



Universidad Miguel Hernández

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de
Orihuela

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Trabajo Fin de Grado

Un análisis de las Industrias Culturales y Creativas
en España

Curso académico 2018/2019

Alumna: Cristina Guillén Cámara

Tutor: Antonio José Verdú Jover

Índice

1. Introducción.....	1
2. Evolución temporal del concepto “Industria cultural y creativa”.....	4
3. Concepto de la Industria cultural y creativa.....	7
4. Concepto y diferencias entre la propiedad intelectual, industria y los derechos de autor.....	14
5. Clasificación de empresas que entran dentro de las Industrias Culturales y Creativas.....	18
6. Metodología.....	20
a. Técnicas de mapeo y alternativas.....	20
b. Análisis de datos.....	22
c. Visualización de sectores Culturales y Creativos.....	26
i. Tasa de miles de euros por habitante en CCAA.....	26
ii. Número de empresas por CCAA.....	28
iii. Tamaño de las empresas por CCAA.....	30
iv. Tasa de miles de euros por habitante por provincia.....	31
v. Analisis de localización de los diversos epígrafes por CCAA....	48
CNAE 18-Artes gráficas y reproducción de soportes grabados....	48
CNAE 58 - Edición.....	49
CNAE 59 - Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical.....	50
CNAE 60 - Actividades de programación y emisión de radio y televisión.....	51
CNAE 90 - Actividades de creación, artísticas y espectáculos....	51
CNAE 91 - Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales.....	52
CNAE 93 - Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento.....	53
7. Conclusión.....	54
8. Referencias.....	61

1.Introducción, presentación, finalidad y motivos

Con este trabajo fin de grado se busca en primer lugar clarificar el concepto de las industrias culturales y creativas en el tiempo, incluyendo grandes autores que fueron redefiniendo esta idea. Como se podrá observar más adelante, las industrias culturales y creativas, eran productos y servicios destinados en un principio a la parte más alta de la sociedad con la intención de controlarlas, es por ello que estaban sujetas a políticas estatales. A medida que va avanzando el tiempo y con ello la sociedad, este concepto ha ido evolucionando. Su gran cambio, en lo que respecta al concepto que conocemos hoy en día, fue provocado principalmente por la emergencia de las nuevas tecnologías en la forma de producción y la globalización, provocando que el mercado sea más amplio y dando la oportunidad de expansión a estas industrias. Todo lo anterior ha generado que la cultura se anexe a procesos de producción sofisticados, cadenas productivas más complejas y la circulación a gran escala en diversos mercados.

A pesar de ello, como se trata de un concepto tan abstracto, esto causa que muchas de las definiciones que se han llevado a cabo durante la historia no concuerden y estén en conflicto.

Podríamos decir que la globalización en sí es una gran oportunidad para la mayoría de industrias, pues nos da la posibilidad de poder incidir sobre países que se encuentran fuera de nuestro entorno y crecer. Sin embargo, no todo lo que nos aporta son ventajas, pues a la hora de incidir sobre un país es muy importante conocer su cultura y costumbres para adaptar el producto a ellas con la intención de minimizar el porcentaje de fracaso.

Hoy en día, cuando hablamos de las Industrias Culturales y Creativas, vemos que es un sector que está aún en crecimiento, y aunque genera gran cantidad de ingresos anuales y muchos puestos de trabajo en el mundo, su crecimiento es lento. Sobre todo en España, que nos encontramos por debajo de la media de ingresos generados respecto al resto de Europa. Esto se debe a la falta de financiación y a las partidas de inversión por parte de las políticas públicas, que no han ido aumentando con los años, sino más bien manteniéndose, pues debido a la crisis económica que hemos estado superando durante los últimos años y de la que aún no nos hemos recuperado totalmente, apenas se ha

invertido en ellas. Además de todo lo anterior hay más razones por las cuales esa cifra no ha aumentado como son la escasa cooperación intersectorial, las barreras de entrada en los mercados internacionales y los nuevos comportamientos de los consumidores, donde se encuentra la piratería.

A pesar de ello, debemos recordar que los países de economías avanzadas y postindustriales, tiene una mayor ventaja estratégica para desarrollar Industrias Culturales y Creativas, con lo cual las han promocionado más que los países con economías menos avanzadas. Las economías más avanzadas han llevado una estrategia de crecimiento económico y de empleo que indirectamente a favorecido el crecimiento de estas industrias.

En segundo lugar, veremos las formas de protección de las innovaciones que hay en el mercado actualmente, como son las patentes, los modelos de utilidad y la propiedad intelectual. Las patentes son un conjunto de derechos que se le otorgan al inventor de un nuevo producto o tecnología durante un tiempo limitado, siempre que el producto o dicha tecnología se haya registrado en el registro de patentes. Durante el tiempo definido por la patente, los competidores no podrán fabricar el producto o utilizar la tecnología novedosa, a no ser que el inventor ceda dicho derecho a cualquier usuario a cambio de un pago o permitir su explotación mediante una licencia. Los modelos de utilidad son muy parecidos a las patentes, con la diferencia de que son para innovaciones menos novedosas, por ello son muy utilizados para innovaciones mecánicas. Por último la propiedad intelectual se centra en las creaciones de la mente como son las obras literarias, musicales, de diseño, artísticas, etc.

Para finalizar me centraré, en el objetivo principal de este proyecto, que se divide en tres partes: en primer lugar, dar a conocer el sector para fomentar un mayor interés por esta industria tan novedosa que, incluso en tiempos de crisis, ha continuado su paulatino crecimiento, pese a lo costoso que resulta por la incertidumbre del entorno y las escasas ayudas económicas por parte del estado, que debido a la reducción de su presupuesto anual se han visto mermadas o más bien no han aumentado dichas partidas. Tampoco podemos olvidar que las ICC, siguen siendo la gran desconocida entre la población, por lo que otro de los objetivos a llevar a cabo es la promoción de ellas. De esta manera se

fomenta el empleo y el emprendimiento en el sector, que como veremos más adelante, esto forma parte del objetivo principal.

Es cierto que, cuando indagamos más, en las clasificaciones del sector vemos que la mayoría de los epígrafes son conocidos, pero no somos conscientes de que todas ellas estaban en la misma catalogación de ICC. Las ICC tradicionalmente se han compuesto por los bienes y servicios que se han orientado dentro de las políticas culturales tradicionales, como la música, el cine, el teatro, la artesanía, el patrimonio cultural y los medios masivos de comunicación (televisión). Esto con los años ha ido cambiando y se han incluido más actividades como las artes visuales y escénicas, el turismo cultural, el deporte y actividades multimedia.

En segundo lugar, queremos evidenciar e intentar incentivar con ello una mayor inversión en el sector por parte de las políticas estatales y autonómicas. Por el momento sus partidas económicas destinadas a las ICC se han mantenido, no han aumentado, aunque este hecho no ha contribuido a que los ingresos del sector disminuyeran, sino al contrario, han aumentado con el tiempo.

En tercer lugar queremos ayudar a promover el emprendimiento, que como se podrá apreciar más adelante, al ser un sector que se encuentra en auge, no sólo en España, sino también en el resto del mundo, es una oportunidad para emprender y poder abrir nuevos horizontes.

Todo lo anterior lo justificaré, como he mencionado antes, por medio de un conjunto de datos estadísticos, que se podrán visualizar de manera fácil y amena utilizando como soporte mapas.

El análisis de datos a realizar se ejecutará a través de una búsqueda exhaustiva sobre las Industrias Culturales y Creativas que tenemos en España, realizando un mapa donde contemplar el número de empresas que hay en cada CCAA y provincia, algo que puede resultar muy útil para visualizar al mismo tiempo los datos de todo el territorio español con ayuda de datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística (INE), como una fuente pública de datos y como fuente de datos privada el SABI. Debemos destacar la novedad

del soporte que voy a realizar durante este trabajo, puesto que según la búsqueda realizada tanto online como bibliográfica no se ha encontrado ningún soporte a nivel nacional como el que vamos a detallar y examinar a continuación.

Además de ver el número de empresas que hay en cada CCAA y cuales son más punteras respecto a otras, también examinaremos dentro de cada epígrafe de la clasificación empleada por las Industrias Culturales y Creativas con el objetivo de ver si la tasa de ingresos obtenidos en cada parte del territorio está relacionado con la cultura de cada una de las CCAA, o de la sustentación económica de cada uno de ellos. Así mismo también analizaremos como puede afectar que el territorio tenga pocas empresas grandes o muchas de un menor tamaño.

2.Evolución temporal del concepto de Industria Cultural y Creativa

El concepto de las industrias culturales ahora, tiene un significado distinto al de sus inicios acuñado por Adorno y Horkheimer (1944) con “la dialéctica del ilusionismo”. Estos dos pensadores provenían de la escuela de Frankfurt, una de las primeras escuelas científicas que relacionó la cultura con la industria y lo que ello conllevaba. En aquel momento, sólo se entendían como industrias creativas todos aquellos bienes o productos culturales ofrecidos en masa a una sociedad capitalista, sobre todo a la parte más elitista de la sociedad. Con el objetivo de controlar a la población, no hemos de olvidar que estos medios de comunicación de cultura estaban muy controlados y medidos, casi se podría decir que estaban manipulados por fuerzas políticas. Sin embargo existían programas de radio clandestinos. Los bienes o productos culturales ofrecidos a las masas, eran lo que se incluían en el campo de regulación de las políticas de la cultura como la radio, televisión, cine o teatro (Adorno & Horkheimer, 1944).

Esta postura ha sido muy criticada durante años por su marcada y pesimista doctrina, pero por otro lado, la situación histórica de la época, lo justifica. La escuela de Frankfurt estuvo muy marcada por el nazismo, donde el capitalismo deja de estar tan solo vinculado con la economía y se empieza a vincular también con la cultura y la política. Todo ello queda

en un segundo plano hasta los años sesenta, después de la guerra fría y de la postguerra, donde el concepto de “Industrias Culturales y Creativas” empieza a destacar otra vez.

Este es un concepto difícil de definir por su intangibilidad y por su falta de concreción, lo que provoca errores en su definición y la discrepancia entre las distintas descripciones que han habido. En 1970, aparece la llamada “economía del arte” que reúne los beneficios económicos obtenidos por las acciones de artes escénicas (Frey, 2000). En 1980 este concepto se vuelve a ver en Australia y más adelante se aplica en Reino Unido, lo que provoca un efecto cadena y se comienza a utilizar en toda Europa. Este creciente interés sobre la ICC, se debe a la emergencia de nueva tecnologías y las nuevas comunicaciones, así como el hecho de la globalización económica, que ha provocado una transformación del concepto hasta ahora conocido. La informática ha pasado a formar parte de los procesos productivos y ha creado un nuevo soporte para realizar compras o poner al alcance del cliente bienes o servicios, de esta manera se abren diversas posibilidades de circulación y comercialización de contenidos, siendo una gran oportunidad para la industria.

No obstante, no todo son ventajas, también conlleva dificultades en el proceso de producción y se desconoce si el servicio o bien va a ser aceptado por un público objetivo, con una cultura y valores distintos. Dentro de las industrias culturales podemos encontrar, además de las actividades tradicionalmente ubicadas en este campo, también otras cuyo productos comparten características de intangibilidad o sobre los derechos de la propiedad intelectual como son la publicidad, diseño, moda, programas informáticos, fotografía...

En 1994 tal y como se menciona en el artículo “Ciudades creativas: ¿Paradigma económico para el diseño y la planeación urbana?” (Prieto, Herrera-Medina, Estevez, 1994), se empieza a oír el concepto o termino de industrias creativas, derivado del proyecto “*Creative Nation*” que nace en Australia, donde se empieza a notar el aporte de este tipo de industrias a la economía del país. Más adelante, en 1997 las autoridades políticas de Reino Unido comienzan a identificar los sectores creativos con mayor potencial económico y se le da forma al concepto tal y como lo conocemos hoy en día. Haciendo que el arte y la cultura dejaran de ser actividades marginales dependientes de

subsidios estatales, que era en lo que se habían convertido con el proceso de la guerra fría y de la postguerra. Este cambio fue fruto de intentar reposicionar la economía británica, con la globalización y un alto nivel de competitividad, extendiéndose del mismo modo por toda Europa.

Desde la mitad de los años 90 se ha ampliado el termino de “Industrias creativas”, las cuales eran denominadas como: “actividades que tiene su origen en la creatividad individual, la habilidad, el talento, y que tienen potenciales para la creación de empleo y trabajo a través de la generación y explotación de propiedad intelectual” (Braun y Lavanga, 2007, p:4).

En 2008 comenzó la crisis económica, que afecto de manera mundial a la mayor parte de países de nuestro entorno, ocasionando que, al igual que muchos sectores, este se viera afectado, puesto que se pasó de gastar en cultura, a ahorrar o simplemente vivir a un nivel de vida medio, que era a lo que estaba acostumbrada parte de la población. Se redujo el empleo y hubo una gran contracción del gasto publico, como resultado las industrias culturales y creativas que, hasta el momento habían vivido una gran etapa expansiva, redujeron su crecimiento, inversión y empleo.

En 2010 se publicó el Libro Verde, que es uno de los que mayor valor estratégico y político ha aportado al sector, con la intención de liberar el potencial de las industrias culturales y creativas por parte de la Comisión Europea. Esta liberación por parte de la Comisión Europea, es producto del avance en las tecnologías y la globalización económica y ha provocado la reorientación de la industria manufacturera tradicional hacía los servicios y la creatividad. De manera progresiva se va sustituyendo la materia prima por la capacidad de imaginar, crear e innovar y pasando a ser los recursos más importantes los trabajadores, además de su ingenio. Con el Libro Verde se persigue el objetivo de iniciar un debate sobre los requisitos de un entorno creativo estimulante para las ICC de la UE, incluyendo múltiples perspectivas (Libro Verde, 2010).

En 2011 según la UNESCO el comercio mundial de bienes y servicios creativos facturo 624.000 millones de dólares y creció esta cifra entre 2011 y 2012. En concreto, con

respecto al empleo, según datos de Eurostat de diciembre de 2016, existen 6,5 millones de puestos de trabajo en el sector cultural, casi un 3% del empleo global .

3. Concepto de la Industria Cultural y Creativa

Como hemos visto en el apartado anterior, las industrias culturales y creativas (ICC) han sufrido una gran evolución, al igual que lo ha hecho la economía, la tecnología, la cultura y la producción. Esto ha sido gracias a la globalización y la innovación de estos campos. La definición actual ha sido realizada por la Unesco en 2009, cuya finalidad es unir los diferentes enfoques que han subsistido hasta el momento.

A pesar de ello, debemos analizar que es la cultura, la creatividad y el nexo que hay entre ambos conceptos.

¿Qué es la cultura?

“Proviene del latín cultus que a su vez tiene varios significados como cultivar, adorar, devoción, cuidado, esplendor, proteger, cultivo...(Latin Dictionary & Grammar Resources)”.

La cultura es un termino ambiguo, específico e intangible que ha ido evolucionando en el tiempo. La primera definición de cultura apareció para enfrentarse a la “Alta Cultura” y teorías que adquirirían en un primer momento de la antropología al buscar diferencias entre distintos grupos sociales o jerárquicos.

La definición más clásica de cultura que tenemos viene de la mano de Edward B. Taylor en 1875:

“aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad” (Taylor, 1975, p. 29).

La definición anterior ha sido redefinida por múltiples autores. La más reciente viene en 1973 por C. Geertz donde se alude a un sistema de símbolos y significados compartidos entre actores sociales que son los conductores de ella.

En definitiva, la cultura es un rasgo característico de cada población, un factor diferencial entre las personas que son de un lugar concreto y otras. O lo que es lo mismo una

dimensión simbólica, que implica prácticas sociales, “hábitos”, signos, emblemas concretos, representaciones, modelos a seguir, etc, que abarca desde el lenguaje, pasando por la alimentación y el tipo de vestimenta, hasta la religión.

Es curioso ver como el hecho de vivir en un lugar determinado, con un clima específico, crea un sentimiento hacia ese lugar terrenal y nos haga ser diferentes de otros que se ubican en otra zona distinta. En realidad, la cultura es un factor de identidad que nos distingue como grupo de otros. Creando un propio patrón de comportamiento, que resulta diferente para aquellos que proceden de otro ámbito cultural. Por ejemplo a los españoles les puede parecer normal comer arroz con conejo; pero para los británicos esto es algo impensable, el conejo para ellos es un animal de compañía. Al igual que nosotros no entendemos como en algunas regiones de oriente comen pequeñas crías de perros o insectos. O los judíos y musulmanes que no comen cerdo, mientras que los hindúes no comen carne de vaca, porque para ellos es considerada un animal sagrado (Giddens , 1991).

