El análisis se realiza sector a sector.

4.2.1. Arquitectura

El sector de la arquitectura está formado por 72 empresas. Bizkaia es el territorio histórico donde se localizan más empresas (52,7%), seguida de Gipuzkoa (29,2%) y de Araba (18,1%). Si se analiza la ratio de agentes por 100.000 habitantes, las diferencias se equilibran y, de hecho, Araba ocupa en primera posición con 3,95 empresas de arquitectura por 100.000 habitantes, seguida de Bizkaia con un 3,32 y de Gipuzkoa con un 2,92.

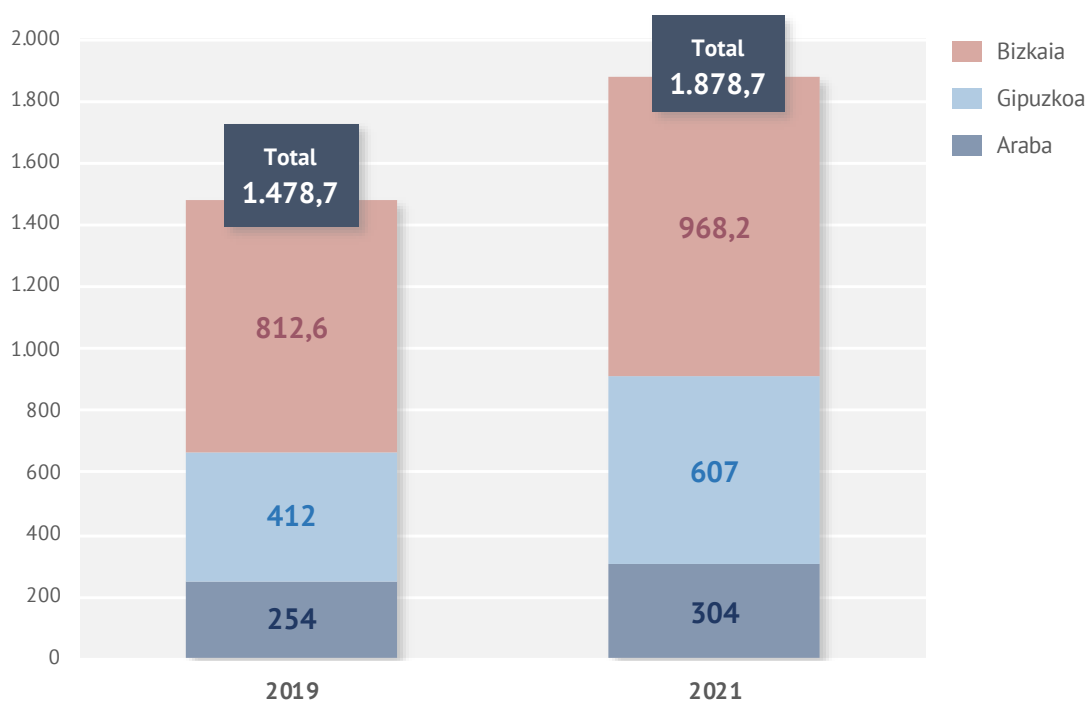
Figura 18. Empresas de arquitectura por Territorio Histórico.

2019-2020



En concepto de actividad, la estructura territorial sigue el mismo patrón que la distribución del número de agentes, con Bizkaia con un porcentaje ligeramente superior al 50%, seguida de Gipuzkoa (32,3%) y, finalmente, Araba (16,2%). Si se analiza la media de proyectos por agente de cada territorio, a diferencia de la ratio de agentes, Gipuzkoa se sitúa por encima con una media de 28,9, seguida de Bizkaia con un 25,5 y, finalmente, Araba con un 23,4.

Figura 19. Actividad de las empresas de arquitectura por Territorio Histórico. 2020-2021



En el conjunto del sector predominan empresas que ingresan entre 100.000 y 500.000 euros, representando el 66,7% del total. A pesar de ello y por efecto de las asimetrías, este segmento mayoritario genera el 32,4% de los ingresos. En cuanto al empleo, este grupo de empresas reúne la mitad del empleo. La distribución de empleo sigue un patrón claramente vinculado al tamaño de la empresa en concepto de facturación (a menor facturación, menor empleo).

Figura 20. Empresas de arquitectura según ingresos. 2019-2021

Año		Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
		Frec.	%	%	%	Media
2019	Más de 1.000.000 €	7,0	11,1	50,1	24,2	12,0
	De 500.001 a 1.000.000 €	10,0	15,9	18,5	19,7	6,8
	De 100.000 a 500.000 €	41,0	65,1	30,3	52,8	4,5
	Menos de 100.000	5,0	7,9	1,0	3,3	2,3
Total		63,0	100,0	100,0	100,0	5,5
2021	Más de 1.000.000 €	4	5,6	34,0	13,3	14
	De 500.001 a 1.000.000 €	17	23,6	33,2	34,2	8,5
	De 100.000 a 500.000 €	48	66,7	32,4	51,2	4,5
	Menos de 100.000	3	4,2	0,4	1,4	2
Total		72	100	100,0	100	5,9

Finalmente, cabe destacar que las empresas de arquitectura analizadas son básicamente microempresas, agentes que tienen menos de 10 personas en plantilla (86,1% del sector).

Figura 21. Empresas de arquitectura según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2019-2021

Año		Frec.	%
2019	Microempresa: menos de 10 empleos	55	87,0
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	8	13,0
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	-	-
Total		63	100,0
2021	Microempresa: menos de 10 empleos	62	86,1
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	10	13,9
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	-	-
Total		72	100

4.2.2. Diseño

El sector del diseño en 2021 alcanza los 50 agentes. Un 62% de ellos se encuentra en Bizkaia, donde también existe la mayor ratio por 100.000 habitantes (2,7 agentes). Le siguen Gipuzkoa con un 30% (2,1 agentes por cada 100.000 habitantes) y Araba con un 8% de agentes (1,2 por cada 100.000 habitantes).

Por el contrario, fijando la mirada en la actividad, Gipuzkoa se erige como el territorio principal, siendo indicativo de la presencia de agentes relevantes en términos productivos. Gipuzkoa se sitúa con un 84,6%, seguida de Bizkaia con un 13,6% y, finalmente, Araba, acorde al reducido número de agentes, con un 1,8%.

