

# MIRADAS

una lectura analítica de los datos de la estadística  
de las Industrias Creativas 2023



EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA  
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA  
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA



# MIRADAS

una lectura analítica de los datos de la estadística  
de las **Industrias Creativas 2023**



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, 2026

Un registro bibliográfico de esta obra puede consultarse en la Biblioteca General del Gobierno Vasco <https://www.katalogoak.euskadi.eus/katalogobateratua>

**Edición:** mayo 2026

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

**Internet:** [www.euskadi.eus](http://www.euskadi.eus)

**Editado por:** Eusko Jauriaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia  
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco  
Donostia-San Sebastián, 1 01010 Vitoria-Gasteiz

**Autoría:** Observatorio Vasco de la Cultura

**Coordinación técnica:** ICC-CONSULTORS CULTURALS, SL

**Trabajo de campo:** SIADECO, S.COOP

**Diseño y maquetación:** Miren Unzurrunzaga Schmitz

**ISBN:** 978-84-457-3867-2

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| <b>1.</b> | <b>Introducción metodológica</b>              | 5  |
| 1.1.      | Ficha técnica                                 | 6  |
| 1.2.      | Definiciones conceptuales                     | 7  |
| <b>2.</b> | <b>Las cifras de las Industrias Creativas</b> | 8  |
| 2.1.      | Dimensión sectorial                           | 8  |
| 2.2.      | Territorio                                    | 14 |
| <b>3.</b> | <b>Dimensión y sostenibilidad</b>             | 18 |
| 3.1.      | Dimensión industrial                          | 18 |
| 3.2.      | Sostenibilidad                                | 21 |
| <b>4.</b> | <b>Asimetrías y perfiles de los sectores</b>  | 22 |
| 4.1.      | Asimetrías                                    | 22 |
| 4.2.      | Perfiles de los agentes                       | 25 |
| <b>5.</b> | <b>Internacionalización</b>                   | 41 |
| <b>6.</b> | <b>Género</b>                                 | 42 |
| 6.1.      | Presencia de mujeres                          | 42 |
| 6.2.      | Políticas de igualdad                         | 46 |

# 1. Introducción metodológica

Este informe contiene una visión global de los resultados de la *Estadística de las Industrias Creativas 2023*. 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 los Sectores Culturales y Creativos (SCC) de la CAE.

En esta tercera edición de la serie, se analizan los datos proporcionados por 372 agentes de los sectores de la moda, el diseño, la arquitectura, las industrias de la lengua, la publicidad y los videojuegos correspondientes al año 2023.

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 su ubicación en el territorio.

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 incorpora 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.

El informe Miradas es, pues, un análisis global de las Industrias Creativas, que completa los resultados estadísticos de cada uno de los sectores, añadiendo intención y calado a los datos desde el punto de vista interpretativo.

## 1.1. Ficha técnica

|   |
|---|
| <b>Denominación de la operación</b>   |
| Estadística de la Industria Creativa de la CAE  |
| <b>Estatus de la operación</b>  |
| Oficializada por el Eustat  |
| <b>Periodicidad</b>   |
| Bienal  |
| <b>Clase de operación</b>   |
| Operación censal  |
| <b>Año de recogida de la información</b>  |
| 2024-25   |
| <b>Año de referencia de la información</b>  |
| 2023  |
| <b>Empresa encargada de la realización del trabajo de campo</b>   |
| Siadeco   |
| <b>Censo y nivel de respuesta</b>   |
| 372 agentes (91 agentes de arquitectura, 60 de diseño, 54 de las industrias de la lengua, 32 de moda, 120 de publicidad, 15 de videojuegos).<br>Nivel de respuesta total del 70,7 %.  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Nivel de respuesta de <b>arquitectura</b>: 68,1 %</li><li>• Nivel de respuesta de <b>diseño</b>: 76,7 %</li><li>• Nivel de respuesta de las <b>industrias de la lengua</b>: 83,3 %</li><li>• Nivel de respuesta de <b>moda</b>: 63,3 %</li><li>• Nivel de respuesta de <b>publicidad</b>: 70,0 %</li><li>• Nivel de respuesta de <b>videojuegos</b>: 60,0 %</li></ul> |

## 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.
- 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.

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Arquitectura</b>            | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Se excluyen las empresas constructoras.</li></ul>   |
| <b>Diseño</b>                  | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ 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.</li></ul> |
| <b>Industrias de la lengua</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Empresas de traducción e interpretación, tecnologías del idioma, asesoría lingüística y enseñanzas de idiomas.</li><li>▪ Listado de empresas validado por Langune en su totalidad, por lo que también se incluyen empresas de menos de 3 trabajadores.</li></ul>  |
| <b>Moda</b>                    | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Se incluyen solamente las empresas que realizan diseño propio.</li><li>▪ Se excluyen las empresas cuya actividad esté totalmente vinculada a la fabricación.</li></ul>  |
| <b>Publicidad</b>              | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Creación, diseño y realización de estrategias y acciones de comunicación publicitaria.</li></ul>  |
| <b>Videojuegos</b>             | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ No se incluye el comercio de videojuego.</li></ul>  |

## 2. Las cifras de las industrias creativas

### 2.1. Dimensión sectorial

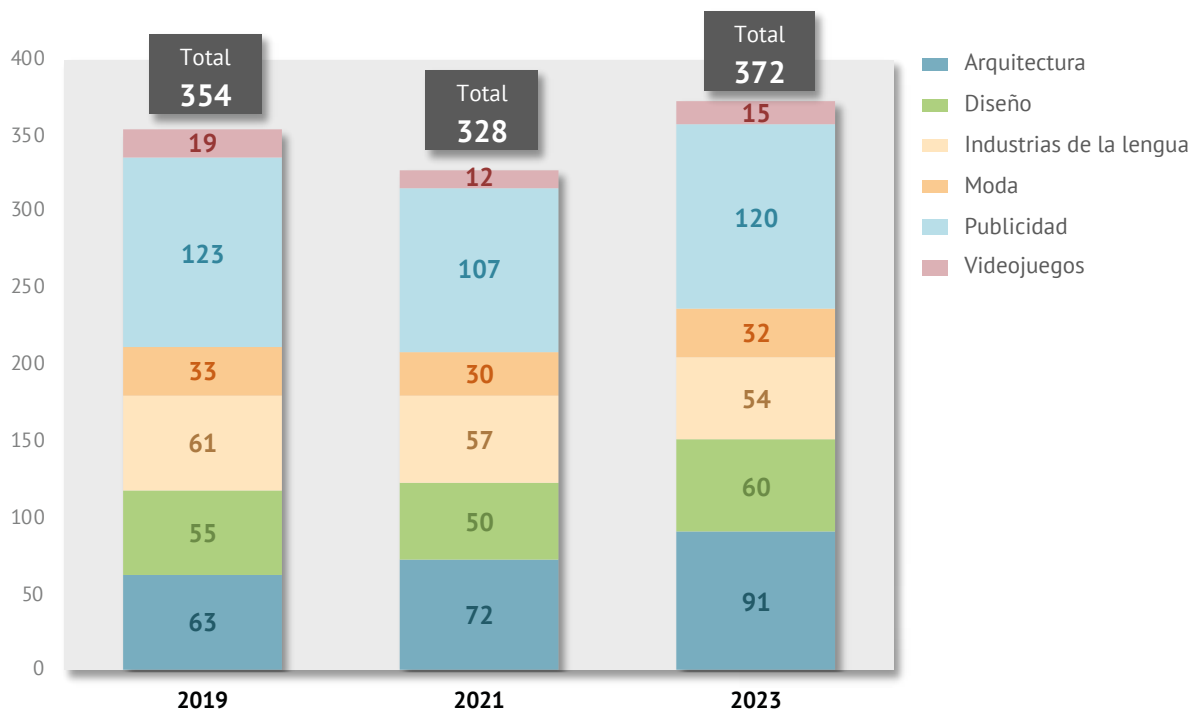
Esta tercera edición de la *Estadística de las Industrias Creativas* reúne información sobre 372 agentes de la CAE que cumplen con los requisitos exigidos para formar parte del censo. El mapa de agentes que forma parte de la estadística lo integran:

- El sector de la **arquitectura**, compuesto por 91 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 120 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 (32,2 %), seguido del sector de la arquitectura (24,5 %) el diseño (16,1 %), las industrias de la lengua (14,5 %), el sector de la moda (8,6 %) y finalmente, el sector de los videojuegos (4 %). Aunque el reparto de los distintos sectores mantiene la tónica de la edición precedente en términos generales, el único sector que ve reducido su tejido son las industrias de la lengua.

En relación con 2021 se aprecia un aumento del 13,4 % del número de agentes que han participado en la estadística, compensando no solo la caída registrada en 2021 sino que supone un crecimiento del 5,1 % en relación con 2019.

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



En términos absolutos, el balance de ingresos y gastos de las Industrias Creativas (Figura 4), tiene un saldo positivo de 21 millones de euros, lo que supone un 5,9 % de los ingresos. Analizándolos, se observa que el 38,9 % 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 20,8 % 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 los videojuegos y la publicidad (22,3 % y 11,5 %, respectivamente).

Figura 2. Ingresos totales de los agentes por sector.

Millones de euros. 2019-2023

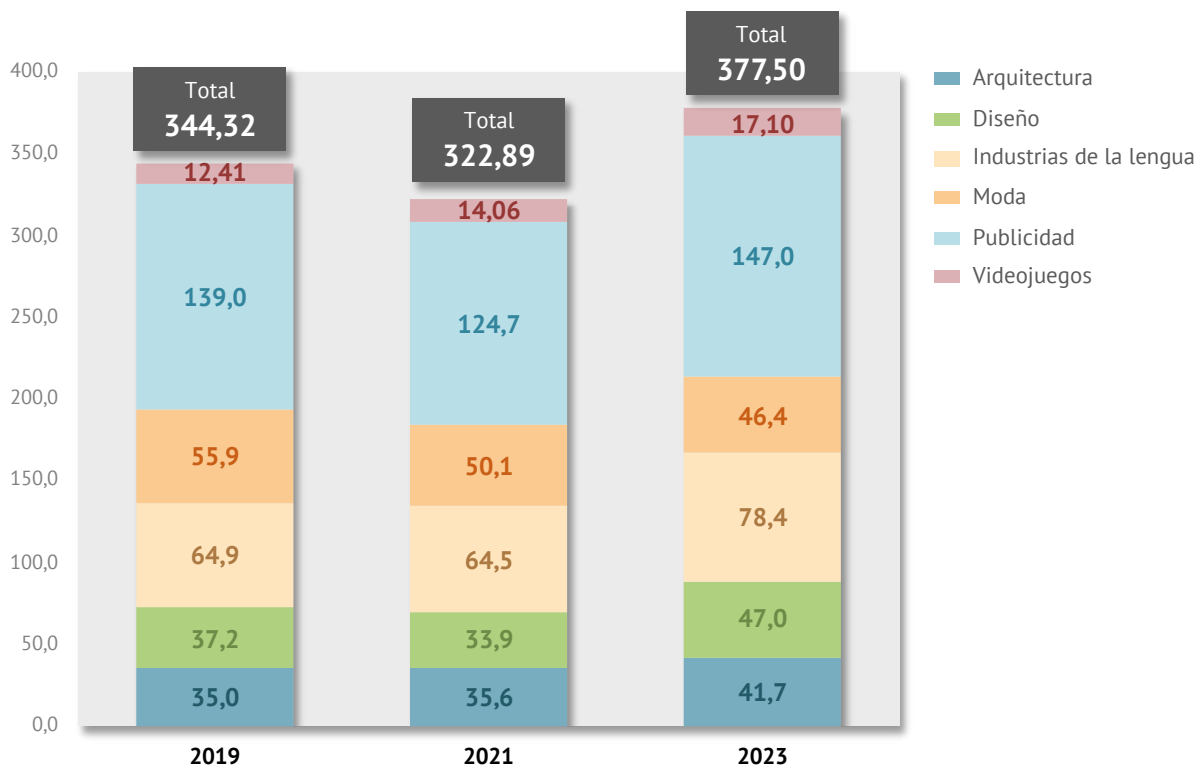


Figura 3. Gastos totales de los agentes por sector.