¿Cómo algo así nos puede marcar tanto?

Podríamos decir que la cultura tiene tres dimensiones:

1. Como comunicación: dentro de este ámbito encontramos los símbolos, el lenguaje, emblemas y señales.
2. Como depósito de conocimientos: donde encontramos las creencias, intuición, sentido común.
3. Como visión del mundo: en el que encontramos la filosofía e ideologías en general.

Por otro lado tenemos aspectos como la religión que influye en todas las dimensiones. Hay que destacar que todo ello implica creencias limitantes, bloqueos (emocionales, intelectuales, psicológicos y sobre todo sociales) y miedos; lo que nos puede llevar a disminuir o limitar nuestra creatividad y capacidad innovadora.

Sin embargo, de un tiempo atrás todo ello está cambiando, gracias a los medios de comunicación, a las migraciones internacionales y al transporte, que hacen tener una visión más amplia del mundo. No obstante, recientes investigaciones han demostrado de

forma empírica que aunque este afecto por el territorio se haya reducido, sigue estando ahí. Hay un sentimiento de pertenencia regional (Páez, Zubieta ,2004)

¿Qué es la creatividad?

En segundo lugar toca incidir sobre el concepto de creatividad, que proviene del latín “*Creare*” y significa crear, producir, engendrar. Este es un aspecto que siempre ha estado ahí. A pesar de ello, nunca antes se había valorado, cultivado y potenciado como en los últimos años, tal y como menciona Richard Florida (2010) en su libro “La clase creativa”; que es uno de los críticos más notables junto con Charles Landry en el campo de la ciudad creativa o lo que otros llaman economía naranja.

El concepto de ciudad creativa lo estudian desde la premisa de que la creatividad humana es un elemento esencial, que aporta riqueza económica y conlleva una evolución urbana. De esta forma el intelecto, la propiedad intelectual y la forma de crear en sí, hacen que el capital humano tenga más peso que el capital monetario y los recursos naturales.

Hay que destacar la diferencia que existe entre una ciudad creativa que es un aspecto geográfico y territorial, y la industria creativa que depende de la tecnología. Es por ello, que no debemos mezclar ambos conceptos. El primer autor en estudiar este ámbito es Landry (2008) en su libro “*The creative City*” con el que intenta cambiar el modo de razonar de los habitantes, aunque resulte algo difuso y mítico, se considera difícil pero no imposible. Para ello, según este autor debemos de comenzar por la educación de la población pues la creatividad se basa en la tolerancia, en el pensamiento divergente y en la igualdad. No obstante, tal y como podemos apreciar, Charles tiene muy buenas ideas e intenciones, pero aunque resulta algo abstracto y difuso todo, aporta soluciones a problemas urbanos, sólo aplicables a una clase social alta, excluyendo el talento y la oportunidad de formar parte de él a la demás población perteneciente a la clase media y baja.

Debemos de tener en cuenta que el concepto de ciudad creativa que es lo que principalmente Florida estudia en su libro, ha sido examinado por numerosos autores durante la historia, en diversos libros y artículos, al igual que lo han hecho entidades como

la Unesco o Naciones Unidas. Ya que la creatividad desde el paleolítico ha sido el motor de la economía con inventos como el arco, vajillas, vestidos de piel etc

Como se ha mostrado durante la historia y argumenta en su libro, el factor humano ha estado siempre ahí, y lo que ha ido cambiando son los recursos naturales, pasando de los recursos naturales en el sector primario, a las materias primas en el sector secundario y por ultimo la creatividad o saber hacer con el sector terciario. Pasando a incrementar cada vez más la creatividad humana y el conocimiento, y convirtiéndolo a su vez en la base de la competitividad entre las empresas, además de ser el motor para atraer y retener talento (Florida, 2010).

Todo ello se puede ver reflejado en las grandes compañías que cada vez cuidan más a su capital humano, para no perderlo, pues en ellos se debe de reflejar los valores y cultura de la empresa, para poder ser transmitida a los clientes. No debemos olvidar que, hoy en día, vivimos en un mundo donde el sector servicios o terciario es el protagonista. Como consecuencia de ello, cuando queremos vender u ofrecer algo intangible y diferenciarnos de la competencia mundial, una de las opciones es invertir en nuestro capital humano y en nuestro “saber hacer”. Esta va a ser su cara visible, la que va a influir en su reputación, la que genere estímulos en la reacción del cliente.

Asimismo el proceso creativo es una de las actividades más complejas y elevadas del ser humano que esta relacionada con el pensamiento que permite integrar los procesos cognitivos con la invención de una idea o pensamiento novedoso.

Por último, vamos a incidir un poco en el concepto de clase creativa y ciudades creativas. Como he mencionado con anterioridad, la evolución ha llevado a una mayor utilización del intelecto y operativa en masa. Ese pensamiento divergente llevado a cabo a través de la educación y de procesos de investigación y desarrollo, nos han ayudado a avanzar e innovar, convirtiéndose en la base de nuestra economía moderna. Además de llegar a utilizar ideas e invenciones como utensilios de trabajo como lo hacen los arquitectos, ingenieros, médicos, diseñadores, empresarios, etc.

A todos ellos se les llama “clase creativa”, y si nos fijamos todos tienen algo en común, la mayoría de ellos se agrupan en ciudades de altos estándares como podrían ser Barcelona, Madrid, New York... En definitiva en ciudades creativas.

¿Qué entendemos por ciudades creativas? Por ello entendemos, Ciudades con una alta concentración de industrias creativas y potencial para la inversión (UNESCO 2010, p. 21), por consiguiente son núcleos de captación de talento. Estamos hablando de ciudades muy abiertas, tolerantes, con diversidad de actividades y con preocupaciones por el medio ambiente, debido a la gran concentración de población existente en ellas y su contaminación.

Por esa razón, son las primeras en promocionar o incentivar sobre todo el uso de transporte público, además de tener mejores conexiones que en ciudades con menor población. Creando una menor contaminación, una mayor eficiencia energética, debido a que, al tener una condensación mayor de viviendas en un espacio, el recorrido entre edificios es menor y se pierde menos corriente, llevando a un mayor ahorro energético.

Otras características de estas ciudades creativas son:

- La tolerancia, gracias a la gran diversidad de personas que hay.
- La imagen positiva que reflejan, atrae al turismo e impulsa el empleo.
- La concentración de universidades y centros de investigación.
- El talento atrae al talento, con lo cual en un ámbito así, es más fácil o hay más oportunidades para triunfar.

No debemos olvidar que, entre todos los enfoques que han existido durante la evolución del concepto de las ICC (Industrias Culturales y Creativas), todos tenían un nexo común como es, que la creatividad que da paso a bienes y servicios, donde se conecta una parte abstracta como es el arte o la cultura con otra concreta como es la industria. Todo depende del ámbito en el que estemos y el objetivo al que nos orientemos pero, al fin y al cabo, todas tienen un núcleo común.

Por otro lado, debemos tener en cuenta que este tipo de industrias están unidas a una localidad específica, aprovechando la cultura y el “*Know how*” o “saber hacer” , fomentando la cohesión social y constituyendo una imagen identificativa de cada país o localidad.

La **Unesco** 2005 la define como:

“Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.” (Unesco, 2005)

Por lo anteriormente mencionado podemos extraer que las ICC es una pieza fundamental para la defensa de la propiedad intelectual, que va en contra de la piratería y protege los derechos de los artistas.

Esta industria está adquiriendo cada vez una mayor importancia tanto nacional como internacionalmente, demostrando que lo componen empresas altamente innovadoras, que se encuentran en un entorno muy dinámico. Obteniendo una participación en el Producto Interior Bruto (PIB) español en **2014** según el plan de fomento de 2018 es del 3,2% (Plan de fomento de las industrias culturales y creativas 2018, p.12) en España ; de forma que el sector se conforma de varias empresas con distinto objeto. Además de generar en torno a 3,1% del empleo global, lo que supone 584 300 de puestos de trabajo en nuestro país. Superando al sector de la telecomunicaciones en sus ingresos mundialmente y aportando más 4% de empleo en el mismo plano.

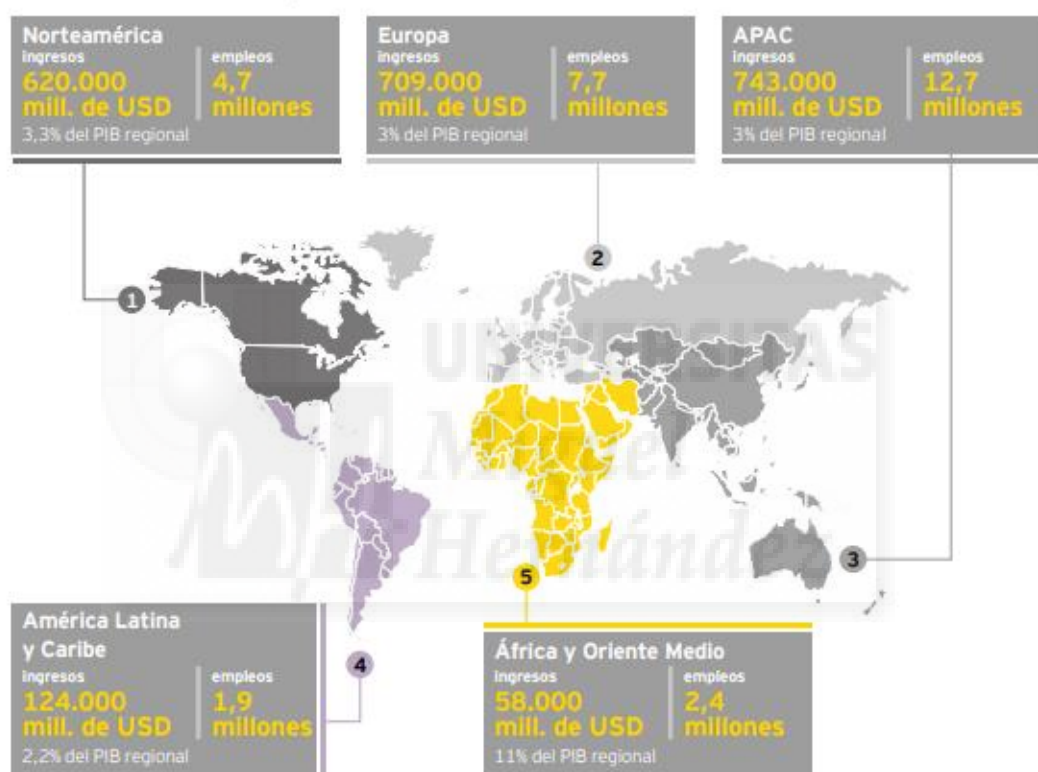
Por otro lado, las ICC impulsan el crecimiento de las ventas digitales mundiales en el año 2016, esto se puede ver reflejado en el aumento de las inscripciones de Netflix en Estados Unidos con 5,12 millones de clientes nuevos (Expansion, 2017)¹, del aumento de clientes e ingresos de Amazon o en el incremento de las búsquedas realizadas en Google al año, que han crecido en más de una 18%, (Building a better working world, 2014, p. 7) de los mercados culturales y creativos, actualizado en 2015.

Debemos de clarificar que dentro de esta industria y de su clasificación, que veremos más adelante, las artes visuales y la televisión son principalmente los motores de esta industria, seguidos de la publicidad, la prensa escrita y la arquitectura. Ofreciendo en ese orden una mayor oferta de empleo. Mundialmente, donde las ICC ofrecen unos ingresos superiores, y por tanto tienen un mayor mercado, brindan un mayor número de puestos de trabajo.

¹ Expansión, [en línea] Disponible en: <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2017/01/18/587fe3b322601daf6e8b461a.html>

En primer lugar tenemos a Asia-Pacífico con 743.000 millones de USD, seguido de Europa, Norteamérica, América Latina y Caribe y por último pero no menos importante, ya que es la que mayor porcentaje representa de su PIB África y Oriente Medio.

Todo ello se puede visualizar en el siguiente mapa mundial de las Industrias Culturales y Creativas. (Building a better working world, 2015, p. 12).



Mapa 1

Fuente: Tiempos de cultura: el primer mapa mundial de las Industrias Culturales y Creativas, EV, 2015
Cifras redondeadas

Dada la relación con la propiedad intelectual, es muy importante en este sector contar con asesoramiento jurídico-patrimonial, por lo cual el Estado y Organismos Gubernamentales han querido apoyar desarrollando políticas y medidas para proteger los derechos de autor y la propiedad intelectual, teniendo en cuenta que dependiendo del país se ejerce una política más o menos proteccionista.

La Comisión Europea (European Commission, 2010) detalla las características de las ICC, que las distinguen del resto de industrias:

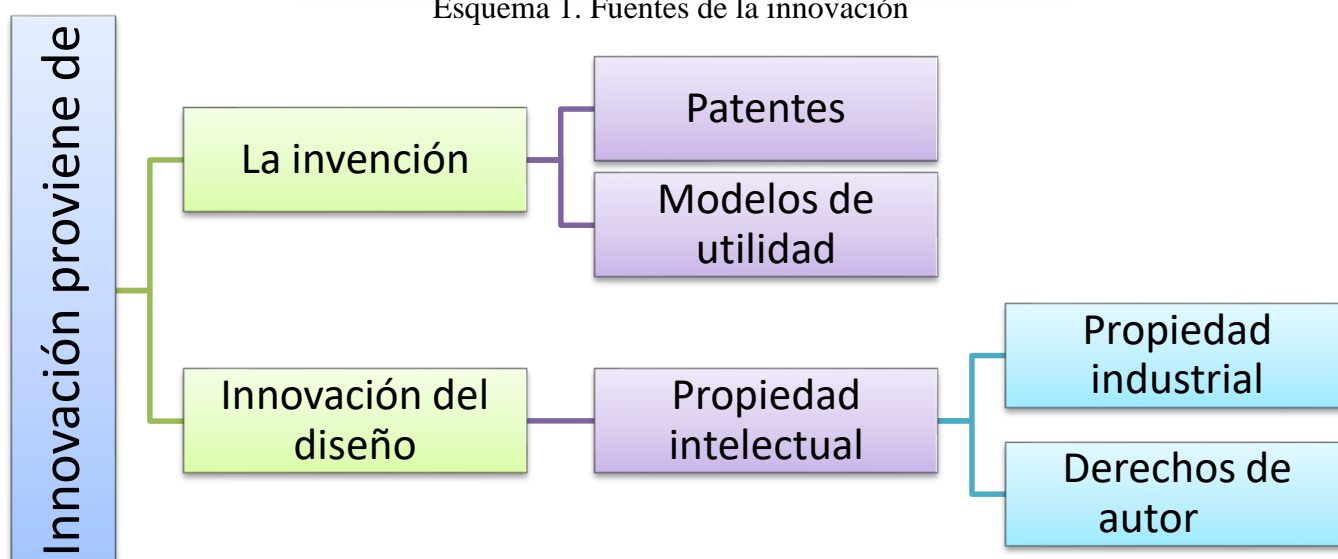
1. Se encuentran marcadas por la creatividad, que es el principal elemento que genera valor para el sector, es el motor de la innovación y produce productos simbólicos, debido a que están ligados a la propiedad intelectual, lo que hace que dependiendo del autor que lo realiza tenga un matiz u otro.

No debemos olvidar que la creatividad es una facultad inherente humana para generar ideas y conceptos innovadores, lo que provoca que el capital humano sea un gran recurso para esta industria.

2. Contribuye al desarrollo de contenido de origen artístico, cultural y patrimonial.
3. Los recursos se unen de forma temporal, lo que hace que la producción de bienes y servicios se vean sujetos a las fluctuaciones de la demanda.
4. Por último los efectos indirectos de las ICC, ofrecen una vía hacia el futuro más imaginativo, cohesionado, ecológico y próspero.

4. Concepto y diferencias entre la propiedad intelectual, industrial y derechos de autor

Esquema 1. Fuentes de la innovación



Fuente: Elaboración propia

En este apartado se van a ver las peculiaridades de la propiedad intelectual, industrial y los derechos de autor y otras formas que hay de proteger las innovaciones.

Según el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial, a través de las guías que emite todos los años, las llamadas IMPIVA (IMPIVA, 2004). La guía de protección de las innovaciones de la Comunidad Valenciana, dice que en primer lugar tenemos que tener en cuenta que hay dos tipos de protección dependiendo de si estamos hablando de:

1. Una innovación o invención, con lo cual el producto es nuevo, no hay nada parecido en el mercado.
2. Una innovación en el diseño o proceso del producto, dando lugar a una ventaja competitiva.

