



Impacto del Covid-19 en la Industria Cultural y Creativa de Castilla y León



Junio de 2020

Este informe está bajo licencia Creative Commons:
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual

Estudio realizado por:
Luis Sánchez Ruano
Álvaro Retortillo Osuna





Interreg
España - Portugal



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

IBERICCC
GLOBAL



Estudio realizado en el marco del
proyecto **IBERICCC GLOBAL**:
www.ibericcglobal.eu

IBERICCC GLOBAL es un proyecto para promover la internacionalización de Industrias Culturales y Creativas (ICCs) en territorios transfronterizos de España y Portugal a través de la cooperación empresarial y de la implementación de nuevos modelos, herramientas digitales y estrategias para el sector.

Gracias a sus actividades de sensibilización, formación y acompañamiento, el proyecto pretende generar colaboraciones entre compañías españolas y portuguesas, así como la interlocución con agentes del sector.

IBERICCC GLOBAL busca favorecer el encuentro y establecimiento de acuerdos de colaboración y proyectos de coproducción, transmedia y/o distribución conjunta.

El proyecto se encuentra **cofinanciado al 75%** por el **Fondo FEDER** a través del **Programa de Cooperación Transfronteriza España-Portugal (POCTEP) Interreg V-A.**



@IbericcGlobal



IbericcGlobal

www.santamarialareal.org





Interreg

España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



UNIÓN EUROPEA

ÍNDICE

1 – Introducción.....	4
2 – Tipo de empresas.....	7
3 – Medidas adoptadas durante el Estado de Alarma.....	9
4 - Tareas realizadas durante el Estado de Alarma.....	11
5 - Impacto de la crisis en las empresas del sector.....	15
6 - Percepción sobre los cambios y tendencias de futuro.....	23
7 - Conclusiones.....	26

IBERICCC
GLOBAL



1 – Introducción



Introducción

El sector de las Industrias Culturales y Creativas (ICCs) tiene un enorme peso específico en Castilla y León, y su importancia ha quedado reflejada en **El II Plan de Industrias Culturales y Creativas de la Comunidad de Castilla y León (2018-2021)**, aprobado por el Gobierno de la Región. Según este plan, el sector emplea alrededor de **20.000 personas**, y hay más de **5.000 empresas** operando en el mismo.



La crisis del Coronavirus COVID-19 ha supuesto un duro golpe a las empresas castellano-leonesas, y el sector de las ICCs no se ha quedado atrás. No obstante, la enorme variedad de ramas de actividad que se engloban bajo esta etiqueta hacen que los impactos hayan sido muy diferentes en función de la naturaleza de la empresa.





Introducción

Para simplificar el análisis, se han englobado las empresas en cuatro categorías o subsectores, siendo conscientes que se trata de un análisis en absoluto riguroso.

- **Audiovisuales:** actividades enfocadas en el vídeo, audio, cine, fotografía etc.
- **Edición y diseño:** amplio abanico de actividades que implican creación de obras, moda, diseño etc.
- **Ocio y espectáculos:** actividades basadas en espectáculos en directo: teatro, música, magia, danza, circo etc.
- **Gestión cultural,** museos y patrimonio: todas las empresas que realizan algunas de estas actividades.

Este estudio tiene la única intención de servir como fotografía de un momento concreto, pero no pretende sacar conclusiones generalizables ni extrapolables al conjunto del sector. Se han realizado algunas pruebas estadísticas inferenciales, si bien sólo se muestran a modo de ejemplo, pues no se pretende conseguir un rigor estadístico, tan sólo ofrecer puntos para la reflexión.

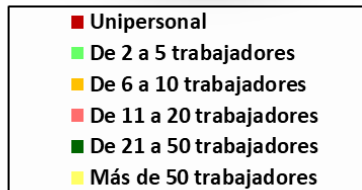
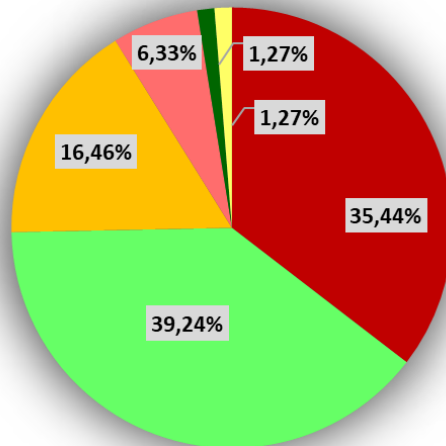
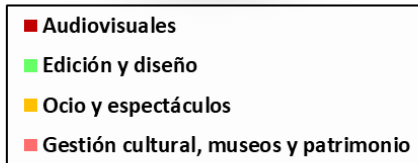
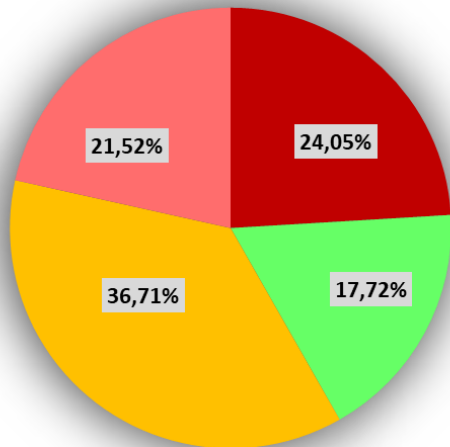