Millones de euros. 2019-2023

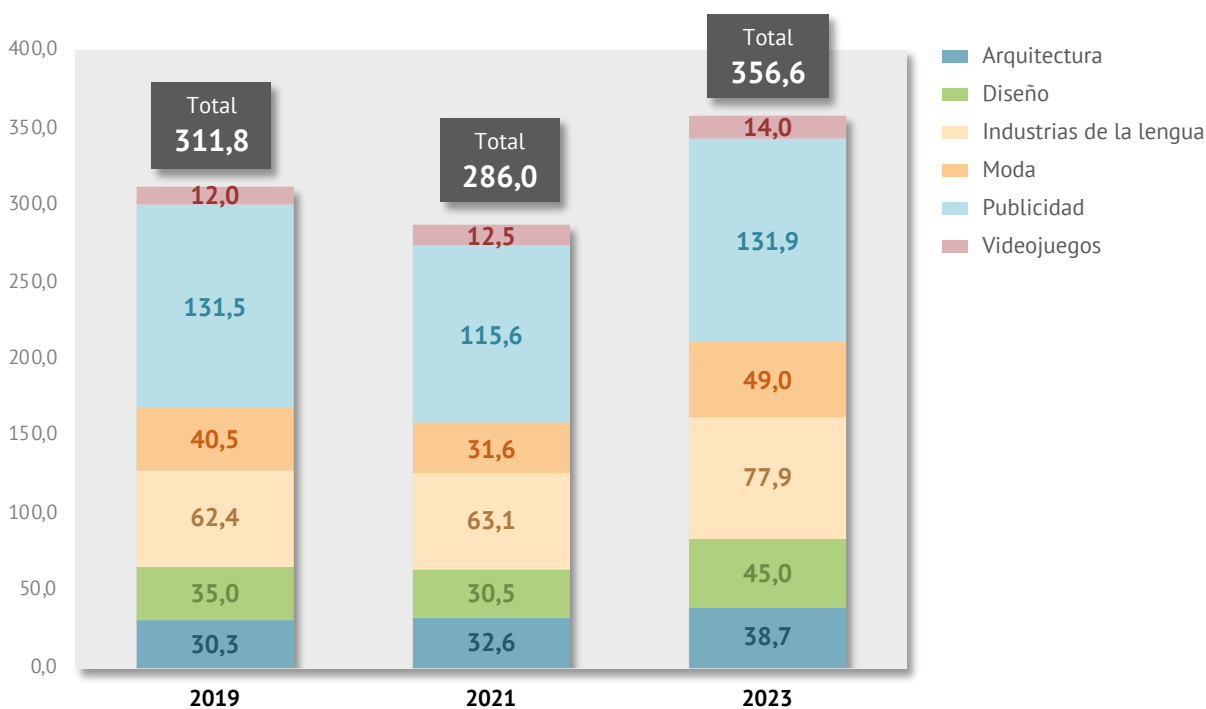


Figura 4. Ingresos, gastos y balance por sector y tipología de agente. 2021-2023

| Año          | Sector                  | Ingresos         | Gastos           | Balance         | Porcentaje sobre el total de ingresos |
|--------------|-------------------------|------------------|------------------|-----------------|---------------------------------------|
|              |                         | Miles de Euros   | Miles de Euros   | Miles de Euros  | %                                     |
| <b>Total</b> |                         | <b>344.320,0</b> | <b>311.752,5</b> | <b>32.567,4</b> | <b>9,5</b>                            |
| 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                                  |
| <b>Total</b> |                         | <b>322.891,7</b> | <b>285.952,7</b> | <b>36.939,0</b> | <b>11,4</b>                           |
| 2023         | Arquitectura            | 41.652,9         | 38.737,3         | 2.915,6         | 7,5                                   |
|              | Diseño                  | 46.973,0         | 45.037,1         | 1.935,9         | 4,3                                   |
|              | Industrias de la lengua | 78.415,4         | 77.896,0         | 519,4           | 0,7                                   |
|              | Moda                    | 46.357,2         | 49.018,4         | -2.661,2        | -5,4                                  |
|              | Publicidad              | 147.003,4        | 131.870,9        | 15.132,5        | 11,5                                  |
|              | Videojuegos             | 17.143,5         | 14.018,9         | 3.124,6         | 22,3                                  |
| <b>Total</b> |                         | <b>377.545,4</b> | <b>356.578,6</b> | <b>20.966,8</b> | <b>5,9</b>                            |

Las Industrias Creativas de la CAE ocupan a 4.720,4 personas (Figura 6). El 70 % del peso del empleo se distribuye en el sector de la publicidad (44,1 %) y de las industrias de la lengua (26,1 %). En esta edición 2023, el peso de la publicidad en el empleo del conjunto de las Industrias Creativas se ha acentuado aún más. El sector que acumula menor empleo en términos absolutos es el de videojuegos (4,3 %).

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 (22,8 empleos por empresa) y la publicidad (17,4 empleos por empresa); un segundo nivel formado por los videojuegos y la moda, con 13,4 y 10,4 empleos por empresa, respectivamente; y un tercero, en el que se sitúan la arquitectura y el diseño, 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. 2019-2023

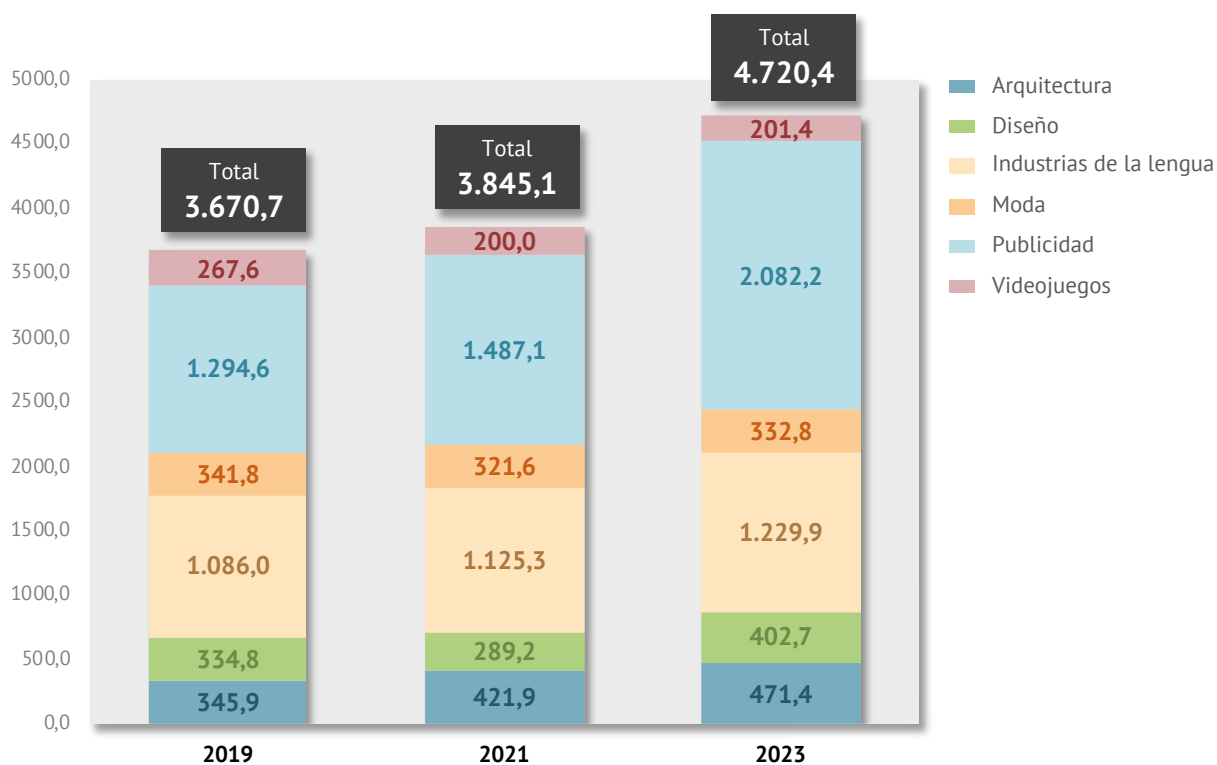


Figura 6. Personas trabajadoras totales de los agentes por sector (empleo propio). Personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2021-2023

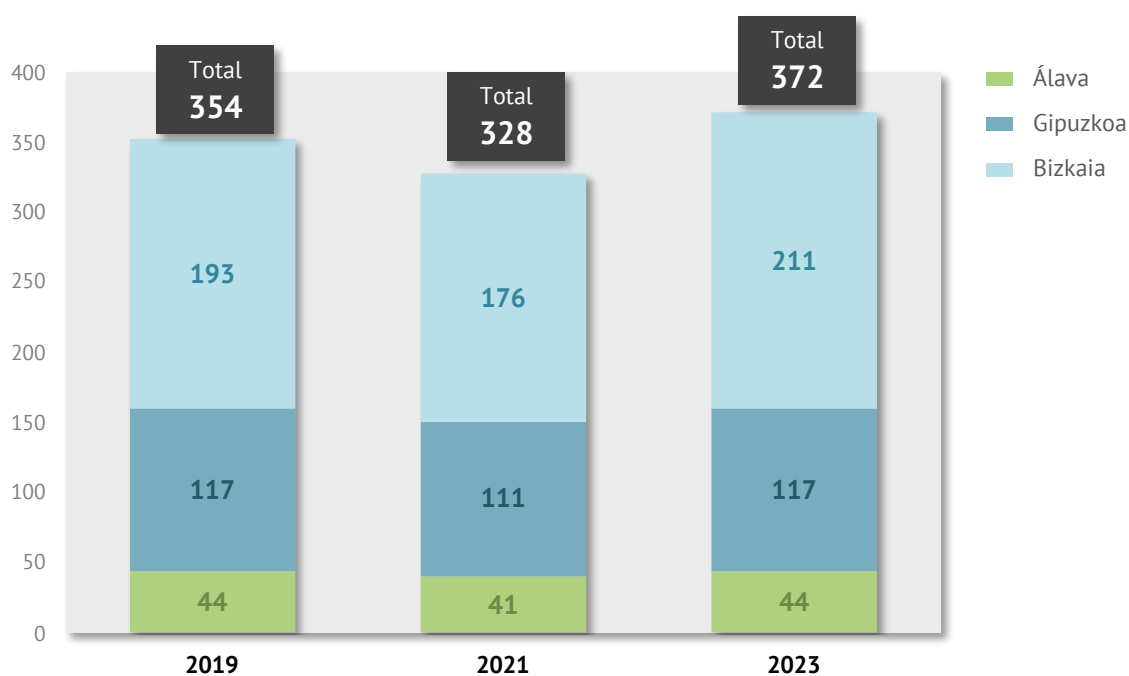
| Año          | Sector                  | Personas trabajadoras | Porcentaje sobre el total de personas trabajadoras |
|--------------|-------------------------|-----------------------|--|
| 2021         | Arquitectura            | 421,9                 | 11,0   |
|              | Diseño                  | 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  |
| <b>Total</b> |                         | <b>3.845,1</b>        | <b>100,0</b>                                       |
| 2023         | Arquitectura            | 471,4                 | 10,0   |
|              | Diseño                  | 402,7                 | 8,5  |
|              | Industrias de la lengua | 1.229,9               | 26,1   |
|              | Moda                    | 332,8                 | 7,1  |
|              | Publicidad              | 2.082,2               | 44,1   |
|              | Videojuegos             | 201,4                 | 4,3  |
| <b>Total</b> |                         | <b>4.720,4</b>        | <b>100,0</b>                                       |

## 2.2. Territorio

La distribución territorial de las Industrias Creativas de la CAE configura un mapa en el que Bizkaia concentra el 56,7 % de los agentes, Gipuzkoa el 31,5 % y Álava el 11,8 %.

