

Plan de Fomento de Industrias Culturales 2015

El Plan de Fomento de las Industrias Culturales 2015 se enmarca en el **Plan estratégico General 2012-2015 de la Secretaría de Estado de Cultura (SEC)**, y responde a los objetivos generales en los que se estructura dicho plan:

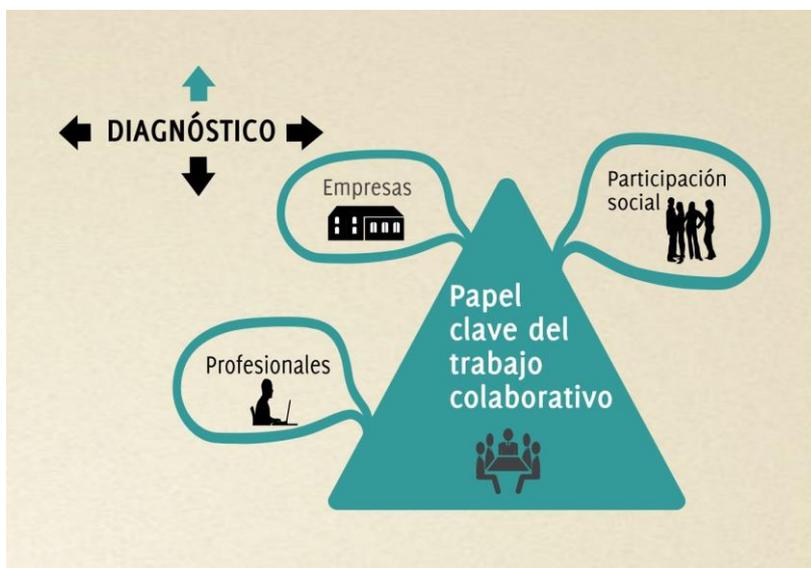
1. Articular una política de Estado que garantice el derecho de acceso a la cultura y contribuya a vertebrar la ciudadanía y favorecer la cohesión social.
2. Reforzar, desde la transparencia, los instrumentos de comunicación y cooperación cultural entre las administraciones públicas y otras instituciones para promover un uso eficiente y racional de los recursos culturales.
3. Impulsar la cultura como elemento esencial de proyección exterior de la marca ESPAÑA.
4. Incentivar la participación y el protagonismo de la sociedad civil en el apoyo y el fomento de la cultura.
5. Facilitar la creación, la innovación y la producción de conocimiento e impulsar la Cultura en Red, salvaguardando los derechos derivados de la propiedad intelectual.

Plan de Fomento de las ICCs 2015

Diagnóstico de la situación de las Industrias Culturales y Creativas.

En una sociedad cada vez más compleja y en proceso de cambio continuo, la innovación constituye un factor de capital importancia para dar respuesta a las exigencias de una realidad en proceso de transformación, especialmente en el mundo empresarial. En el ámbito del sector cultural y creativo, la innovación es uno de los principales frutos de la creatividad, y se concreta mediante la transformación del conocimiento y las ideas culturales en capacidad de introducir cambios y mejoras (en productos o procesos) que generen valor añadido en la oferta y una mayor gratificación en los ciudadanos.

La “Estrategia Europa 2020” establece como objetivos prioritarios conseguir una salida exitosa a la crisis actual y convertir a la Unión Europea (UE) en una economía inteligente, sostenible e integradora que disfrute de altos niveles de empleo, productividad y cohesión social. Para lograrlo, el papel de las empresas y emprendedores es fundamental por la capacidad que tienen para generar crecimiento económico, crear empleo e innovar. La creación de valor, especialmente a través de bienes intangibles, sin duda, capitalizará la atención de las empresas en los próximos años.



Al constituir la creatividad la materia prima esencial del ámbito cultural, resulta evidente que las industrias culturales y creativas (ICCs) se configuran cada vez más como uno de los sectores fundamentales para el renacimiento

industrial que propugna la nueva Comisión Europea (CE) para el crecimiento económico postcrisis. Tanto en la esfera nacional como en la europea, el vehículo de transmisión de la creatividad del sector cultural y de su capacidad de generar innovación empresarial, es la colaboración en sus distintos niveles: intrasectorial, interinstitucional e intersectorial. La Secretaría de Estado de Cultura participa activamente en este planteamiento estratégico.

El trabajo colaborativo, además de estimular tanto la producción como la adaptación al cambio, permite acelerar la generación transversal de valor añadido en el conjunto de los sectores económicos y, al acercar las técnicas de gestión empresariales al mundo de las entidades sin fines de lucro (ESFL), permite mejorar la eficiencia y calidad del conjunto del sector cultural.