En el primer caso, cuando la innovación proviene de una **invención**, podemos protegerla de dos maneras según el ministerio español de energía, turismo y agenda digital:

- Patentes: Según la Ley 24/2015 de 24 de Julio, de patentes es un título que protege las invenciones, de forma que prohíbe la fabricación, venta o utilización de un producto nuevo o proceso durante un tiempo determinado. Se debe tener en cuenta que para que una idea pueda ser patentada debe de ser novedosa, además de que para conservar el derecho al uso de esa innovación, todos los años se deben de abonar unas tasas. Para que una invención sea protegida debe de cumplir con una serie de requisitos como son: tener un uso práctico, que sea novedoso y que sea patentable.
- Modelos de utilidad: “Es un título que confiere a su titular un derecho exclusivo de explotación industrial y comercial de la invención durante 10 años, para proteger pequeñas invenciones que consistan en dar a un objeto una configuración, estructura o constitución, de la que resulte alguna ventaja útil para su uso o fabricación”, por lo que se considerarán todas aquellas mejoras tanto internas como externas de un producto (IMPIVA, 2004). En conclusión, son muy similares a las patentes con la diferencia de que, para obtenerlos es necesario reunir menos requisitos. Con ello nos referimos a que el grado de innovación del producto debe de ser menor, su duración también es menor aunque esto depende del país en el que se obtenga (suele rondar los 10 años

de duración), su proceso de registro es más rápido y son más económicos. Por otra parte, en ciertos países sólo se pueden obtener diversos campos de tecnología y se aplica únicamente a productos y no a procesos.

Por otro lado si en vez de hablar de una invención, se trata de la **protección del diseño**, o **proceso** podemos optar por la :

- Propiedad intelectual: la propiedad intelectual según el ministerio de industria, comercio y turismo del gobierno de España es el conjunto de derechos que corresponden a los autores y otros titulares respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación. Debemos promover la propiedad intelectual para fomentar la invención de nuevas obras en las esferas de la tecnología y la cultura, para fomentar la inversión de recursos adicionales a la innovación y para estimular el crecimiento económico que conlleva la creación de nuevos puestos de trabajo e industrias que mejoran y enriquecen la calidad de vida.
- Propiedad industrial: según la oficina española de patentes y marcas, este concepto hace referencia a todo lo relativo a diseños industriales, a un tipo de derechos que protegen a los creadores de invenciones². En España hay varios tipos de derechos de Propiedad Industrial como son: diseños industriales, marcas y nombres comerciales, patentes y modelos de utilidad e indicaciones geográficas, más comúnmente llamadas denominación de origen.
- Derechos de autor: estos al igual que la propiedad industrial provienen de la propiedad intelectual y son derechos concedidos a los creadores de sus obras, en este caso tenemos obras literarias, películas, música, obras artísticas, diseños arquitectónicos...etc

Los autores pueden prohibir o autorizar la reproducción, interpretación, radiodifusión o traducción a diversos idiomas sus obras. Por otro lado, estos son sinónimos del *copyright*, con la única diferencia de que este último concepto proviene del derecho anglosajón y los derechos de autor nacen del derecho continental. Por ello para armonizar ambas definiciones e igualar los

²Ministerio de industria, comercio y turismo del gobierno de España [en línea] Disponible en: http://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/propiedad_industrial/index.html

conceptos en todos los países existen una serie de tratados que los regulan como son el el tratado de OMPI (Tratado de OMPI, 1996) y el Convenio de Berna para la Protección de la Obras Literarias y Artísticas (Convenio de Berna para la Protección de la Obras Literarias y Artísticas, 1979).

Debemos tener en cuenta que, los derechos de autor protegen los trabajos originales, mientras que los hallazgos y creaciones las protegen las patentes. Sin embargo las ideas no se acogen a la ley de derechos de autor, pero su puesta en marcha se puede proteger con el *copyright*.

Así mismo, existen una serie de tratados y convenios internacionales para la protección tanto de las invenciones como del diseño.

Dentro de este apartado, también se van a visualizar diversas formas o mecanismos de protección, aunque varias de ellas las hemos mencionado con anterioridad.

1. Patentes y Modelos de utilidad, ya definidos anteriormente.
2. Diseños industriales: posibilitan la protección de la apariencia o forma visual del producto. Ofreciendo una protección de 5 años renovable hasta un máximos de 25 años.
3. Signos distintivos: como marcas, denominaciones sociales, el nombre comercial, nombres de dominios... Asimismo las empresas además de distinguirse con marcas también lo suelen hacer con colores específicos, determinados aromas o sonidos, los cuales se pueden proteger.
4. Secreto industrial: está es una de las formas más utilizadas después de las patentes, y es toda aquella información que pertenece a la organización, como su saber hacer o "*Know how*", que aporta un poder diferenciativo a la organización y en ocasiones una ventaja competitiva.
5. Acuerdos de confidencialidad: es un contrato que suelen hacer firmar a los empleados para que no puedan divulgar información sobre los procesos llevados a cabo en la empresa.
6. Derechos de autor (*copyright*): son derechos concedidos a los creadores de sus obras, en esté caso tenemos obras literarias, películas, música, obras artísticas, diseños arquitectónicos...etc. Los autores pueden prohibir o autorizar la reproducción, e interpretación a no ser que lo autorizen a

cambio de una remuneración. Cuando hablamos de los derechos de autor o del “*copyright*” hablamos del mismo concepto la diferencia que tienen es que este último es de origen anglosajón y los derechos de autor provienen del derecho continental.

7. Indicaciones geográficas (o denominaciones de origen): denotan la utilización de productos con un origen específico, con cualidades y una reputación que deriva de ese origen. Esto hace que el producto sea único y no pueda haber imitaciones. Por otro lado, este tipo de protección no sólo puede utilizarse para productos agrícolas, sino también para todo tipo de productos.

5. Clasificación de empresas que entran dentro de las Industrias Culturales y Creativas

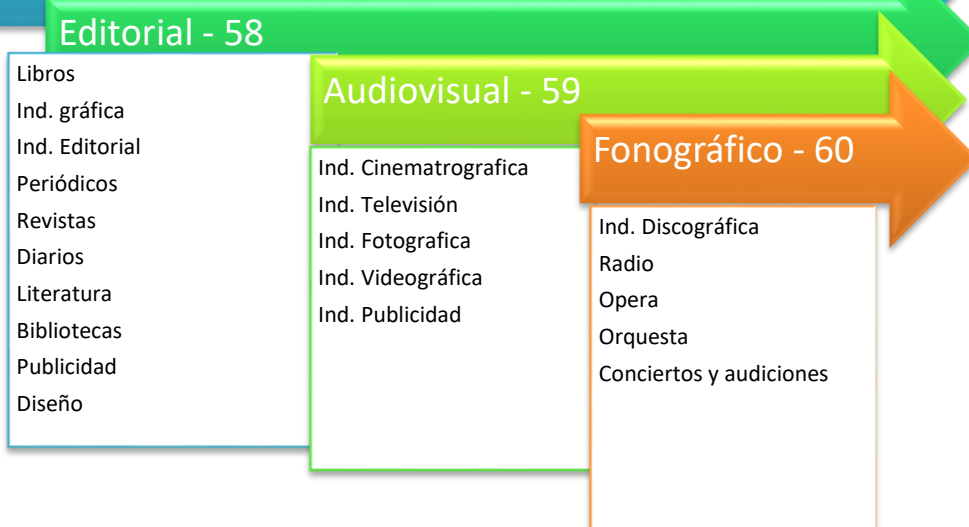
En este epígrafe vamos a indagar en la estructura que tienen estas industrias y los tipos de empresas que lo componen. Las ICC (Industrias Culturales y Creativas) se componen por los bienes y servicios que tradicionalmente se han orientado dentro de las políticas culturales tradicionales, como la música, el cine, el teatro, la artesanía, el patrimonio cultural y los medios masivos de comunicación (televisión). Así mismo, conforme ha ido evolucionando el sector se han ido incluyendo otros servicios que veremos a continuación.

En primer lugar, se encuentran tres tipos de sectores: sectores tradicionales de la industria cultural, donde tenemos editorial, audiovisual y fonográfico. Otros sectores de la industria cultural en el que encontramos la artes visuales y escénicas, turismo cultural y deporte. Por último tenemos los sectores más recientes en las industrias culturales como es el multimedia.

Para poder visualizarlo mejor hemos confeccionado el siguiente pictograma, donde al lado de cada actividad está el código de CNAE, que además es una de las características que se han utilizado también para la técnica de mapeo que veremos más adelante

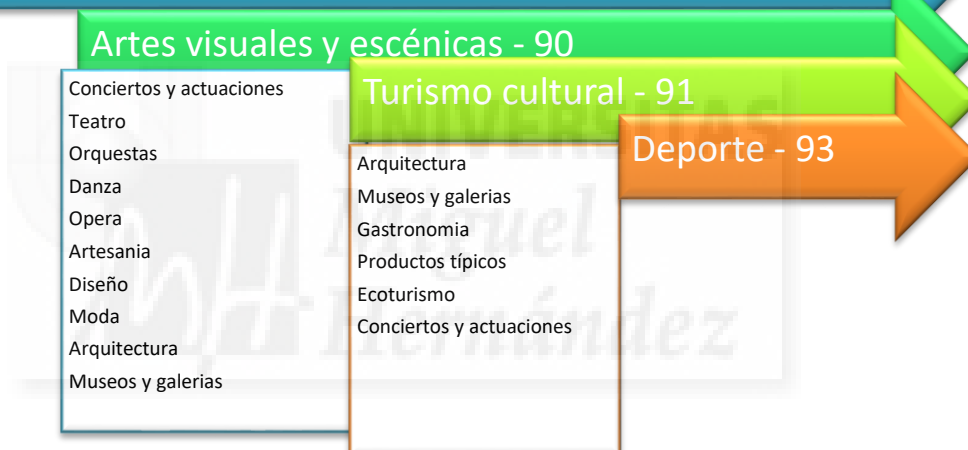
Sectores tradicionales CNAE

Esquema 2



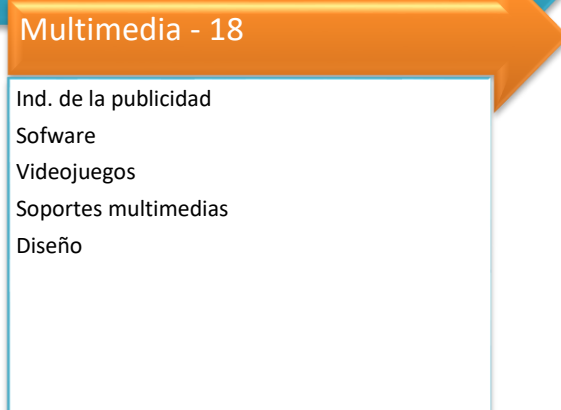
Otros sectores

Esquema 3



Sectores recientes

Esquema 4



Fuente: procedente de la política para el emprendimiento y las industrias culturales. De elaboración propia

Como se puede apreciar dentro de la primera clasificación encontramos que varias actividades se encuentran repetidas, esto es debido a que están presentes en diversos sectores y ahora veremos cuales se repiten y donde se encuentran:

- La **industria de la publicidad** corresponde en primer lugar al sector multimedia y seguidamente al sector editorial y audiovisual
- El **diseño** pertenece tanto al sector de las artes visuales y escénicas como al sector editorial y multimedia.
- La **opera** corresponde al sector de las artes visuales y por otro lado al sector fonográfico.
- Las **orquestas** dependen del sector de las artes visuales y escénicas además del sector editorial y fonográfico.
- Los **conciertos** corresponden al sector de las artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- La **arquitectura** se encuentra dentro del sector de turismo cultural y de las artes visuales y escénicas en segundo lugar.
- Los **museos y las galerías** pertenecen primariamente al sector de turismo cultural y al sector de las artes visuales y escénicas.
- Las **artesanías** se encuentran en el sector de las artes visuales y escénicas además del sector de turismo cultural.

6. Metodología

6.1. Técnicas de mapeo alternativas

Antes de comenzar con técnicas alternativas de mapeo, debemos introducirnos un poco en lo que se entiende por técnicas de mapeo, donde debemos clarificar que hay dos tipos de mapeo: el mapeo de procesos en las empresas, que consiste en seguir una serie de pasos o actividades que tienen una estructura secuencial y lógica, orientada a la consecución de un objetivo o una meta. Y el mapeo de procesos en la industria o *mapping*, con el cual pretendemos clarificar y justificar relaciones, tendencias y analizar el rol que juegan los agentes o stakeholders más influyentes en un determinado sector,

sin olvidar fotografiar el estado de la industria. Con la intención de conocer a los intermediarios del sector como son los agentes independientes, que se encargan de crear, producir y distribuir los productos/ servicios. Además de poder ayudar a identificar con mayor facilidad la estructura de este tipo de industria, las condiciones y la relación que hay entre los actores sociales que intervienen.(Leiva, 2016)

En este caso, al estar hablando durante todo el proyecto sobre la Industria Cultural y Creativa, el mapeo a utilizar será el mapeo de procesos en la industria, con el objetivo de poder comprender la estructura de la industria, detectar a los actores sociales, las relaciones que hay entre ellos y las redes a las que dan lugar.

Este tipo de mapeo se suele realizar con la intención de explicar las relaciones, detectar tendencias y analizar el rol que juegan los “*stakeholders*” o agentes que intervienen en el sector.

Y dependiendo del objetivo a averiguar lo orientaremos a la búsqueda de los “*stakeholders*”, a visualizar cual es su relación jerárquica o a saber cuales son sus flujos de intercambio.

No debemos olvidar que el objetivo del mapeo industrial entre otros es visualizar la capacidad de producción, distribución y difusión que tiene, para verificar la existencia de variedad de valores e identidad, para analizar el alcance que tiene sobre los consumidores.

Para ello hemos llevado a cabo tres tareas: un análisis bibliográfico del sector en sí desde sus orígenes, un estudio de bases de datos y una búsqueda online y “*face to face*”, para verificar el conocimiento que tenían círculos cercanos a mi entorno sobre el sector de las Industrias Culturales y Creativas.

De esta forma crearemos un mapa para visualizar como esta cubierto el territorio por esta industria y como situarse en él, o mejor dicho donde es más interesante situarse dependiendo de la clasificación que tenga cada empresa dentro de las ICC.

6.2 Análisis de datos

He realizado una búsqueda exhaustiva en el SABI, contando con las empresas que se encuentran en activo y en concurso de acreedores. Se ha escogido esa clasificación, porque una empresa que está en concurso no quiere decir que vaya a dejar de funcionar, sino que está pasando un proceso en el cual puede llegar a recuperarse o no. Por otro lado, primero hemos realizado el análisis por Comunidades Autónomas, las cuales se estudiarán más adelante en mayor profundidad, observando cuales son las provincias más destacables dentro de ellas.

La búsqueda se ha realizado teniendo en cuenta los siguientes códigos de CNAE:

- 18- Artes gráficas y reproducción de soportes grabados.
- 58- Edición.
- 59- Actividades cinematográficas, de video y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical.
- 60- Actividades de programación y emisión de radio y televisión.
- 90- Actividades de creación artísticas y espectáculos.
- 91- Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales.
- 93- Activiades deportivas, creativas y de entretenimiento.

SABI (Sistema de Analisis de Balances Ibericos)³, es una base de datos que te permite realizar búsquedas de información económica sobre los últimos balances de forma sencilla y rápida, donde encontraremos información de 1,2 millones de empresas españolas. Es muy útil sobre todo para tareas de marketing y para la realización de análisis económicos y financieros. Además, permite la realización de búsqueda de balances de empresas de hasta 25 años, por lo que se obtiene información histórica sobre diversas empresas y da a conocer el posicionamiento de cualquier empresa, realizar estudios y comparaciones de cualquier tipo.

³ Sistema de Análisis de Balances Ibericos

Todo ello se puede exportar y ayudar a enriquecer una base de datos propia. Además también es una herramienta útil para detectar empresas candidatas a realizar fusiones, asociaciones, adquisiciones o visualizar empresas que necesitan financiación para poder invertir en ellas, incluso para detectar si la empresa con la que voy a comenzar a comercializar esta en una buena situación económica y si tiene buena relación con sus proveedores respecto al pago.

Asimismo el programa permite la realización de gráficos que ilustran de forma sencilla los balances, cuentas de perdidas y ganancias; de ratios económicos, la conversión o exportación de los datos a diversos formatos desde Excel, Dbase hasta lotus.