Figura 7. **Agentes por Territorio Histórico.**

Absolutos. 2019-2023



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, sector con mayor presencia en Gipuzkoa.

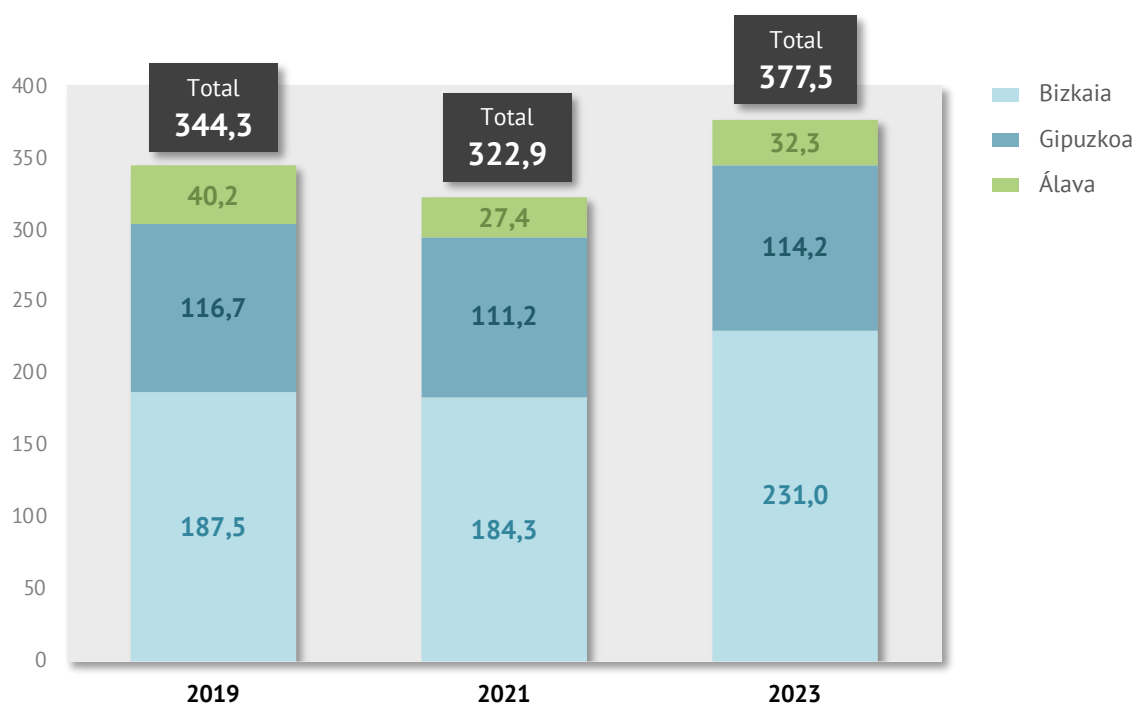
Figura 8. **Agentes por Territorio Histórico.** Porcentajes. 2021-2023

| Año          | Sector                  | Araba       | Gipuzkoa    | Bizkaia     |
|--------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|
| 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        |
| <b>Total</b> |                         | <b>12,5</b> | <b>33,8</b> | <b>53,7</b> |
| 2023         | Arquitectura            | 13,2        | 29,7        | 57,1        |
|              | Diseño                  | 8,3         | 28,3        | 63,3        |
|              | Industrias de la lengua | 14,8        | 46,3        | 38,9        |
|              | Moda                    | 9,4         | 18,8        | 71,9        |
|              | Publicidad              | 11,7        | 32,5        | 55,8        |
|              | Videojuegos             | 13,3        | 20,0        | 66,7        |
| <b>Total</b> |                         | <b>11,8</b> | <b>31,5</b> | <b>56,7</b> |

En el caso de los ingresos, Bizkaia concentra el 61,2 % del total de la CAE, Gipuzkoa el 30,3 % y el 8,6 % corresponde a Álava. Destaca el peso de Bizkaia especialmente en los sectores de la moda (79,7 % de los ingresos del sector) y de los videojuegos (84,5 %); Gipuzkoa concentre más de la mitad de los ingresos de las industrias de la lengua (54,5 %) y en Álava los sectores de la Moda y de la Publicidad se dejan notar con un 13 % y un 12 % del total del sector, respectivamente.

## Figura 9. Ingresos totales por Territorio Histórico.

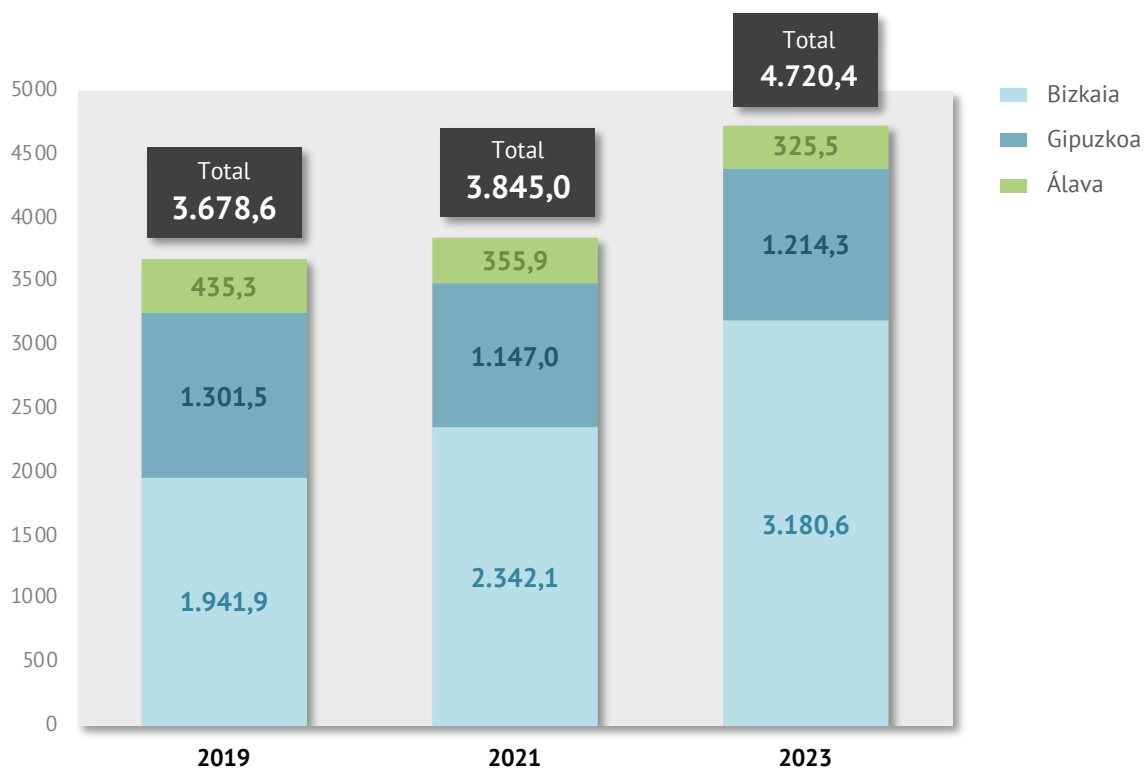
Millones de euros. 2019-2023



Respecto al empleo, la proporción es del 67,4 % en Bizkaia, el 25,7 % en Gipuzkoa y el 6,9 % en Álava. Los sectores que ocupan a un mayor volumen de personas trabajadoras son la publicidad (2.082,2 en términos absolutos) y las industrias de la lengua (1.229,9 en términos absolutos). A destacar el peso del diseño en Gipuzkoa, con el 52,3 % del empleo de la CAE, así como el de la arquitectura en territorio alavés, con el 12,4% del total de la CAE.

Figura 10. **Personas trabajadoras (equivalentes a jornada completa anualizadas) por territorio histórico.**

Absolutos. 2019-2023



## 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: las industrias de la lengua y la moda con 1,4 millones de euros de media y la publicidad y los videojuegos con 1,2 y 1,1 millones de media, respectivamente, superan la media del conjunto de las Industrias Creativas.

Figura 13. **Dimensión Industrial.** 2021-2023

| Año          | Tipología               | Nº de agentes | Ingresos            |                  |
|--------------|-------------------------|---------------|---------------------|------------------|
|              |                         |               | Frec.               | Media            |
|              |                         |               | (miles €)           | (miles €)        |
| 2021         | Arquitectura            | 72            | 35.636,9 €          | 495,0 €          |
|              | Diseño                  | 50            | 33.887,0 €          | 677,7 €          |
|              | Industrias de la lengua | 57            | 64.507,1 €          | 1.131,7 €        |
|              | Moda                    | 30            | 50.073,5 €          | 1.669,1 €        |
|              | Publicidad              | 107           | 124.725,3 €         | 1.165,7 €        |
|              | Videojuegos             | 12            | 14.061,9 €          | 1.171,8 €        |
| <b>Total</b> |                         | <b>328</b>    | <b>322.891,6 €</b>  | <b>984,4 €</b>   |
| 2023         | Arquitectura            | 91            | 41.652,9 €          | 457,7 €          |
|              | Diseño                  | 60            | 46.973,0 €          | 782,9 €          |
|              | Industrias de la lengua | 54            | 78.415,4 €          | 1.452,1 €        |
|              | Moda                    | 32            | 46.357,2 €          | 1.448,7 €        |
|              | Publicidad              | 120           | 147.003,4 €         | 1.225,0 €        |
|              | Videojuegos             | 15            | 17.143,5 €          | 1.142,9 €        |
| <b>Total</b> |                         | <b>372</b>    | <b>377.545,40 €</b> | <b>1.014,9 €</b> |

Respecto del empleo, siguen destacando los mismos sectores (publicidad e industrias de la lengua) y las diferencias en cuanto al número total de personas empleadas han 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), lógicamente, los sectores con menos empresas tienen menor empleo. Así, se observa que los sectores que están más alejados de la media del total de las Industrias Creativas a la baja son los videojuegos y la moda respectivamente. En relación con el gasto medio por trabajador, destacan por encima de la media la arquitectura, las industrias de la lengua y la moda.

Figura 12. Coste del empleo. 2021-2023

| Año          | Tipología               | Nº de personas trabajadoras | Gastos de personal  |  |
|--------------|-------------------------|-----------------------------|---------------------|--|
|              |                         |                             | Frec.               | Gastos/Personas trabajadoras (miles €) |
|              |                         |                             | (miles €)           |  |
| 2021         | 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 €                                |
| <b>Total</b> |                         | <b>3.670,60</b>             | <b>132.160,80 €</b> | <b>36,00 €</b>                         |
| 2023         | 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 €                                |
| <b>Total</b> |                         | <b>3.845,12</b>             | <b>134.762,06 €</b> | <b>35,05 €</b>                         |

## 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. A diferencia de la edición anterior, en 2023 el sector de la moda ofrece un balance negativo, siendo los sectores más rentables los videojuegos, (22,3 %), y la publicidad (11,5 %).