Figura 22. Empresas de diseño por Territorio Histórico. 2019-2021

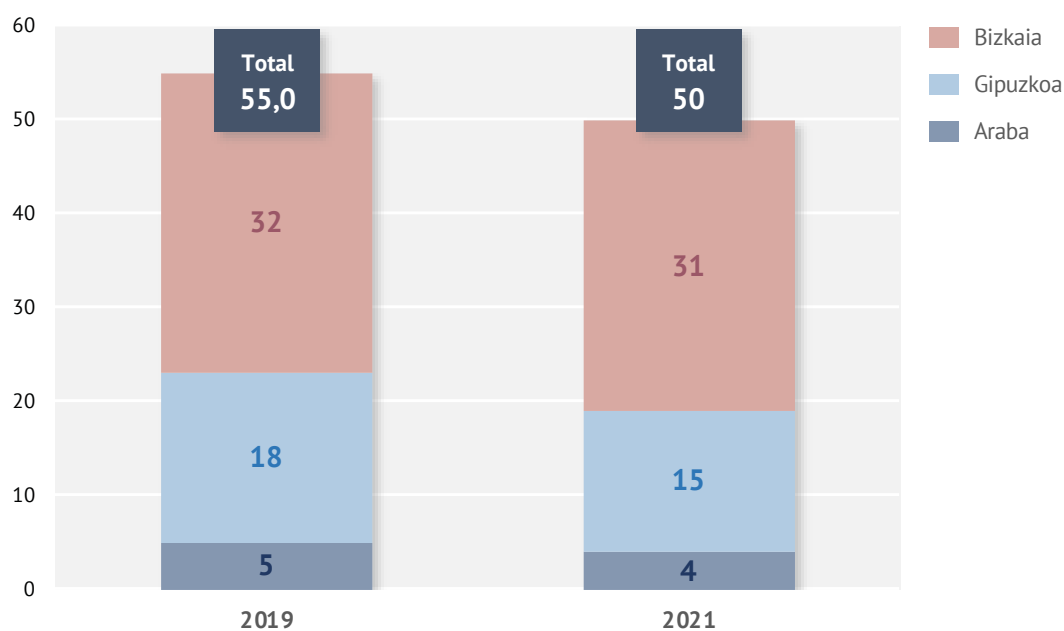
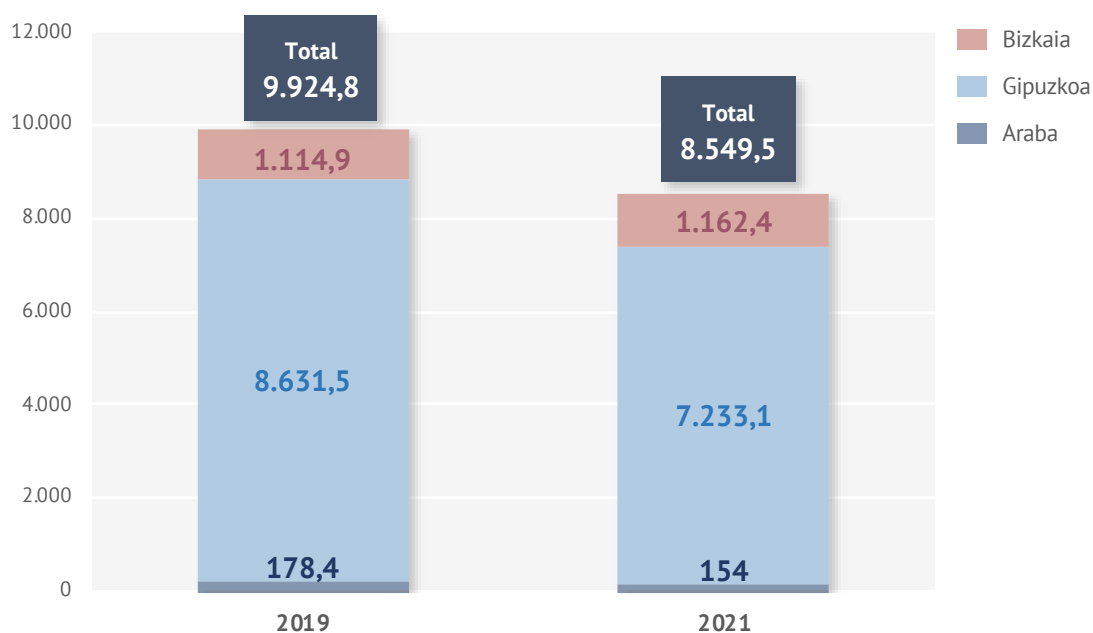


Figura 23. Actividad de las empresas de diseño por Territorio Histórico. 2019-2021



El grueso del sector se sitúa en perfiles por debajo de los 500.000 euros de ingresos (un 76%), aunque generan únicamente un 16% de ingresos aproximadamente. Por el contrario, el segmento de agentes que facturan más de un millón de euros suponen un 12,7% de los totales pero ingresan casi un 72% del total.

En cuanto al empleo, estos grandes agentes concentran el 51,2% de las personas trabajadoras de diseño. Las empresas de medio millón hasta el millón de facturación suponen un 17,3% del empleo, las de 100.000 euros al medio millón un 24,5% y las inferiores a 100.000 euros un 7%. Hay, por tanto, una estructura muy desigual, con un número relevante de pequeños agentes y unos pocos agentes tractores.

Figura 24. Empresas de diseño según ingresos. 2019-2021

Año		Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
		Frec.	%	%	%	Media
2019	Más de 1.000.000 €	7,0	12,7	71,7	49,0	23,4
	De 500.001 a 1.000.000 €	6,0	10,9	12,2	15,0	8,4
	De 100.001 a 500.000 €	24,0	43,6	13,6	26,6	3,7
	Menos de 100.000	18,0	32,7	2,5	9,5	1,8
Total		55,0	100,0	100,0	100,0	6,1
2021	Más de 1.000.000 €	8	16,0	16,0	51,2	18,5
	De 500.001 a 1.000.001 €	5	10,0	10,0	17,3	10,0
	De 100.000 a 500.000 €	21	42,0	42,0	24,5	3,4
	Menos de 100.000	16	32,0	32,0	7,0	1,3
Total		50	100,0	100,0	100	5,8

Así, no sorprende que, respecto al tamaño según número de trabajadores, el sector este compuesto mayoritariamente por microempresas de menos de 10 empleos, que suponen hasta un 90% del sector. De hecho, atendiendo a la anterior tabla, se observa que una tercera parte de los agentes ocupa de media a 1,3 personas equivalentes a jornada completa anualizadas.

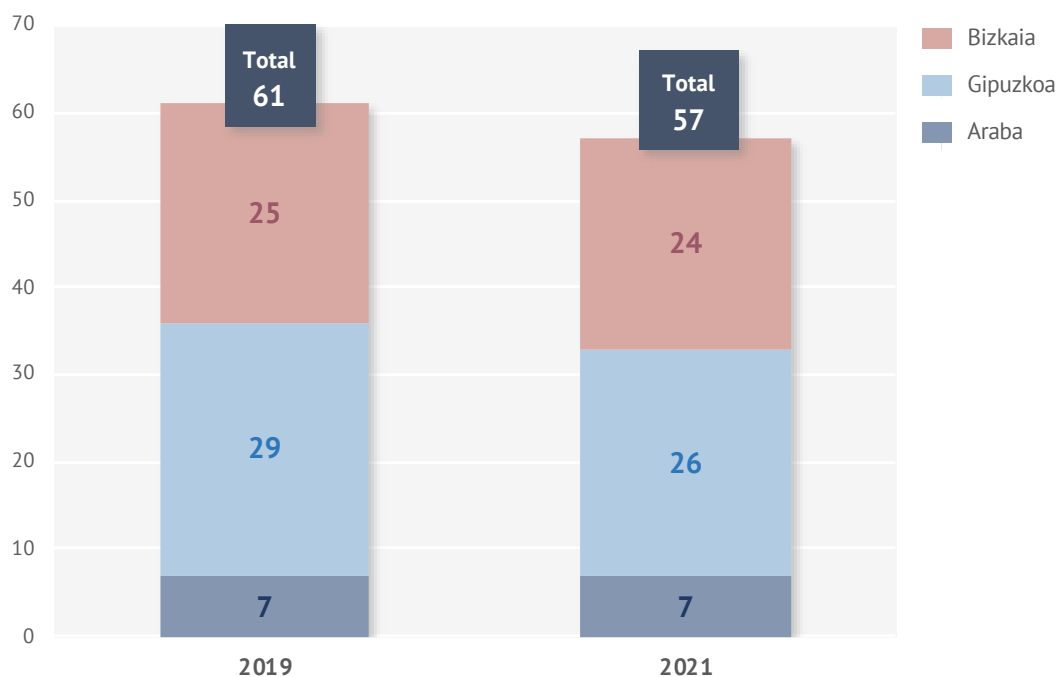
Figura 25. Empresas de diseño según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2019-2021

Año		Frec.	%
2019	Microempresa: menos de 10 empleos	50,0	90,9
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	4,0	7,3
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	1,0	1,8
Total		55,0	100,0
2021	Microempresa: menos de 10 empleos	45	90
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	4	8
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	1	2
Total		50	100

4.2.3. Industrias de la lengua

El sector está formado por un total de 57 agentes en 2021. En este caso Gipuzkoa y Bizkaia se equilibran en peso de agentes (45,6% y 42,1% respectivamente), y Araba se mantiene con un peso menor (12,3%). Así, considerando la realidad demográfica de cada territorio, denota que en Gipuzkoa la ratio de empresas de industrias de la lengua por cada 100.000 habitantes es mucho mayor, alcanzando un 3,6 por un 2,1 de Bizkaia y de Araba (que, con esta mirada, adquiere un peso más equilibrado).