El otro eje de crecimiento que la CE considera fundamental para el sector cultural en los próximos años, es la creación de un mercado único digital europeo de contenidos culturales y creativos. La existencia de ofertas transfronterizas de contenidos creativos podría, de acuerdo con



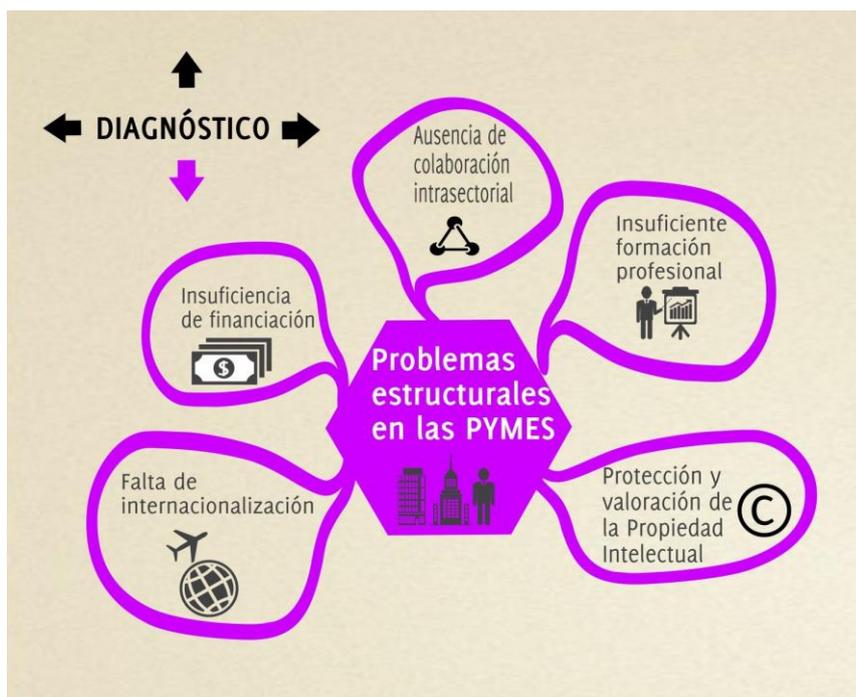
los estudios realizados por la propia UE, llegar a cuadruplicar los ingresos al por menor del sector. La creación de este mercado único requiere la generación de redes europeas sustentadas en profesionales con aptitudes y experiencia internacional.

El carácter estratégico que la Comisión otorga a las industrias culturales y creativas deriva tanto de su contribución estructural a la producción y al empleo, cifrada aproximadamente en un 4,5% del PIB del conjunto de la UE y unos 8,5 millones de puestos de trabajo, como de su potencial de crecimiento en los próximos años. Esta capacidad de desarrollo y progreso se asienta especialmente en su posicionamiento en el ámbito de la economía digital y en los efectos inducidos en otros sectores como el turismo y los productos de alta gama.

En España, la participación de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual al PIB se ha mantenido en una media del 3,5% en el periodo 2008-2012, si bien es cierto que esta aportación ha descendido en una décima porcentual en el año 2012. En cuanto al empleo cultural, se ha situado en 485.000 empleos, un 2,8% del empleo total en 2013, sumando un 1,36% a la cifra de 2012. El número de empresas del sector ha descendido ligeramente por cuarto año consecutivo (un -1,9% en el último año), situándose en 108.556 empresas.



Los Planes de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas, que se iniciaron en 2009, pretenden reforzar la vinculación entre cultura e industria, detectar los cuellos de botella a los que se enfrentan las empresas e instituciones del sector en cada coyuntura y contribuir a su solución. Asimismo, establecen una serie de líneas de colaboración público-privada en el ámbito de la formación profesional y empresarial, y diseñan la estrategia para la elaboración de proyectos de empresas y entidades sin fines de lucro de carácter cultural.



Si bien es cierto que las ICCs son consideradas como el punto de apoyo de un nuevo patrón de crecimiento económico basado en la creatividad y la innovación, no puede negarse que los problemas estructurales a los que se enfrentan siguen siendo importantes.

El sector -teniendo en cuenta que el peso de las grandes empresas es significativo-, está constituido fundamentalmente por PYMEs -pequeñas empresas y microempresas- y sigue manteniendo serios problemas tales como:

- Insuficiencia de financiación derivada tanto de sus dificultades de acceso al crédito bancario, como de la ausencia de otros esquemas de financiación privados.
- Dificultades de salida al mercado internacional por el pequeño tamaño de las empresas y la falta de un mercado único europeo.
- Ausencia de colaboración intrasectorial derivada en la mayor parte de los casos de una falta de conocimiento de las empresas y proyectos que se desarrollan en el sector.
- Escasa adecuación de la formación de los profesionales del sector a las nuevas necesidades de las empresas.
- Protección y valoración de la propiedad intelectual.

Estos problemas -comunes, por otra parte en todo el ámbito de la UE- son las principales dificultades con las que se encuentran las industrias culturales y creativas para el desarrollo y consolidación del sector cultural como un sector económico estratégico, objetivo medular del Plan de Fomento de las ICCs en el año 2015, integrado en la estrategia general de la SEC.

En consecuencia, la actuación de la Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo se centrará en estimular y facilitar la colaboración entre empresas, entidades y profesionales, y utilizará los recursos a su alcance para incidir en la consolidación, modernización y desarrollo del sector cultural.