Figura 13. Sostenibilidad empresarial. 2021-2023

| Año          | Tipología               | Beneficios        | Ingresos           |                             |
|--------------|-------------------------|-------------------|--------------------|-----------------------------|
|              |                         |                   | Frec.              | % beneficios sobre ingresos |
|              |                         |                   | (miles €)          |                             |
| 2021         | Arquitectura            | 3.015,9 €         | 35.636,9 €         | 8,46%                       |
|              | Diseño                  | 3.419,9 €         | 33.887,0 €         | 10,09%                      |
|              | Industrias de la lengua | 1.411,0 €         | 64.507,1 €         | 2,19%                       |
|              | Moda                    | 18.424,5 €        | 50.073,5 €         | 36,79%                      |
|              | Publicidad              | 9.135,2 €         | 124.725,3 €        | 7,32%                       |
|              | Videojuegos             | 1.532,4 €         | 14.061,9 €         | 10,90%                      |
| <b>Total</b> |                         | <b>36.938,9 €</b> | <b>322.891,6 €</b> | <b>11,44%</b>               |
| 2023         | Arquitectura            | 2.915,6 €         | 41.652,9 €         | 7,53%                       |
|              | Diseño                  | 1.935,9 €         | 46.973,0 €         | 4,30%                       |
|              | Industrias de la lengua | 519,4 €           | 78.415,4 €         | 0,67%                       |
|              | Moda                    | -2.661,2 €        | 46.357,2 €         | -5,43%                      |
|              | Publicidad              | 15.132,5 €        | 147.003,4 €        | 11,48%                      |
|              | Videojuegos             | 3.124,6 €         | 17.143,5 €         | 22,29%                      |
| <b>Total</b> |                         | <b>20.966,8 €</b> | <b>377.545,4 €</b> | <b>5,88%</b>                |

# 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 relación con el 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 los ingresos (Figura 14), tres de los sectores (industrias de la lengua, publicidad y diseño) se ajustan en gran medida a la asimetría del 80-20, puesto que generan entre el 70% y el 80% de los ingresos. Los tres restantes (moda, videojuegos y arquitectura), este 20 % de agentes con más ingresos genera en torno a la mitad del conjunto de cada sector (57,9 %, 53,8 % y 53,6 %, respectivamente).

En cuanto al empleo (Figura 15), la diversidad de situaciones es mayor, observándose una gradación que va desde el 80,9 % en el caso de las industrias de la lengua, hasta el 30,8 % en el sector de los videojuegos.

En conclusión, las asimetrías existen en todos los sectores, con distintos grados y con diferencias también entre los ingresos y el empleo. En los videojuegos y en la arquitectura son en general mucho más leves.

Figura 14. Ranking de tipología de agentes por grado de concentración de ingresos del 20% de los agentes con mayores ingresos. Porcentaje. 2021-2023

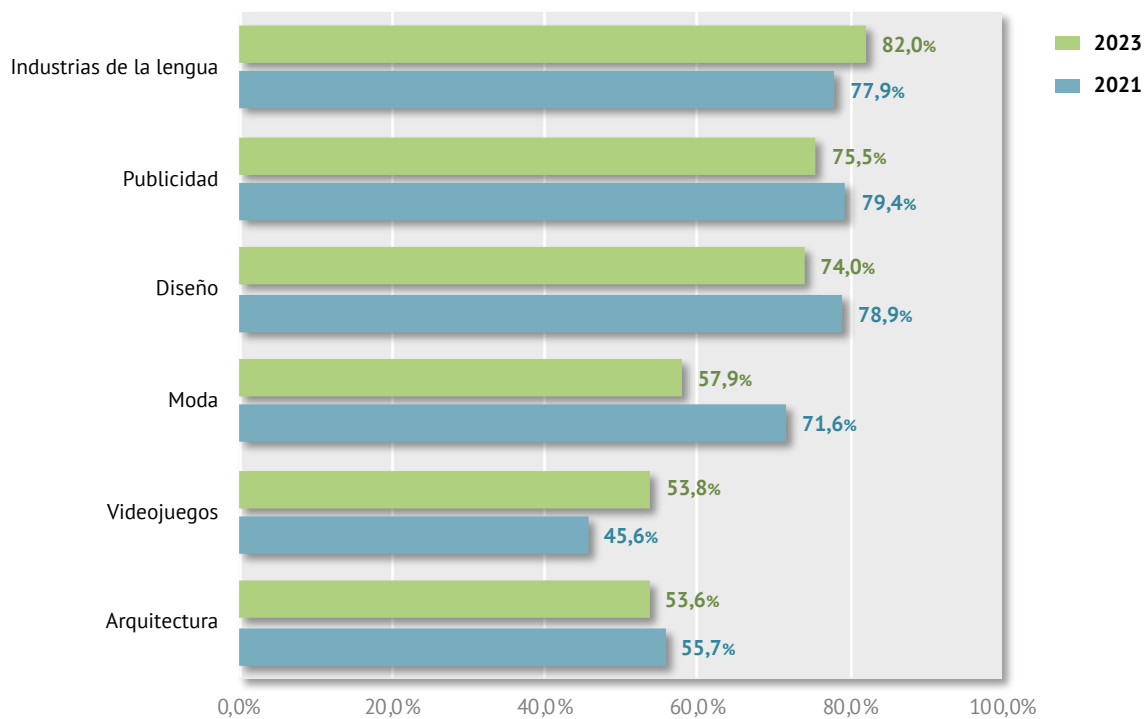
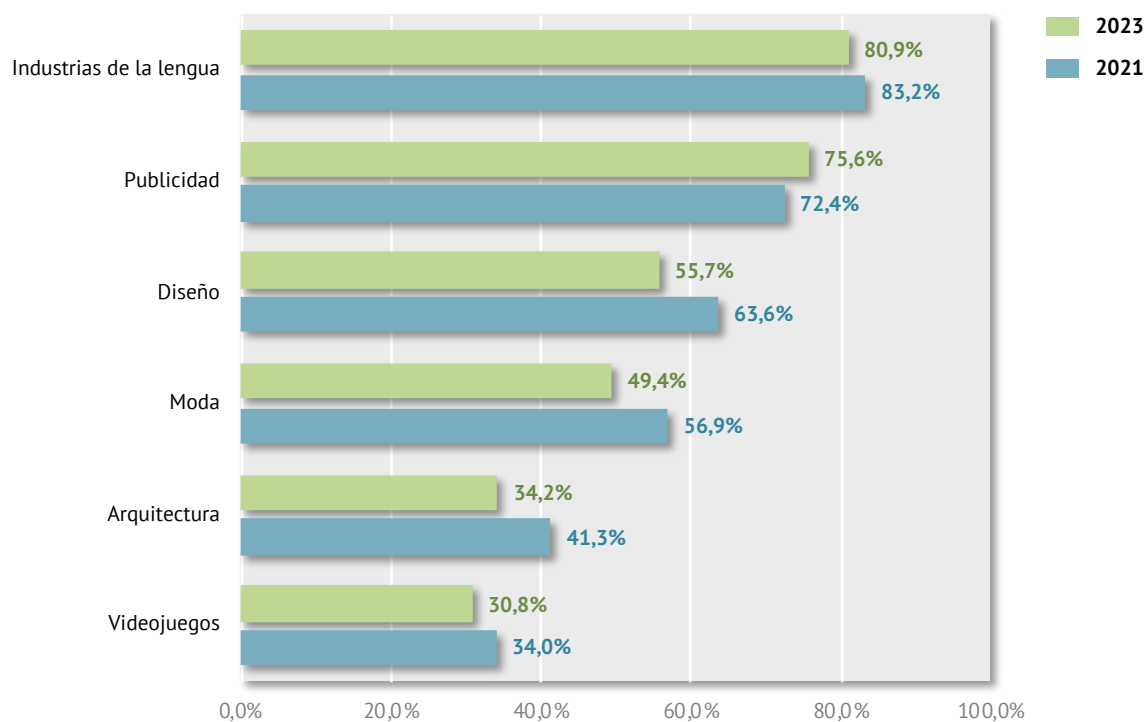


Figura 15. Ranking de tipología de agentes por grado de concentración del empleo del 20% de los agentes con mayores ingresos. Porcentaje. 2021-2023



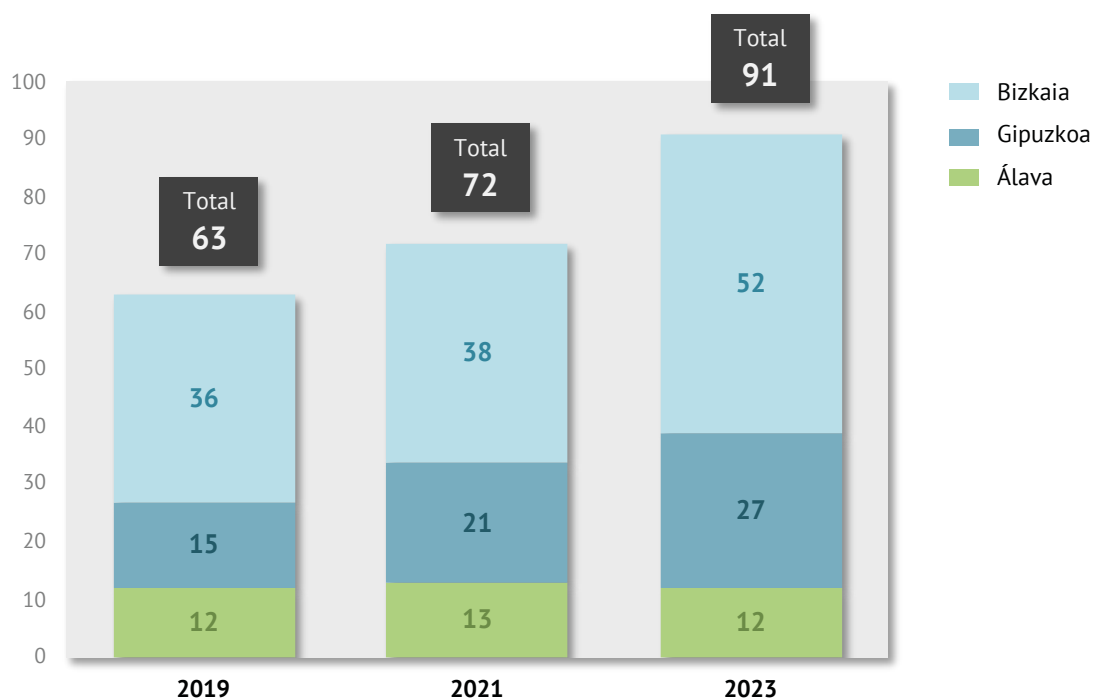
## 4.2. Perfiles de los agentes

En este apartado se clasifican los agentes por intervalos de nivel de ingresos y según el número de 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 91 empresas. Bizkaia es el territorio histórico donde se localizan más agentes (57,1%), seguida de Gipuzkoa (29,7%) y de Álava (13,2%). Es significativo el aumento registrado entre 2021 y 2023 en Bizkaia.

Figura 16. Empresas de arquitectura por Territorio Histórico.  
2019-2023



En el conjunto del sector predominan empresas que ingresan entre 100.000 y 500.000 euros, representando el 67 % del total. A pesar de ello y por efecto de las asimetrías, este segmento mayoritario genera el 38,2 % de los ingresos. En cuanto al empleo, este grupo de empresas reúne más de la mitad del empleo (55 %).

Figura 17. **Empresas de arquitectura según ingresos.** 2021-2023

| Año          |                          | Agentes   |              | Ingresos     | Personas trabajadoras |            |
|--------------|--------------------------|-----------|--------------|--------------|-----------------------|------------|
|              |                          | Frec.     | %            | %            | %                     | Media      |
| 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          |
| <b>Total</b> |                          | <b>72</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>5,9</b> |
| 2023         | Más de 1.000.000 €       | 10        | 11,0         | 37,7         | 21,7                  | 10,4       |
|              | De 500.001 a 1.000.000 € | 13        | 14,3         | 22,7         | 19,2                  | 7,1        |
|              | De 100.000 a 500.000 €   | 61        | 67,0         | 38,2         | 55,0                  | 4,3        |
|              | Menos de 100.000         | 7         | 7,7          | 1,3          | 4,2                   | 2,9        |
| <b>Total</b> |                          | <b>91</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>5,2</b> |

Finalmente, cabe destacar que las empresas de arquitectura analizadas son básicamente microempresas, agentes que tienen menos de 10 personas en plantilla (89 % del sector).