2 – Tipo de empresas



Subsectores y tamaño



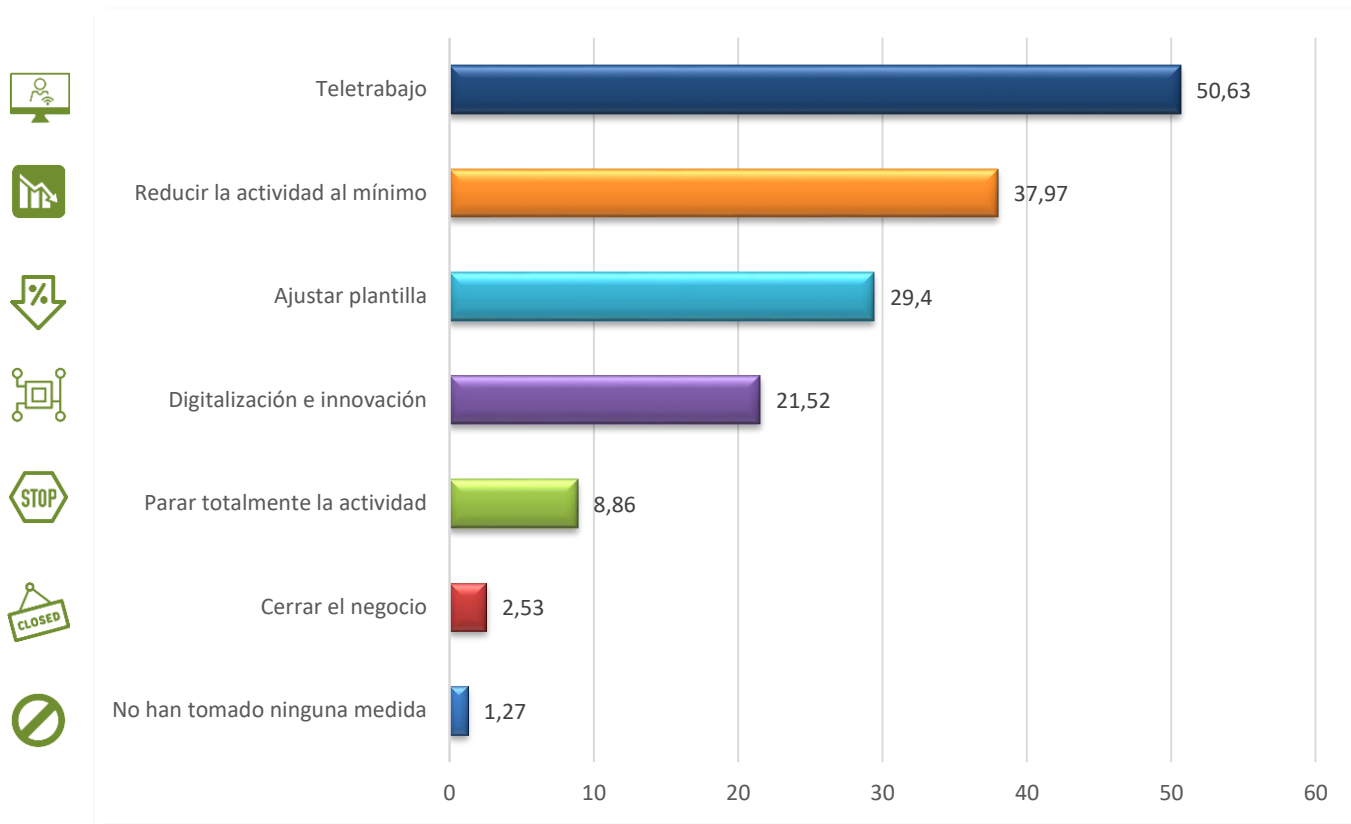
Nº de empresas: 79

Se trata de empresas con un **tamaño muy reducido**. Más del **90%** tiene 10 trabajadores o menos, y hay un **35,44%** de empresas que tiene carácter unipersonal (autónomos).