Figura 26. Industrias de la lengua por Territorio Histórico. 2019-2021



Si se centra la mirada en el perfil económico de las industrias de la lengua se observa que el 43,9% de los agentes del sector ingresan menos de 500.000 euros, y un 22,8% menos de 100.000 euros. Si bien estos segmentos acumulan el mayor número de agentes, solo significan un 11,7% del total de ingresos. Las empresas con una facturación superior al millón representan un 22,8% del total, pero en este caso acumulan el 81,4% de los ingresos.

Atendiendo al empleo, de nuevo las grandes empresas significan hasta un 85,1% de este (con una media de personas equivalentes a jornada completa anualizadas de 73,7), mientras en los agentes por debajo de los 500.000 euros que son el 66,7% no alcanzan el 10% de este empleo.

Figura 27. Industrias de la lengua según ingresos. 2019-2021

Año		Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
		Frec.	%	%	%	Media
2019	Más de 1.000.000 €	14,0	23,0	81,7	85,3	66,1
	De 500.001 a 1.000.000 €	6,0	9,8	6,5	4,4	8,0
	De 100.001 a 500.000 €	26,0	42,6	10,5	8,1	3,4
	Menos de 100.000	15,0	24,6	1,3	2,2	1,6
Total		61,0	100,0	100,0	100,0	17,8
2019	Más de 1.000.000 €	13	22,8	81,4	85,1	73,7
	De 500.001 a 1.000.000 €	6	10,5	6,9	5,1	9,5
	De 100.001 a 500.000 €	25	43,9	10,4	7,9	3,6
	Menos de 100.000	13	22,8	1,3	1,9	1,6
Total		57	100,0	100	100,0	19,7

A pesar de ello, el peso de la microempresa, aun siendo mayoritario, no es omnipresente. Un 22,8% de las empresas tienen entre 10 y 49 empleados, y un 8,8% más de 50.

Figura 28. Industrias de la lengua según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2019-2021

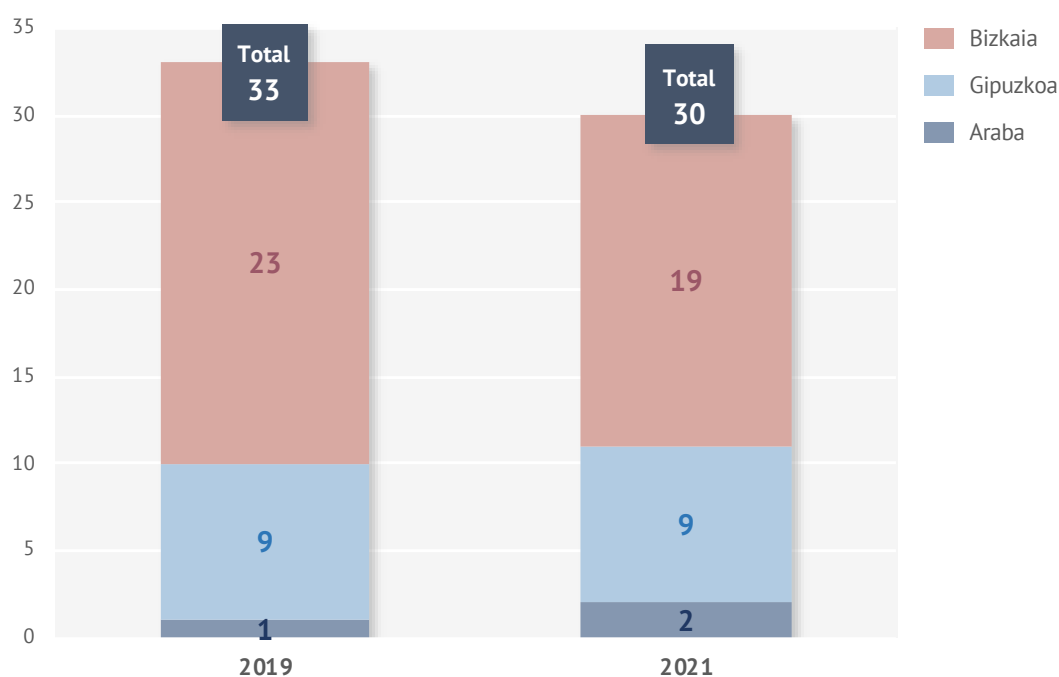
Año		Frec.	%
2019	Microempresa: menos de 10 empleos	46,0	75,4
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	10,0	16,4
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	5,0	8,2
Total		61,0	100,0
2021	Microempresa: menos de 10 empleos	39	68,4
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	13	22,8
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	5	8,8
Total		57	100,0

4.2.4. Moda

Un total de 30 agentes componen el sector de la moda en 2021. Bizkaia reúne más de la mitad de estos (63,3%), Gipuzkoa un 30%, y Araba un 6,7%.

La ratio de empresas por 100.000 habitantes se sitúa en Bizkaia en 1,7, mientras en Gipuzkoa en 1,3 y en Araba 0,6.

Figura 29. Empresas de moda por Territorio Histórico. 2017-2019



En relación con su perfil económico, hay un buen número de empresas que ingresan más de un millón: un 43,3%. Estas significan el 93,8% de los ingresos y el 83,4% de los puestos de trabajo anualizados a jornada completa.

Por tanto, microempresas (hasta 10 personas trabajadoras) y pequeñas empresas (de 10 a 49 personas) componen la práctica totalidad del sector (un 96,7%, siendo un 60% microempresas).

Figura 30. Empresas de moda según ingresos. 2019-2021

Año		Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
		Frec.	%	%	%	Media
2019	Más de 1.000.000 €	10,0	30,3	91,3	78,0	26,6
	De 100.000 a 1.000.000 €	18,0	54,5	8,2	19,4	3,7
	Menos de 100.000	5,0	15,2	0,5	2,6	1,8
Total		33,0	100,0	100,0	100,0	10,3
2021	Más de 1.000.000 €	13	43,3	93,8	83,4	20,6
	De 100.000 a 1.000.000 €	13	43,3	5,7	14,9	3,7
	Menos de 100.000	4	13,3	0,5	1,7	1,4
Total		30	100	100,0	100,0	10,7

Figura 31. Empresas de moda según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2019-2021

Año		Frec.	%
2019	Microempresa: menos de 10 empleos	22,0	66,7
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	10,0	30,3
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	1,0	3,0
Total		33,0	100,0
2021	Microempresa: menos de 10 empleos	18	60,0
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	11	36,7
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	1	3,3
Total		30	100

4.2.5. Publicidad

El sector creativo de la publicidad es el más numeroso con un total de 107 agentes. Un 53,3% de ellos se encuentra en Bizkaia, por un 33,6% en Gipuzkoa y un 31,1% en Araba. La mirada según el número de empresas por 100.000 habitantes muestra un mayor equilibrio entre todos los territorios, especialmente entre Gipuzkoa y Bizkaia (empatadas alrededor de 5 aproximadamente, mientras Araba alcanza un 4,3).

En relación con la actividad de las empresas y su distribución territorial, hay diferencias según se analicen campañas o servicios. Bizkaia encabeza la actividad en campañas con un 55,4%, mientras Gipuzkoa lidera la actividad en servicios con un 54,7%. En el caso de las campañas, el peso de Araba asciende al 22,1% y, por el contrario, se queda en el 7,5% en servicios. A pesar de esta distribución en porcentaje, destaca que Araba tiene más peso del que muestra ese indicador si se mira a la media de actividad por agente en el territorio. En específico, destaca que es la líder en concepto de campañas si se considera este indicador, con un total de 72,1 campañas por agente por un 44,3 en Bizkaia y un 28,5 en Gipuzkoa.