Los objetivos específicos del Plan de Fomento de las ICCs 2015 son:

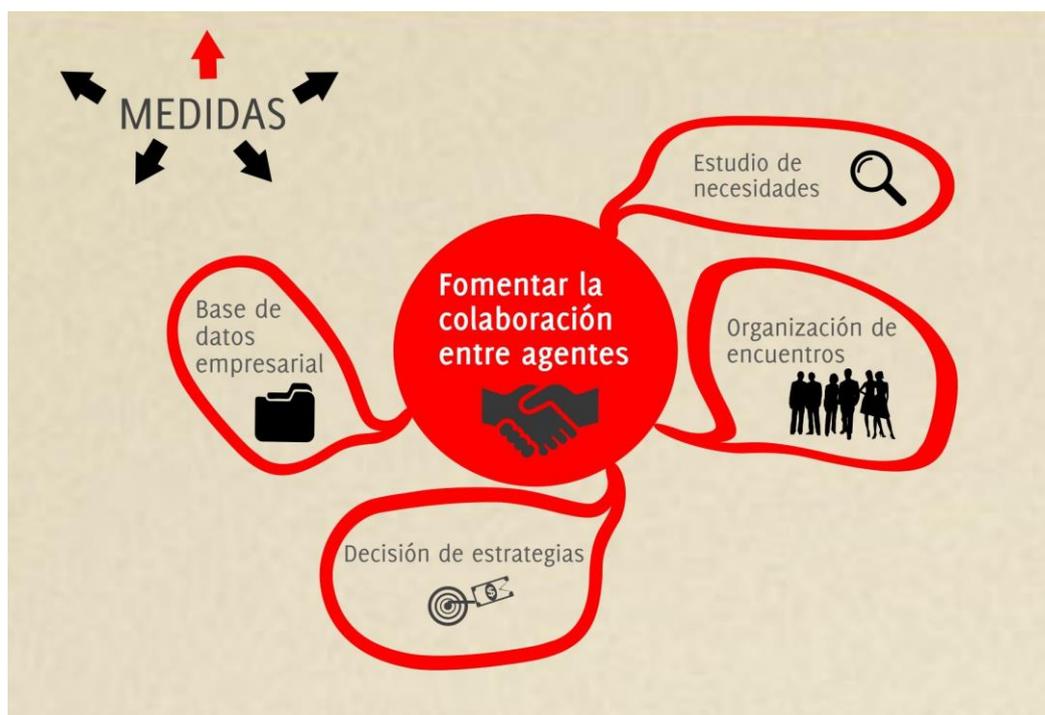
1. Cooperar con estructuras e instituciones para fomentar la colaboración, asociacionismo, integración, alianzas y creación de redes.
2. Incrementar la participación social y el reconocimiento público del sector.
3. Apoyar a empresas y entidades sin fines de lucro para superar los umbrales mínimos de eficiencia y/o rentabilidad que les permita competir en un mercado global.
4. Mejorar la formación empresarial y contribuir a la profesionalización del sector cultural y creativo.
5. Potenciar los efectos transversales de la creatividad e innovación cultural en la economía.

Dichos objetivos se pretenden obtener a través de una serie de actividades, algunas ya iniciadas en años anteriores y otras que resultan novedosas y que se realizarán a lo largo del año 2015.



I. Cooperar con estructuras e instituciones para fomentar la colaboración, asociacionismo, integración, alianzas y creación de redes.

El sector cultural se encuentra en una fase inicial de estructuración. La opacidad de los agentes, la ausencia de redes empresariales, la falta de comunicación y, en consecuencia, la ausencia de colaboración, es una constante en alguno de los ámbitos tradicionales en que se estructura el sector.



Esta ausencia de interactividad impide la interlocución con agentes representativos del sector que propicien la colaboración público-privada en el diseño de políticas y actuaciones para su consolidación.

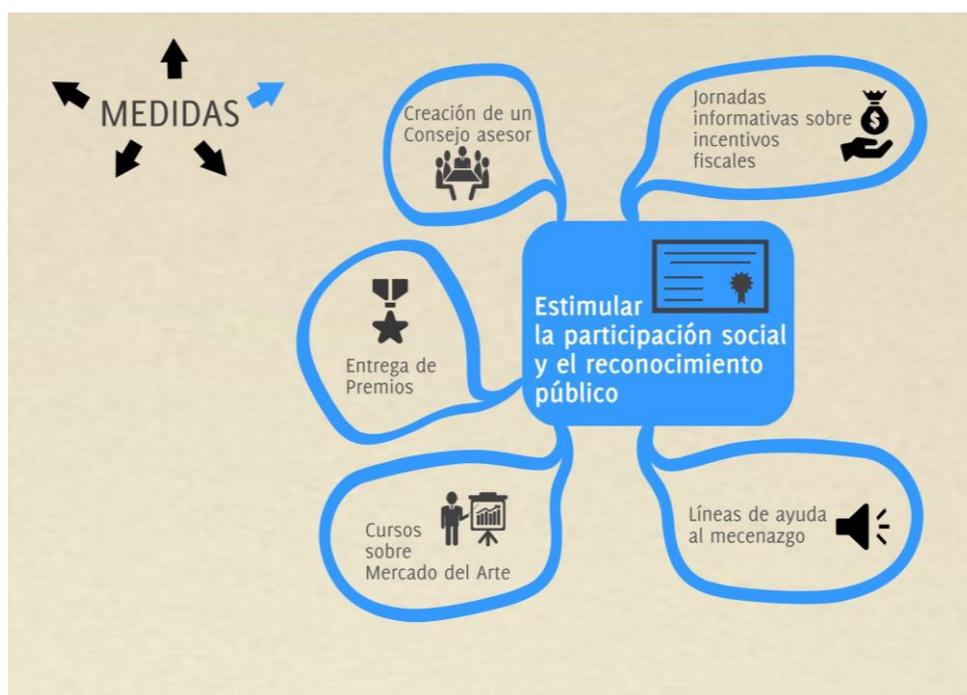
El Plan de Fomento de las ICCs prevé el desarrollo de las siguientes actuaciones para el logro de este objetivo específico:

- Creación de una base de datos de empresas subsectorializada.
- Estudio sobre las necesidades para el desarrollo de cada subsector y estrategias a seguir.
- Organización de al menos dos encuentros empresariales para la difusión de buenas prácticas y generación de *networking*.