 **3 – Medidas adoptadas durante el Estado de Alarma**

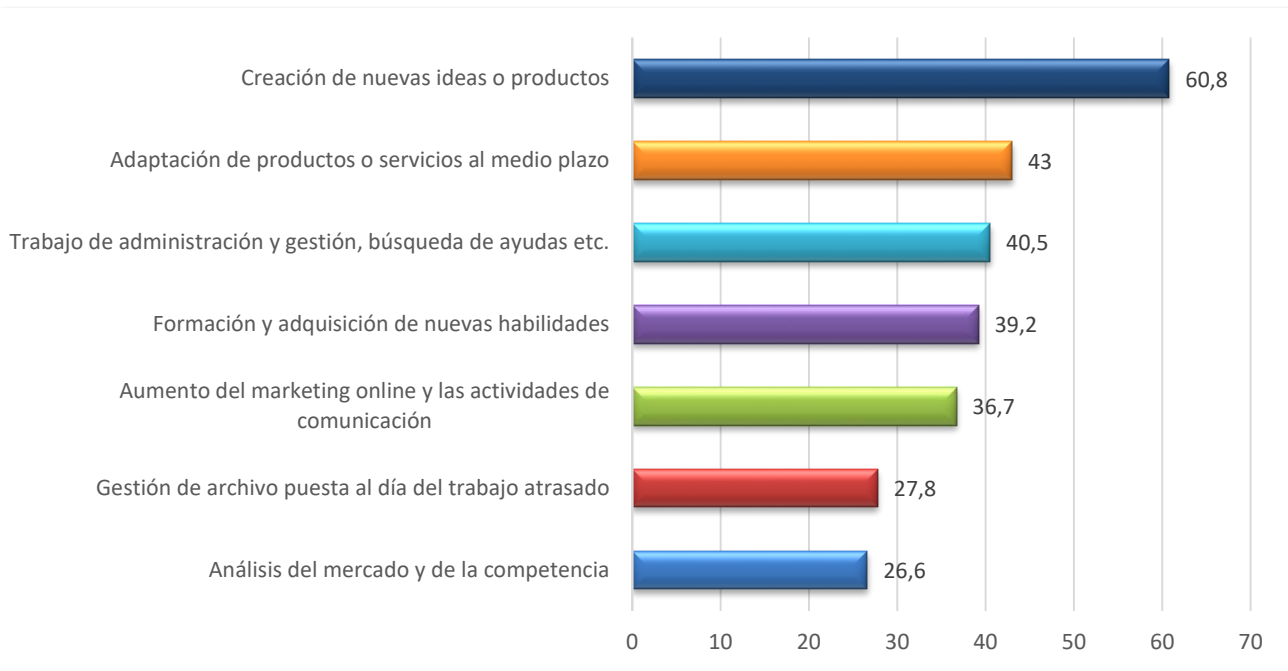
Medidas adoptadas durante el Estado de Alarma (%)



* Se excluyen las empresas unipersonales, que suponen un 35,44% de la muestra

4 – Tareas realizadas durante el Estado de Alarma

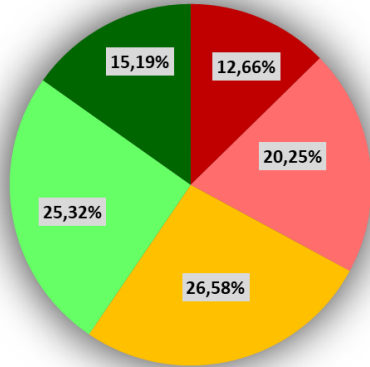
Tareas realizadas durante el Estado de Alarma



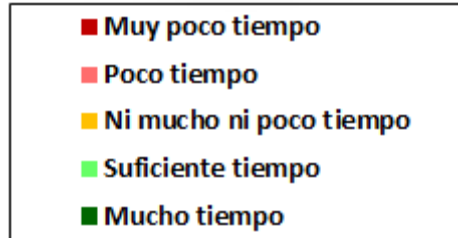
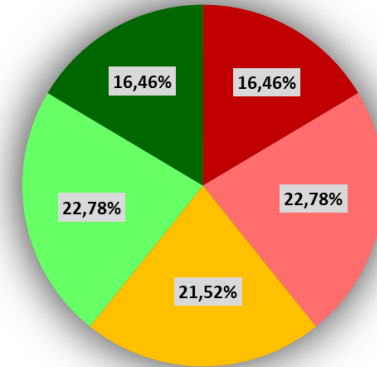
← % de empresas que le dedican suficiente o mucho tiempo

- Un **60,8%** de las empresas se centran en el desarrollo de **nuevas ideas y productos**. Se advierte el carácter creativo e innovador del sector.
- Sin embargo, llama la atención el **bajo porcentaje** de empresas que dedica suficiente o mucho tiempo al **análisis del mercado, competencia, demanda**, etc.
- Las pruebas de inferencia estadísticas no muestran diferencias por subsectores.

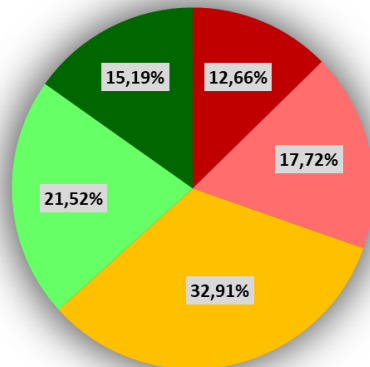
Trabajo de administración y gestión, búsqueda de ayudas



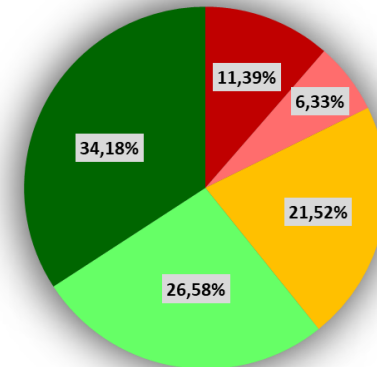
Formación y adquisición de nuevas habilidades



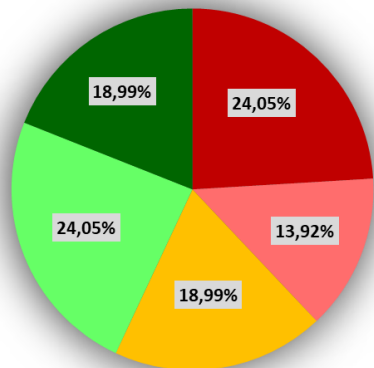
Aumento del marketing online y las actividades de comunicación