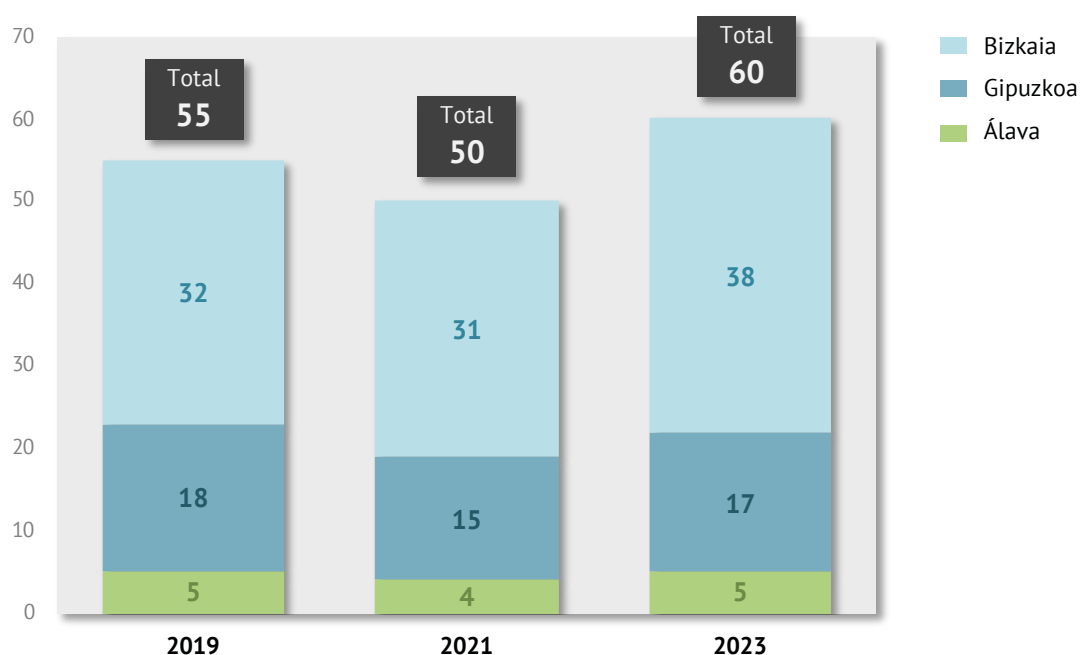
Figura 18. **Empresas de arquitectura según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2021-2023**

| Año          |   | Frec.     | %            |
|--------------|---|-----------|--------------|
| 2021         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 62        | 86,1         |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 10        | 13,9         |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | -         | -            |
| <b>Total</b> |   | <b>72</b> | <b>100,0</b> |
| 2023         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 81        | 89,0         |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 10        | 11,0         |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | -         | -            |
| <b>Total</b> |   | <b>91</b> | <b>100</b>   |

## 4.2.2. Diseño

El sector del diseño en 2023 alcanza los 60 agentes. Un 63,3 % de ellos se encuentra en Bizkaia, seguida de Gipuzkoa con un 28,3 % y Álava (8,3 % de agentes).

Figura 19. Empresas de diseño por Territorio Histórico. 2019-2023



El grueso del sector se sitúa en perfiles por debajo de los 500.000 euros de ingresos (un 61,7 %), aunque generan únicamente un 10 % de ingresos aproximadamente. Por el contrario, el segmento de agentes que facturan más de un millón de euros (12 agentes) tienen un peso en los ingresos del 74 % del conjunto del sector.

Figura 20. Empresas de diseño según ingresos. 2021-2023

| Año          |                          | Agentes   |              | Ingresos     | Personas trabajadoras |            |
|--------------|--------------------------|-----------|--------------|--------------|-----------------------|------------|
|              |                          | Frec.     | %            | %            | %                     | Media      |
| 2021         | Más de 1.000.000 €       | 8         | 16,0         | 16,0         | 51,2                  | 18,5       |
|              | De 500.001 a 1.000.000 € | 5         | 10,0         | 10,0         | 17,3                  | 10,0       |
|              | De 100.001 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        |
| <b>Total</b> |                          | <b>50</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>5,8</b> |
| 2023         | Más de 1.000.000 €       | 12        | 20,0         | 74,0         | 55,7                  | 18,7       |
|              | De 500.001 a 1.000.001 € | 11        | 18,3         | 16,0         | 23,4                  | 8,6        |
|              | De 100.000 a 500.000 €   | 22        | 36,7         | 8,5          | 16,4                  | 3,0        |
|              | Menos de 100.000         | 15        | 25,0         | 1,6          | 4,5                   | 1,2        |
| <b>Total</b> |                          | <b>60</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>6,7</b> |

En cuanto al empleo, estos grandes agentes concentran el 55,7 % de las personas trabajadoras. Las empresas de medio millón hasta el millón de facturación suponen un 16 % del empleo, las de 100.000 euros al medio millón un 8,5 % y las inferiores a 100.000 euros apenas un 1,6%. Hay, por tanto, una estructura muy desigual, con un número relevante de pequeños agentes y unos pocos agentes tractores.

Así, no sorprende que el sector esté compuesto mayoritariamente por microempresas de menos de 10 empleos, que suponen hasta un 85 % del sector. De hecho, atendiendo a la anterior tabla, se observa que una cuarta parte de los agentes ocupa de media a 1,2 personas equivalentes a jornada completa anualizadas.

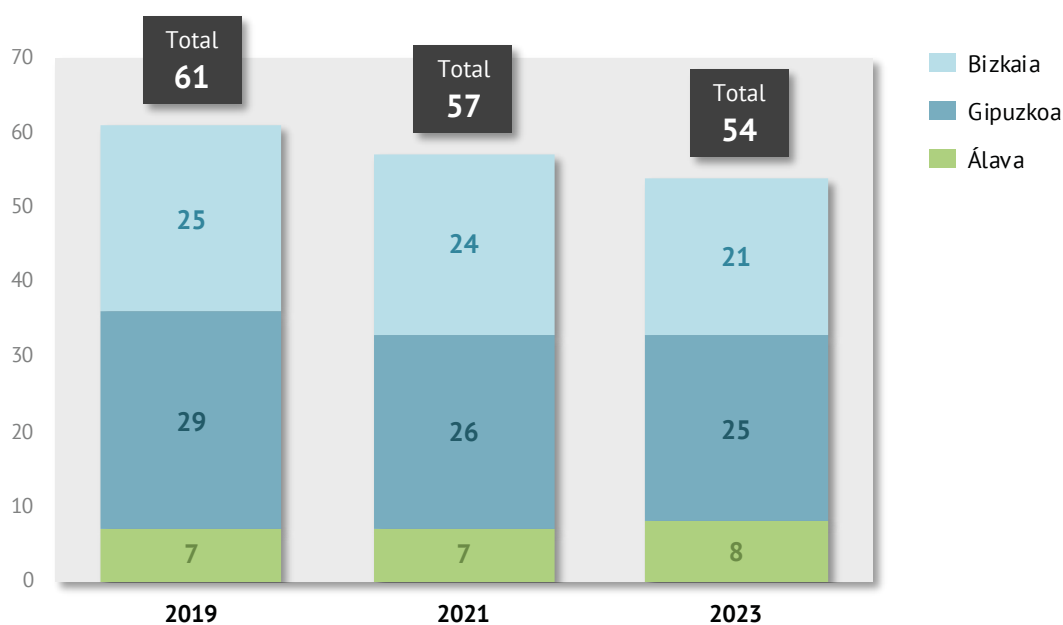
Figura 21. **Empresas de diseño según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2021-2023**

| Año          |   | Frec.     | %            |
|--------------|---|-----------|--------------|
| 2021         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 45        | 90           |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 4         | 8            |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | 1         | 2            |
| <b>Total</b> |   | <b>50</b> | <b>100,0</b> |
| 2023         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 51        | 85,0         |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 8         | 13,3         |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | 1         | 1,6          |
| <b>Total</b> |   | <b>60</b> | <b>100,0</b> |

### 4.2.3. Industrias de la lengua

El sector está formado por un total de 54 agentes en 2023. En este caso Gipuzkoa concentra más agentes (46,2 %) que Bizkaia (38,9 %) y Álava aumenta su peso menor (14,8 %).

Figura 22. Industrias de la lengua por Territorio Histórico. 2019-2023



Si se centra la mirada en el perfil económico de las industrias de la lengua se observa que el 48,1 % de los agentes del sector ingresan entre 100.001 y 500.000 euros, y un 18,5 % menos de 100.000 euros. No obstante, las 15 empresas con una facturación superior al millón acumulan el 88,3 % de los ingresos.

Atendiendo al empleo, de nuevo las grandes empresas copan un 87,3% de los puestos anualizados del sector (con una media de personas equivalentes a jornada completa anualizadas de 71,6).

Figura 23. Industrias de la lengua según ingresos. 2021-2023

| Año          |                          | Agentes   |              | Ingresos     | Personas trabajadoras |             |
|--------------|--------------------------|-----------|--------------|--------------|-----------------------|-------------|
|              |                          | Frec.     | %            | %            | %                     | Media       |
| 2021         | 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         |
| <b>Total</b> |                          | <b>57</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>19,7</b> |
| 2023         | Más de 1.000.000 €       | 15        | 27,8         | 88,3         | 87,3                  | 71,6        |
|              | De 500.001 a 1.000.000 € | 3         | 5,6          | 2,3          | 2,0                   | 8,3         |
|              | De 100.001 a 500.000 €   | 26        | 48,1         | 8,6          | 9,4                   | 4,5         |
|              | Menos de 100.000         | 10        | 18,5         | 0,9          | 1,2                   | 1,5         |
| <b>Total</b> |                          | <b>54</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>22,8</b> |

A pesar del peso de la microempresa, un 20,4 % de las empresas tienen entre 10 y 49 empleados, y un 9,2 % más de 50.

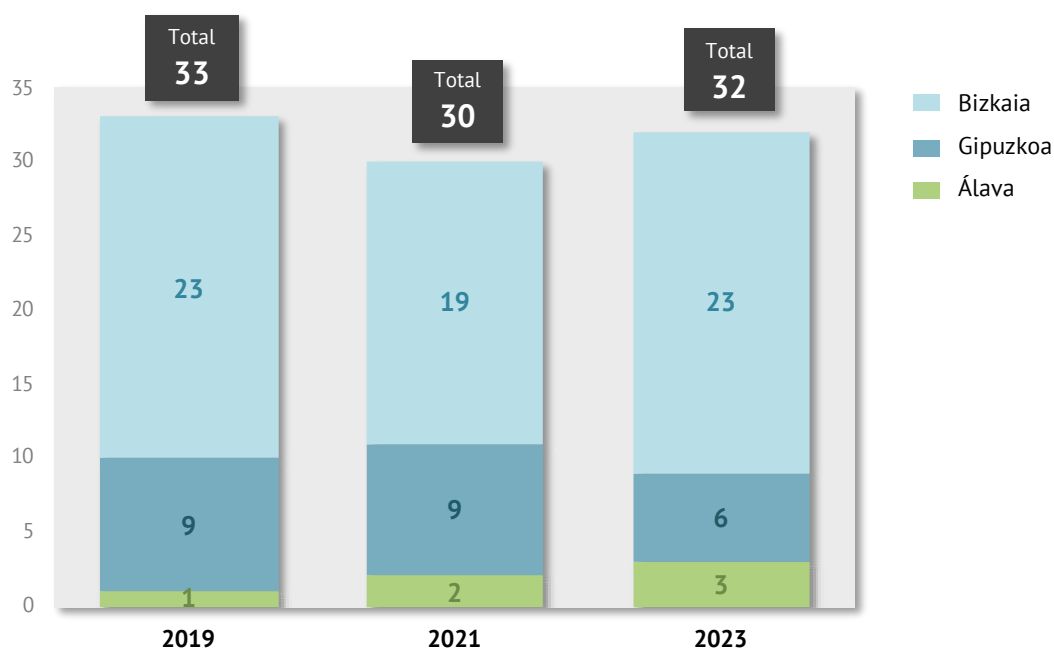
Figura 24. **Industrias de la lengua según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2021-2023**

| Año          |   | Frec.     | %            |
|--------------|---|-----------|--------------|
| 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          |
| <b>Total</b> |   | <b>57</b> | <b>100,0</b> |
| 2023         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 38        | 70,4         |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 11        | 20,4         |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | 5         | 9,2          |
| <b>Total</b> |   | <b>54</b> | <b>100,0</b> |

#### 4.2.4. Moda

Un total de 32 agentes componen el sector de la moda en 2023. Bizkaia reúne más de la mitad de estos (71,9 %), Gipuzkoa un 18,8 %, y Álava un 9,4 %.