Figura 32. Empresas de publicidad por Territorio Histórico. 2019-2021

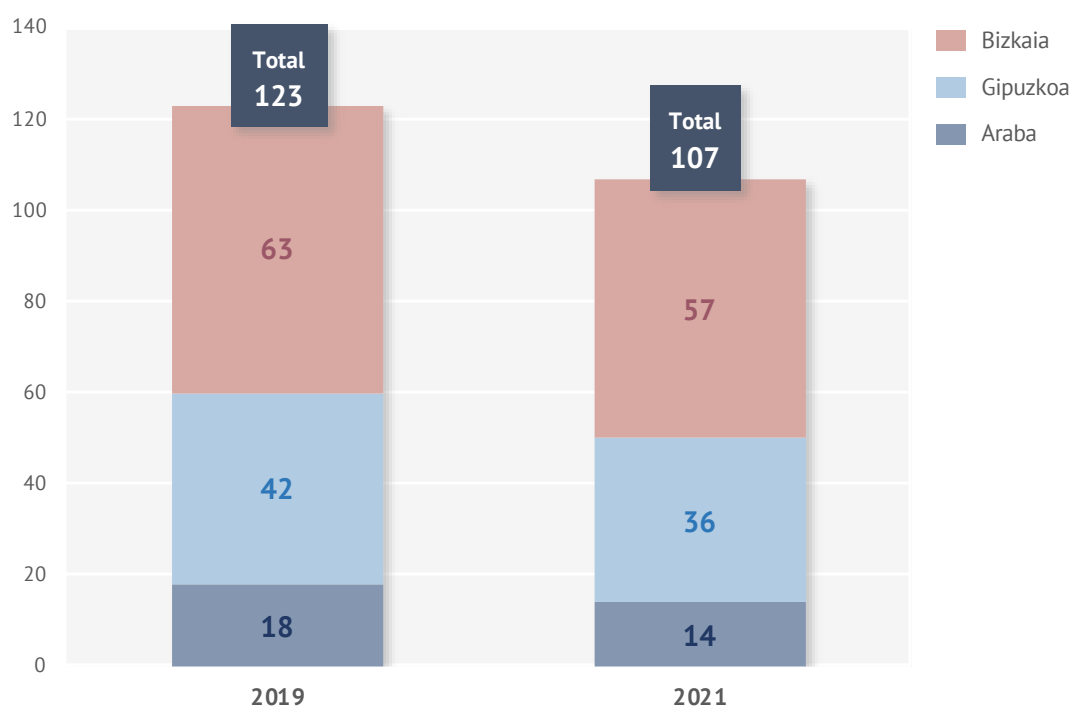


Figura 33. Campañas propias por Territorio Histórico. 2019-2021

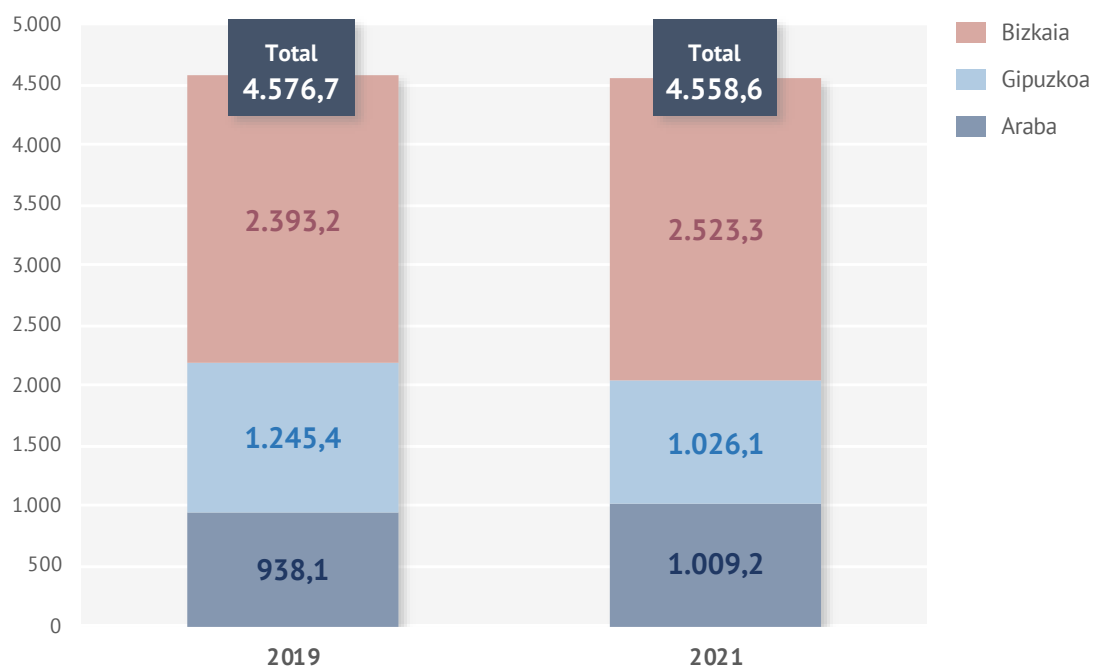
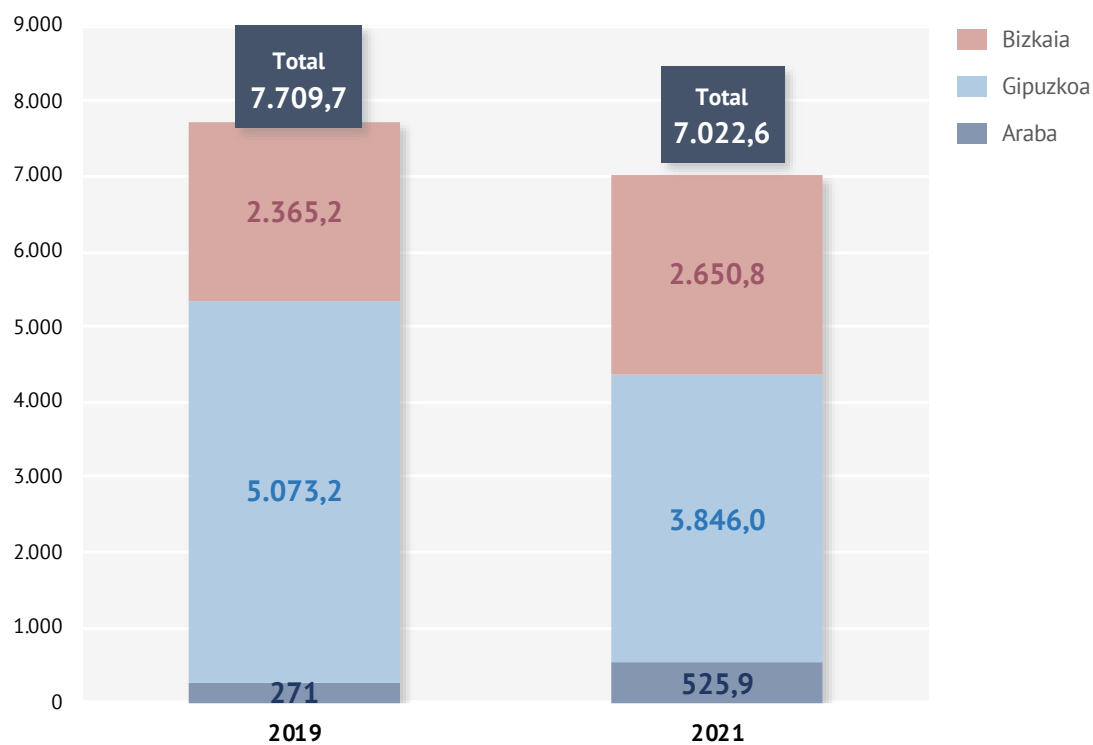


Figura 34. Servicios por Territorio Histórico. 2019-2021



Atendiendo a los datos económicos y de ocupación, el segmento mayoritario de empresas se ubica entre los 100.000 euros y los 500.000 euros (47,7% del total). A pesar de ello, generan solo un 11,1% de los ingresos totales y un 19,1% del empleo. Por el contrario, hay un pequeño segmento de grandes agentes (un 16,8% que ingresa más de un millón) que moviliza el 77,2% de los ingresos totales y un 66% del empleo.

Figura 35. Empresas de publicidad según ingresos. 2019-2021

Año		Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
		Frec.	%	%	%	Media
2019	Más de 1.000.000 €	27,0	22,0	78,8	64,1	30,8
	De 500.001 a 1.000.000 €	15,0	12,2	7,5	9,9	8,5
	De 100.000 a 500.000 €	62,0	50,4	12,8	22,2	4,6
	Menos de 100.000	19,0	15,4	0,9	3,8	2,6
Total		123,0	100,0	100,0	100,0	10,5
2021	Más de 1.000.000 €	18	16,8	77,2	66,0	54,5
	De 500.001 a 1.000.000 €	19	17,8	10,7	12,7	9,9
	De 100.000 a 500.000 €	51	47,7	11,1	19,1	5,6
	Menos de 100.000	19	17,8	1,0	2,3	1,8
Total		107	100	100,0	100,0	13,9

Si bien existe un segmento de microempresas muy amplio (72,9%), el sector también se conforma de manera relevante con pequeñas empresas de 10 a 49 empleos (suponen un 24,3%).