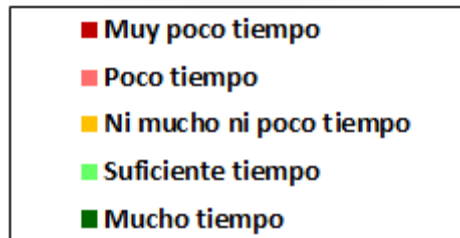
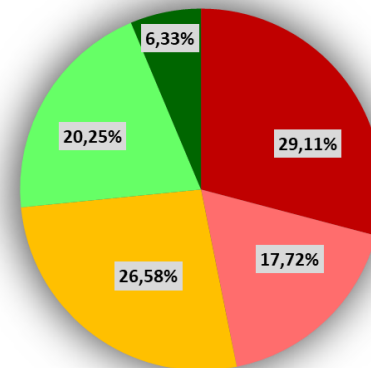
Creación de nuevas ideas, productos y proyectos



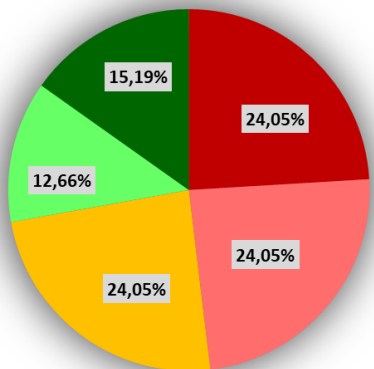
Adaptación de los productos y servicios al nuevo escenario



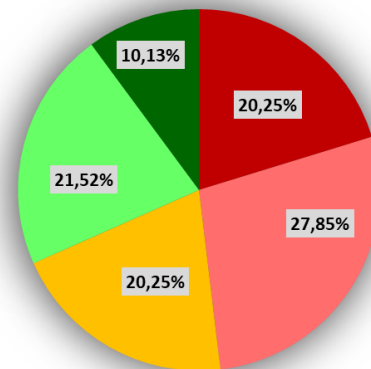
Análisis del mercado y la competencia



Gestión de archivo y puesta al día del trabajo atrasado



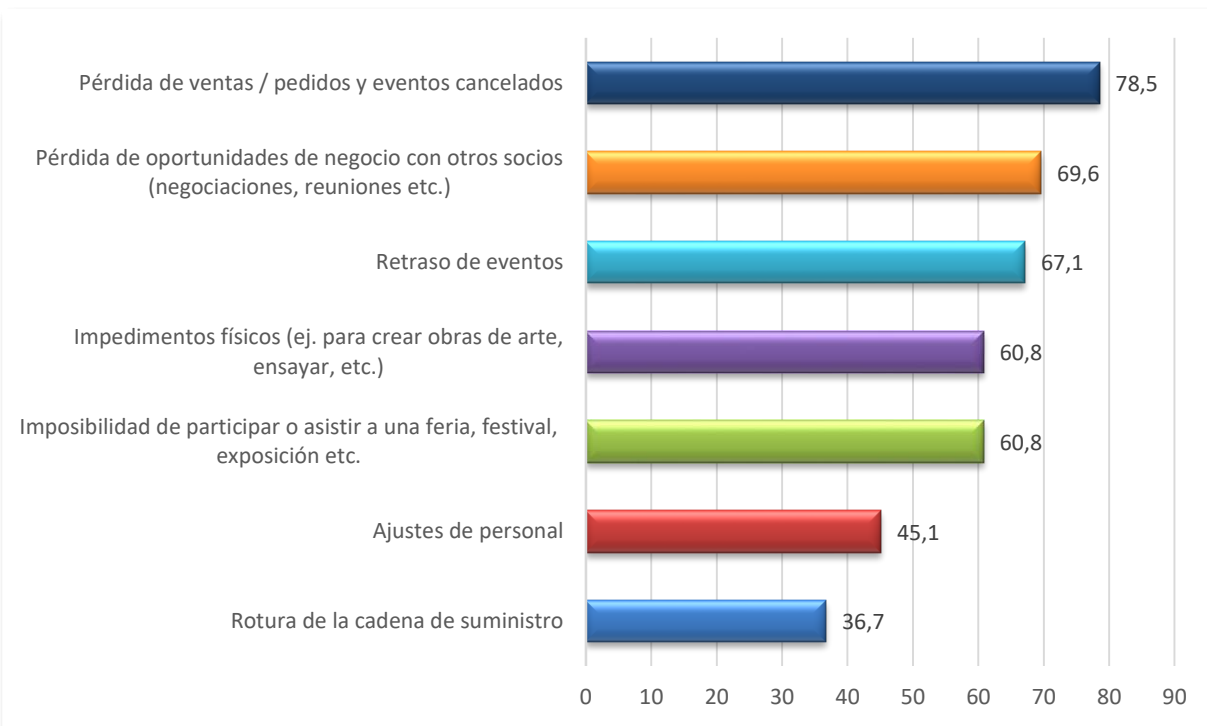
Rediseñar el modelo de negocio y los procesos de trabajo