Por otro lado además de la utilización de esa base de datos, también utilizaremos estadísticas del INE (Instituto Nacional de Estadística)⁴, sobre todo para la búsqueda de datos poblacionales que nos van a ser de ayuda para obtener los ingresos en miles de euros por habitantes, y visualizar cuales son las CCAA más destacadas en este sentido.

Con el número de empresas obtenidas, sus ingresos y número de trabajadores medios, realizaremos un mapa, que nos ayude a visualizar el potencial que tiene esta industria y poder justificar de una forma sencilla su aportación al PIB nacional.

Esta es la búsqueda que se realizó:

⁴ Instituto Nacional de Estadística

Tabla 1, “Búsqueda realizada en SABI”

Nombre del producto		Sabi	
Actualización	226	Nº de empresas	
Versión del software	76.00		
Actualización datos	04/06/2018 (nº2261)		
Usuario	UMHS-cb36842909aac8b4e4db3654795bfe19ef773900@umh.es		
Export date	04/06/2018		
Cut off date	31/03		
1. CNAE 2009(Sólo códigos primarios: 18-Artes gráficas y reproducción de soportes grabados, 58-Edición, 59-Actividades cinematográficas, de video y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical, 60-Actividades de programación y emisión de radio y televisión, 90- Actividades de creación artísticas y espectáculos, 91-Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales, 93-Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento)		47.714 ¹	47.714 ²
2.Región/ País: España		1.571.667 ³	47.714 ⁴
3. Estados España: Activa, concurso		827.175 ⁵	25.715 ⁶
4.Número de empleados: Todas las empresas con un valor conocido, último año disponible, último año-1, último año-2, último año-3, último año-4, último año-5, último año-6, último año-7, último año-8, último año-9, último año-10, último año-11, para al menos uno de los periodos seleccionados		1.221.968 ⁷	22.495 ⁸
Búsqueda booleana: 1 y 2 y 3 y 4		Total	22.495 ¹⁰

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, podemos ver el tipo de búsqueda que hemos realizado, y la totalidad de datos obtenidos. A continuación explicaremos brevemente la tabla:

1 y 2: La cifra de 47.714, se refiere al número de empresas que encontramos dentro de los epígrafes escogidos.

3 y 4: Dentro de la región seleccionada, en nuestro caso España, encontramos un total de 1.571.667 empresas de las cuales sólo 47.714, son empresas dentro de este territorio y de los epígrafes marcados.

5 y 6: De 1.571.667 empresas que encontrábamos con anterioridad, sólo 827.175 empresas están en situación de activo y concurso de acreedores. Por otro lado de todas las anteriores, únicamente 25.715 empresas son las que cumplen con todos los criterios anteriores.

7 y 8: Encontramos 1.221.968 empresas que aportan al menos unos de los periodos seleccionados con el último número disponible de empleados, sin embargo, sólo 22.495, son las empresas que cumplen con los criterios anteriores.

En definitiva, utilizando 4 criterios de búsqueda nos quedamos con una totalidad de 22.495 empresas repartidas por todo el territorio español. Hemos de resaltar que en los siguientes mapas veremos en profundidad estos criterios, no obstante el último criterio sobre la totalidad del número de trabajadores, no lo he utilizado. Debido a que la mayoría de empresas no lo poseían y eran de períodos muy dispares, no lo he considerado.

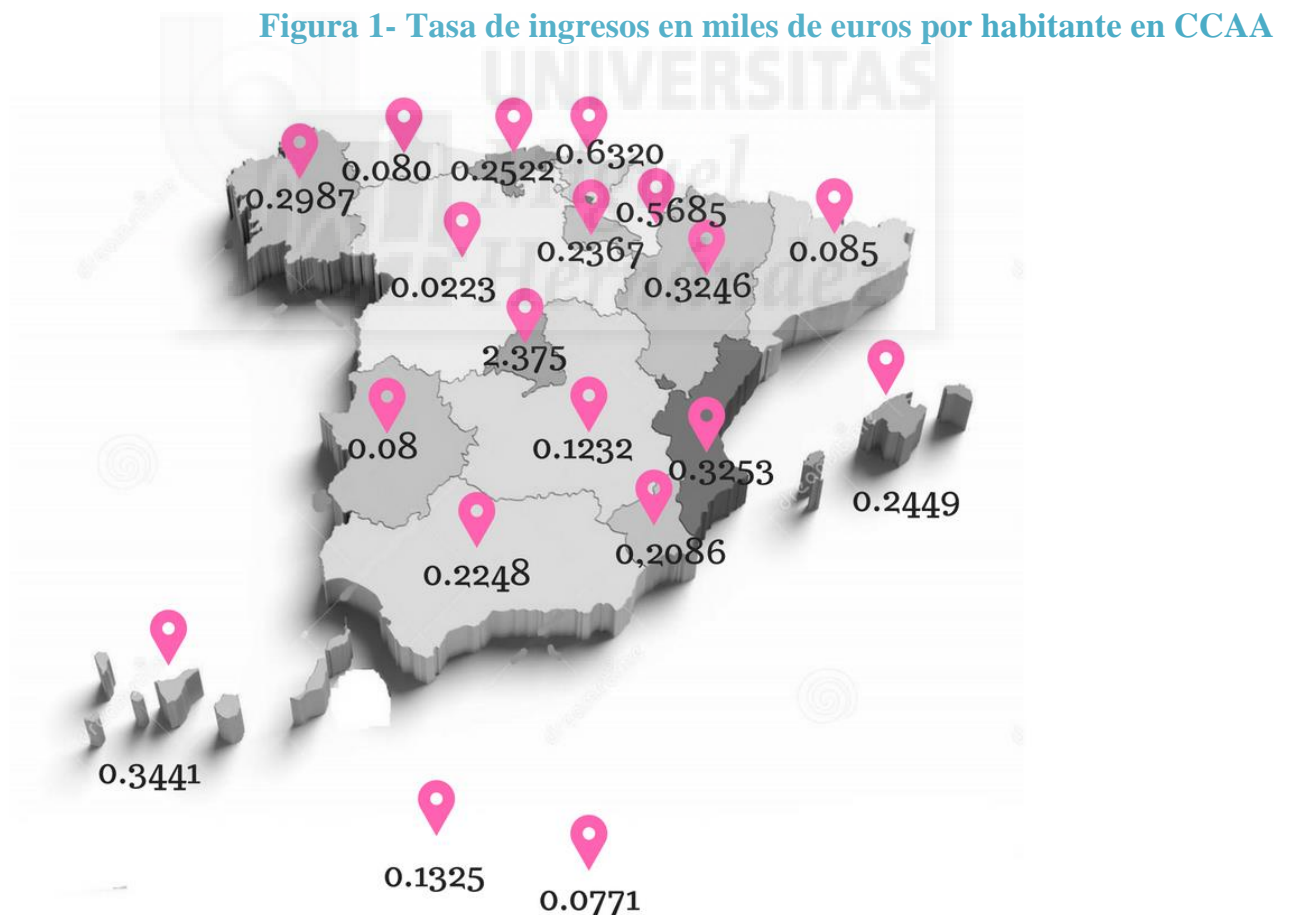
Debemos de recordar que los datos que vamos a tratar nos darán los ingresos de dichas empresas en miles de euros.

A. Visualización de Sectores Culturales y Creativos a nivel nacional

a) Tasa de miles de euros por habitante en CCAA

A continuación tenemos un mapa donde se puede visualizar la media de ingresos en miles de euros por persona que obtiene cada CCAA en el sector de industrias culturales y creativas. Esta media se ha obtenido a través de una suma de los ingresos generados por la totalidad de empresas ubicadas en un mismo territorio y dividido por el número de habitantes correspondiente, procedentes de una estadística realizada por el INE.

Con el objetivo de poder visualizar de forma sencilla, cuales son los lugares donde hay una mayor concentración de este tipo de empresas, en qué territorios están más potenciadas y cuales son las que más aportan al PIB.



Fuente: Elaboración propia. Imagen

Como hemos comentado con anterioridad la media de ingresos generados por esta industria en miles de euros por persona, la más alta la encontramos en la Comunidad Autónoma de Madrid, lo cual no es de extrañar ya que es una ciudad muy cosmopolita, con diversidad de actividades, gran concentración de población, tolerante y muchas posibilidades de empleo. Lo curioso es que no destaque sobre las demás Cataluña, que genera una media de unos ingresos en miles de euros casi igual que Extremadura, que es una CCAA con muchos menos habitantes que la anterior.

Es importante destacar que el País Vasco, junto con Navarra que van en el ranking después de Madrid que es la que más ingresos genera dentro de este sector. Esto sucede porque el número de habitantes da juego a favor de estas cifras, ya que si la CCAA tiene un menor número de habitantes generará unos mayores ingresos por persona, que una con mayor población. También habría que destacar a la Comunidad Valenciana, que no queda en mala posición, estableciéndose dentro de la media, es decir no es un territorio que destaque por poseer una cifra muy elevada pero tampoco tiene una de las más bajas.

Por último, cabe señalar que las que menos ingresos obtienen son Melilla y Castilla y León.

Desde la antigüedad las ciudades del norte se han dedicado al sector primario en primer lugar y al sector secundario, siendo pioneros en este último Asturias y el País Vasco. Lo que ha provocado el establecimiento de muchas empresas en ellas, siendo grandes ciudades industriales gracias a la cercanía del agua y haciendo que la población se centralizara en las zonas costeras.

Según el INE (Instituto Nacional de Estadística 2009) Asturias no es una de las Comunidades del norte que tiene una mayor superficie agrícola, como lo son Galicia y Navarra. Sin embargo Asturias, que junto con Galicia es una de las que tiene un mayor número de explotaciones agrícolas, explica la baja participación en el sector secundario y terciario.

Al respecto de Melilla que es una de las que destaca por su baja participación en los ingresos por persona de esta industria, se puede apreciar en la estadística anterior que no es una Comunidad que destaque en tener un gran número de explotaciones agrícolas, no cuenta con un gran número de empresas dentro del sector industrial, ni terciarios, sino

más bien cuenta con una elevada tasa de paro del 27,24%, que es una de las segundas más altas de toda España, siendo la primera la de Ceuta con un 31,44%.

Otro dato curioso es que las Islas Canarias obtengan unos ingresos por persona, muy parecidos a los de la Comunidad Valenciana, cuando tiene una tasa de paro alta del 20,62 y no destaca por tener una alta participación en el sector primario por las condiciones y el poco espacio de superficie agrícola, lo que supone que las explotaciones agrícolas sean pocas. Sin embargo, su economía se basa en el sector terciario como veremos más adelante lo que fomenta que tenga esta cifra.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, podemos decir que los distritos o CCAA más atractivos para establecer empresas que pertenezcan al sector cultural y creativo son Madrid en primer lugar, en segundo lugar el País Vasco y por último en Navarra.

Ahora vamos a visualizar en un mapa el número de empresas que se concentran dentro de cada CCAA, lo que beneficiará o perjudicará a los ingresos generados por este tipo de empresas.

b) Número de empresas por CCAA

En el mapa anterior hemos visto la media de ingresos que producen las CCAA por persona en miles de euros, pero tal y como hemos comentado estos datos son muy relativos en relación a la población de ese territorio y al número de empresas que se encuentran en ellas, por ello en el siguiente mapa vamos a ver el número de empresas que se encuentran en cada una de ellas. De esta forma veremos que zonas son más atractivas para el establecimiento de empresas que se encuentren dentro del sector cultural y creativo.

Figura 2- Número de empresas por CCAA



Fuente: Elaboración propia

Se puede destacar que las comunidades más atractivas son la Comunidad de Madrid y Cataluña, no es algo atípico ya que son dos territorios que tanto históricamente como actualmente tienen un tremendo atractivo y gran peso dentro de lo que es la península. No obstante, en el caso de Madrid, se corresponde con el mapa anterior, por lo que podemos decir que este caso se mantiene la relación entre que una Comunidad con un gran número de empresas obtiene grandes ingresos por habitantes. Si hablamos del caso de Cataluña, esto no se corresponde.

No hemos de olvidar que ninguna de las dos destacan por ser las que más superficie concentran, pero sí de las que más población poseen.

Asimismo ambas destacan por reunir un gigantesco grupo de empresas de diversos sectores como por la diversidad cultural que concentran, lo que las convierten en centros de creatividad, o lo que es lo mismo ciudades creativas.

Es curioso ver como la Comunidad de Andalucía tiene un número de empresas dentro de este sector, muy similar al de la Comunidad Valenciana.

Del mismo modo que vemos como la Comunidad de Castilla y León le saca ventaja a Castilla la Mancha. Ambas basan su economía sobre todo en el sector primario, pero Castilla y León esta invirtiendo más que Castilla la Mancha en el sector cultural y creativo, que es en estos momentos es muy puntero y abarca gran cantidad de empresas. El problema que tiene este sector es que no es muy conocido o más bien no dominamos su clasificación.

c) Tamaño de las empresas por CCAA

Dentro de este apartado lo que vamos a hacer es dividir la facturación de cada CCAA generado por las industrias culturales y creativas entre en número de empresas que tiene cada una, de este modo podremos en cada territorio si se compone de muchas empresas pequeñas o de pocas grande, lo cual nos afectará a la hora de los ingresos generados en común. Cuanto menor sea la puntuación estaremos ante un territorio con empresas de mayor tamaño que las que obtengan una puntuación mayor, donde al contrario se formará por muchas empresas pequeñas.



Fuente: Elaboración propia

Si nos fijamos, Cataluña tiene empresas de mayor tamaño en comparación con Madrid, lo que justifica, que en la mayoría de las variables estudiadas destaque menos. Del mismo modo, es curioso el caso de la Comunidad de Aragón, que no es una de las comunidades más destacadas como veremos más adelante y a pesar de ello obtiene una puntuación muy similar a Madrid. También debemos destacar el caso de las dos Castillas, donde vemos como Castilla la Mancha dentro de este sector tiene muchas empresas pequeñas, con lo cual en la mayoría de las variables a estudiar siempre quedará por debajo de su vecina Castilla y León que al contrario tiene menos empresas pero de un tamaño superior. Y lo mismo sucede con la Comunidad Valenciana y Murcia.

d) Tasa de miles de euros por habitante por provincia

Ahora vamos a desglosar más las CCAA, de forma que veremos cuales son las provincias más potentes y las que tiran del resto para llegar a una cifra común.

Comunidad de Cataluña

Estamos ante la segunda Comunidad Autónoma más destacada, por poseer mayor número de empresas y gracias a ello generar unos ingresos superiores a los de otros territorios, pero no tan notables como los de Madrid. La Comunidad se divide en tres partes y la que más atractiva es Barcelona con 1,4014 millones de euros por persona. No obstante esta es una de las comunidades más punteras y de las que más aporta al PIB nacional, con 223.139⁵ millones de euros anuales, lo que provoca enfrentamientos hacia otras comunidades que se basan más en el sector primario y tienen una menor aportación, como es Andalucía que tiene una aportación de 155.213⁶ millones de euros.

Por otro lado, Girona no se queda atrás, con una tasa de 0,519 miles de euros por habitantes.

⁵ INE, 2017 [en línea]:

http://www.ine.es/FichasWeb/RegComunidades.do?fichas=49&busc_comu=&botonFichas=lr+a+la+tabla+de+resultados

⁶ INE, 2017 [en línea]:

http://www.ine.es/FichasWeb/RegComunidades.do?fichas=49&busc_comu=&botonFichas=lr+a+la+tabla+de+resultados

Figura 4- Tasa en miles de euros por habitantes en Cataluña

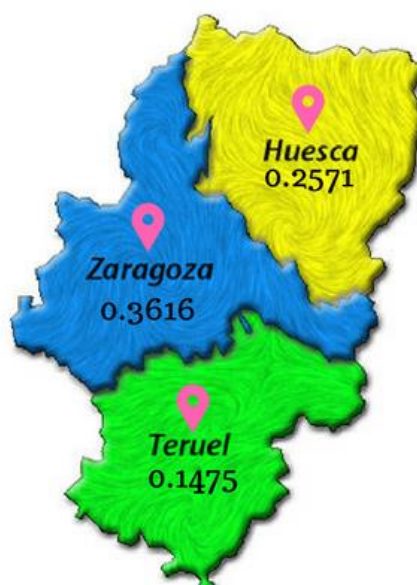


Fuente: elaboración propia

Comunidad de Aragón

Este territorio es la cuarta CCAA con mayor extensión, además de ser la cuarta con menor densidad de población. La mitad de la población aragonesa se concentra en la provincia de Zaragoza. Todo ello justifica que tenga una media de miles de euros por debajo de la media pero sin ser la más baja. Por lo que resulta interesante que siendo la que menor concentración de población tiene, el número de empresas que se establece en la zona no es bajo, ya que cuenta con 627 (Dato obtenido de la búsqueda del SABI).