Figura 36. Empresas de publicidad según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2019-2021

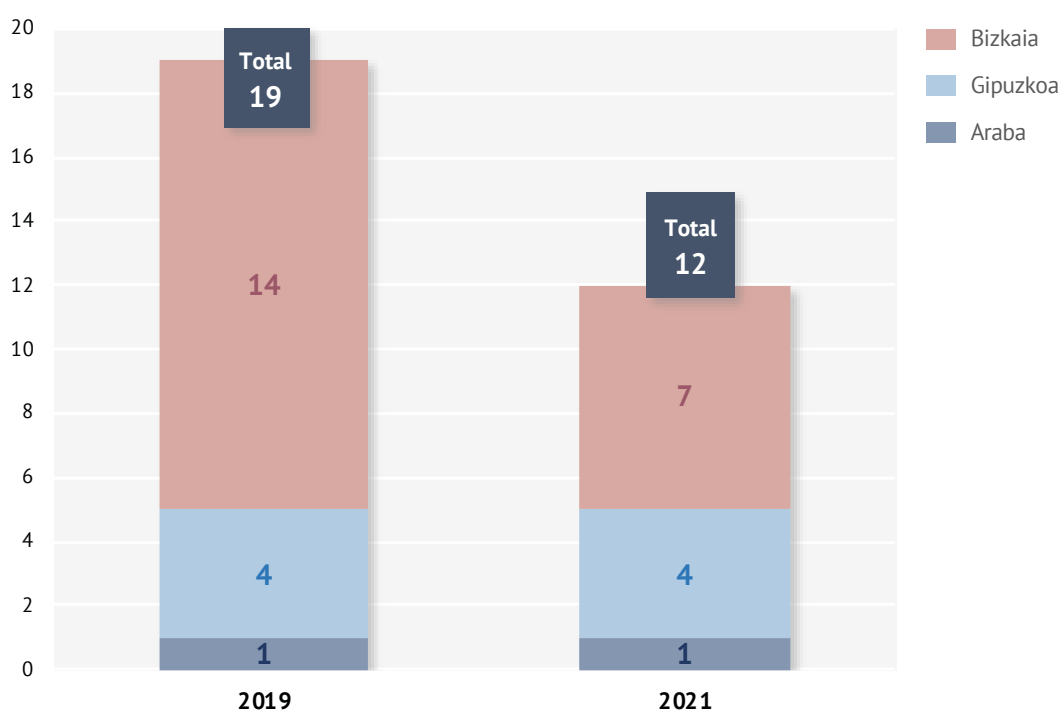
Año		Frec.	%
2019	Microempresa: menos de 10 empleos	96,0	78,0
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	25,0	20,3
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	2,0	1,6
Total		123,0	100,0
2021	Microempresa: menos de 10 empleos	78	72,9
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	26	24,3
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	3	2,8
Total		107	100

4.2.6. Videojuegos

El sector creativo de los videojuegos es el más pequeño de todos, contabilizando 12 agentes en 2021. De media, en la CAE hay 0,55 agentes por cada 100.000 habitantes, una cifra que alcanza el 0,61 en Bizkaia, el 0,55 en Gipuzkoa y el 0,31 en Araba. En Bizkaia se encuentran un 58,3% del total y en Gipuzkoa un 33,3%, y en Araba solo se identifica en esta edición un solo caso.

Figura 37. Empresas de videojuegos por Territorio Histórico.

2019-2021



Dos terceras partes del sector se sitúa en el segmento superior de ingresos, por encima de los 500.000 euros (66,7%). Estas empresas son las responsables del 96% de los ingresos del sector, y del 94,5% del empleo.

Figura 38. Empresas de videojuegos según ingresos. 2019-2021

Año		Agentes		Ingresos	Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas	
		Frec.	%	%	%	Media
2019	Más de 500.000 €	8,0	42,1	87,1	77,4	25,9
	De 100.000 a 500.000 €	5,0	26,3	11,0	17,2	9,2
	Menos de 100.000	6,0	31,6	1,9	5,5	2,4
Total		19,0	100,0	100,0	100,0	14,1
2021	Más de 500.000 €	8	66,7	96,0	94,5	23,6
	Hasta 500.000 €	5	33,3	4,0	5,5	2,9
Total		12	100	100	100	16,7

Respecto al tamaño de las empresas según el empleo, la distribución muestra un sector con una mayoría de empresas de entre 10 y 49 empleos (66,7%), que se completa con microempresas de menos de 10 empleos y ninguna mediana o gran empresa de más de 50.

Figura 39. Empresas de videojuegos según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2019-2021

Año		Frec.	%
2019	Microempresa: menos de 10 empleos	9,0	47,4
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	10,0	52,6
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	-	-
Total		25,0	100,0
2021	Microempresa: menos de 10 empleos	4	33,3
	Pequeña empresa: 10-49 empleos	8	66,7
	Mediana/gran empresa: más de 50 empleos	-	-
Total		12	100

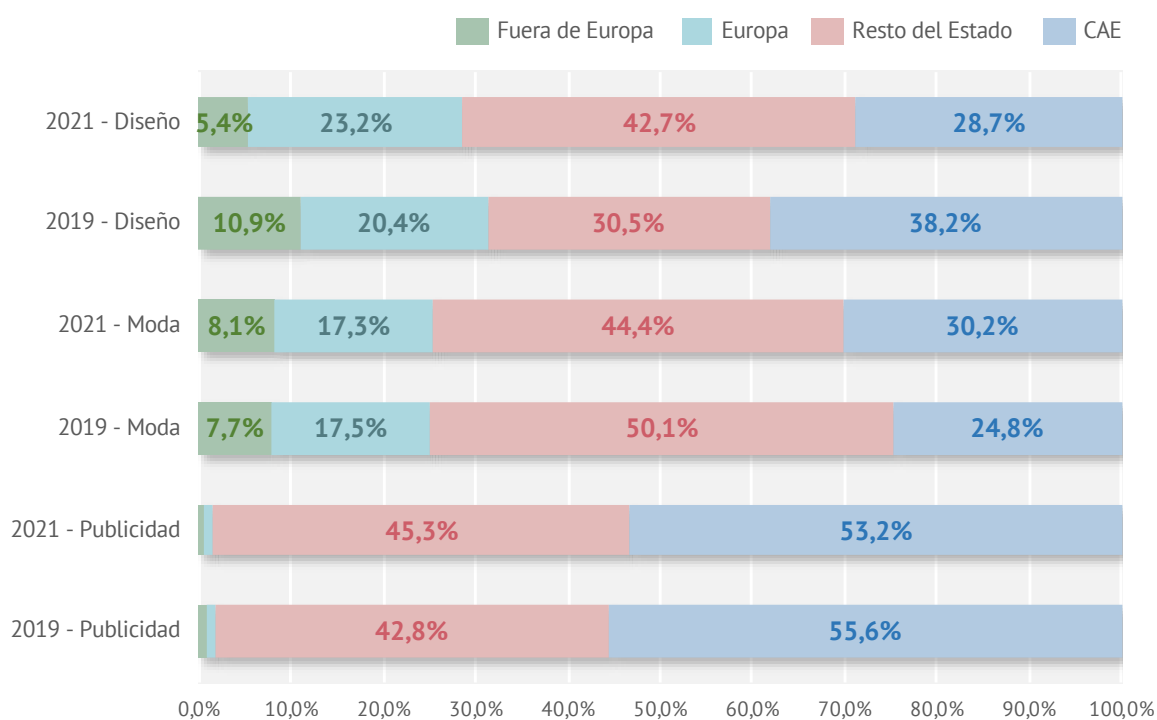
5. Internacionalización

En este apartado se analiza la capacidad de internacionalización de los sectores del diseño, la moda y la publicidad.