2. Incrementar la participación social y el reconocimiento público del sector.

La orientación de la política cultural en los últimos años se ha caracterizado por la relevancia del sector público y la escasa participación de la sociedad civil en la toma de decisiones sobre las preferencias de los ciudadanos en cuanto a la producción cultural.

La actual escasez de recursos, que probablemente tenga carácter estructural, ha convertido ese camino en intransitable y nos coloca ante la disyuntiva de hacer un esfuerzo por conseguir una mayor participación social o perder calidad en nuestra vida cultural, que es uno de los rasgos de identidad fundamentales de la sociedad europea avanzada.



Se impone, por tanto, un cambio de orientación al modelo de colaboración público-privada, de modo que, sentando las bases para que la cultura constituya un motor de crecimiento, se otorgue un papel más relevante a los agentes privados de la cultura en la definición de estrategias conjuntas y consensuadas. En consecuencia, el Plan de Fomento de las ICCs pretende consolidar la participación ciudadana y orientar la colaboración entre los distintos operadores culturales (públicos, privados y asociativos).

La ejecución de esta nueva política implica una doble orientación:

- Por el lado de la oferta, promover el acercamiento de la producción de la industria cultural a la demanda real de los consumidores, es decir, al mercado.
- Por el lado de la demanda, potenciar la participación ciudadana en las decisiones culturales. Esta participación se puede manifestar de forma colectiva a través de asociaciones, fundaciones u otro tipo de organizaciones o de forma individual a través del mecenazgo.

El mecenazgo es una de las formas clásicas de participación social en las actividades de interés general. En el ámbito que nos ocupa es tema de actualidad e interés para una sociedad civil cada día más comprometida con la dinamización de su cultura y la conservación de su legado cultural. Por esta razón, la Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo apuesta por aprovechar todo el potencial de la institución del mecenazgo para la promoción de la cultura.

Para impulsar la participación ciudadana y fomentar el mecenazgo cultural se incluyen dentro del Plan de Fomento de las ICCs las siguientes actuaciones:

- Organizar jornadas para dar a conocer la nueva regulación sobre incentivos fiscales incluida en la reforma fiscal de 2015.
- Apoyar específicamente a través de nuestras líneas de ayuda de concurrencia competitiva, proyectos relacionados con el mecenazgo (en concreto a plataformas de *crowdfunding* o micromecenazgo).
- Estimular el reconocimiento social y la valoración por la opinión pública:
 - Creación de un Consejo Asesor.
 - Premio anual a empresas e instituciones.
 - Premio anual a particulares.
- Incentivar nuevas vías de colaboración público-privadas para el fomento del coleccionismo y del mercado del arte:
 - Jornadas sobre iniciación y estímulo del coleccionismo.
 - Jornadas profesionales para gestores de patrimonio privado.
 - Cursos sobre captación y generación de fondos (*fundraising*).

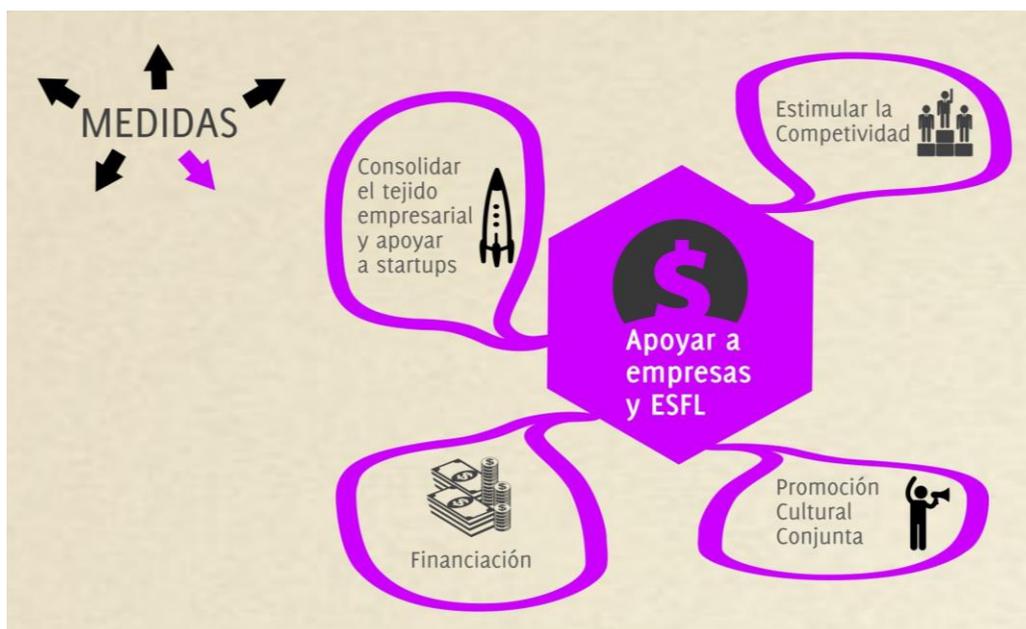
3. Apoyar a empresas y entidades sin fines de lucro para superar los umbrales mínimos de eficiencia y/o rentabilidad que les permita competir en un mercado global.