Fuente 5- Tasa en miles de euros por habitantes en Aragón



Fuente: elaboración propia

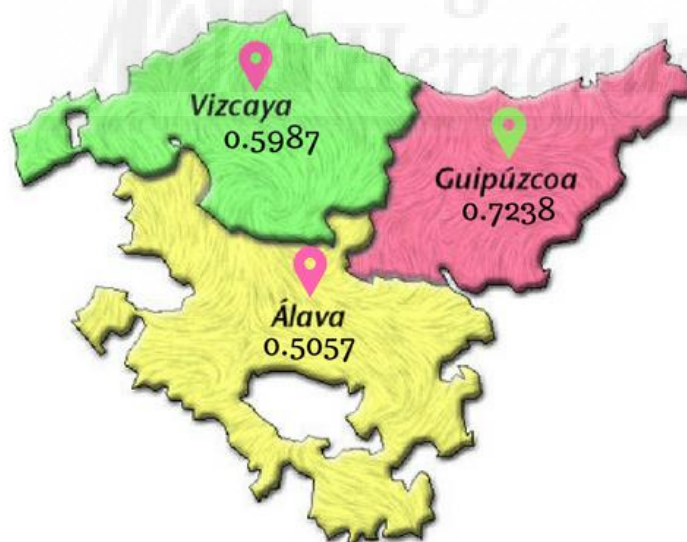
Dentro de las tres provincias la que más destaca es Zaragoza debido a lo comentado anteriormente y la que menor tasa tiene es Teruel.

País Vasco

Esta comunidad durante la historia, ha sido muy puntera en la industria pesquera y comercial, atrayendo de este modo a muchos habitantes y dando lugar a un núcleo de población y de diversidad. Como resultado estamos ante un territorio pequeño pero con gran atractivo y concentración de población. Esta se divide en 3 territorios, Vizcaya, Álava y Guipúzcoa, de los cuales el que más destaca es Guipúzcoa, cuya provincia es San Sebastián. Por otro lado Vizcaya y Álava tampoco se quedan atrás con unas tasas aceptables como son 0,59 y 0,50 miles de euros por habitantes.

Esta Comunidad tiene una mayor participación en el sector servicios de un 63,2% y un 23,01% en la industria, según los datos del 4º trimestre de 2018⁷. Sin embargo tiene una baja participación en el sector primario que cada vez va a menos.

Figura 6 - Tasa en miles de euros por habitantes en País Vasco



Fuente: elaboración propia

⁷ INE, 2018 [en línea]: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4019>

Comunidad Foral de Navarra

Es un territorio situado al norte y rodeado por la comunidad aragonesa, con una pequeña porción del territorio español, y conocida por los famosos “San Fermín”. Cuenta con 248 empresas relacionadas con la ICC, que contribuyen con un 0,5685 miles de euros por persona. A pesar del tamaño de su territorio, es la 15º comunidad más poblada con 643.234⁸ habitantes según el INE y con una densidad de población del 60,9 hab/ km².

Más de la mitad de su economía esta sustentada en sector servicios con un 56%, de lo cual la mayoría de ese porcentaje proviene del turismo y el resto repartida entre la industria y la agricultura. Entre ellos dos el que más destaca es la industria con un 27,5%,⁹ de los cuales 112 empresas son culturales y creativas.

Figura 7 - Tasa en miles de euros por habitantes en Navarra



Fuente: elaboración propia

⁸INE, 2017 [en línea]:

http://www.ine.es/FichasWeb/RegComunidades.do?fichas=49&busc_comu=&botonFichas=Ir+a+la+tabla+de+resultados

⁹ INE, 2018 [en línea]: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4019>

Comunidad de la Rioja

La Rioja es el territorio que cuenta con menor población de España según el INE 315.381¹⁰, por otro lado cuenta con 112 empresas y contribuye con 0.2367 ingresos por personas. Es una comunidad que destaca por sus vinos, su patrimonio gastronómico y sus siete denominaciones de origen, que la hacen atractiva para el turismo y toda la población relacionada con la vinicultura. Es por ello que tiene un gran porcentaje de un 56,6%¹¹ en el sector terciario referente a su economía, esta cifra ha sido obtenida gracias al INE.

Al basar su economía sobre todo en el sector servicios, implica que no destaque en el sector secundario y con ello en las industrias creativas.

Figura 8 - Tasa en miles de euros por habitantes en La Rioja



Fuente: elaboración propia

Comunidad de Galicia

Es un territorio situado al norte con grandes zonas verdes, anclado en el pasado y basando su economía en el sector primario y secundario. Sin embargo no destaca mucho en las ICC.

¹⁰ INE, 2017 [en línea]:

http://www.ine.es/FichasWeb/RegComunidades.do?fichas=49&busc_comu=&botonFichas=Ir+a+la+tabla+de+resultados

¹¹ INE, 2018 [en línea]: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4228>

Santiago de Compostela es una de las ciudades más importantes de Galicia, la capital, además es una de las poblaciones que más basa su economía en el turismo, gracias la peregrinación. A pesar de todo ello, no consigue ser el municipio más poblado, ocupando ese lugar Vigo. Resulta curioso que siendo Pontevedra la provincia más poblada no sea la provincia que mayor ingresos por persona generan, ocupando el segundo puesto. En este caso la provincia que mayores ingresos por persona es A Coruña con 0,4062 y la que menos aporta es Ourense con 0,0598, lo que no es de extrañar cuando la gan parte de la población se concentra en las zonas costeras.

Por último, comentar el número de empresas que se concentran en la CCAA es de 1174, que no esta nada mal teniendo en cuenta que la mayoría de Comunidades están por debajo de 700 empresas. Por ello podemos decir que esta desarrollándose mucho en este ámbito y despuntando sobre las demás, esto quizás se puede justificar por ser una potencia cultural. Debido a su lengua, a las multiples asentaciones que se han realizado en su territorio, a su riqueza en el arte, la arquitectura...etc

Figura 9 - Tasa en miles de euros por habitantes en Galicia



Fuente: elaboración propia

Comunidad de Asturias

Asturias es un territorio que se encuentra al norte de la península, cuenta con 1.034.960¹² habitantes que gracias a sus zonas verdes y sus terrenos montañosos, pues es la zona más montañosa de toda España y fundamentan sus recursos en un 3,8¹³% en la ganadería, la agricultura y pesca.

Durante la historia, el motor de la economía de este territorio ha sido la minería del carbón, sin embargo actualmente no disfruta de la misma importancia, pues su consumo bajo cuando los trenes y barcos dejaron de utilizar este elemento y lo sustituyeron por petróleo.

Esto no quiere decir que hayan abandonado el sector secundario, inciden en el con otras actividades como industrias químicas, de armas, astilleros..etc,

En cambio, la mayor parte de sus ingresos los obtienen del sector terciario, gracias sobre todo al turismo. Por ello la tasa de ingresos generada es tan pequeña, y también justifica el número de empresas que hay que son 199.

Figura 10 - Tasa en miles de euros por habitantes en Asturias



Fuente: elaboración propia

¹² INE, 2017 [en línea]:

http://www.ine.es/FichasWeb/RegComunidades.do?fichas=49&busc_comu=&botonFichas=Ir+a+la+tabla+de+resultados

¹³ INE, 2018 [en línea]: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4019>

Comunidad de Cantabria

Cantabria se ubica al norte de la península, con una población de 580.295 habitantes y una superficie de 10.604 km²¹⁴, siendo la cuarta provincia más montañosa de España y con menos habitantes después de la Rioja. Concentrandose la mayoría de la población en sus costas montañosas, con grandes acantilados. Cantabria basa su economía diversificada sobre todo en el sector secundario o industria y una mayor parte en el sector terciario, teniendo un sector primario en retroceso. Lo cual resulta muy curioso debido a que la mayoría de las ciudades del norte están más arraigadas al sector primario o secundario. Sin embargo esto puede ser debido a la influencia las ciudades que la rodean como es el País Vasco, otra comunidad muy puntera en el sector servicios. Lo que implica que tenga una tasa de ingresos tan baja, pues apuesta más por el sector terciario y debido a su orografía las comunicaciones son más difíciles, lo que implica un menor asentamiento de empresas.

Figura 11 - Tasa en miles de euros por habitantes en Cantabria



Fuente: elaboración propia

Comunidad Valenciana

La Comunidad Valenciana es un territorio que basa su economía en el sector terciario, sobre todo en el turismo todo lo que ello conlleva, al encontrarse en la costa y ser tres

¹⁴ Datos macos, [en línea]: <https://datosmacro.expansion.com/ccaa/asturias>

grandes destinos turísticos. Esté se divide en tres provincias Castellón, Valencia y Alicante, y la que mayores ingresos reporta al sector cultural y creativo es Valencia. Por otro lado aunque gran parte de su economía este basada en el turismo como hemos comentado en ella se establecen gran cantidad de empresas como son 2949, con lo que podemos decir que aunque, base su economía en el sector servicios apuesta también por la industria cultural y creativa, lo que provoca que sea un buen lugar para el establecimiento de empresas de este tipo.

Figura 12 - Tasa en miles de euros por habitantes en la Comunidad Valenciana



Fuente: elaboración propia

Comunidad de Andalucía

La Comunidad de Andalucía es una de las comunidades que cuenta con un mayor número de población, además de ser la segunda comunidad con mayor superficie de toda España. Gran parte de esa superficie es utilizada para la explotación agrícola, sin embargo como hemos visto en el mapa anterior de la península el conjunto de sus provincias generan 0,2248 miles de euros por persona.

Si analizamos qué su economía se basa según el INE, vemos como es una de las comunidades que más se dedica a la agricultura, con un 8,3 % aunque también es un territorio que dedica gran parte al sector servicios con un 63%¹⁵. No obstante, destaca dentro de este sector quedándose a la altura de la Comunidad Valenciana, que es una de las que más apuesta por este tipo de empresas.

Asimismo si profundizamos dentro de la CCAA para visualizar que provincias aportan más a esa cifra, observamos que destacadas es Sevilla, con diferencia, seguida de Granada.

Figura 13 - Tasa en miles de euros por habitantes en Andalucía



Fuente: elaboración propia

Comunidad de Extremadura

Esta es una comunidad durante la historia no ha disfrutado ni aprovechado mucho el turismo, sin embargo, según el INE en el primer trimestre de 2018 el 60,9% de sus ingresos provienen del sector terciario. Y un 10,7%¹⁶ del sector primario, en concreto de

¹⁵ INE, 2018 [en línea]: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4019>

¹⁶ INE, 2018 [en línea]: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4019>

la agricultura, lo que explica o justifica que sea una de las comunidades que menos ingresos por persona ha obtenido.

Si profundizamos en las dos provincias, la que más destaca es Badajoz, seguramente por la influencia de las comunidades que la rodean.

Figura 14 - Tasa en miles de euros por habitantes en Extremadura



Fuente: elaboración propia

Comunidad de Castilla y León

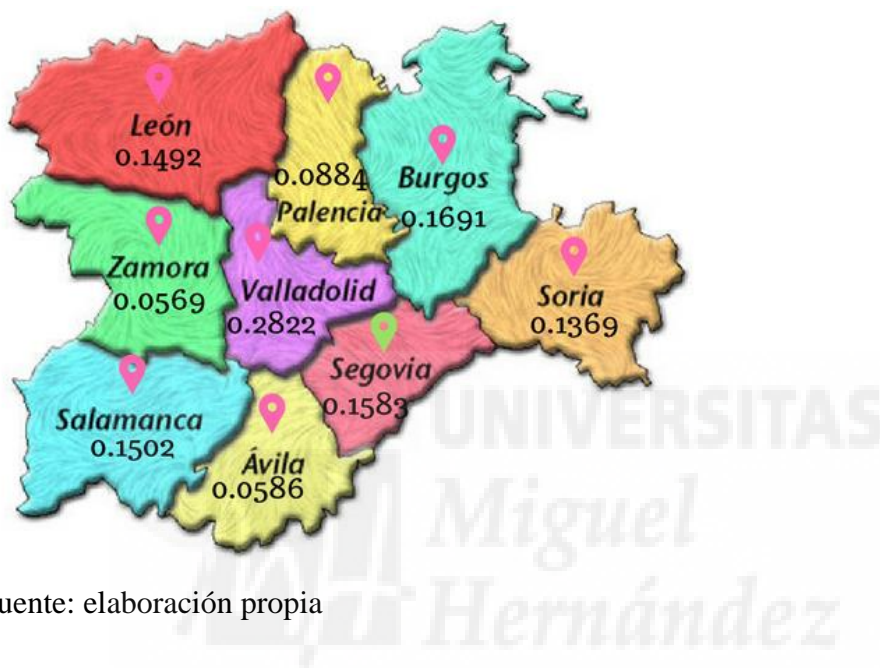
Este distrito es el que mayor superficie contiene de toda la península, sin embargo, no es de las que mayor población contiene. Si hablamos sobre el número de empresas culturales y creativas tiene 911, superando a su vecina la comunidad de Castilla La Mancha. Ambas siempre se han conocido por su arraigo a la agricultura o mejor dicho a sustentarse gracias al sector primario.

Por otro lado, desde antaño se sabe que las comunidades del norte en un principio eran las más avanzadas tecnológicamente, por ejemplo, en los años 60 en el norte ya existía la luz eléctrica por medio de bombillas, y los urinarios o wc. Mientras que en el sur aún no había llegado la electricidad, por ello continuaban utilizando el candil y lo mismo ocurría con el wc.

Sin embargo, más tarde pasó al contrario pues el sur avanzó más que el norte dejándolo atrás, por ello es curioso que Castilla y León tenga un mayor número de empresas.

Como se puede observar las provincias que más destacan son Valladolid, seguida de Burgos, Segovia y Salamanca. Dejando más al margen a la provincia de Zamora y Ávila, que son las más conservadoras. Y Palencia pasa desapercibida por no poseer ni muchos ni pocos ingresos dentro de este sector.

Figura 15 - Tasa en miles de euros por habitantes en Castilla



Fuente: elaboración propia

Comunidad de Castilla la Mancha

Esta comunidad está situada en la llanura de la sur meseta, es la tercera autonomía con mayor extensión y además cuenta con 625 empresas culturales y creativas. No es un dato muy elevado pero esta dentro de la media, si miramos qué provincias son las que más destacan, en primer lugar tenemos a Toledo, cosa que no es de extrañar debido a su pontencial cultura, sus diversos monumentos, la diversidad cultural que ha habido durante la historia en ese territorio y su ambiente mediaval que sigue existiendo hoy en día, dando una oportunidad al turismo.

En segundo lugar destaca como potencia cultural dentro de la CCAA Albacete, por su cultura del vino, del queso, por los molinos y el encanto del Quijote ambientado en esa provincia.

Por último, Cuenca es la que menos número de ingresos referentes a las industrias culturales y creativas, contando con 686.841 ¹⁷habitantes. Su economía se basa en el sector primario, centrándose sobre todo en el cultivo de cereales y vid (agricultura de secano), de ahí que sea la provincia más árida.

Figura 16 - Tasa en miles de euros por habitantes en Castilla la mancha



Fuente: elaboración propia

Comunidad de Murcia

Murcia es una población que cuenta con 1.470.273¹⁸ habitantes, que no destaca como una de las comunidades que mayores ingresos obtiene, pues cuenta con 0,2086 miles de euros por habitantes.

¹⁷ INE, 2017 [en línea]:

http://www.ine.es/FichasWeb/RegProvincias.do?fichas=49&busc_comu=&botonFichas=lr+a+la+tabla+d+e+resultados

¹⁸ INE, 2017 [en línea]:

http://www.ine.es/FichasWeb/RegComunidades.do?fichas=49&busc_comu=&botonFichas=lr+a+la+tabla+de+resultados

No hemos de olvidar que esta comunidad basa sus ingresos en la agricultura y el turismo sobre todo las zonas costeras, aunque también cuenta con parte de industria en concreto con 393 empresas.

Por último, comentar la aportación que realiza al PIB en el 2017 según el INE es del 3,6%¹⁹.

Figura 17 - Tasa en miles de euros por habitantes en Murcia



Fuente: elaboración propia

Islas Canarias

Las Canarias son islas de origen volcánicas, que se componen de 7 islas y están situadas frente a la costa de Marruecos, están más cercanas al norte de África que a la península, por ello su agradable clima, en el que permanecen en primavera durante todo el año.