En el caso del diseño y de la moda el peso de los mercados exteriores a la CAE es alto. El diseño es el sector más internacionalizado, con una facturación del 28,6% en el mercado europeo y de fuera de Europa. Respecto a la moda, sus mercados exteriores corresponden a un 17,3% proviene de Europa y un 8,1% de fuera de Europa. Estos sectores del diseño y de la moda, mantienen el peso de la facturación en la CAE entre el 28% y el 30% en 2021, y la del resto del estado entre el 42% y el 44%.

En cuanto a la publicidad, más de la mitad de su facturación la realizan para clientes de la CAE (53,2%) y un 45,3% para el resto del Estado, siendo residual su mercado internacional.

Figura 40. Facturación según mercado de las empresas de publicidad, moda y diseño. 2019-2021



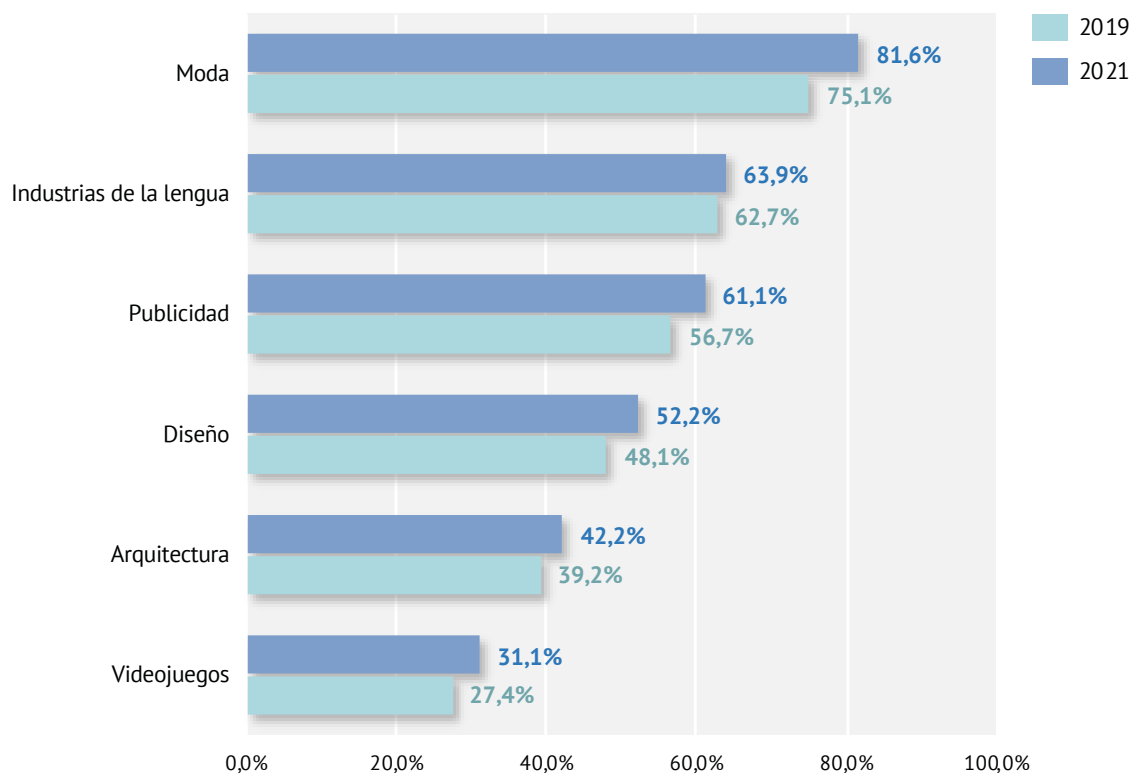
6. Género

6.1. Presencia de mujeres

En el conjunto del sector de las Industrias Creativas se observa una gran variabilidad respecto la presencia de mujeres, siendo mayoritarias en unos casos y minoritarias en otros, con otras realidades más equilibradas. En todos los casos, se observa un ligero aumento respecto 2019.

En la moda su presencia supera ya el 80%, y en las industrias de la lengua y la publicidad se sitúan en un 63,9% y un 61,1% respectivamente. En el sector del diseño se da la situación más equilibrada, con un 52,2% en el año 2021. Finalmente, en la arquitectura suponen el 42,2% del total y, en el sector de los videojuegos, representan un 31,4%.

Figura 41. **Mujeres trabajadoras por sectores de las Industrias Creativas.** Porcentaje. 2019-2021



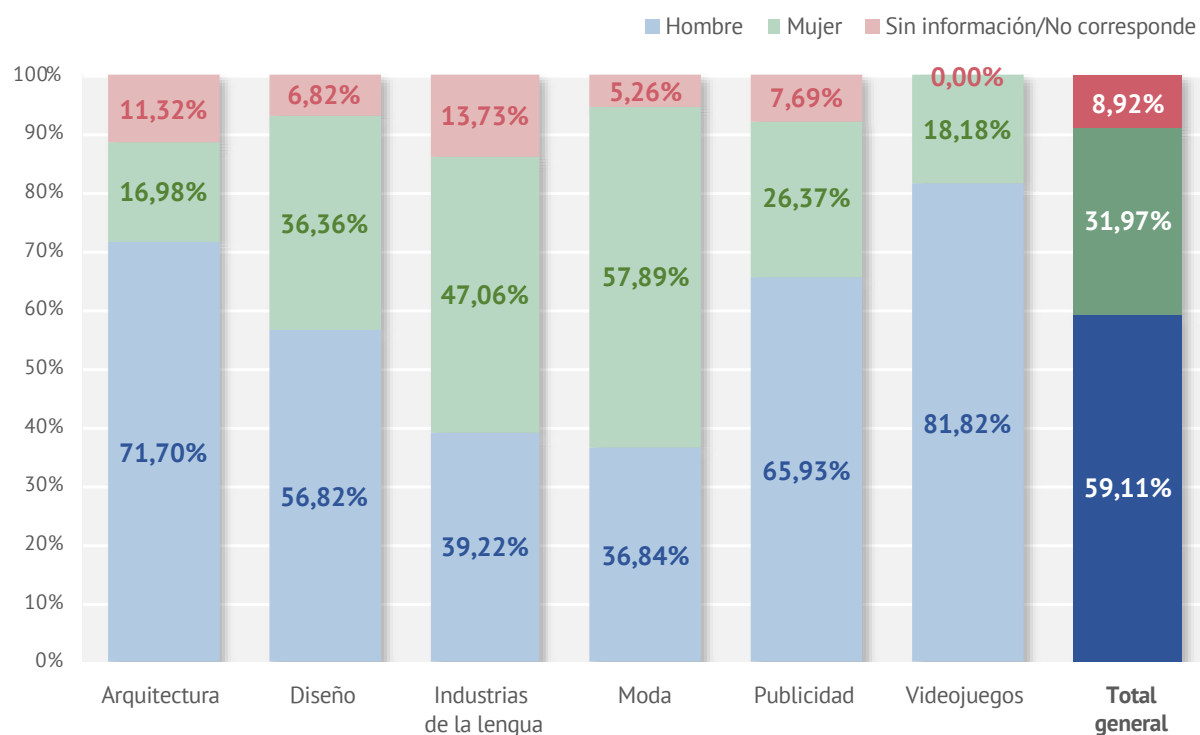
Una mirada más profunda atendiendo a la función profesional desvela que, en puestos de dirección, son mayoría en moda (71,6%) e industrias de la lengua (56%), y una parte significativa pero no mayoritaria en diseño (41%). En labores técnicas y creativas predominan en la moda (85,8%) e industrias de la lengua (64,3%), ocupando cerca de la mitad de estas funciones profesionales en el caso del diseño (50,5%), la publicidad (47,1%) y la arquitectura, aunque en esta última en posiciones ligeramente más bajas (43,5%). Solo en videojuegos se sitúan en clara minoría (19,1%). Finalmente, destaca que se concentran en mayor medida en puestos de gestión y administración, donde en todos los sectores suponen más del 70% del total.