Las condiciones en las que las empresas desarrollan actualmente su negocio (globalización de los mercados y economía abierta) obligan a una mejora permanente de su competitividad. Esta condición es especialmente importante en el caso de las PYMEs, que cuentan con una serie de limitaciones intrínsecas que no tienen las grandes empresas.

Existe una estrecha interdependencia entre competitividad e internacionalización y ambas características suelen guardar relación con la dimensión de las empresas. La competitividad es condición necesaria para el proceso de internacionalización de una empresa, al mismo tiempo que su presencia en un mercado global contribuye a su crecimiento y varía sustancialmente dicha competitividad.

No podemos olvidar que la producción en un mercado global excede la mera exportación, ya que supone importar/exportar productos o servicios, tecnologías, subcontratar, colaborar con empresas externas e invertir en el exterior.

De todos modos, en lo que respecta a la dimensión de la empresa, no es imprescindible un determinado tamaño para ser competitivo, existen otros factores determinantes como la diferenciación de producto, su calidad, la capacidad de innovación, el conocimiento o el músculo financiero así como el acceso a dicho conocimiento y la gestión de los derechos derivados de la propiedad intelectual, lo cual contribuye a establecer un posicionamiento ventajoso en un mercado global. En cualquier caso, cuando las ventajas de escala constituyan un factor determinante en la falta de competitividad global, hay que tener en cuenta que es posible alcanzar un mayor tamaño empresarial a través de procesos de cooperación mediante acuerdos, fusiones y alianzas con otras empresas nacionales o extranjeras.



Para apoyar a las empresas y entidades sin fines de lucro a superar estos problemas, el Plan de Fomento de las ICCs contempla las siguientes actuaciones:

- Estimular la competitividad del sector aumentando su presencia en mercados internacionales.
 - Colaboraciones con instituciones internacionales:
 - Mecanismo Financiero del Espacio Económico Europeo (EEA Grants).
 - Open Method of Coordination CE.
 - British Council.
 - Reforzar la participación de los operadores culturales en los Programas de la Unión Europea: Europa Creativa 2014-2020 y Horizonte 2020.
 - Participar en actividades destacadas:
 - World Business Cup.
 - Plan de Internacionalización de la Cultura Española (PICE).
 - GameLab.
 - Zinc Shower.
 - BIME.

- Consolidar el tejido empresarial y apoyar a las *startups*.

- Clústeres.

La búsqueda de nuevas formas de innovación aboca a un desarrollo económico cada vez más abierto, basado en estructuras en red. Éste es el fundamento de la expansión de los procesos de “clusterización”.

Un clúster es, ante todo, colaboración: "colaborar para competir". La definición más extendida considera los clústeres como una agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes a un mismo sector o segmento de mercado, que se encuentran próximas geográficamente y que colaboran para ser más competitivas. Por tanto, son una herramienta de competitividad basada en la cooperación de sus miembros.

Desde la Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo tratamos de potenciar, a través de las agrupaciones, la actuación conjunta entre las ICCs que tienen un funcionamiento característico de clúster. Nuestro objetivo en 2015 será favorecer, apoyar y formalizar en el tiempo las iniciativas de colaboración entre las empresas como medio para alcanzar una masa crítica suficiente, una mayor conexión con el resto de agentes del sistema de innovación de su entorno y, en definitiva, contribuir a la mejora de su competitividad.

- Programa de Asesoría de Emprendimiento Cultural.

Uno de los objetivos de los Planes de Fomento de las ICCs de los últimos años ha sido la formación empresarial de gestores culturales y el apoyo a los emprendedores. De la experiencia adquirida en este campo se ha llegado a la conclusión de que uno de los principales retos a los que estos emprendedores se enfrentan es que la tasa de supervivencia de sus empresas pasa de un 80% en los dos primeros años a un 40% en los años sucesivos.

Para abordar este problema y contribuir al mantenimiento y consolidación del tejido empresarial de este sector, se pretende abordar un programa de capacitación empresarial y mentorización mediante el ofrecimiento de consejos, información y guías de actuación (*mentoring*) dirigido a las *startups* del sector en esta segunda fase de consolidación empresarial, con el objetivo de convertir a los proyectos que participen en él en empresas viables e innovadoras y a las empresas en organizaciones competitivas con mejor posicionamiento en el mercado.

Este Programa incluye las siguientes actividades:

- Profundización en el conocimiento de las dificultades y barreras a las que se enfrentan las empresas en cada fase de su desarrollo.
 - Orientación sobre la evolución de los proyectos y su presentación a posibles inversores.
 - Asesoramiento individualizado y consultoría en su fase de consolidación (financiación, internacionalización, partenariado).
 - Promoción del encuentro y contacto entre los emprendedores para la generación de proyectos conjuntos.
 - Integración y consolidación del tejido empresarial existente (asociaciones sectoriales, clústeres, plataformas).
- Red de colaboración de empresas.
- Con el objetivo de facilitar la colaboración empresarial se pretende realizar una base de datos que recoja a todas aquellas empresas del ámbito de las ICCs que deseen trabajar con otras empresas del sector en proyectos conjuntos o, sencillamente, a aquellas que quieran dar a conocer sus productos o servicios.