Actualmente cuenta con 2.108.121²⁰ habitantes, los cuales generan unos ingresos medios en miles de euros por persona de 0,3441, si nos fijamos en otros territorios de España vemos que no es una cifra tan descabellada, incluso esta por encima de comunidades como Andalucía o Murcia.

¹⁹ CREM: Datos básicos de la región de Murcia [en línea] :http://econet.carm.es/inicio/-/crem/sicrem/PU_datosBasicos/sec42.html

²⁰ INE, 2017 [en línea]:
http://www.ine.es/FichasWeb/RegComunidades.do?fichas=49&busc_comu=&botonFichas=lr+a+la+tabla+de+resultados

Este territorio, desde tiempos atrás, ha basado su economía en el sector terciario, teniendo actualmente 74,1% ²¹. Lo extraño es ver como según una de las últimas estadísticas del INE del primer trimestre de 2018, tenía una participación en la industria de un 6% con un total de empresas creativas de 744 empresas.

En conclusión, tiene una baja participación en el sector secundario sin embargo es un distrito que destaca en las industrias culturales y creativas, por ello podemos decir que es un territorio que está evolucionando y apostando por este tipo de empresas.

Lo que si esta claro es que no apuestan o desarrollan mucho lo que es el sector primario debido a sus tierras áridas y su dificultad para el cultivo.

Figura 18 - Tasa en miles de euros por habitantes en las Islas Canarias



Fuente: elaboración propia

Islas Baleares

Es un archipiélago compuesto por 5 islas, y se encuentra situadas en el mar mediterráneo, frente a la costa de la península ibérica.

Tiene un total de empresas dentro de la industria cultural y creativa de 595 empresas, cosa que debe influir en su economía, la cual aporta un 7,5²²%, el resto corresponde al sector terciario en concreto al turismo, muy poco al sector primario, y el resto a la construcción

²¹ INE, 2018: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4019>

²² INE, 2018[en línea]: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4019>

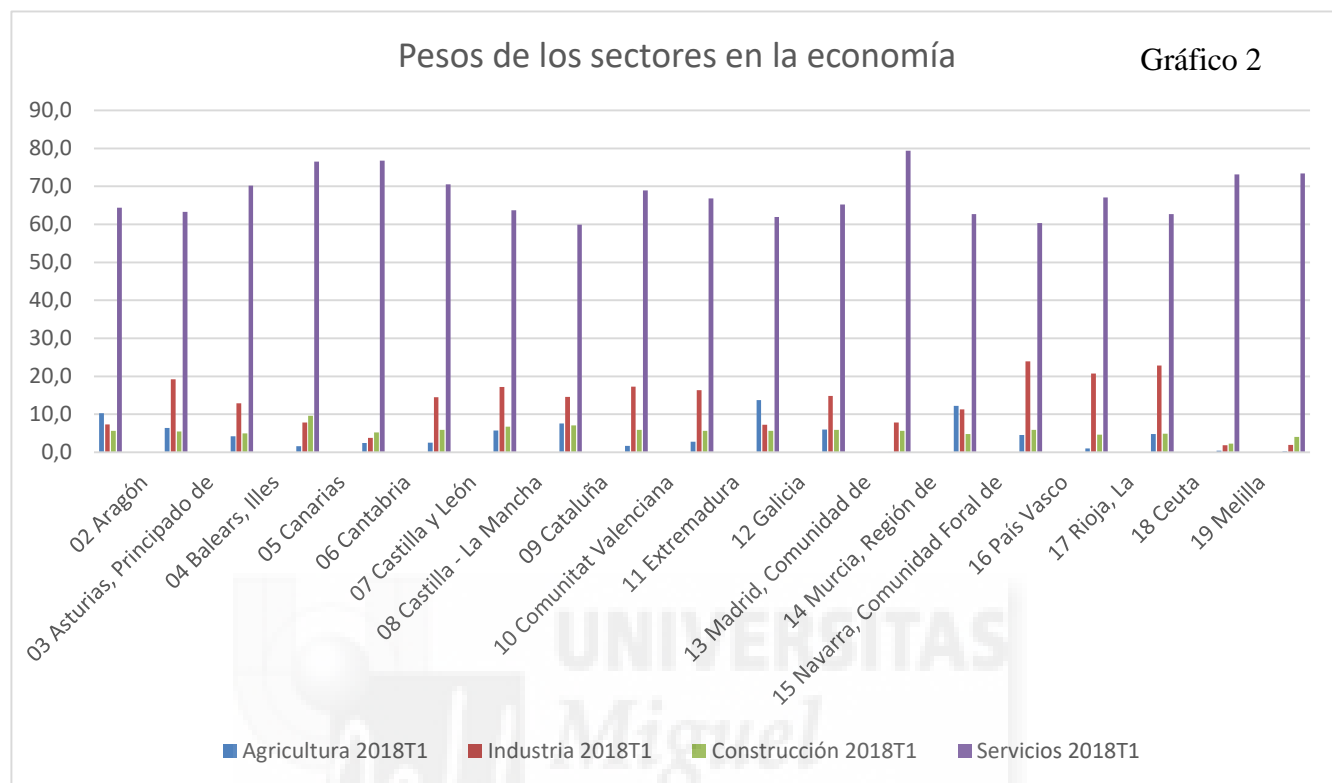
ligado como no al turismo también. Pues como sabemos en la mayoría de las islas el espacio es reducido y en temporada alta de temporada la ocupación es superior a la disponible, haciendo que la población alquile de forma ilegal habitaciones y zonas comunes de casas, lo cual todo ello incita a mover la construcción.

Figura 19 - Tasa en miles de euros por habitantes en las Islas Baleares



Fuente: elaboración propia

Todos los datos sobre los pesos de los sectores en la economía que hemos comentado con anterioridad al hablar de las CCAA se justifican con el siguiente grafico (INE,2018)



Fuente: elaboración propia

6.3.4 Análisis de localización de los diversos epígrafes por CCAA

En los apartados anteriores hemos visto lo que nos reporta este sector por provincias y CCAA en miles de euros por habitante. Sin embargo no hemos visto y comparado cual de los CNAE es el que más destaca y en que comunidad lo hace, por ello lo analizaremos a continuación.

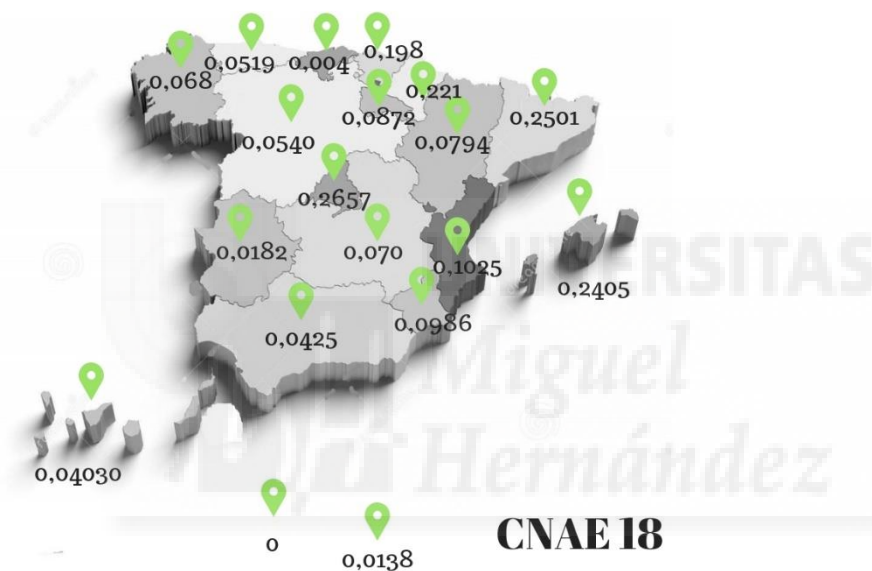
Como se menciona anteriormente para el análisis de datos he escogido diversos códigos de CNAE y por ello veremos un mapa con cada uno de ellos.

CNAE 18-Artes gráficas y reproducción de soportes grabados

Dentro de las artes gráficas y reproducción de soportes grabados sobresalen las provincias como Madrid en primer lugar, seguida de Barcelona, Navarra y Mallorca.

La Comunidad Valenciana, no se queda atrás con una puntuación media de 0,1025 millones de euros por habitante, que no está nada mal. Como vimos anteriormente la Comunidad de Ceuta y Melilla no son de las que suelen destacar en este sector en concreto, por ello no es una sorpresa que en este CNAE en concreto su aportación sea 0.

Figura 20 - Tasa de miles de euros por habitantes y CCAA por CNAE 18

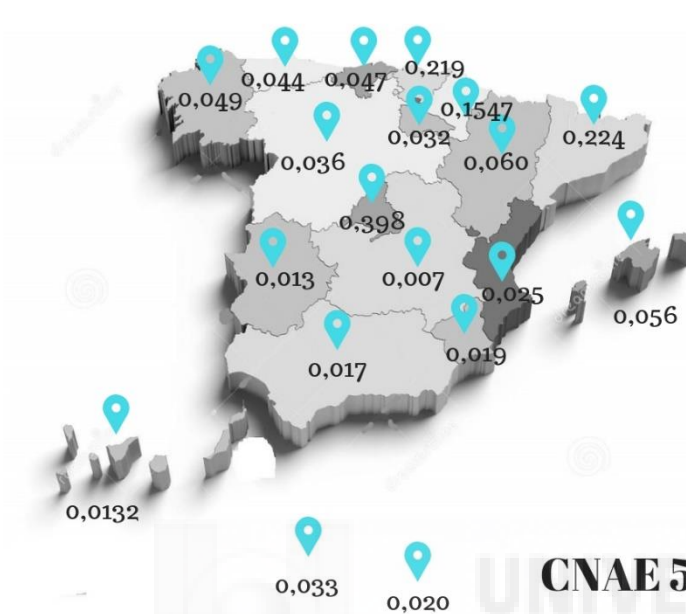


Fuente: elaboración propia

CNAE 58 – Edición

Esta es una de las clasificaciones que mayores datos contenía, y su puntuación es mayor en las ciudades más cosmopolitas. Además que el territorio contenga más población también ayudará a que refleje unos mayores ingresos por persona, pues supondrá que hay una mayor diversificación de población, lo que fomenta este tipo de industrias como la edición.

Figura 21 - Tasa de miles de euros por habitantes y CCAA por CNAE 58



En este caso sobre sale Madrid por encima de los demás seguida de Cataluña y el País Vasco. A pesar de ello también destacan Comunidades como Navarra, Aragón o las Islas Baleares

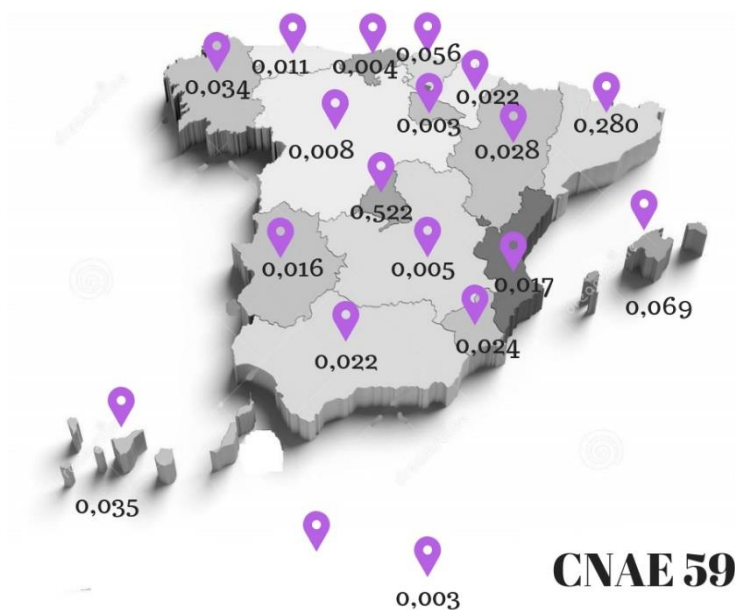
Fuente: elaboración propia

CNAE 59 - Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical

Esta clasificación es más selecta, pues sólo suelen darse empresas de este tipo, en ciudades grandes.

Es por ello que, vemos como provincias donde el sector terciario o mejor dicho la industria del cine y la televisión no son muy notables, obtienen unos ingresos por persona bajos. Por ejemplo tenemos la provincia de Ceuta con 0, Melilla o Cantabria.

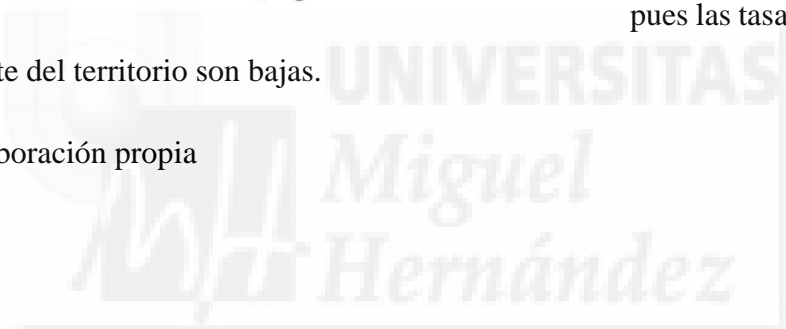
Figura 22 - Tasa de miles de euros por habitantes y CCAA por CNAE 59



Así mismo la Comunidad de Madrid es la más destacada con 0.522 miles de euros por persona, seguida con diferencia de Cataluña. Podemos ver que este no es uno de los sectores que mayores ingresos aporta a la totalidad de la industria, pues las tasas obtenidas en

la mayor parte del territorio son bajas.

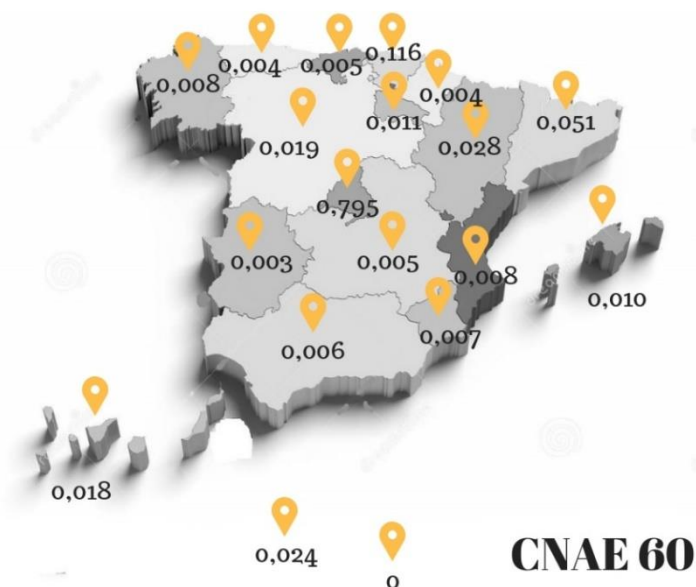
Fuente: elaboración propia



CNAE 60 - Actividades de programación y emisión de radio y televisión

La actividad de programación y emisoras de radio, es una labor más extendida que la del CNAE 59, como consecuencia los ingresos obtenidos por las comunidades están más repartidos a excepción de Madrid, que como siempre es una de las ciudades que más destaca. Ese protagonismo, principalmente se debe a que es la capital de España.

Figura 23 - Tasa de miles de euros por habitantes y CCAA por CNAE 60

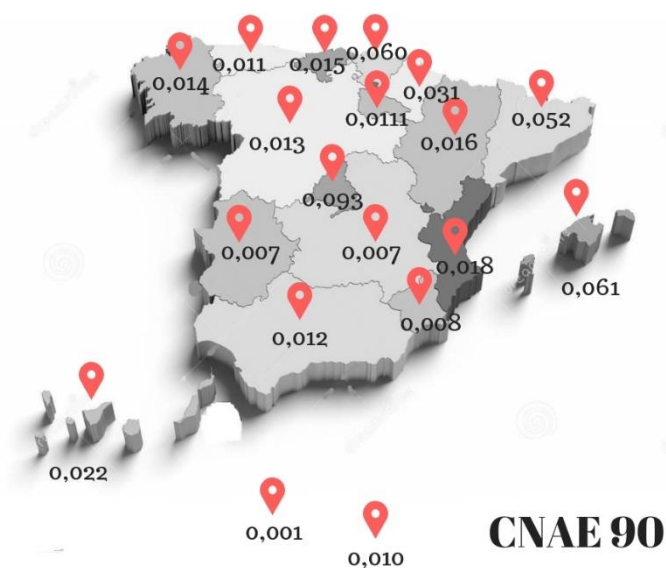


Fuente: elaboración propia

CNAE 90 - Actividades de creación, artísticas y espectáculos

Este código de CNAE comprende actividades como el teatro y el cine entre otras, sin embargo, las ingresos que ofrecen a las industrias culturales y creativas no son muy altos. A pesar de ello las cifras están muy repartidas e igualadas destacan Madrid, Cataluña, Baleares y Canarias. Aunque la Comunidad Valenciana no se queda a atrás con un 0,018 que no esta na da mal.