Figura 42. **Mujeres trabajadoras por sectores de las Industrias Creativas y función profesional.** Porcentaje. 2019-2021

Año		Dirección	Técnico/ Creativo	Producción	Gestión/ Admin.	Otros	Total
2019	Arquitectura	20,4	39,3		74,0	15,2	39,2
	Diseño	40,7	42,8	22,1	87,2	60,7	48,1
	Industrias de la lengua	52,1	63,5		69,2	65,8	62,7
	Moda	54,1	77,0	80,9	76,2	51,1	75,1
	Publicidad	32,7	49,9	64,9	79,8	40,8	56,7
	Videojuegos	22,2	20,7		58,4	42,3	27,4
2021	Arquitectura	23,9	43,5		82,0	21,3	42,2
	Diseño	41,0	50,5	41,5	76,4	40,0	52,2
	Industrias de la lengua	56,0	64,3		74,5	58,8	63,9
	Moda	71,6	85,8	85,3	79,2	100,0	81,6
	Publicidad	33,4	47,1	52,1	77,5	72,4	61,1
	Videojuegos	18,2	19,1		100,0	50,0	31,3

Para cerrar este bloque, en esta edición de la estadística se dispone de información sobre la presencia de las mujeres en el puesto de máxima responsabilidad de la empresa. La moda es un sector claramente feminizado a todos los niveles, incluyendo los puestos de máxima responsabilidad; las industrias de la lengua siguen la misma lógica, aunque con niveles ligeramente inferiores; la publicidad y el diseño son sectores con un nivel de ocupación femenina medio, aunque no se refleja en los puestos de más responsabilidad; y los sectores más masculinizados y con mayor incidencia en los puestos de responsabilidad son la arquitectura y los videojuegos.

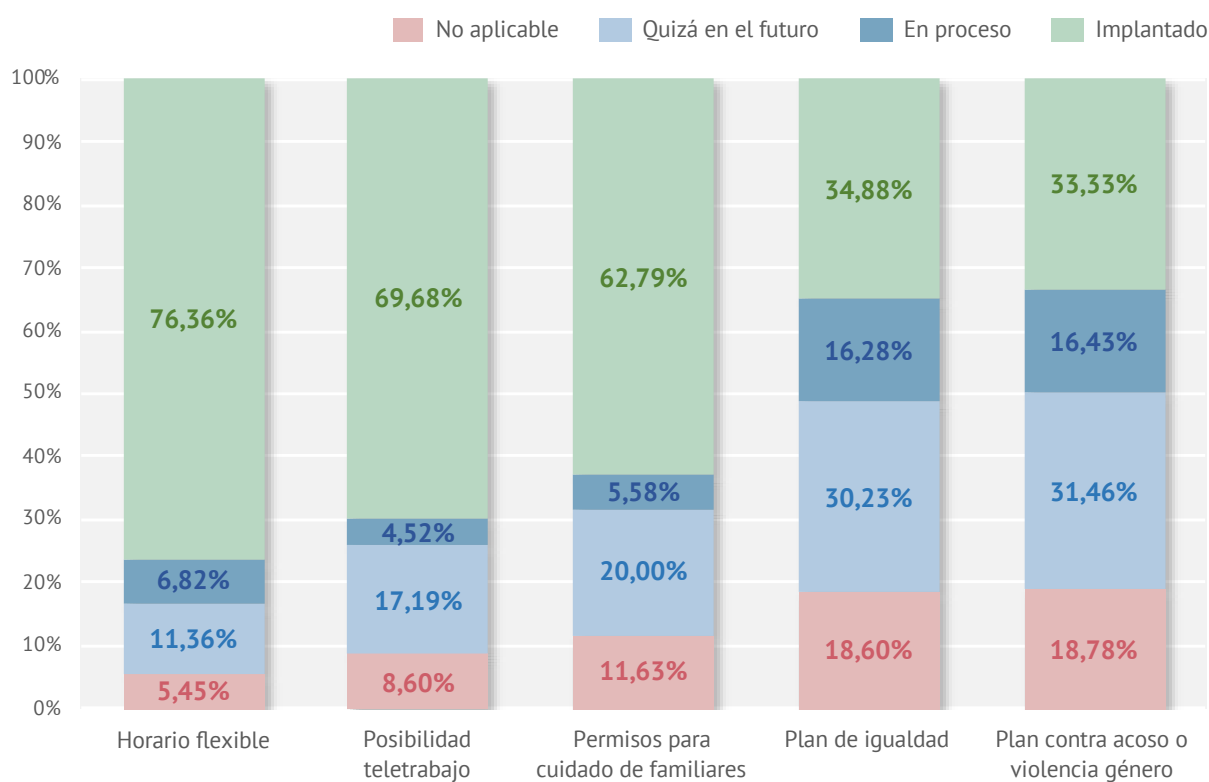
Figura 43. Mujeres en los puestos de máxima responsabilidad por sectores de las Industrias Creativas. Porcentaje. 2021



6.2. Políticas de igualdad

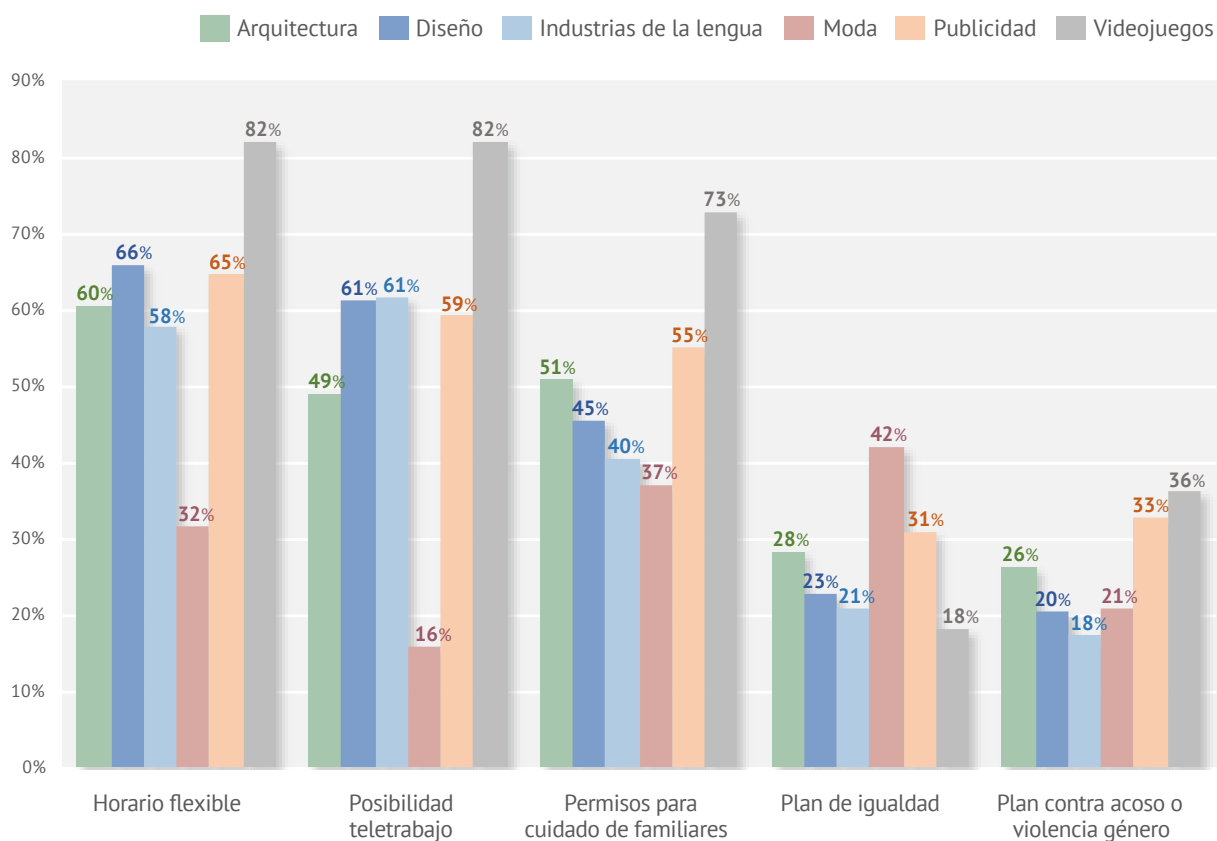
En este apartado la mirada se dirige a las medidas que las empresas del sector creativo implantan para promover la igualdad en sus políticas de empleo.