- Financiación de las empresas y entidades sin fines de lucro.

Una de las principales dificultades con las que se enfrentan las ICCs es la falta de financiación. Esta es una cuestión que ya ha sido abordada en sucesivos Planes de Fomento de las ICCs con la finalidad del apoyo a las empresas del sector cultural y que constituye un reto para todo el sector a escala europea.

El apoyo se basa en la articulación de la colaboración público-privada que, en esta materia, pasa por estimular la participación del sector privado en la financiación de proyectos culturales y a la vez apoyar al sector de forma directa hasta que se abran los flujos suficientes para la financiación de las industrias culturales y creativas.

A pesar de los esfuerzos realizados, la falta de financiación continúa siendo un problema para las PYMEs en general y para las del sector cultural en particular.

El Plan de Fomento de las ICCs 2015 mantendrá las líneas de apoyo directo a la financiación de años anteriores:

- Ayudas directas a la inversión de capital en industrias culturales y creativas.
- Ayudas directas a entidades sin fines de lucro.
- Financiación del coste de los avales concedidos por Audiovisual SGR.

Estos instrumentos se ampliarán mediante la creación de una nueva línea de financiación. Se trata de una figura mixta que combina la inversión directa de las empresas y las ayudas a la inversión de capital para ICCs con préstamos de la SEC para la financiación de nuevos proyectos. El periodo de amortización de los préstamos será de un máximo de cinco años.

Por último, y para permitir el acceso a la financiación europea a través del programa Europa Creativa 2014-2020, en el que se incluye un instrumento financiero específico para las ICCs que entrará en vigor en 2016, la SEC pretende realizar diversos encuentros que permitan dar a conocer las características de la facilidad financiera así como la elaboración de proyectos conjuntos de empresas de al menos tres países, tal y como exige la reglamentación europea, de tal forma que se consiga la máxima movilización de recursos para nuestras ICCs.

- Acción cultural propia y colaboración con entidades e instituciones

- Ayudas a entidades sin fines de lucro establecidas anualmente en los Presupuestos Generales del Estado.

Los Presupuestos Generales del Estado incluyen, con carácter residual, una serie de ayudas específicas destinadas a contribuir a la financiación de gastos corrientes y actividades de entidades sin fines de lucro que, por pertenecer al sector público estatal o tener un carácter especialmente representativo requieren una implicación estable.

- Acción Cultural.

Entre las funciones atribuidas a la Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo está la colaboración con otras instituciones, entidades y personas públicas o privadas para el desarrollo de programas de acción cultural conjuntos.

Estos programas de acción cultural conjuntos abarcan diversos ámbitos de actuación, desde la realización de foros de profesionales y especialistas culturales, encuentros entre instituciones europeas, asociaciones o clústeres, a la celebración de jornadas de fomento del mecenazgo o del coleccionismo.

Se incluye entre estas actuaciones la Convocatoria anual del Premio Nacional de Televisión, que recompensa la meritoria labor del galardonado en el ámbito televisivo español, bien como reconocimiento a una obra emitida durante el año anterior, bien -en casos debidamente motivados- como reconocimiento a una trayectoria profesional.

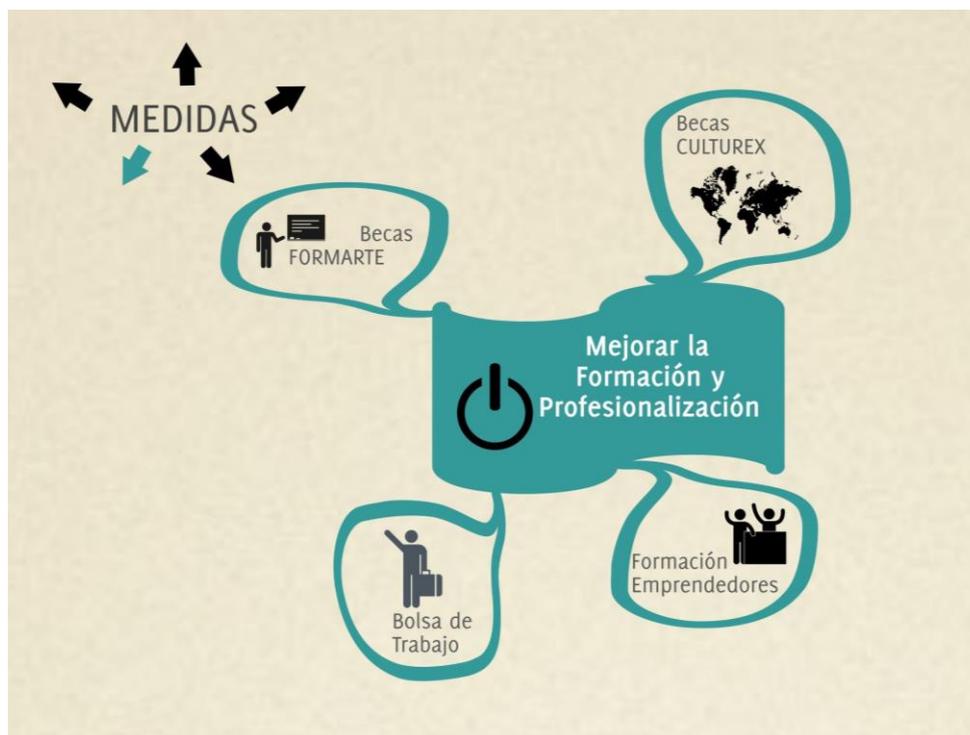
Durante el ejercicio 2015 se prevé mantener esta línea de actuación, que se desarrollará en función de los proyectos de colaboración que se propongan por parte de la SEC u otras Instituciones a lo largo del año.