Figura 24 - Tasa de miles de euros por habitantes y CCAA por CNAE 90



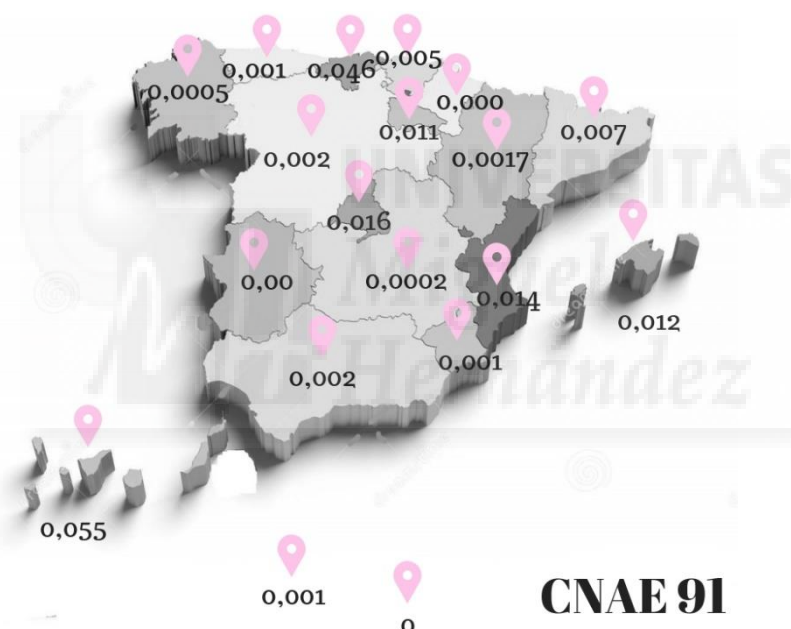
Fuente: elaboración propia

CNAE 91 - Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales

En el siguiente mapa podemos observar como los ingresos por persona no son tan notables como en los anteriores, pues las cifras que encontramos incluso de las provincias favoritas de siempre (Madrid, Cataluña y País Vasco) son bajas también.

Por otro lado, se puede apreciar como la gran mayoría de las CCAA están próximas a 0, las que destacan en este caso son dos territorios que había pasado desapercibidas anteriormente como Canarias y Cantabria.

Figura 25 - Tasa de miles de euros por habitantes y CCAA por CNAE 91



Fuente: elaboración propia

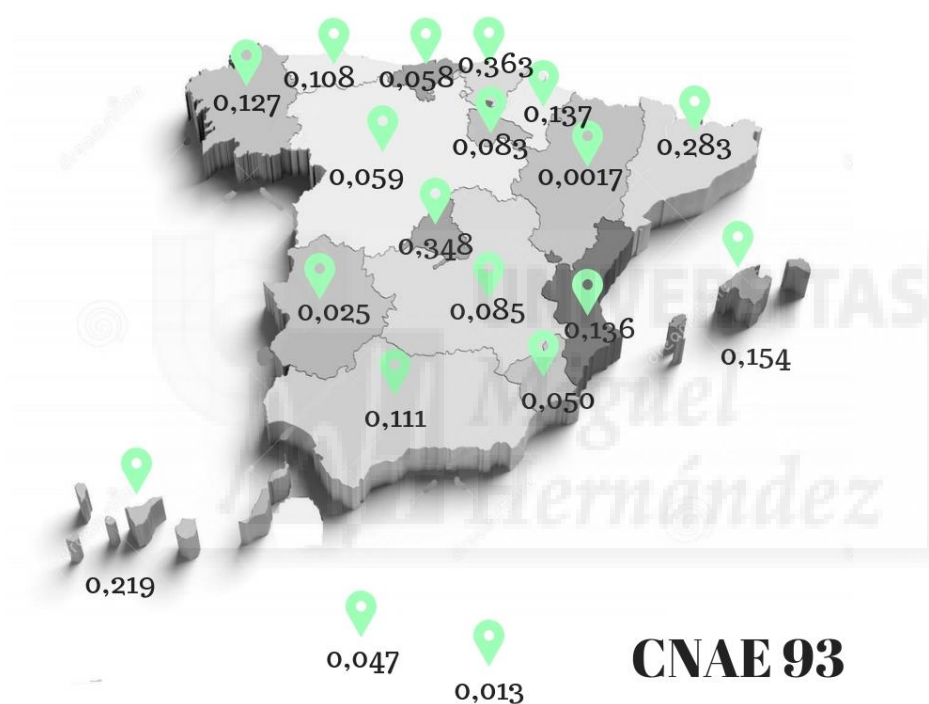
CNAE 93 - Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento

Esta clasificación ofrece unas cifras dentro de lo que cabe mayores a las de otros CNAE. En este caso destacan como siempre Madrid, Barcelona y País Vasco.

Asimismo, también tienen una buena puntuación Canarias, Navarra, Baleares o Andalucía.

Es curioso ver como la Comunidad de Aragón es una de las que sobresale en todas las clasificaciones utilizadas para la búsqueda de la industria cultural y creativa, a excepción del CNAE 93. Como consecuencia podemos decir que es una provincia que está a la última, innovando dentro de este sector.

Figura 26 - Tasa de miles de euros por habitantes y CCAA por CNAE 93



Fuente: elaboración propia

7. Conclusión

Este trabajo final de grado se ha dividido en 4 partes muy importantes, que se corresponden con los objetivos a conseguir, detallados con anterioridad en la introducción.

En primer lugar, hemos contextualizado la evolución de las Industrias Culturales y Creativas, a lo largo de la historia. Todo ello se ha llevado a cabo con un análisis de las Industrias Culturales y Creativas, las cuales desde años muy atrás han sido estudiadas, nombradas y desarrolladas por diversos autores y en distintas épocas. Sufriendo, de este modo, grandes transformaciones de su concepto y contradicciones, puesto que este tipo de industria no deja de ser un concepto abstracto, donde objetos intangibles toman partido sobre los tangibles. Y conforme van pasando los años va desapareciendo o reapareciendo esta industria dependiendo del entorno político, pues en su origen las Industrias Culturales y Creativas dependían únicamente de las políticas, y se llevaban a cabo para el entretenimiento de la población y para su control, sobre todo de las clases altas, que eran los que se podían permitir el lujo de gastar una parte de su presupuesto en entretenimiento y cultura en sí. Ahora no sólo dependen de las políticas estatales y ayudas económicas, para su sustentación. No obstante, sí es cierto que para poder investigar más en el sector e incentivar su emprendimiento estas ayudas de las que hablábamos, son necesarias. Estamos hablando de un sector, en el que las partidas de I+D que se le han destinado, no han sido muy voluminosas y aún así consigue contribuir al Producto Interior Bruto (PIB) con un 3%, redondeando durante los últimos años, sin incidir en que desde el 2007 nos encontramos en una crisis económica, donde los fondos por familias mensuales disminuyeron, y se destinaron a la compra de necesidades básicas, destinando una pequeña parte a la diversión o entretenimiento. Pues ahora mismo, cuando hablamos de gastar en cultura para la clase media, es casi todo un lujo, teniendo en cuenta que el IVA para estas actividades es del 21%, lo que no contribuye mucho la promoción de estas aplicaciones.

En segundo lugar, después de la investigación, nos dimos cuenta de que era muy importante dejar claro las formas de protección que tenemos hoy en día para este tipo de

invenciones o innovaciones, que depende de si hablamos de una invención o de una innovación en el diseño o el proceso productivo.

Si se trata de una invención, es decir, un producto o servicio que posee un gran factor innovador, ya que no hay nada igual en el mercado, podemos protegerlo por medio de patentes, las cuales exigen una innovación mayor y mayores costes. O por medio de modelos de utilidad que al igual que las patentes confieren al inventor la exclusividad de utilización, venta o fabricación de la innovación, con la diferencia de que confieren un menor plazo de protección de la invención, la innovación es menos original, los costes son menores, más sencillos y menos costosos. Los modelos de utilidad se suelen utilizar para pequeñas invenciones e invenciones mecánicas.

Por otro lado si la innovación proviene del diseño o proceso de producto no podremos protegerlo con los métodos vistos con anterioridad puesto que derivan de la propiedad intelectual, y son un conjunto de derechos que se le atribuyen a los autores por creaciones de la mente como son obras literarias y artísticas, símbolos, nombres e imágenes, etc. Por ello se pueden proteger por medio de la propiedad industrial o con derechos de autor. La propiedad industrial sirve para la protección de diseños industriales, marcas e imágenes comerciales y denominaciones geográficas. Por otra parte los derechos de autor contempla la protección de los autores, artistas y creadores por obras literarias y artísticas. Dentro de ellos, tenemos la protección de novelas, periódicos, publicidades, obras de teatro, bases de datos, coreografías, películas, obras arquitectónicas.. etc.

En resumen, dependiendo de la innovación a la que nos enfrentemos, debemos de analizar las ventajas y desventajas de cada una de ellas, y proceder a su protección, para obtener de esta forma una ventaja competitiva en el mercado respecto a nuestros competidores, de lo contrario, si no se procede con la protección con alguno de estos métodos seremos plagiados por agentes de nuestro entorno competitivo y todo el esfuerzo realizado para llevar a cabo la innovación será en vano. Sin embargo, debemos destacar que dentro de esta industria la forma de protección más utilizada son los derechos de autor y el *copyright*.

En tercer lugar, hemos querido visualizar a través de un esquema la clasificación de las diversas actividades que se incluyen en esta industria, las cuales por separado son secciones muy sonadas y actuales pero que no llegamos a asociar a que se encuentren dentro del mismo sector. La clasificación, al igual que la definición de las ICC, ha cambiado con la evolución de los años y de la sociedad en sí, por todo ello vemos que

tenemos los sectores tradicionales donde encontramos el CNAE58- editorial, CNAE59- audiovisual y CNAE60- fonográfico. Otros sectores que han ido apareciendo después de los tradicionales son: CNAE90- artes visuales y escénicas, CNAE 91- turismo cultura y CNAE93- deporte. Y por último, tenemos un sector reciente dentro de esta industria como es el multimedia con CNAE-18, donde se incluyen actividades como los videojuegos, software, publicidad, soportes multimedia y diseño.

Finalmente, hablaremos de la metodología que se ha utilizado para llegar a las conclusiones de este trabajo final de grado, donde se ha utilizado un mapeo interno. En concreto un mapeo de procesos en las industrias con el objetivo de visualizar mejor a los agentes que componen el sector, la relación que hay entre ellos y la jerarquía, pues lo que estamos analizando es la estructura, la distribución y el comportamiento que tienen las Industrias Culturales y Creativas en España. Para ello se ha realizado una exhaustiva búsqueda en SABI, escogiendo las empresas que se encuentran dentro de los epígrafes del CNAE descritos con anterioridad y que además están en estado de activo o en concurso de acreedores. Se han escogido estas últimas también porque, el hecho de que una empresa se encuentre en concurso no quiere decir que vaya a dejar de funcionar la empresa, hay muchas empresas que tras pasar un proceso así se recuperan y continúan con su actividad.

Para empezar, con la búsqueda de datos anterior y con datos poblacionales conseguidos del INE, hemos obtenido la tasa de miles de euros por habitante que genera este sector en cada comunidad autónoma, sin diferenciar de que epígrafe de CNAE estamos hablando. Como resultado podemos visualizar por medio de un mapa cuales son los territorios que obtienen unos mayores ingresos y en conjunto contribuyen al PIB nacional, que como vimos anteriormente ronda el 3% de su aportación. En este caso, la CCAA con mayores ingresos en miles de euros por habitante es la Comunidad de Madrid, seguida del País Vasco y Navarra, dicho brevemente, estas son las comunidades más atractivas para establecer empresas que pertenezcan a este sector, si sólo tenemos en cuenta esta variable. Asimismo, también hemos querido saber el número de empresas que existe en cada CCAA, pues los ingresos obtenidos en miles de euros por habitante son datos que comparten una relación directa con el número de empresas que hay en cada parte del territorio y el número habitantes que comprende cada uno. En este caso, vemos como donde hay un mayor número de concentración de empresas en Madrid y Cataluña sobre

todo, sí es verdad que ambas son grandes ciudades creativas, y aunque su extensión de territorio sea menor a otras son grandes centros creativos, sin dejar muy atrás a la Comunidad Valenciana y a la Comunidad de Andalucía. También es curioso ver como Galicia tiene 166 empresas más que el País Vasco, cuando este último obtenía unos mayores ingresos por habitante y siempre a tenido una cultura más industrial y al contrario Galicia ha tenido siempre una cultura más arraigada al sector primario, pero como vemos apuesta por las ICC. Y Castilla y León apuesta más por el sector cultural y creativo que Castilla la Mancha.

Otra de las variables a analizar ha sido la tasa de miles de euros por habitante y provincia, siendo más concisos, para poder observar cuales son las provincias dentro de cada CCAA, que aportan mayores ingresos.

Comenzamos por Cataluña, que es uno de los territorios que mayores ingresos recoge, donde de la CCAA la provincia que más destaca es Barcelona. No es de extrañar, puesto que nos encontramos ante una ciudad creativa, que atrae a empresas a la inversión y a artistas y personas creativas. Sin embargo la situación política actual puede acabar afectando a los ingresos generados por persona, y puede reducir el asentamiento de nuevas empresas en el territorio al igual que la atracción de ese grupo de personas. Todo ello no se ve reflejado en los datos aún, puesto que los datos sacados del SABI no están actualizados a día de hoy. Respecto Aragón, podemos decir que es la cuarta comunidad con mayor extensión de la península y obtiene una media de ingresos de miles de euros por persona por debajo de la media. Se debe destacar que la provincia con mayores ingresos es Zaragoza, y resulta interesante ver como una Comunidad como Aragón con una densidad de población mucho menor a las demás posee 627 empresas, por lo que el número de empresas que se establece en la zona no es bajo. El País Vasco es un territorio con historia industrial, ya que desde sus inicios su economía ha estado basada en el sector industrial, aunque actualmente le haya ganado el sector terciario según el cuarto trimestre de 2018. La provincia que destaca es Guipúzcoa con un 0,7238. Si hablamos de Navarra podemos decir que cuenta con 248 empresas en total, aportando unos ingresos en miles de euros de 0,5685, y teniendo en cuenta que el sector servicios se lleva el 56% de la economía, por lo que no esta nada mal. La Rioja es el territorio español con menor población de España, aún así también se ha contagiado por las Industrias Culturales y Creativas teniendo un 0,2367, no es una cifra muy destacable, pero teniendo en cuenta

que basa su economía en el sector terciario sobretodo en el sector vinícola, no esta mal. Por otro lado tenemos a Galicia que es un territorio que basa su economía en el sector primario y secundario, sin embargo, también a apostado por este tipo de industrias. Como hemos visto anteriormente la provincia que mayores ingresos consigue es A Coruña con 0,4062, en este caso resulta curioso ver como las provincias que se encuentran en las zonas costeras obtienen unos mayores ingresos, al igual que siendo la provincia más poblada Pontevedra no sea la que mayores ingresos obtiene. Si hablamos de Asturias, tenemos que destacar es uno de los territorios más montañosos de España, y basa sus ingresos en el sector terciario sobretodo, lo cual justifica que tenga sólo 199 empresas relacionadas con las ICC y que su tasa de ingresos sea tan pequeña (0,081). Cantabria, debido a su orografía hace que las comunicaciones sean más difíciles, lo que provoca menores asentamientos de empresas y esto afecta a los ingresos producidos por las ICC con una tasa de 0,2522. En la Comunidad Valenciana, al igual que en muchos territorios su economía se fundamenta mayoritariamente en el sector terciario, sobretodo en el turismo, al encontrarse en la costa y ser un gran destino turístico. Se divide en tres partes el territorio, y el que más destaca por mayores ingresos en las ICC es Valencia con un 0,41 y 2949 empresas en este sector, por lo que vemos además de centrarse en el sector del turismo también apuesta por el secundario.