Figura 44. Grado de implantación de distintas medidas para promover la igualdad. 2021



En primer lugar, se observa que la medida más extendida a tal efecto es la posibilidad de flexibilizar el horario, implantada en un 76,4% de los casos. En segundo lugar, le siguen con una gran extensión las medidas del teletrabajo y la existencia de permisos específicos para cuidados de familiares con un nivel de implantación del 68,7% y el 62,8% respectivamente. En tercer lugar, si bien están menos implantadas (un tercio de los casos), destacan la existencia de planes de igualdad y/o contra el acoso o la violencia de género, que si se suman los casos que tienen estas medidas en proceso alcanzan el 50% del total.

Figura 45. Medidas implantadas según sector. 2021



La mirada por sectores destaca que el horario flexible, el teletrabajo y los permisos para el cuidado de familiares destacan especialmente en el sector del videojuego. En la moda, destaca la existencia de planes de igualdad, aunque las medidas más habituales están muy poco implantadas (horario flexible, teletrabajo, permisos para el cuidado).

Finalmente, atendiendo a la aplicación de acciones específicas en clave de análisis según género del salario y otras condiciones de trabajo, se observa que hay un monitoreo específico más bien escaso, a excepción del caso de los videojuegos. En clave de aplicación general de la perspectiva de género entre un 30% y un 50% de casos en cada sector manifiesta tener criterios y objetivos marcados en este sentido, por otra cantidad muy similar de casos que dice aplicarla, pero no de forma sistematizada. Solo entre uno o dos casos de cada diez en cada sector manifiesta no plantearse aplicar la perspectiva de género en la gestión de estos temas.

Figura 46. Existencia de instrumentos de desglose y análisis según género del salario, las horas... por sector. 2021

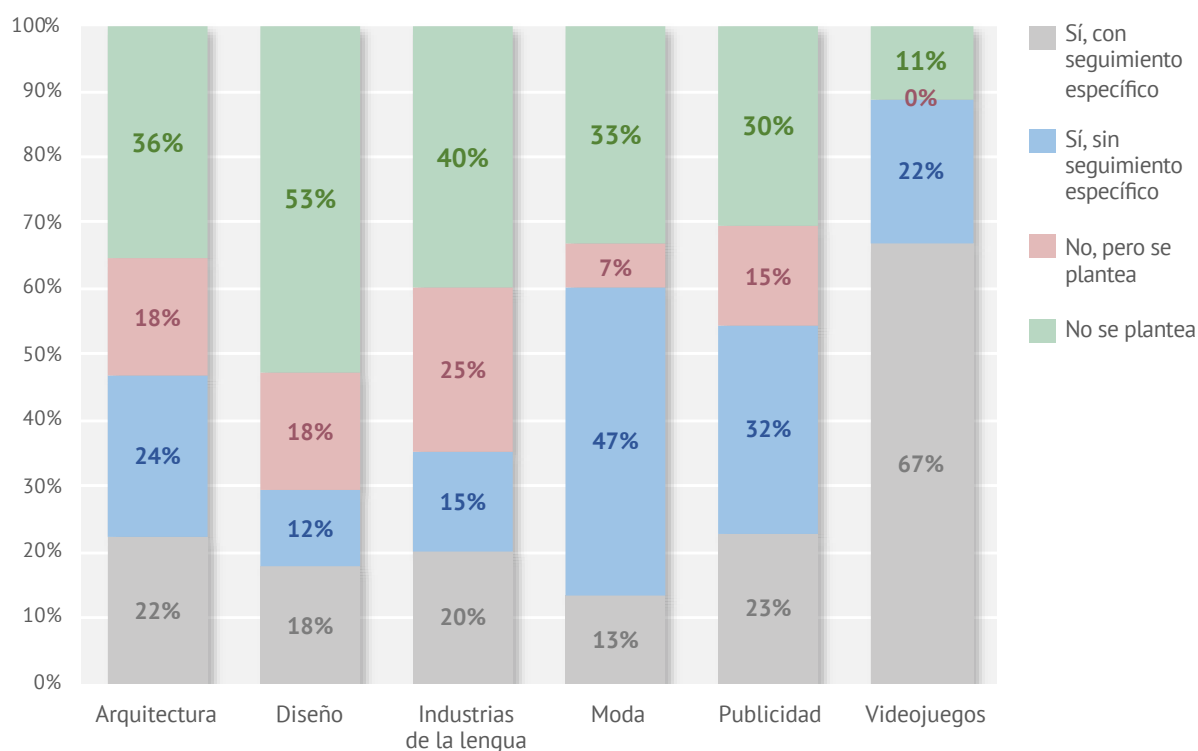
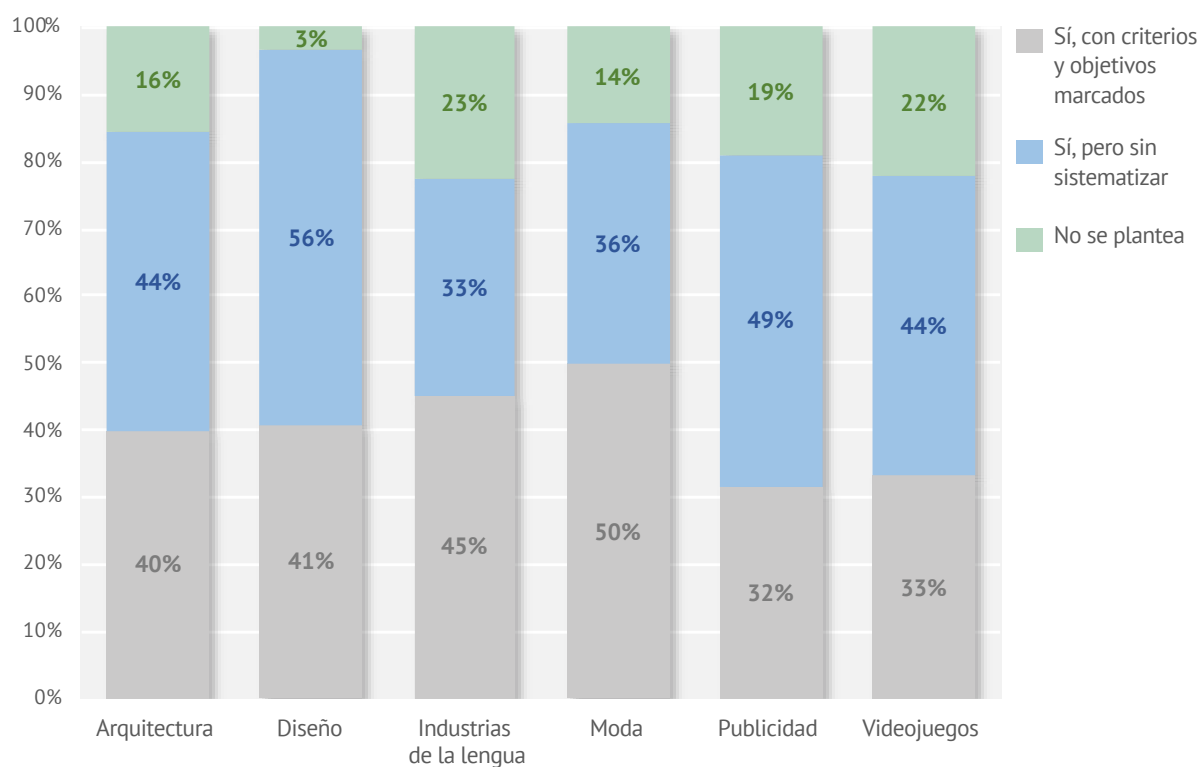


Figura 47. Aplicación de la perspectiva de género en el desarrollo de la actividad de la empresa más allá de los aspectos internos por sector. 2021





**Kulturaren
Euskal Behatokia**
Observatorio Vasco
de la Cultura