Figura 25. Empresas de moda por Territorio Histórico. 2019-2023



En relación con su perfil económico, hay un número significativo de empresas que ingresan más de un millón de euros: un 37,5 %. Este grupo reúne el 82,5 % de los ingresos y el 71,8 % de los puestos de trabajo anualizados a jornada completa.

Figura 26. Empresas de moda según ingresos. 2021-2023

| Año          |                          | Agentes   |              | Ingresos     | Personas trabajadoras |             |
|--------------|--------------------------|-----------|--------------|--------------|-----------------------|-------------|
|              |                          | Frec.     | %            | %            | %                     | Media       |
| 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         |
| <b>Total</b> |                          | <b>30</b> | <b>100</b>   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>10,7</b> |
| 2023         | Más de 1.000.000 €       | 12        | 37,5         | 82,5         | 71,8                  | 19,9        |
|              | De 100.000 a 1.000.000 € | 6         | 18,8         | 9,8          | 11,1                  | 6,2         |
|              | Menos de 100.000         | 14        | 43,7         | 7,6          | 17,1                  | 4,4         |
| <b>Total</b> |                          | <b>32</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>10,4</b> |

Con todo, las microempresas (hasta 10 personas trabajadoras) son el 62,5 % del sector de la moda.

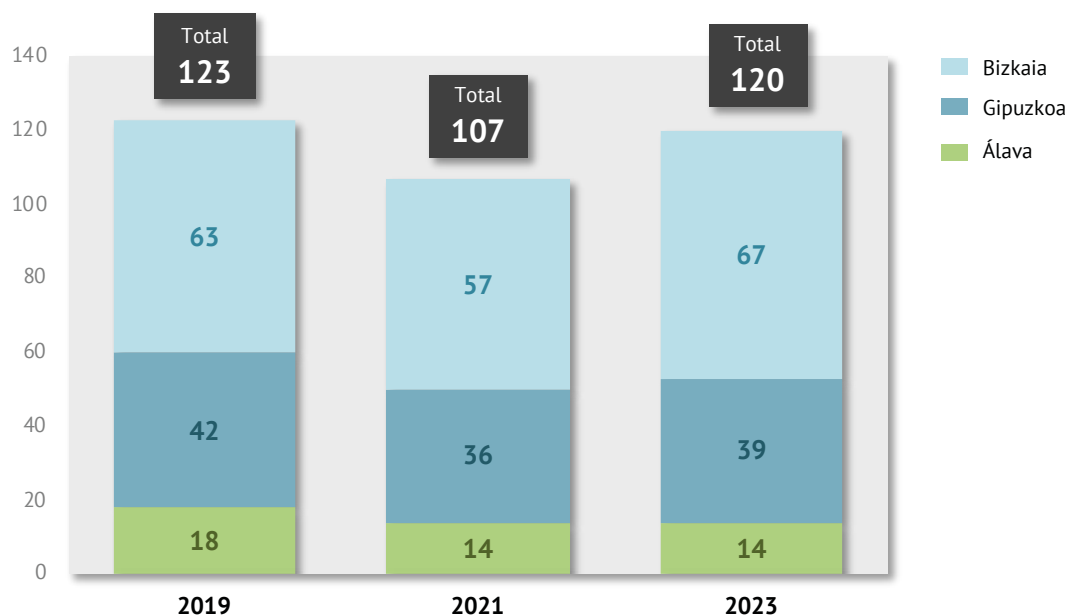
Figura 27. Empresas de moda según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2021-2023

| Año          |   | Frec.     | %            |
|--------------|---|-----------|--------------|
| 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          |
| <b>Total</b> |   | <b>30</b> | <b>100,0</b> |
| 2023         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 20        | 62,5         |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 11        | 34,4         |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | 1         | 3,1          |
| <b>Total</b> |   | <b>32</b> | <b>100,0</b> |

## 4.2.5. Publicidad

El sector creativo de la publicidad es el más numeroso con un total de 120 agentes. Un 55,8 % de ellos se encuentra en Bizkaia, por un 32,5 % en Gipuzkoa y un 11,7 % en Álava.

Figura 28. Empresas de publicidad por Territorio Histórico. 2019-2023



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 (33,7 % del total). A pesar de ello, generan solo un 8,3 % de los ingresos totales y un 9,9 % del empleo. Por el contrario, hay un segmento de grandes agentes (un 20,8 % que ingresa más de un millón) que moviliza el 76,2 % de los ingresos totales y un 76,1 % del empleo.

Figura 29. Empresas de publicidad según ingresos. 2021-2023

| Año          |                          | Agentes    |              | Ingresos     | Personas trabajadoras |             |
|--------------|--------------------------|------------|--------------|--------------|-----------------------|-------------|
|              |                          | Frec.      | %            | %            | %                     | Media       |
| 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         |
| <b>Total</b> |                          | <b>107</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>13,9</b> |
| 2023         | Más de 1.000.000 €       | 25         | 20,8         | 76,2         | 76,1                  | 63,4        |
|              | De 500.001 a 1.000.000 € | 33         | 27,5         | 14,9         | 12,6                  | 7,9         |
|              | De 100.000 a 500.000 €   | 44         | 36,7         | 8,3          | 9,9                   | 4,7         |
|              | Menos de 100.000         | 18         | 15,0         | 0,7          | 1,5                   | 1,7         |
| <b>Total</b> |                          | <b>120</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>17,4</b> |

Existe un segmento de microempresas muy amplio (73,3 %) pero, al mismo tiempo, el sector también se conforma con pequeñas empresas de 10 a 49 empleos (suponen un 24,2 %).

Figura 30. **Empresas de publicidad según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2021-2023**

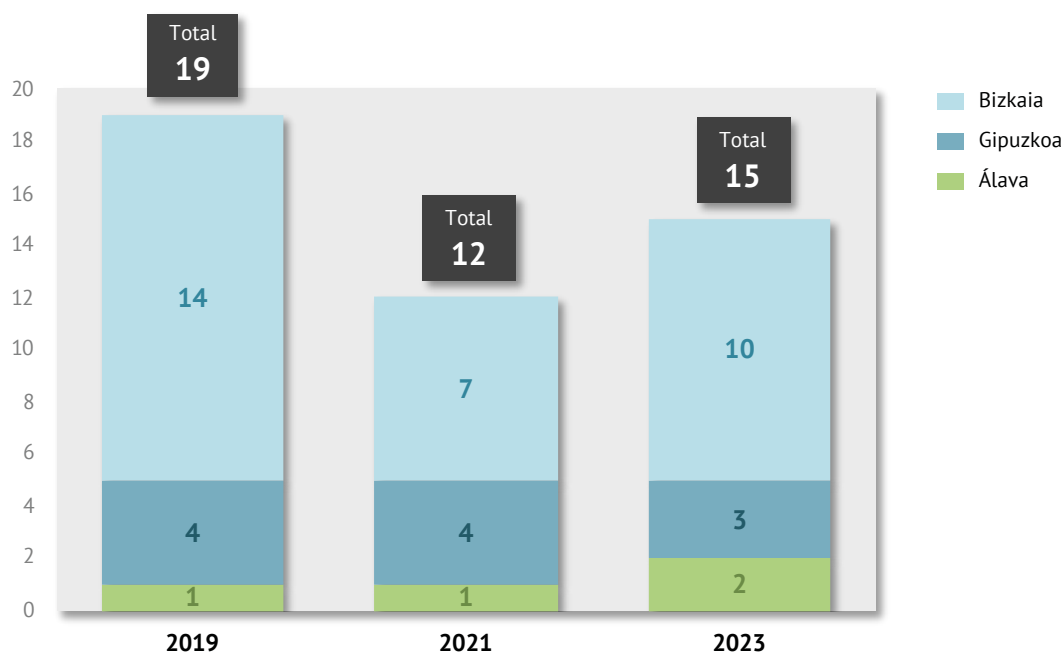
| Año          |   | Frec.      | %            |
|--------------|---|------------|--------------|
| 2021         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 78         | 72,9         |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 26         | 24,3         |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | 3          | 2,8          |
| <b>Total</b> |   | <b>107</b> | <b>100,0</b> |
| 2023         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 88         | 73,3         |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 29         | 24,2         |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | 3          | 2,5          |
| <b>Total</b> |   | <b>120</b> | <b>100,0</b> |

## 4.2.6. Videojuegos

El sector creativo de los videojuegos es el más pequeño de todos, pues suma 15 agentes en 2023, ubicados en su mayoría en Bizkaia (66,7 %).

Figura 31. Empresas de videojuegos por Territorio Histórico.

2019-2023



Poco más de la mitad de los agentes se sitúa en el segmento superior de ingresos, por encima de los 500.000 euros (53,3 %). Estas empresas son las responsables del 93,9 % de los ingresos del sector, y del 90,9 % del empleo.

Figura 31. Empresas de videojuegos según ingresos. 2021-2023

| Año          |                  | Agentes   |              | Ingresos     | Personas trabajadoras |             |
|--------------|------------------|-----------|--------------|--------------|-----------------------|-------------|
|              |                  | Frec.     | %            | %            | %                     | Media       |
| 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         |
| <b>Total</b> |                  | <b>12</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>16,7</b> |
| 2023         | Más de 500.000 € | 8         | 53,3         | 93,9         | 90,9                  | 22,9        |
|              | Hasta 500.000 €  | 7         | 46,7         | 6,1          | 9,1                   | 2,6         |
| <b>Total</b> |                  | <b>15</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>          | <b>13,4</b> |

Respecto al tamaño de las empresas según el empleo, la distribución muestra un sector prácticamente repartido entre empresas de entre 10 y 49 empleos (53,3 %), y microempresas de menos de 10 empleos (46,7 %).

Figura 33. Empresas de videojuegos según número de personas trabajadoras equivalentes a jornada completa anualizadas. 2021-2023

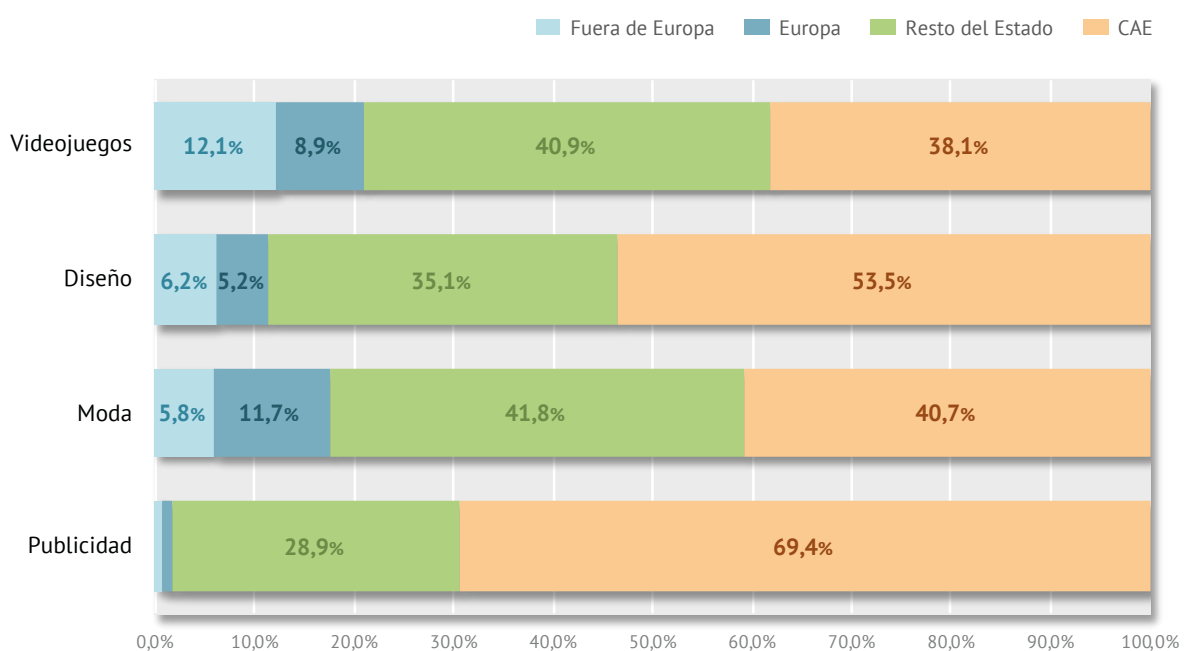
| Año          |   | Frec.     | %            |
|--------------|---|-----------|--------------|
| 2021         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 4         | 33,3         |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 8         | 66,7         |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | -         | -            |
| <b>Total</b> |   | <b>12</b> | <b>100,0</b> |
| 2023         | Microempresa: menos de 10 empleos       | 7         | 46,7         |
|              | Pequeña empresa: 10-49 empleos          | 8         | 53,3         |
|              | Mediana/gran empresa: más de 50 empleos | -         | -            |
| <b>Total</b> |   | <b>15</b> | <b>100,0</b> |

## 5. Internacionalización

Los sectores de los videojuegos y de la moda son los más internacionalizados. Los videojuegos, con una facturación del 21 % entre el mercado europeo y el de fuera de Europa es, en 2023, el que presenta un peso mayor de los mercados exteriores en su facturación. La moda factura un 11,7 % en el mercado europeo y un 5,8 % fuera de Europa. En ambos casos (videojuegos y moda), el mercado interior en la CAE y el del resto del estado suponen en torno al 80 % de su facturación.