5 – Impacto de la crisis en las empresas del sector

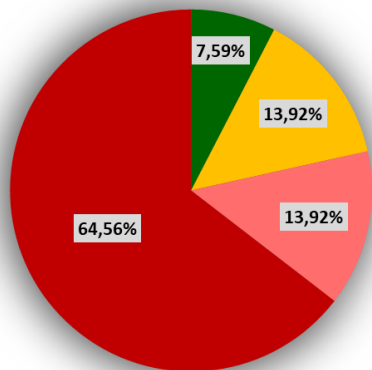
Impacto de la crisis en las empresas del sector



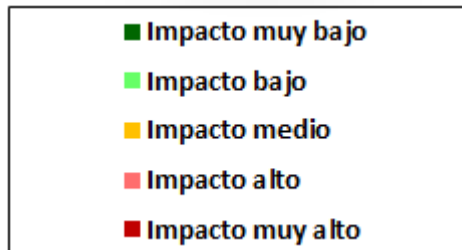
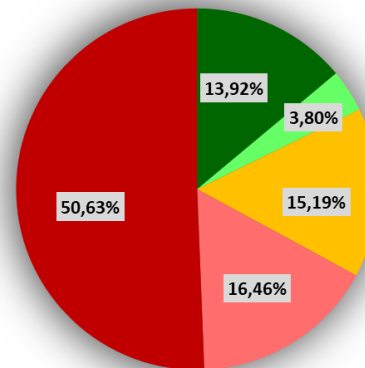
% de empresas han sufrido un impacto alto o muy alto en estas cuestiones

- Se trata de un sector donde el componente presencial juega un papel muy importante.
- Las restricciones a la movilidad imposibilitan en buena medida la posibilidad de prestar los servicios.

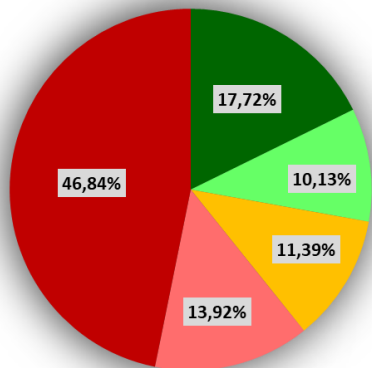
Pérdida de ventas, pedidos y eventos cancelados



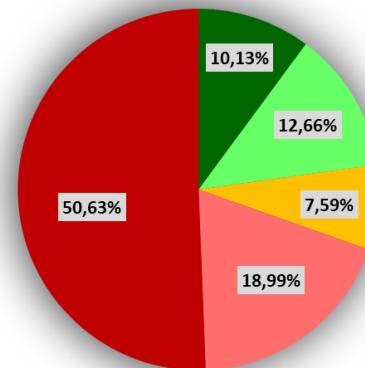
Retraso de eventos



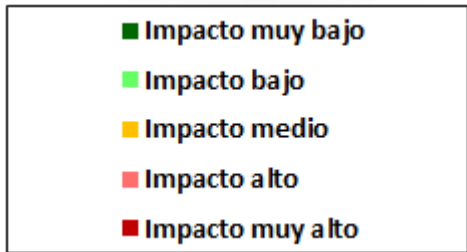
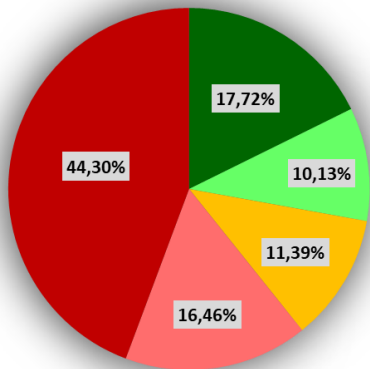
Imposibilidad de asistir a una feria, evento o festival importante



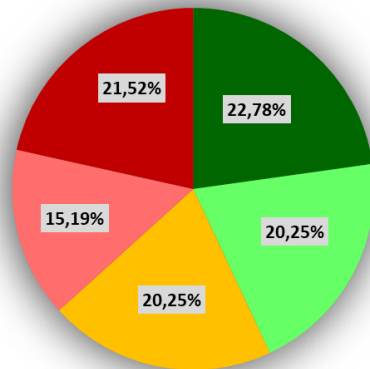
Pérdida de oportunidades con socios (negociaciones, reuniones)



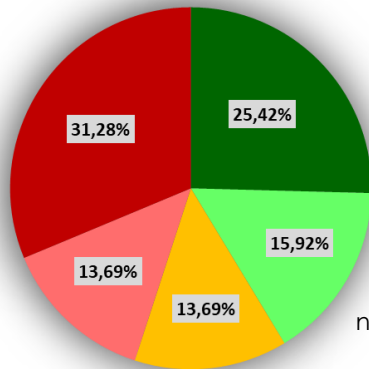
**Impedimentos físicos
(crear obras de arte, ir a ensayar etc.)**