4. Mejorar la formación empresarial y contribuir a la profesionalización del sector cultural y creativo.

La formación de los profesionales es el pilar fundamental para el correcto desarrollo de las empresas de cualquier sector económico. La mejora de la formación de jóvenes profesionales de la cultura ha sido siempre un objetivo prioritario en todos los Planes de Fomento de las ICCs con el objetivo de facilitar la incorporación de los profesionales a los mercados nacional e internacional.

Para ello se ha hecho especial hincapié en la formación en materias relacionadas con la gestión, programación, coordinación y organización de actividades culturales, mediante estancias de formación en instituciones culturales en el exterior, lo que supone un impulso para la productividad del sector y para el desarrollo del mercado único cultural europeo.

También se han tenido en cuenta las necesidades formativas en técnicas empresariales, en el uso y aplicación de tecnologías de la información en los proyectos empresariales o en materias como financiación e internacionalización de entidades.



Durante el año 2015 se mantendrán los programas de formación mediante becas para jóvenes profesionales españoles a través de estancias formativas en instituciones de relevancia internacional en el exterior así como en oficinas comerciales y en embajadas y consulados de España, con el propósito de fomentar la internacionalización de la gestión cultural y el intercambio cultural con instituciones de reconocido prestigio (Becas Culturex). Los beneficiarios de estas ayudas tendrán que elaborar distintos estudios sobre el sector cultural en los países en los que estén realizando sus estancias.

Se mantiene, asimismo, la convocatoria de becas de formación y especialización en las instituciones culturales dependientes del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, con la finalidad de formar especialistas en materias artísticas, gestión cultural, archivos, conservación y restauración, museología y biblioteconomía (Becas FormArte). Dicha convocatoria contempla la realización de un programa de actividades teórico-práctico en instituciones dependientes del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, lo que supone un impulso para la productividad del sector y un incentivo para su desarrollo.

También se continuarán impartiendo los cursos de formación que, en colaboración con el Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa (Fundación INCYDE), se vienen realizando para la formación y consolidación empresarial de emprendedores. Debido al aumento de la atención a nuevos emprendedores realizado desde otros ámbitos, en 2015 se potenciará el módulo dedicado a la consolidación de *startups*. La institución colaboradora, creada en 1999 a iniciativa de las Cámaras de Comercio, está dedicada al fomento y a la formación del espíritu empresarial, a la mejora de la cualificación de los empresarios y a la creación y consolidación de empresas.

Como novedad, en el año 2015 se pretende crear una bolsa de trabajo con los profesionales que han obtenido becas de la SEC en años anteriores y que deseen realizar prácticas en empresas del sector. El objetivo de esta nueva línea de actuación es generar oportunidades de empleo a jóvenes profesionales con experiencia acreditada y facilitar los contactos necesarios a las empresas.

5. Potenciar los efectos transversales de la creatividad e innovación cultural en la economía.

La transversalidad de la cultura y la capacidad de creación de efectos económicos indirectos de la economía creativa, pueden convertirse en un elemento importante de la política industrial, por lo que las estrategias de desarrollo deben potenciar el dinamismo de las industrias creativas para añadir valor y competitividad a su producción y generar, en consecuencia, crecimiento y empleo.

Uno de los ejemplos más evidentes de relación intersectorial es el del turismo cultural, que no sólo complementa la oferta del turismo tradicional, sino que es capaz de abrir por sí mismo nuevos mercados. Por otra parte, desde la perspectiva socioeconómica, el turismo cultural se configura como instrumento esencial de desarrollo local y regional así como de promoción de nuevas industrias culturales.



Por esta razón, el Plan de Fomento de las ICCs, contempla varias iniciativas de impulso, fomento y promoción del sector turístico cultural y de su industria, tales como:

- Líneas de ayuda a la financiación de proyectos destinados a fomentar España como destino turístico cultural.
- La colaboración reforzada entre el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte para la promoción internacional del turismo cultural, mediante el desarrollo y difusión de determinados productos.
- El Portal de Internet *España es cultura* www.españaecultura.es, promovido por la SEC como plataforma de lanzamiento de los productos culturales y creativos españoles más destacados. En la actualidad se está trabajando en la difusión de esta herramienta a través de distintos medios (foros, redes sociales, páginas Web).

Estas medidas de actuación serán complementadas por otras a lo largo del año 2015 de modo que contribuyan a difundir la necesidad de incorporar la creatividad y la innovación cultural al resto de sectores económicos como instrumento para su sostenibilidad.

Se trata de crear vínculos entre las empresas del sector cultural y creativo y las del resto de sectores para el desarrollo de nuevos modelos de negocio, productos o estrategias, como por ejemplo la apertura de nuevos mercados en campos como la salud, el cambio climático o la economía verde.