El diseño factura principalmente en la CAE (53,5 %) y en el resto del estado (35,1 %), alcanzando los mercados europeo y de fuera de Europa un 11,4 % del total. En cuanto a la publicidad, su principal mercado es la CAE (69,4 %), seguido por el resto del Estado (28,9 %), siendo residual su mercado internacional.

Figura 34. Facturación según mercado de las empresas de publicidad, moda y diseño. 2023



## 6. Género

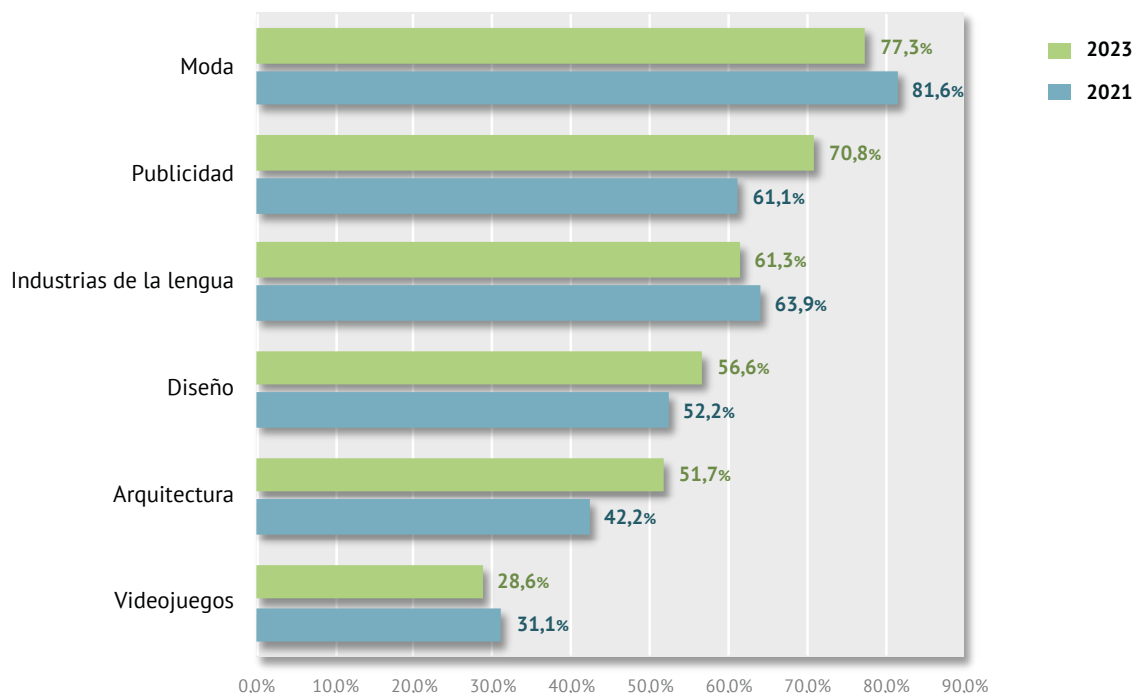
### 6.1. Presencia de mujeres

En el conjunto del sector de las Industrias Creativas se observan diferentes realidades respecto la presencia de mujeres en el empleo, siendo mayoritarias en la moda, la publicidad, las industrias de la lengua y el diseño. La arquitectura está repartida entre mujeres y hombres y en los videojuegos, el empleo está claramente masculinizado.

Hay que tener en cuenta que en los sectores que generan más empleo, como son la publicidad y las industrias de la lengua, su presencia es predominante. En la moda su presencia alcanza un 77,3 % del empleo del sector y en la publicidad, suponen siete de cada diez empleos (70,8 %). Las industrias de la lengua se sitúan en un 61,3 % y el sector del diseño alcanza un 56,6 % en el año 2023.

Finalmente, en la arquitectura se advierte un incremento en esta edición, y en 2023 suponen el 51,7 % del total y, en el sector de los videojuegos, representan un 28,6 %.

Figura 35. **Mujeres trabajadoras por sectores de las Industrias Creativas.** Porcentaje. 2021-2023



Una mirada más profunda atendiendo a la función profesional desvela que, en puestos de dirección, las mujeres son mayoría en la moda (61,1 %), la publicidad (57 %), las industrias de la lengua (53,2 %) y el diseño (52,1 %). En los videojuegos, por el contrario, su presencia en estos puestos se sitúa en el 15,7 %

En labores técnicas y creativas predominan en la moda (85,9 %), las industrias de la lengua (62,2 %), la publicidad (59,7 %), el diseño (57,8 %). En la arquitectura se sitúan en posiciones ligeramente más bajas (49 %). Solo en los videojuegos se sitúan en clara minoría (30,3 %).

Finalmente, destaca que se concentran en mayor medida en puestos de gestión y administración, donde suponen más del 70% del total en todos los sectores.

Figura 36. **Mujeres trabajadoras por sectores de las Industrias Creativas y función profesional.** Porcentaje. 2021-2023

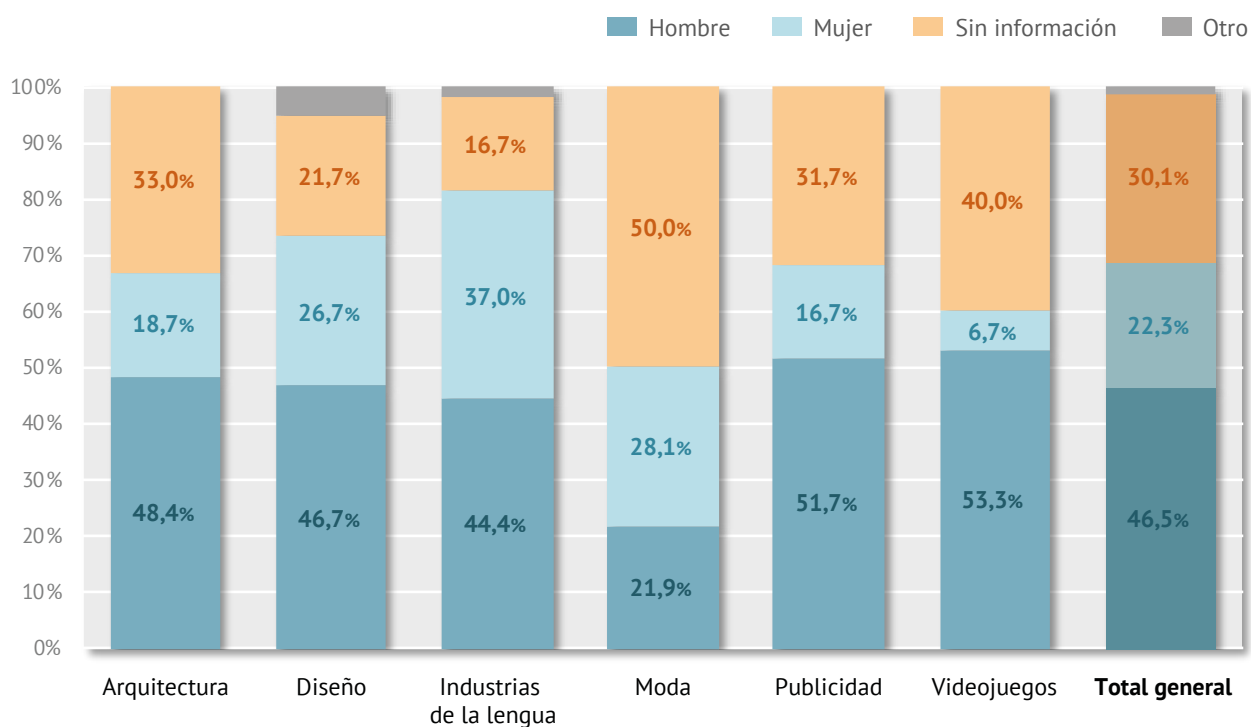
| Año  |                         | Dirección | Técnico/<br>Creativo | Producción | Gestión/<br>Admin. | Otros | Total       |
|------|-------------------------|-----------|----------------------|------------|--------------------|-------|-------------|
| 2021 | Arquitectura            | 23,9      | 43,5                 | -          | 82,0               | 21,3  | <b>42,2</b> |
|      | Diseño                  | 41,0      | 50,5                 | 41,5       | 76,4               | 40,0  | <b>52,2</b> |
|      | Industrias de la lengua | 56,0      | 64,3                 | -          | 74,5               | 58,8  | <b>63,9</b> |
|      | Moda                    | 71,6      | 85,8                 | 85,3       | 79,2               | 100,0 | <b>81,6</b> |
|      | Publicidad              | 33,4      | 47,1                 | 52,1       | 77,5               | 72,4  | <b>61,1</b> |
|      | Videjuegos              | 18,2      | 19,1                 | -          | 100,0              | 50,0  | <b>31,3</b> |
| 2023 | Arquitectura            | 25,3      | 49,0                 | -          | 92,7               | 76,5  | <b>51,7</b> |
|      | Diseño                  | 52,1      | 57,8                 | 47,8       | 81,6               | 45,4  | <b>56,6</b> |
|      | Industrias de la lengua | 53,2      | 62,2                 | -          | 70,5               | 52,9  | <b>61,3</b> |
|      | Moda                    | 61,1      | 85,9                 | 81,5       | 90,7               | 47,3  | <b>77,3</b> |
|      | Publicidad              | 57,1      | 59,7                 | 65,2       | 75,2               | 75,9  | <b>70,8</b> |
|      | Videjuegos              | 15,7      | 30,3                 | -          | 92,5               | 45,5  | <b>28,6</b> |

Para cerrar este bloque, se pregunta por el género de la persona que ocupa la máxima responsabilidad de la empresa, aun siendo una cuestión que ha generado un porcentaje alto de no respuesta en esta edición.

Con todo, lo que se observa es el predominio de hombres en ese puesto, a pesar de que sean sectores con predominio de mujeres en su mayoría, con la salvedad de la arquitectura, donde están casi a la par, y los videojuegos, donde el predominio de hombres es marcado.

Los datos de las respuestas obtenidas, por lo tanto, dibujan la existencia de un techo de cristal para las mujeres. A destacar la presencia en el diseño y en las industrias de la lengua de personas no binarias en estos puestos de máxima responsabilidad.