Si hablamos de Andalucía debemos mencionar que es una de las comunidades con mayor número de población y la segunda CCAA con mayor extensión en la península. La misma dedica un 8,3% a la agricultura y un 63% al sector servicios. No obstante en las ICC se queda a la altura de la Comunidad Valenciana y las provincias más destacadas con Sevilla con diferencia seguida de Granada. Así pues Extremadura no es una de las comunidades más destacadas, dentro de ellas la provincia con mayores ingresos es Badajoz, seguramente por la influencia de las comunidades que la rodean. Respecto a Castilla y León, podemos destacar que la que mayor territorio contiene, pero no mayor población por ello, la provincia que más destaca por la tasa de ingresos dentro de la comunidad es Valladolid con una tasa 0,2822 miles de euros por persona. Sin embargo, tiene mayor número de empresas relacionadas con este sector que Castilla la Mancha, debido a que esta última, se sustenta más del sector primario, donde dentro de ella destaca la provincia de Toledo. Murcia obtiene una tasa de 0,2086, debido a que su economía se basa principalmente en el sector primario y terciario, dejando el secundario un poco de lado.

Por último, respecto a las islas podemos decir que no producen unos ingresos extremadamente grandes, pero sí mayores que algunas comunidades de la península. Las Islas Canarias gozan de unos ingresos superiores a los de Murcia, y aunque vivan sobretodo del turismo en el primer trimestre del 2018 según el INE contaban con 726 empresas culturales y creativas, lo que quiere decir que están apostando por este sector. Al contrario, las Islas Baleares gozan de un menor número de empresas en el sector secundario, y con ello menor tasa de ingresos.

Todo ello también podemos verlo desde otra perspectiva, como es observando dentro de cada clasificación o número de CNAE, qué comunidades destacan más en cada una de ellas. De esta forma podremos divisar si hay CCAA que destacan en todos, en ese caso estaremos hablando de regiones creativas, que incentivan el asentamiento de más empresas como ellas. Según el CNAE 18²³, sobresalen Madrid, seguida de Cataluña, Navarra y Mallorca. Conforme el CNAE 58²⁴ tenemos a Madrid, Cataluña y País Vasco. En el CNAE 59²⁵ destaca Madrid sobretodo, seguida de Cataluña. Este epígrafe, en general, no es tan atractivo como otros debido a que las producciones cinematográficas son empresas que necesitan de una mayor inversión que otras y no se pueden establecer en cualquier lugar. Según el CNAE 60²⁶ sigue destacando Madrid al igual que en el CNAE 90²⁷ donde también destacan las Islas Baleares y Cataluña. Dentro del CNAE 91²⁸ las tasas de la mayoría de territorios son bajas, incluso de las favoritas como Madrid o Cataluña, en este caso destacan las Islas Canarias y Cantabria grandes desconocidas en anteriores epígrafes. Por ultimo en el CNAE 93²⁹ destacan como siempre Madrid, Barcelona y País Vasco, además de Galicia, Andalucía y la Comunidad Valenciana. Es curioso observar como la Comunidad de Aragón que anteriormente obtenía una puntuación media en este caso obtiene unos ingresos muy bajos.

He querido dejar para el final el apartado donde se estudia cómo afecta a los datos, que la zona este ocupada por muchas empresas pequeñas o al contrario por un menor número de

²³ Artes gráficas y reproducción de soportes grabados

²⁴ Edición

²⁵ Actividades cinematográficas, de video y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical.

²⁶ Actividades de programación y emisión de radio y televisión

²⁷ Actividades de creación, artísticas y espectáculos

²⁸ Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales

²⁹ Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento

empresas pero más grandes. Esta es una de las variables estudiadas de mayor importancia, pues afecta de manera directa a los datos y después de ello podemos afirmar que la mayoría de las Comunidades Autonomas donde se asientan un mayor número de empresas de menor tamaño obtienen unos ingresos menores, que las que están compuestas por un menor número de empresas y tienen un mayor tamaño. El claro ejemplo es que siempre destaca más Castilla y León frente Castilla la Mancha, cuando esta última tiene un mayor número de empresas. Y al igual para con Madrid frente Barcelona.

Para finalizar, diría que estamos ante una industria que siempre ha estado presente aunque la población sigue sin conocer realmente todas las actividades que contempla. Y que a pesar de los años de crisis económica que hemos pasado y seguimos superando, este sector, en concreto, se vió mermado en los primeros años de crisis debido a la reducción que había que realizar del consumo personal; sin embargo, ahora se encuentra en auge y poco a poco está extendiéndose por todo el territorio, incluso en provincias o Comunidades Autonomas, que por su trayectoria son más tradiciones. Es cierto que hay varias partidas que componen las industrias culturales y creativas que por si solas consiguen menos ingresos ya que poseen más barreras de entradas, pero el resto de partidas son accesibles.

En efecto las ciudades con más habitantes y más grandes destacan, porque son más cosmopolitas y atraen el talento con mayor facilidad; así mismo debemos de tener en cuenta que la mayoría de las CCAA más destacadas es porque en ellas se asientan empresas con un mayor tamaño. Además, hemos podido comprobar que hay CCAA más tradicionales que también se están sumando al sector y formando una nueva vía de emprendimiento.

Referencias

Adorno, T., Horkheimer, M., 1994. Dialéctica de la Ilustración. Trotta. Madrid.

Aguilar Losada, E. (2014/13) Las industrias culturales y creativas en España, 22. ISSN: 2172-8143 [en línea] Disponible en:

https://www.uam.es/docencia/degina/catedra/documentos/13_Las%20industrias%20culturales%20y%20creativas%20en%20Espana.pdf [Consulta: 2018, 30 de marzo]

Braun, E. y M. Lavanga (2007). An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries. Rotterdam: euricur / Erasmus University. Citado en Bustamante (2011).

Bustamante, E. (2011). Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital. Barcelona: Gedisa.

Cámara de Comercio de España. Propiedad industrial e intelectual [en línea] Disponible en: <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/proteger-la-innovacion/propiedad-industrial> [Consulta: 2018, 15 de abril]

CREM: Datos básicos de la región de Murcia [en línea] Disponible en: http://econet.carm.es/inicio/-/crem/sicrem/PU_datosBasicos/sec42.html [Consulta 2018, 15 de agosto]

Comisión Europea (2001) Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas [en línea]. Disponible en: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf) [Consulta: 2018, 26 de abril]

Comisión Europea (2010) Libro Verde: Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas. Bruselas: Comisión Europea [en línea] Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0183&from=EN> [Consulta: 2018, 2 de abril]

Datos macro: Asturias 2018, [en línea]: <https://datosmacro.expansion.com/ccaa/asturias>
[Consulta 2018, 9 de Septiembre]

Dising Thinking II: Mapear en Desing Thinking (2017, 12 de noviembre), [en línea].
Euroforum. Disponible en: <https://www.euroforum.es/blog/design-thinking-ii-mapear-en-design-thinking/> [Consulta 2018, 15 de Septiembre]

Etimologías- Radicación de la palabra creatividad [en línea] Disponible en:
<http://etimologias.dechile.net/?creatividad> [Consulta 2018, 15 de Agosto]

European Commision (2014, Marzo). Press Release: Barcelona is “capital” of europe [en
línea] Disponible en: file:///C:/Users/crist/Zotero/storage/LQ7X9K9U/press-release_IP-14-239_en.html [Consulta 2018, 20 de Julio]

Expansión, Netflix crece un 35% en 2016 y bate su récord de suscriptores internacionales
[en línea] Disponible en: <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2017/01/18/587fe3b322601daf6e8b461a.html> [Consulta 2018, 4 de diciembre]

EY, Building a better working world (2015, diciembre): The first global map of cultural
and creative industries, pp. 8-20 [en línea] Disponible en:
[https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)

Fuentes, M., Badillo, A (2014). Tendencias y buenas prácticas en las industrias culturales
y creativas. Junta de Castilla y León (1), pp. 22-45 [en línea] Disponible en:
<http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2016/08/Tendencias-y-buenas-practicas-en-las-ICC.pdf> [Consulta 2018, 30 de Agosto]

Figueira, J (2015). Actividades Culturales y Creativas y Desarrollo Económico en
Portugal: un análisis territorial. Tesis Doctoral, Universidad de Valladolid, Valladolid.

Giddens A. (1991) Sociology. Madrid: Alianza Editorial, S.A. Disponible en : <https://sociologiadelasaludusal.files.wordpress.com/2015/03/anthony-giddens-cultura-sociedad-e-individuo.pdf> (pp. 5-19) [Consulta 2018, 15 de Septiembre]

Giménez, G (1996). Estudios sobre las culturas contemporáneas. Colima: Universidad de Colima [en línea] 2, pp. 9-30. Disponible en : <http://www.redalyc.org/pdf/316/31600402.pdf> [Consulta: 2018, 30 de abril].

Guia IMPIVA: Protección del diseño, aspectos básicos, propiedad industrial (2ª. Ed.),2 , pp. 11-17 (2004) Generalitat Valenciana. Disponible en: http://www.ivace.es/index.php?option=com_content&view=article&id=391:coleccion-guias&catid=75&lang=es [Consulta 2018, 2 de Mayo]

Guia IMPIVA: Protección de las innovaciones(2ª. Ed.),1, p6-15 (2014) Generalitat Valenciana. Disponible en: http://www.ivace.es/index.php?option=com_content&view=article&id=391:coleccion-guias&catid=75&lang=es [Consulta 2018, 3 de Mayo]

Instituto Nacional de Estadística (2018,2017)[en línea] Disponible en: <http://www.ine.es/FichasWeb/RegComunidades.do?codMapa=9003> [Consulta 2018, 23 Junio]

Instituto Nacional de Estadística: Ocupados por sector económico, sexo y comunidad autónoma. Valores absolutos (2018) [en línea] Disponible: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4228> [Consulta 2018, 4 septiembre]

La economía creativa: una industria en crecimiento (2011, diciembre) Barcelona Activa, ayuntamiento de Barcelona, pp. 1-3.

Leiva, M (2016). ¿Cómo mapear la diversidad de la industria audiovisual en la era digital?. CIC. Cuadernos de información y comunicación, Universidad Complutense, 21, pp. 13-25. Disponible: <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/52880> [Consulta: 2018, 1 de febrero]

Ley 11/1986, de 20 de marzo, de Patentes. En el Boletín Oficial del Estado, num 73, de 26 de Marzo de 1986. [en línea] Disponible en: http://www.oepm.es/cs/OEPMSite/contenidos/NORMATIVA/NormasSobrePatentes_MU_Topografias_CCP/NSPMTCCP_Patentes_Modelos/NSPMTCCP_Patentes_Modelos_Nacionales/Ley11_1986de20demarzo_dePatentes.htm#tit2 [Consulta: 2018, 30 de Marzo]

Ley 24/2015 de 24 de Julio, de Patentes. [en línea] Disponible en: www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/monografias/Ley_de_Patentes_24_julio_2015.pdf [Consulta 2018, 2 de Abril]

Lebrún, AM (2014). Industrias Culturales, Creativas y de Contenidos. Consensus, 19(2) pp. 45-55 [en línea] Disponible en: <file:///F:/universidad/TFG/Bibliografia/Artu00EDculo%203.pdf> [Consulta 2018, 16 de Junio]

Latin Dictionary & Grammar Resources [en línea] Disponible en: <http://www.latin-dictionary.net/search/latin/cultus> [Consulta 2018, 14 de Mayo]

La Oficina Europea Para los Derechos de Autor[en línea] Disponible en: <https://www.eucopyright.com/es/cual-es-la-diferencia-entre-el-derecho-de-autor-y-un-patente-de-invento-o-una-marca-registrada> [Consulta: 2018, 12 de abril]

Lacalle Diez, M.P. (2015-2016). Mecanismos de protección de la innovación. Trabajo fin de grado, Universidad de la Rioja, La Rioja. Disponible en: https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE001261.pdf [Consulta: 2018, 13 de marzo]

Ministerio de educación, cultura y deporte (2017). Plan de fomento de las industrias culturales y creativas, pp. 10-49 [en línea] Disponible en: <https://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/PlanFomento17/PlanFomento17.pdf> [Consulta 2018, 9 de Mayo]

Ministerio de educación, cultura y deporte (2016). Plan de fomento de las industrias culturales y creativas, pp. 6-20 [en línea] Disponible en: <https://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/plan-fomento-industrias-2016.pdf> [Consulta 2018, 11 septiembre]

Ministerio de educación, cultura y deporte (2018). Plan de fomento de las industrias culturales y creativas, pp. 10-38 [en línea] Disponible en: <https://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/PlanFomento18/PlanFomento18.pdf> [Consulta 2018, 20 septiembre]

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura(2011). Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas [en línea] Disponible en: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf> [Consulta 2018, 8 de Abril]

Oficina Española de Patentes y Marcas [en línea] Disponible en: https://www.oepm.es/es/invenciones/patentes_nacionales/ [Consulta 2018, 30 de marzo]

Organización y direcciones del Registro de la Propiedad Intelectual-Ministerio de Educación, Cultura y Deporte [en línea]Disponible en: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual/la-propiedad-intelectual/definicion.html> [Consulta 2018, 2 de abril]

OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [en línea] Disponible en: <http://www.wipo.int/copyright/es/> [Consulta 2018, 12 de abril]

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2017). Las Indicaciones Geográficas, 952S, pp. 1-15. [en línea] Disponilbe en: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/geographical/952/wipo_pub_952.pdf [Consulta: 2018, 8 de Marzo]

Pacheco, J.(2017) Cómo mapear procesos paso a paso en 11 pasos sencillos[en línea] Disponible en: <https://www.heflo.com/es/blog/mapeo-procesos/mapear-procesos-paso-a-paso/> [Consulta 2018, 17 de Octubre]

Páez, D. y Zubieta, E (2004) Cultura y Psicología Social. Definición de cultura, 2, pp. 2-17. [en línea] Disponible en: <https://www.ehu.es/documents/1463215/1504276/Capitulo+II+Manual+Psic+Soc+2004.pdf> [Consulta 2018, 10 de Mayo]

Pellón, E.(2007) Introducción a la antropología social y cultural. Open course ware (Universidad de Cantabria), 2, pp. 3-13. Disponible en: <file:///C:/Users/crist/Zotero/storage/KQR5CF3Z/Pellón%20-%20INTRODUCCIÓN%20A%20LA%20ANTROPOLOGÍA%20SOCIAL%20Y%20CULTURAL.pdf> [Consulta 2018, 28 de Agosto]

Podestá, P, Hernández, MC (2012). Empresas de base cultural y creativa: identificación y clasificación de sus favtores críticos de desempeño. Tec Empresarial[en línea] 6(2) pp. 17-27. [Consulta 2018, 4 de Agosto]

Política para el Emprendimiento de Industrias Culturales por el Gobierno de Colombia (2013) [en línea]. Disponible en: <http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Paginas/default.aspx> [Consulta 2018, 17 de Agosto]

Prieto, L., Herrera-Medina. E, y Estevez, H. (2013) Ciudades creativas: ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana?. Bitacora Urbano Territorial, , [en línea] 22, pp. 11-20. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/258311076_Ciudades_creativas_paradigma_economico_para_el_diseno_y_la_planeacion_urbana [Consulta 2018, 15 de Agosto]

Sistema de Análisis de Balances Ibéricos,2018 [Búsqueda realizada] [Consulta 2018, 5 de Mayo]

Serrano, M.T. (2004) Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. Revista digital universitaria, 5 (1), pp. 2-13. Disponible en: <file:///C:/Users/crist/Zotero/storage/AQL4T29Q/Serrano%20-%202004%20-%20CREATIVIDAD%20DEFINICIONES,%20ANTECEDENTES%20Y%20APORTACI.pdf> [Consulta 2018, 20 de Agosto]

Taylor, E.B. (1975). La ciencia de la cultura (p. 29) Barcelona: Anagrama [en línea] Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/64500793/Taylor-Edward-La-Ciencia-de-La-Cultura> [Consulta: 2018, 3 de mayo]

Unesco (2009) Industrias creativas/Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [en línea] Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/> [Consulta: 2018, 2 de abril]

Unceta, A, Castro, J (2014, Noviembre). Industrias Culturales y Creativas, cartografías de la innovación, un análisis aplicado al caso de Euskadi. Trabajo presentado en International Conference on Regional Science, [en línea]. Disponible en: http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/cidoc_p1227.pdf [Consulta 2018, 10 de Julio]

Valencia, O (2017). Metodología para la implementación del mapeo de procesos. Tesina, Universidad Nacional Autónoma de México, México. Disponible: <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/12822/Methodolog%C3%ADa%20para%20la%20implementaci%C3%B3n%20de%20mapeo%20de%20procesos.pdf?sequence=1> [Consulta 2018, 8 de Septiembre]

Vickery, J. (2015). *Creative Economy Report 2013 Special Edition: widening local development pathways*, 24(2), pp. 19-32. Disponible en:

<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf> [Consulta 2018,
28 de Julio]