Para ello se llevarán a cabo contactos con los Ministerios sectoriales correspondientes y se establecerán cauces de cooperación con las instituciones docentes activas en el campo de las ICCs. Especialmente con los estudios en industrias creativas organizados por universidades y escuelas de negocios que tengan consideración de Máster o equivalente, así como con foros internacionales como la European Creative Industries Alliance (ECIA) o la European Creative Business Network (ECBN).

LA CULTURA COMO MOTOR ECONÓMICO

Aportación a la producción (PIB) – (2008-2012)		
- De las actividades culturales	2,7%	
- De las actividades vinculadas con la propiedad intelectual	3,5%	
Participación en el Valor Añadido Bruto (VAB) – (2008-2012)		
- De las actividades culturales	2,9%	
- De las actividades vinculadas con la propiedad intelectual	3,7%	
Datos comparativos de otros sectores: participación en el VAB – (2008-2012)		
- Agricultura	2,5%	
- Industria de alimentación, bebidas y tabaco	2,5%	
- Telecomunicaciones	1,9%	
- Actividades financieras y de seguros	4,9%	
Datos económicos del sector cultural – (2013)		
EMPRESAS		
- 108.556	3,4%	(del total de empresas de España)
FORMA JURÍDICA		
- Personas físicas	54,3%	
- Personas jurídicas	35,6%	
- Otras	10,1%	
FINALIDAD		
- Producción de bienes y servicios culturales	76,3%	
- Comercio de bienes y servicios culturales	23,7%	
UBICACIÓN		
- Madrid	22,7%	55,5%
- Cataluña	20,2%	
- Andalucía	12,6%	
- Resto de Comunidades	44,5%	
EMPLEO		
- Empresas con menos de 5 empleados	92,9%	
- Ascenso del empleo cultural en 2013	485,3 miles de trabajadores	(2,8% del empleo total)
- Creación de empleo con respecto a 2012	1,36%	
- Trabajadores con educación superior	65%	
- Trabajadores con educación secundaria	32,5%	
Comercio exterior – (2013)		
IMPORTACIONES		
- Bienes Culturales	666,9 millones de €	
- Descenso con relación a 2012	13,5%	
- Libros y prensa	43,8%	
- Productos audiovisuales (películas, discos, cintas, etc.)	39,9%	
EXPORTACIONES		
- Bienes Culturales	703,4 millones de €	
- Descenso con relación a 2012	1,4%	
- Libros y prensa	74,3%	
- Artes plásticas	12,7%	

Gasto de las AA.PP. – (2012)	
- A.G.E.: 772.443 miles de €	16,2% del gasto de las AA.PP. (0,08% del PIB)
- A. Autonómica: 1.273.763 miles de €	26,7% del gasto de las AA.PP. (0,12% del PIB)
- A. Local: 2.725.907 miles de €	57,1% del gasto de las AA.PP. (0,26% del PIB)
- AA.PP. Total	0,46% del PIB
- Gasto Privado (producción nacional o exportación)	2,24% (3,04% con actividades propiedad intelectual) del PIB
Gasto en consumo cultural – (2013)	
GASTO TOTAL DE LOS ESPAÑOLES	12.261,7 millones de € (2,5% del gasto total de los hogares)
GASTO MEDIO POR PERSONA	265,7 €/año
MAYOR GASTO CULTURAL SEGÚN EDAD Y RESIDENCIA	
- Españoles entre 45 y 64 años	289,1€/año
- Residentes en ciudades de más de 100.000 habitantes	305,1€/año
DESCENSO SISTEMÁTICO EN CONSUMO DE PRODUCTOS CULTURALES	
- Desde 2008	27,7%
- En relación al 2013	8,3%
MAYOR GASTO CULTURAL	
- Equipos informáticos	33,2%
- Libros y publicaciones periódicas	15,8%
- Espectáculos	11,6%
Hábitos culturales – (2010-2011)	
LECTURA	58,7%
- Libros no relacionados con profesión o estudios	52,3%
- Formato digital	6,5%
- Internet	4,1%
· Aumento hábito de lectura respecto a 2006-2007	1pto.
- Prensa diaria de información general	66,4%
· Descenso respecto a 2006-2007	2,9 ptos.
- Prensa deportiva	30,6%
· Aumento respecto a 2006-2007	7,9 ptos.
- Revistas culturales	9,3%
· Aumento respecto a 2006-2007	2 ptos.
VISITAS A MONUMENTOS	39,5%
· Aumento respecto a 2006-2007	5,4 ptos.
ACCESO A BIBLIOTECAS	24,9%
· Aumento respecto a 2006-2007	5,7 ptos.
VISITAS A MUSEOS, EXPOSICIONES Y GALERÍAS	37,9%
· Descenso respecto a 2006-2007	0,3 ptos.
ASISTENCIA A CONCIERTOS	30,2%
· Descenso respecto a 2006-2007	1 pto.
ASISTENCIA A CINE	49,1%
· Descenso respecto a 2006-2007	3 ptos.
USO DE ORDENADOR	55,3%
· Aumento respecto a 2006-2007	12,2 ptos.
ACCESO A INTERNET	53,6%
· Aumento respecto a 2006-2007	16 ptos.

