La reconstrucción de Europa

La economía de la cultura y la creatividad antes y después de la COVID-19

Resumen ejecutivo

Enero 2021

Resumen ejecutivo

La reconstrucción de Europa: la economía de la cultura y la creatividad antes y después de la COVID-19

1. Antes de la COVID-19 El gran poder de la cultura y la creatividad

A finales de 2019, la cultura y la creatividad eran un peso pesado en Europa, en términos económicos.

• Con una facturación de 643.000 millones de euros y un valor añadido total de 253.000 millones de euros en 2019, **las actividades principales de las industrias culturales y creativas (ICC) representaban el 4,4% del PIB de la UE en términos de facturación total.**

• La contribución económica de las ICC era mayor que la de otros sectores como las telecomunicaciones, la alta tecnología, la industria farmacéutica o la industria del automóvil.

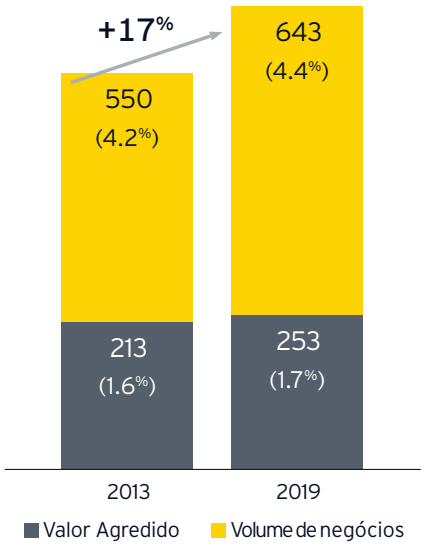
• **Desde 2013, los ingresos totales de las ICC han aumentado en 93.000 millones de euros y en casi 17%.**

• A finales de 2019, las ICC **dieron empleo a más de 7,6 millones de personas** en la UE-28, y desde 2013 han añadido aproximadamente 700.000 (+10%) puestos de trabajo, incluyendo a autores, intérpretes y otros trabajadores creativos.

• Entre 2013 y 2019, los 10 sectores de las **ICC experimentaron constantes tasas de crecimiento:** más del 4% por año para los videojuegos, la publicidad, la arquitectura y la música; y entre 0,5% y 3% para las artes audiovisuales, la radio, las artes visuales, las artes escénicas y los libros. Solo la prensa sufrió pérdidas (-1,7%) debido a la difícil transición del papel impreso al digital.

• Todos los actores apuntan a un período de intensa innovación, no solo en términos de buscar mayores experiencias físicas o en vivo por parte de los espectadores, los lectores, los jugadores o los visitantes, sino también por la explosión en la demanda de contenidos en línea: en la UE, 81% de los usuarios de internet usaron la red para música, videos y juegos en 2018, más que para hacer compras o para las redes sociales.

Volumen de negocios y valor añadido en 2013 y 2019, y proporción del PIB
(en miles de millones de euros y %, UE-28)



Fontes: Eurostat; GESAC; organizações profissionais; Modelo e análise EY 2020.

Las ICC en Europa se han vuelto más internacionales y emprendedoras

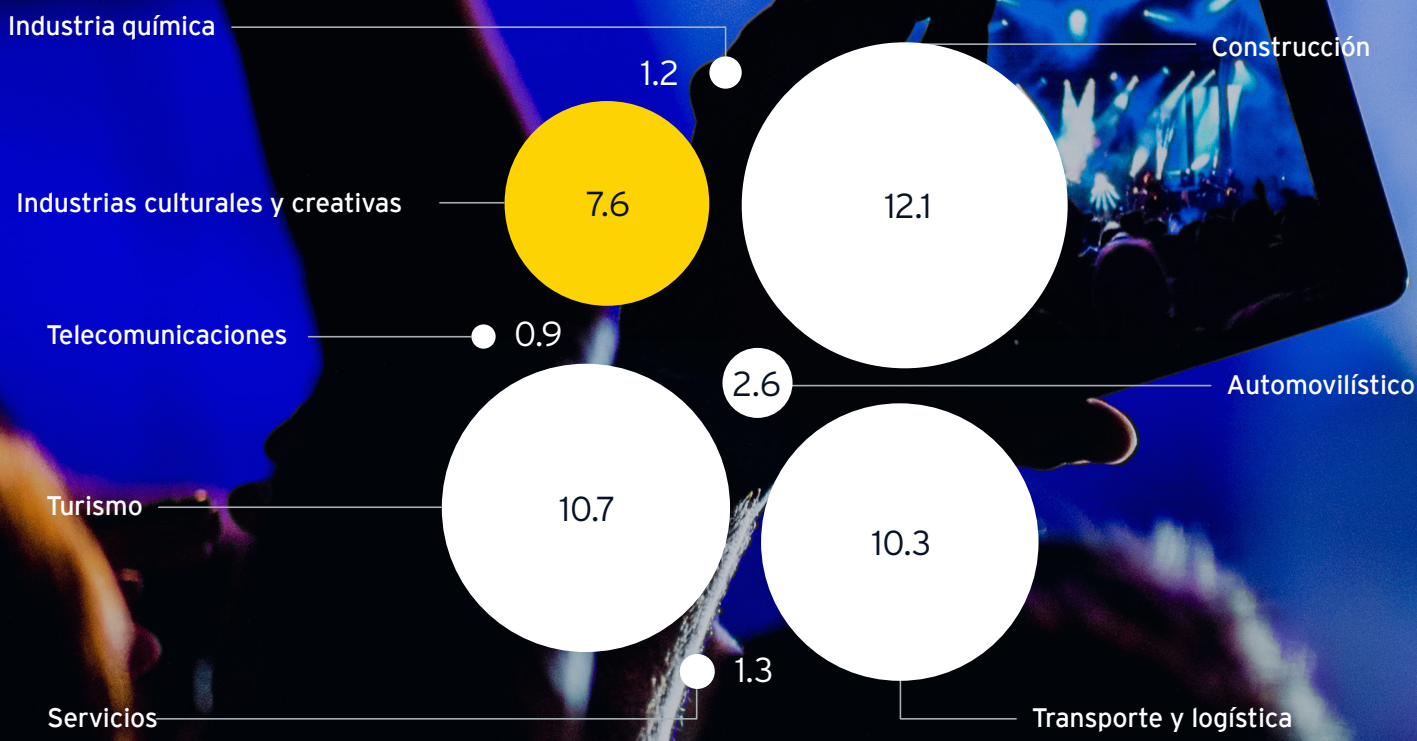
• En 2019, los cinco países más grandes de la UE-28 (Francia, Alemania, Italia, España y Reino Unido) representaron el 69% de los ingresos totales de las ICC en la UE, pero **el mayor crecimiento provino de Europa Central y Europa del Este.**

• En 2017, la **UE exportó 28.100 millones de euros en bienes culturales.** La balanza comercial de bienes culturales de la UE es superavitaria (+8.600 millones de euros), y la parte de las exportaciones de las ICC en el total de las exportaciones de la UE fue del 1,5%, casi igual al superávit del comercio de alimentos, bebidas y tabaco (9.100 millones de euros en 2018).

• **Más del 90% de las empresas de las ICC son pequeñas o medianas empresas y el 33% de la fuerza de trabajo está conformada por autónomos**; más del doble que en el conjunto de la economía europea (14%).

• Los ingresos procedentes del sector público solo representaron el 10,8% de los ingresos en 2018, frente al 11,5% en 2013.

Empleo por sector en 2019
(en millones de puestos de trabajo; UE-28)
Fuente: Eurostat-Perfil del sector de negocios; EY modeling and analysis, 2020.



8.4x
más puestos de trabajo que el sector de las telecomunicaciones

81%
de los usuarios de internet en la UE utilizaron la red para música, vídeos y juegoss

8.6b
total de la balanza comercial de la UE en bienes culturales en 2019

90%
de las empresas del sector de las ICC son pequeñas y medianas empresas

Fuentes: Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI); Perfil del sector de negocios, Eurostat; Estadísticas culturales, Eurostat.

Las experiencias digitales y la combinación de la distribución on line/off line han alimentado el crecimiento, pero el mercado continúa evolucionando

• En los últimos seis años, **el volumen de negocios generado por el contenido cultural en línea, los servicios y las obras creció en un 11,5% al año.**

• Históricamente, las empresas culturales han sido unas de las primeras en experimentar y adoptar la tecnología digital (fotos digitales, almacenamiento digital como DVD, Blu-ray y CD, rodaje digital, streaming, realidad virtual y plataformas en línea). **El contenido cultural ha alimentado el crecimiento y el desarrollo de internet desde el principio** y sigue representando una alta proporción del consumo de banda ancha.

• **Desde 2013, las ICC y las organizaciones han invertido mucho en innovación y digitalización**, tanto desde una perspectiva de negocios como en términos de la producción y la experiencia del cliente.

• Sin embargo, las **desequilibradas relaciones** con las plataformas globales y los intermediarios en internet pueden comprometer la viabilidad financiera, el empleo, la innovación y las inversiones en el sector.

• **Para los actores clave de las ICC, los desafíos son numerosos,** incluyendo la remuneración de los titulares de derechos, el apropiado funcionamiento de los mercados de contenido cultural y creativo, y la lucha contra el acceso ilícito a obras protegidas.

Resumen ejecutivo

La reconstrucción de Europa: la economía de la cultura y la creatividad antes y después de la COVID-19

2. Después de la COVID-19 La caída abrupta

En 2020 la economía de la cultura y la creatividad perdió aproximadamente el 31% de sus ingresos

• El volumen de negocios total de las ICC de la UE-28 se reduce a 444.000 millones de euros en 2020, una **disminución neta de 199.000 millones de euros a partir de 2019.**

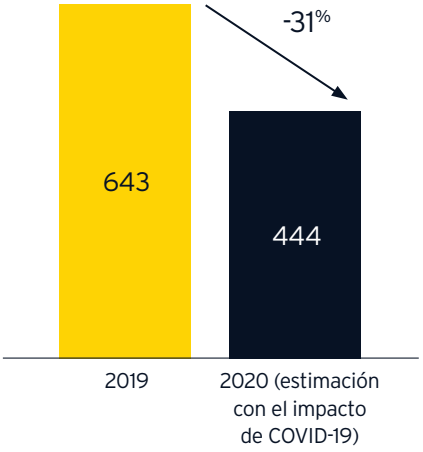
• Con una pérdida del 31% de su volumen de negocios, **la economía de la cultura y la creatividad es una de las más afectadas en Europa**, ligeramente menos que el transporte aéreo, pero más que el turismo y el sector del automóvil (-27% y -25% respectivamente).

• **Las repercusiones de la COVID-19 se sienten en todo el sector:** las artes escénicas (-90% entre 2019 y 2020) y la música (-76%) son las más afectadas; las artes visuales, la arquitectura, la publicidad, los libros, la prensa y las actividades audiovisuales cayeron entre un 20% y un 40% comparado con 2019. La industria de los videojuegos parece ser la única que resiste (+9%).

• **La crisis ha golpeado con mayor dureza a los países del centro y del Este de Europa** (de -36% en Lituania a -44% en Bulgaria y Estonia).

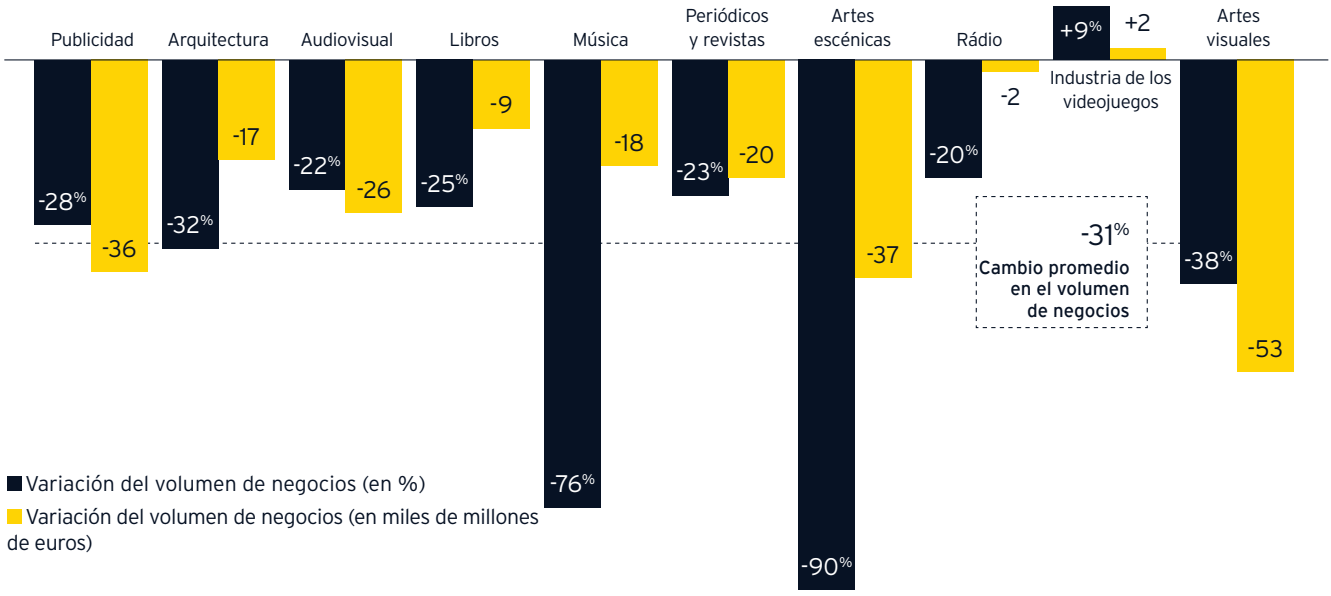
• **Todos los sectores se ven afectados:** incluso aquellos que parecían estar protegidos por el consumo doméstico enfrentan una fuerte caída de los ingresos, debido al peso de las experiencias físicas y las ventas en sus modelos de negocio, a lo que se suman unos incontrolables costos de producción y distribución.

Volumen de negocios total generado por las ICC en la UE-28
(en miles de millones de euros)



Fuentes: Eurostat; GESAC; organizaciones profesionales; Oxford Economics - Global Industry, Escenario de la segunda ola, al 7 de septiembre 2020; EY modeling and analysis 2020.

Variación estimada del volumen de negocios 2019-20 por sector de las ICC (en % del volumen de negocios total de 2019 y en miles de millones de euros; UE-28)



Fuentes: Eurostat; GESAC; organizaciones profesionales; Oxford Economics; EY modeling and analysis 2020.

3. Después de la COVID-19

Cómo reconstruir una Europa cultural y creativa

Como resultado de la investigación y las entrevistas realizadas por la empresa EY, y basándose en las opiniones de los expertos y las organizaciones que representan a las ICC, se han identificado las siguientes prioridades para la recuperación y el crecimiento de la economía creativa:

1 - "Financiación"

Proporcionar una financiación pública masiva y promover la inversión privada en negocios culturales y creativos, son dos vías indispensables para acelerar la recuperación y transformación del sector.

2 - "Marco jurídico"

Promover la diversificación de la oferta cultural de la UE asegurando un marco jurídico sólido que permita el desarrollo de la inversión privada en producción y distribución, proporcionando las condiciones necesarias para que la inversión sea rentable para las empresas y garantice ingresos justos para los creadores.

3 - "Potenciación"

Utilizar las ICC, y el poder multiplicador de sus millones de talentos individuales y colectivos, como un importante acelerador de las transiciones sociales, societarias y ambientales en Europa.

La crisis de la COVID-19 tendrá un impacto masivo y duradero en toda la cadena de valor de las ICC

• La viabilidad financiera de las personas, ya sea creativa o de negocios, y las empresas de las ICC en los sectores privado y público se ven comprometidas por el aumento de los costes, las sucesivas demoras, un ajustado flujo de caja debido a la interrupción de las actividades y a la incertidumbre del retorno (cuando se den las condiciones económicas y de salud necesarias).

• La gravedad de la crisis se ve, por ejemplo, en la bajada de un 35% de la recaudación de las entidades de gestión colectiva, cuyos ingresos se reducirán drásticamente en 2021 y 2022.

• El aumento del consumo digital no compensa la pérdida de ingresos generados por las ventas físicas (de libros, videojuegos, periódicos, etc.) y los eventos en la mayoría de los sectores. En el sector de la música, las ventas físicas (CD y vinilos) se reducirán en un 35%, mientras que se espera que los ingresos digitales de la industria de la música grabada crezcan sólo un 8%. El audiovisual tendrá un comportamiento similar: con una caída de los ingresos generados por los cines europeos estimada en un -75% en 2020.

• La incertidumbre sobre la fecha de reanudación de la actividad cultural en 2021, provocará que la capacidad de las ICC para mantener y aumentar la inversión en nuevos proyectos de creación e innovación se vea seriamente comprometida.

• Según el estudio de EY, el 46% de los encuestados afirmó que no se sentiría cómodo yendo a un concierto durante los próximos meses de 2021. El 21% reconoció que no se sentiría cómodo yendo durante los próximos años.