**Rotura en la cadena
de suministro**



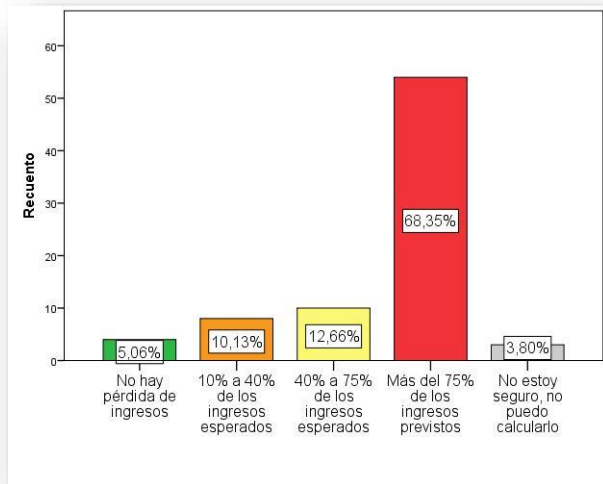
Ajuste de personal*



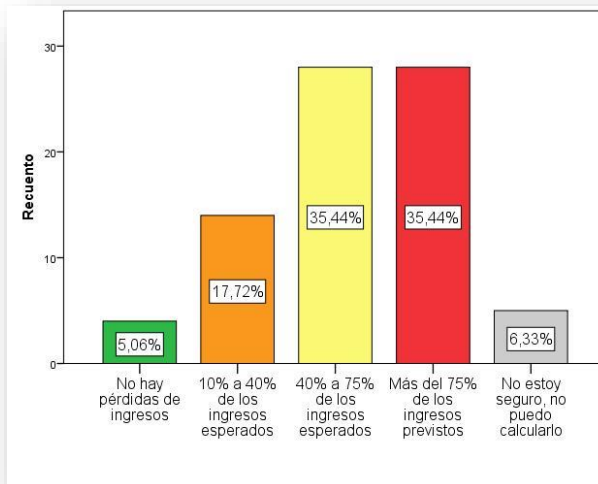
* Se excluye a los negocios unipersonales

Impacto de la crisis sobre los ingresos

Impacto en los ingresos durante el Estado de Alarma



Impacto previsto para el resto de 2020

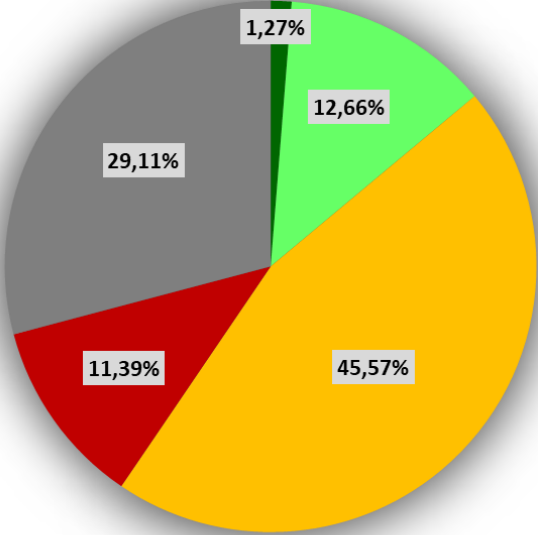


- El impacto sobre los ingresos durante el Estado de Alarma ha sido muy fuerte.
- Se espera cierta recuperación en lo que queda de año, pero aún así la pérdida de ingresos es muy significativa.

Impacto de la crisis sobre la actividad futura

- Casi la mitad de empresas tendrá que hacer un fuerte ejercicio de adaptación.
- Un poco más de 1 de cada 10 empresas considera que tendrá que cerrar.

Impacto de las medidas de confinamiento y distancia social:



- Positivamente, ya que esta situación ha impulsado nuestra actividad
- Leve impacto, mi organización se adaptará a esta situación
- Impacto moderado, el negocio tendrá problemas importantes, pero seguirá funcionando
- Probablemente tendremos que cerrar
- Todavía es pronto para poder valorarlo

↗ Diferencias por subsector

		Audiovisuales	Edición y diseño	Ocio y espectáculos	Gestión cultural, museos y patrimonio		
		%	%	%	%	<i>Pruebas de Chi-Cuadrado</i>	
Impacto durante el Estado de Alarma	No hay pérdida de ingresos	5,26	7,14	0,00	11,76	Chi-Cuadrado	22,608
	Del 10% al 40% de los ingresos esperados	10,53	28,57	0,00	11,76	df	12
	Del 40% al 75% de los ingresos esperados	5,26	21,43	6,90	23,53	Sig.	,031 ^{a,b,c}
	Más del 75% de los ingresos esperados	73,68	35,71	93,10	47,06		
	No estoy seguro, no puedo calcularlo	5,26	7,14	0,00	5,88		
Impacto esperado para 2020	No hay pérdida de ingresos	5,26	14,29	0,00	5,88	Chi-Cuadrado	19,773
	Del 10% al 40% de los ingresos esperados	21,05	28,57	10,34	17,65	df	12
	Del 40% al 75% de los ingresos esperados	47,37	42,86	24,14	35,29	Sig.	,072 ^{a,b}
	Más del 75% de los ingresos esperados	15,79	7,14	62,07	35,29		
	No estoy seguro, no puedo calcularlo	10,53	7,14	3,45	5,88		
Impacto de las restricciones a la movilidad	Positivamente, esta situación ha impulsado la actividad	0,00	7,14	0,00	0,00	Chi-Cuadrado	20,809
	Leve impacto, mi organización se adaptará	26,32	28,57	0,00	5,88	df	12
	El negocio tendrá problemas importantes, pero seguirá funcionando	42,11	35,71	44,83	58,82	Sig.	,053 ^{a,b}
	Probablemente tendremos que cerrar	5,26	0,00	17,24	17,65		
	Aún es pronto para valorarlo	26,32	28,57	37,93	17,65		

- Las empresas encuadradas en el subsector de **“Edición y Diseño”** son las que menos impacto han sufrido en su manera de funcionar durante la crisis, así como en los ingresos.

- El subsector del **“Ocio y Espectáculos”** es el que más sufre la crisis.

↗ Diferencias por subsector

		Audiovisuales	Edición y diseño	Ocio y espectáculos	Gestión cultural, museos y patrimonio		
		%	%	%	%	<i>Pruebas de Chi-Cuadrado</i>	
Pérdida de ventas / pedidos y eventos cancelados	Impacto muy bajo	5,26	21,43	0,00	11,76	Chi-Cuadrado	17,851
	Impacto bajo	0,00	0,00	0,00	0,00	df	9
	Impacto medio	10,53	21,43	6,90	23,53	Sig.	,037 ^{ab}
	Impacto alto	5,26	7,14	13,79	29,41		
	Impacto muy alto	78,95	50,00	79,31	35,29		
Retraso de eventos	Impacto muy bajo	10,53	50,00	3,45	5,88	Chi-Cuadrado	36,651
	Impacto bajo	0,00	14,29	0,00	5,88	df	12
	Impacto medio	10,53	0,00	13,79	35,29	Sig.	,000 ^{abc}
	Impacto alto	10,53	14,29	17,24	23,53		
	Impacto muy alto	68,42	21,43	65,52	29,41		
Impedimentos físicos (ej. para crear obras de arte, ensayar, etc.) Impedimentos físicos (para ir a crear obras de arte, ensayar etc.)	Impacto muy bajo	15,79	42,86	3,45	23,53	Chi-Cuadrado	24,154
	Impacto bajo	10,53	14,29	6,90	11,76	df	12
	Impacto medio	26,32	7,14	3,45	11,76	Sig.	,019 ^{ab}
	Impacto alto	0,00	14,29	24,14	23,53		
	Impacto muy alto	47,37	21,43	62,07	29,41		

- Las empresas encuadradas en el subsector de “**Edición y Diseño**” son las que menos impacto han sufrido en su manera de funcionar durante la crisis, así como en los ingresos.
- El subsector del “**Ocio y Espectáculos**” es el que más sufre la crisis.

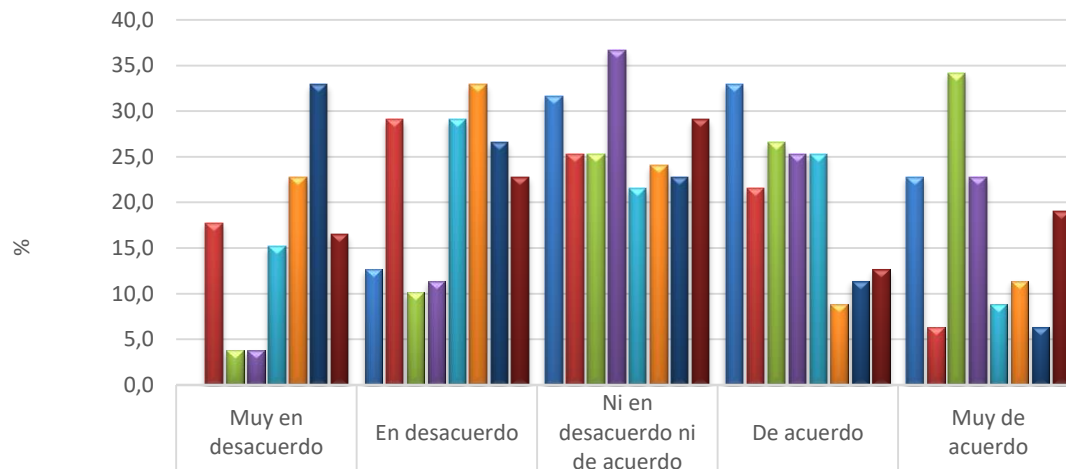


6 – Percepción sobre los cambios y tendencias de futuro



Percepción sobre los cambios y las tendencias de futuro

- Existe un alto grado de acuerdo en que va a haber una tendencia creciente hacia la **digitalización** en las pautas de consumo de los clientes.
- En concordancia con lo anterior, surge la necesidad de desarrollar **nuevos modelos de negocio**.
- En general, hay muy poca confianza en el apoyo de la **administración pública** al sector.



	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
■ Cambios en las pautas de consumo hacia el mundo digital	0,0	12,7	31,6	32,9	22,8
■ Mejora del valor económico y social de las ICCs	17,7	29,1	25,3	21,5	6,3
■ Mayor precariedad en el sector	3,8	10,1	25,3	26,6	34,2
■ Nuevos modelos de negocio	3,8	11,4	36,7	25,3	22,8
■ Mejor estructuración del sector (redes, hubs etc.)	15,2	29,1	21,5	25,3	8,9
■ Mayor colaboración público-privada	22,8	32,9	24,1	8,9	11,4
■ Mayor apoyo de las políticas públicas al sector	32,9	26,6	22,8	11,4	6,3
■ Mayor necesidad de internacionalización	16,5	22,8	29,1	12,7	19,0



Percepción sobre los cambios y las tendencias de futuro

		Audiovisuales	Edición y diseño	Ocio y espectáculos	Gestión cultural, museos y patrimonio	Pruebas de Chi-Cuadrado	
		%	%	%	%		
Mayor precariedad en el sector	Muy en desacuerdo	10,53	7,14	0,00	0,00	Chi-Cuadrado	20,332
	En desacuerdo	5,26	14,29	10,34	11,76	df	12
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	31,58	42,86	6,90	35,29	Sig.	0,061
	De acuerdo	31,58	28,57	31,03	11,76		
	Muy de acuerdo	21,05	7,14	51,72	41,18		
Mayor necesidad de internacionalización	Muy en desacuerdo	21,05	28,57	3,45	23,53	Chi-Cuadrado	21,737
	En desacuerdo	5,26	7,14	34,48	35,29	df	12
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	42,11	28,57	27,59	17,65	Sig.	0,041
	De acuerdo	21,05	14,29	3,45	17,65		
	Muy de acuerdo	10,53	21,43	31,03	5,88		

- El sector de **“Ocio y Espectáculos”** es el más pesimista sobre el futuro, seguido de la **“Gestión Cultural, Museos y Patrimonio”**.

- El subsector de **“Gestión Cultural, Museos y Patrimonio”** es el que menos necesidad de internacionalización manifiesta.

☰ 7 – Conclusiones

☰ Conclusiones:

- Tal y como se ha podido observar, el **impacto de la crisis sobre el sector es muy grande**. Tanto el trabajo diario de las empresas como la posibilidad de prestar sus servicios se han visto severamente afectados por la crisis del COVID-19, así como los ingresos. No obstante, se constata que hay **diferencias por subsectores**, y que aquellos que se basan más en el componente digital o audiovisual están viviendo la crisis de una manera más positiva.
- La apuesta por la **digitalización y la innovación** parecen obligadas, y para ello es necesario que estos componentes estén más presentes en las estrategias de las empresas, y que se dedique más tiempo a la **formación y a la adquisición de habilidades**. No obstante, el **reducido tamaño** de muchas de las empresas no ayuda.
- El carácter creativo del sector hace que se enfoquen mucho en la **creación de nuevas ideas y proyectos**, sin embargo hace falta **trabajar más sobre el mercado, clientes** etc.



☰ Conclusiones:

- La **internacionalización** no se ve como una opción prioritaria. Si bien el momento es complicado y pueden existir otras prioridades, se trata de una opción cuya exploración es altamente recomendable, ya que en la crisis de 2008 fue la salvación de muchas empresas en otros sectores.
- También se advierte un escepticismo sobre **el papel de la administración pública** en la recuperación. La importancia estratégica de las ICCs requiere de un **compromiso público** con las empresas del sector, así como nuevas fórmulas de colaboración.
- Por último, en la siguiente página se ofrece una **herramienta que puede ayudar a las empresas a orientar su respuesta estratégica**. Esta respuesta dependerá de la gravedad y la duración del impacto económico, así como de la repercusión de dicho impacto sobre la organización. Además, otros factores como la disponibilidad de liquidez, la posición competitiva y el atractivo del sector son claves.



Adaptar la respuesta estratégica – Matriz COVID-19

IMPACTO EN LA ORGANIZACIÓN

(Impacto directo del COVID-19 / Impacto indirecto de la recesión económica / Capacidad de adaptación rápida)

GRAVEDAD Y DURACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

Previsiones del PIB / Evolución de la pandemia / Política económica

	Positivo Aumento de los ingresos mediante incremento de la demanda (Ej: e-commerce)	Medio-negativo Pérdida de ingresos sostenida del 0-15% del 2º al 4º trimestre de 2020 (Ej: bienes de consumo)	Severo Pérdida de ingresos sostenida del 15-50% del 2º al 4º trimestre de 2020 (Ej: gas y petróleo)	Catastrófico Pérdida de ingresos sostenida de más del 50% del 2º al 4º trimestre de 2020 (Ej: turismo)
Impacto a 0,5 años Recuperación en V Control efectivo de la pandemia y estímulos económicos	Surfear la ola. Asegurarnos de tener capacidad para atender la demanda	Adaptarnos y prepararnos para una vuelta rápida a la actividad normal	Sobrevivir y prepararnos para una vuelta lenta a la actividad normal	Sanear buena parte del negocio y prepararnos para la recuperación
Impacto a 1,5 años Recuperación en U Medidas de distanciamiento social prolongadas, los estímulos económicos mitigan el daño	Trabajar para el crecimiento y para ganar cuota de mercado	Defender y mejorar la posición competitiva, y encontrar nuevas vías de crecimiento	Pivotar a través de la innovación orgánica y el crecimiento inorgánico, o desinvertir	Pivotar a través de la innovación orgánica y el crecimiento inorgánico, o desinvertir
Impacto a 3 años Recuperación en L Fracaso en controlar la pandemia. Bancarrotas e impagos generalizados	Trabajar agresivamente para el crecimiento y para ganar cuota de mercado	Defender y mejorar la posición competitiva, y encontrar nuevas vías de crecimiento	Prepararse para la entrada agresiva de nuevos competidores. Reinventar y crear un nuevo modelo de negocio, o abandonar.	Abandonar el mercado



GRACIAS



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



UNION EUROPEA

IBERICCC
GLOBAL

www.ibericccglobal.eu



@IbericcGlobal