Figura 37. Mujeres en los puestos de máxima responsabilidad por sectores de las Industrias Creativas. Porcentaje. 2023

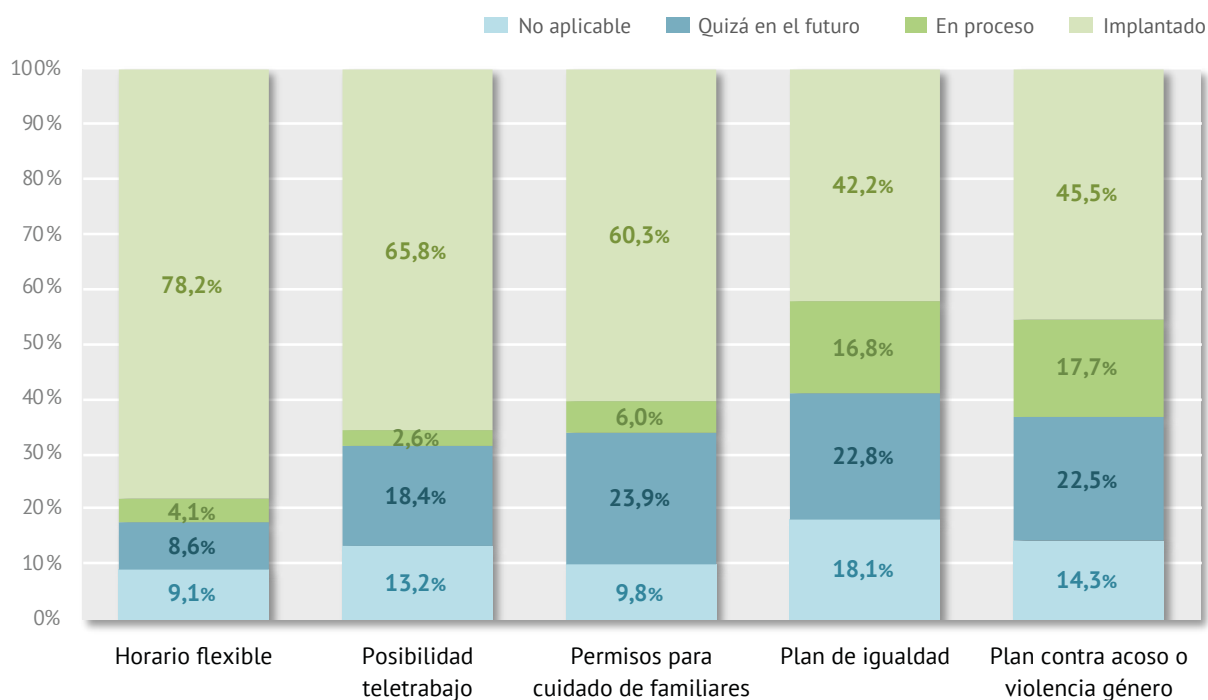


## 6.2. Políticas de igualdad

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.

Es preciso tener en cuenta que los resultados corresponden a los agentes que han contestado a estas preguntas (seis de cada diez agentes), no a la totalidad del censo (372 casos). Por lo tanto, se desconoce la situación de en torno a un 30-40 % de los agentes. Es de suponer que quienes contestan son aquellos agentes más sensibilizados con las políticas de igualdad y que probablemente estén emprendiendo acciones en esta línea.

Figura 38. Grado de implantación de distintas medidas para promover la igualdad. 2023



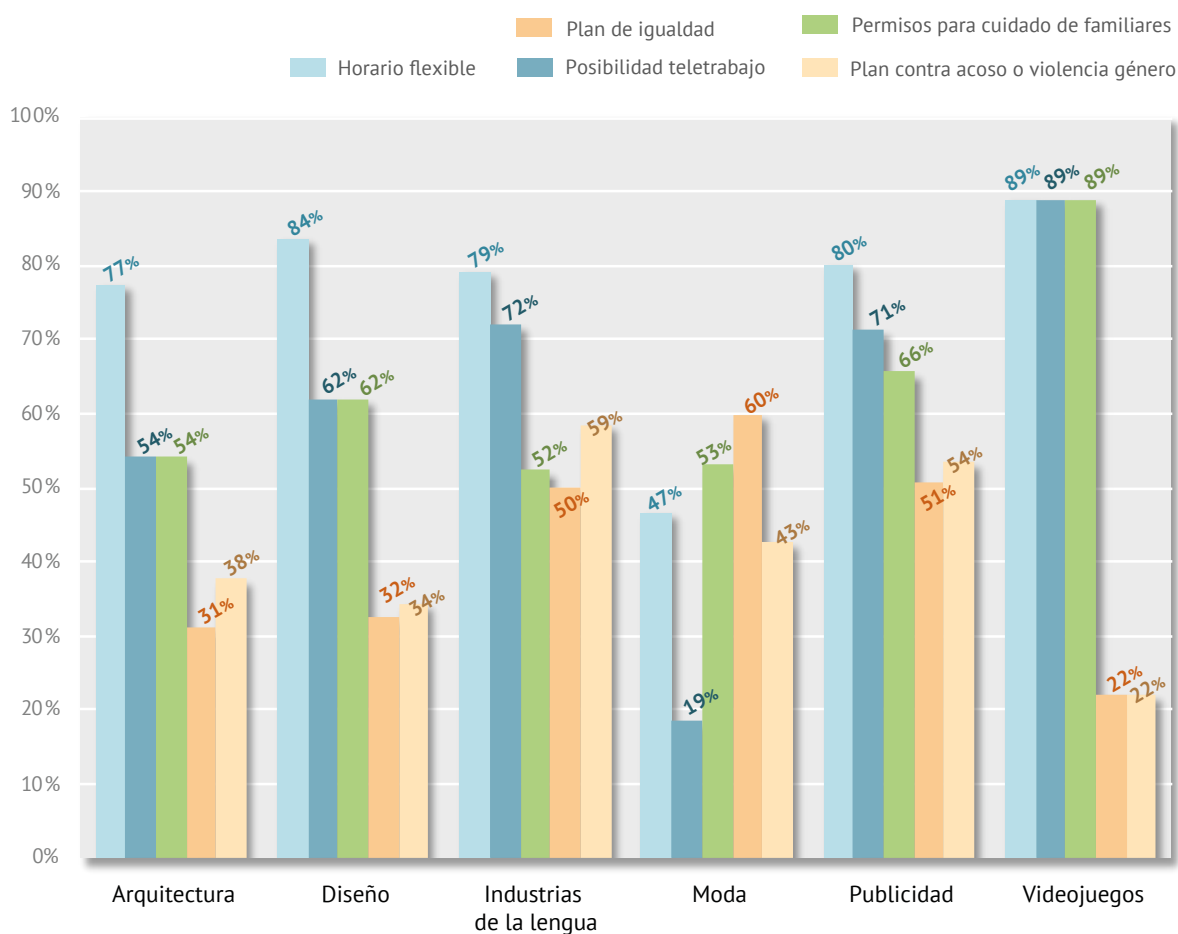
Se observa que la medida más extendida a tal efecto es la posibilidad de flexibilizar el horario, implantada en un 78,2 % de los casos. En segundo lugar, le siguen con una gran extensión las medidas del teletrabajo y la existencia de permisos específicos para cuidados de familiares con un nivel de implantación del 65,8 % y el 60,3 % respectivamente.

En tercer lugar, si bien están menos implantadas (cuatro de cada diez 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 rondan el 60% del total.

Si se profundiza en el análisis de las medidas implantadas sector a sector (figura 39), se corrobora que la posibilidad de contar con flexibilidad horaria es la medida más extendida, a excepción de la moda. En un nivel de implantación inferior se encuentra el teletrabajo y la posibilidad de acceder a permisos para cuidados.

Por último, los planes de igualdad o contra la violencia de género tienen un nivel de implantación relativamente extendido (en torno al 50 % de los casos) en las industrias de la lengua, la moda y la publicidad.

Figura 39. Medidas implantadas según sector. 2023



Atendiendo a la aplicación de acciones específicas en clave de análisis según género del salario y de otras condiciones de trabajo, se observa que hay un monitoreo específico más bien escaso (27,3 %), aunque otra proporción un poco más reducida (23,6 %) afirma aplicarla, pero no de forma sistematizada. En torno a un tercio de los casos manifiesta no plantearse aplicar la perspectiva de género en la gestión de estos temas.

Por último, en relación con la aplicación general de la perspectiva de género, más allá de cuestiones internas a la empresa, dos de cada diez agentes indica no tener objetivos y acciones marcadas en este tema, y otro 44,4 % afirman aplicarla, aunque no sea de forma sistematizada.

Figura 40. Existencia de instrumentos de desglose y análisis según género del salario, las horas... por sector. 2023

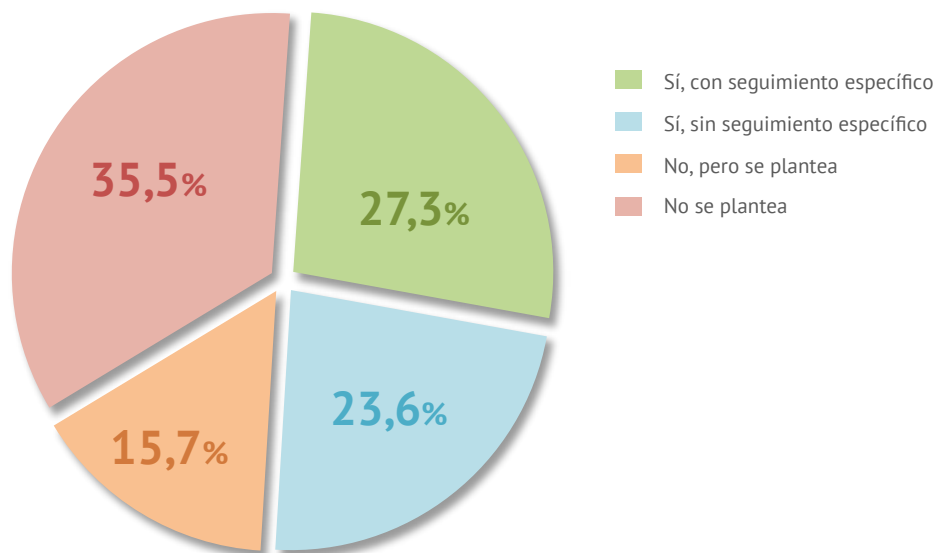
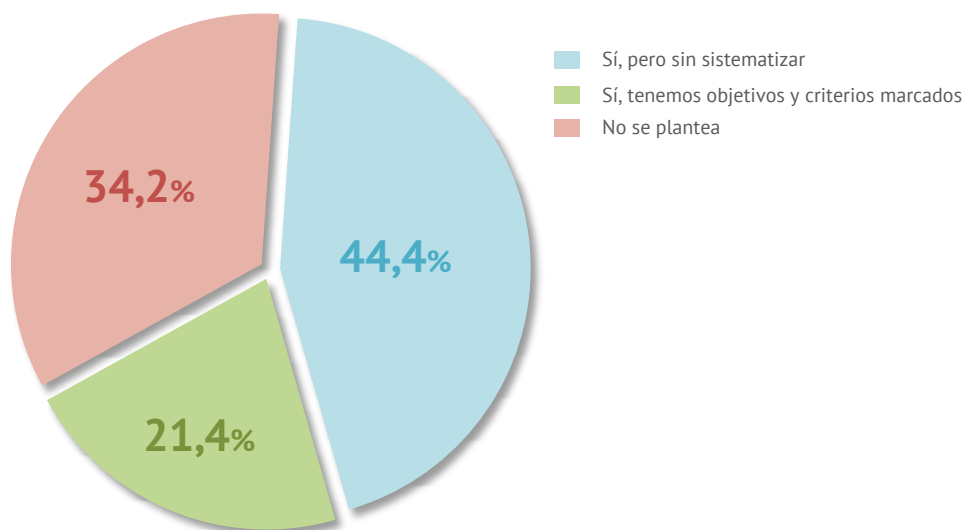


Figura 41. Aplicación de la perspectiva de género en el desarrollo de la actividad de la empresa más allá de los aspectos internos por sector. 2023





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



KULTURA ETA HIZKUNTZA  
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA  
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA