



Análisis del sector de las artes escénicas de Andalucía

ACTA 2011

Análisis del sector de las artes escénicas de Andalucía

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	3
INTRODUCCIÓN	4
DATOS IDENTIFICATIVOS	6
1 LA EMPRESA	8
1.1 Procedencia de los grupos	8
1.2 Antigüedad	8
1.3 Figura jurídica	8
1.4 Facturación	9
1.5 Actividades y fuentes de ingresos	12
1.6 Subvenciones	13
1.7 Patrocinio o espónsor	14
1.8 Acuerdos de colaboración	14
1.9 Personal	15
1.10 Recursos de la empresa	16
2 PRODUCCIÓN. ESPECTÁCULOS ESTRENADOS	17
2.1 Espectáculos estrenados	18
3 LA EXHIBICIÓN	21
3.1 La distribución	21
3.2 Espectáculos en gira	22
4 FUNCIONES EN 2011	25
5 CONCLUSIONES	32
6 INFORME	33

ACTA

DIRECCIÓN DEL PROYECTO
Nines Carrascal

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE DATOS
Nines Carrascal, Sergio Casado y Carlos Gil Company

EXPLOTACIÓN DE DATOS
Clara Baquero



PRESENTACIÓN

Siguiendo en nuestra línea de servicio al sector hacemos la presentación del siguiente estudio, que corresponde al año 2011. El hecho de que no haya visto la luz hasta 2013 es una muestra más de las dificultades que nuestras compañías asociadas enfrentan día a día, que trascienden a ACTA como colectivo. La nueva junta directiva, surgida de las últimas elecciones celebradas el 23 de octubre 2012, se ha propuesto intensificar las acciones encaminadas a luchar por las artes escénicas andaluzas.

Somos conscientes de la difícil situación que atraviesa la sociedad y nuestro sector en particular, agudizado por las nefastas decisiones fiscales tomadas por el gobierno central. Los siguientes datos no hacen más que reflejarlo, aunque a la vez nos deberían servir de base para poder tomar, entre todas las partes implicadas, medidas resolutivas.

Las artes escénicas siempre se han destacado por su carácter optimista, cuestión que seguramente nos ha hecho pasar por un sector que pudiera haber estado al 100 % de su rendimiento y evolución a nivel sectorial y empresarial. Estando aún en proceso de crecimiento y consolidación, hemos llegado al momento de crisis actual, que debe servirnos para tomar nuevos caminos que afiancen nuestras empresas y la creación andaluza. Desde esta junta directiva estamos trabajando en esta dirección con las distintas administraciones e instituciones, siendo este estudio una de las herramientas que dan contenido, solidez y coherencia al desarrollo de nuestros proyectos de futuro.

No podemos olvidar agradecer a nuestras empresas asociadas su colaboración, haciendo posible este estudio.

Saludos y a seguir en la lucha

Ángel López

Presidente de ACTA

INTRODUCCIÓN

La metodología que se ha empleado en este estudio es de tipo cuantitativo, basada en el análisis de encuestas. Para ello, se ha elaborado un cuestionario en el que se recogen las variables definidas en los objetivos del estudio, adaptado a las necesidades de la investigación y a las características de la muestra.

Las fases que se han seguido en la realización de la investigación han sido las siguientes:

1. Construcción del cuestionario en función de los objetivos de la investigación
2. Envío del cuestionario y recogida de los datos
3. Codificación y tabulación de los resultados
4. Creación de hojas de datos con los resultados codificados
5. Explotación y análisis de los datos
6. Realización de tablas y gráficos
7. Redacción de un informe final

1. Construcción del cuestionario en función de los objetivos de la investigación

El método escogido para la recogida de datos ha sido la encuesta, ya que es el instrumento que mejor se adapta a los objetivos de esta investigación. Para ello, se ha realizado un cuestionario, en función de los fines marcados, y en él se han organizado las preguntas de interés. Este cuestionario ha sido de tipo estructurado, formado en su mayoría por preguntas cerradas y de elección múltiple, aunque también ha habido preguntas de tipo abierto, en la que las empresas han podido contestar a las cuestiones planteadas.

El paso previo a la elaboración del cuestionario ha sido describir, con el mayor detalle posible, el objetivo u objetivos pretendidos en la investigación. A continuación cada objetivo se ha desglosado en sub-objetivos y por último, se han agrupado por contenidos comunes.

2. Envío del cuestionario y recogida de los datos

La siguiente etapa ha consistido en el envío del cuestionario al universo objeto de estudio para que fuera completado por la persona responsable de ello. El envío se ha realizado por correo electrónico a cada empresa o compañía de manera individual.

Posteriormente, tras un periodo de tiempo suficiente para poder rellenar todos los datos, se han recibido de vuelta los cuestionarios para ser analizados.

3. Codificación y tabulación de los resultados

Los cuestionarios aportan una gran cantidad de datos e información sin agrupar y, en muchos casos, carente de significado por sí mismos. Por ello, las siguientes etapas dentro del proceso de la encuesta han sido la clasificación, codificación y tabulación de los datos con el fin de obtener datos cuantitativos válidos que nos permitieran su posterior análisis estadístico.

Los cuestionarios se han clasificado, en función de criterios objetivos establecidos previamente, en grupos o niveles que nos han permitido una mejor descripción y comprensión de los resultados.

A continuación se han codificado los datos, es decir, se ha procedido a la "traducción" de cada respuesta de los cuestionarios por códigos e indicadores numéricos para facilitar su tabulación. La codificación permite concretar en números y signos todos y cada uno de los datos del cuestionario. Después esos números se han pasado a una hoja de datos para su posterior análisis.

4. Creación de hojas de datos con los resultados codificados

Tras la codificación, los datos ya están preparados para ser insertados en diversas hojas de cálculo para ser tratados estadísticamente de forma que permita su descripción y la realización de inferencias para dilucidar los objetivos.

En este caso se ha utilizado el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Science) por ser uno de los más completos a la hora de realizar análisis de datos procedentes de investigaciones sociales.

5. Explotación y análisis de los datos

Después de la transformación y de la creación de hojas de cálculo, se ha realizado el análisis de datos empleando técnicas estadísticas contenidas en el programa SPSS.

En primer lugar se ha realizado un análisis descriptivo de las variables: se han aportado valores de medias y en algunos casos, valores mínimos y máximos. También se han efectuado análisis porcentuales de las variables y análisis comparativos entre las variables para observar porcentajes de aumento y/o disminución en función del criterio. Por último, se ha llevado a cabo un análisis completo de las variables en función de los grupos.

El análisis se ha realizado con los datos aportados por las empresas en el año 2011, pero en las tablas e informe final se han incorporado ciertos resultados de los estudios anteriores (datos en algunos casos desde 2006 y en otros desde 2008) para realizar comparaciones y ver las tendencias, positivas y negativas, de esos datos.

6. Realización de tablas y gráficos

El análisis estadístico aporta una gran cantidad de datos numéricos que en la mayoría de los casos está desordenado y desorganizado. El siguiente paso ha sido estructurar todos estos resultados estadísticos mediante la construcción de tablas que ayuden a la interpretación de los resultados. También se han realizado gráficos de aquellas tablas que necesitan un apoyo visual para su mejor comprensión y para facilitar la interpretación de los mismos.

7. Redacción de un informe final

Por último, se ha realizado una descripción, explicación y valoración pormenorizada de cada una de las tablas y gráficos para dotar de sentido a los datos, conformando así un informe final que permite, en primer lugar, resolver las hipótesis planteadas al inicio del estudio y, en segundo lugar, una mejor comprensión de los resultados, aportando una visión completa de la investigación.

DATOS IDENTIFICATIVOS

Muestra y facturación

La participación en el presente cuestionario de las empresas asociadas a ACTA en 2012 ha sido del 62,5% (en 2011 la participación fue de un 63,46%).

Las compañías se han dividido en grupos en función de un criterio, exclusivamente económico, basado en la media de facturación anual del año 2011. En ningún momento la clasificación responde a ningún criterio de calidad.

Según el resultado de la clasificación por grupos atendiendo a la facturación del año 2011, tenemos:

Grupo/nivel 1: facturación mayor de 200.000 €. Representan un 20%.

Grupo/nivel 2: facturación entre 100.000 y 200.000 €. Representan un 24%.

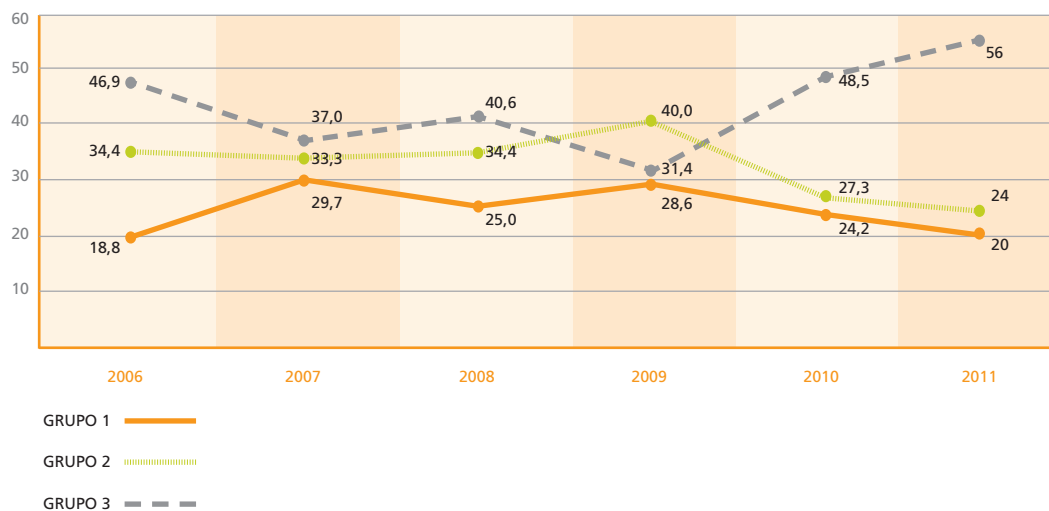
Grupo/nivel 3: facturación menor de 100.000 €. Representan un 56%.

En 2011 el grupo más numeroso de empresas asociadas a ACTA facturó menos de 100.000 €.

GRUPOS	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	18,8%	29,7%	25,0%	28,6%	24,2%	20%
2	34,4%	33,3%	34,4%	40,0%	27,3%	24%
3	46,9%	37,0%	40,6%	31,4%	48,5%	56%

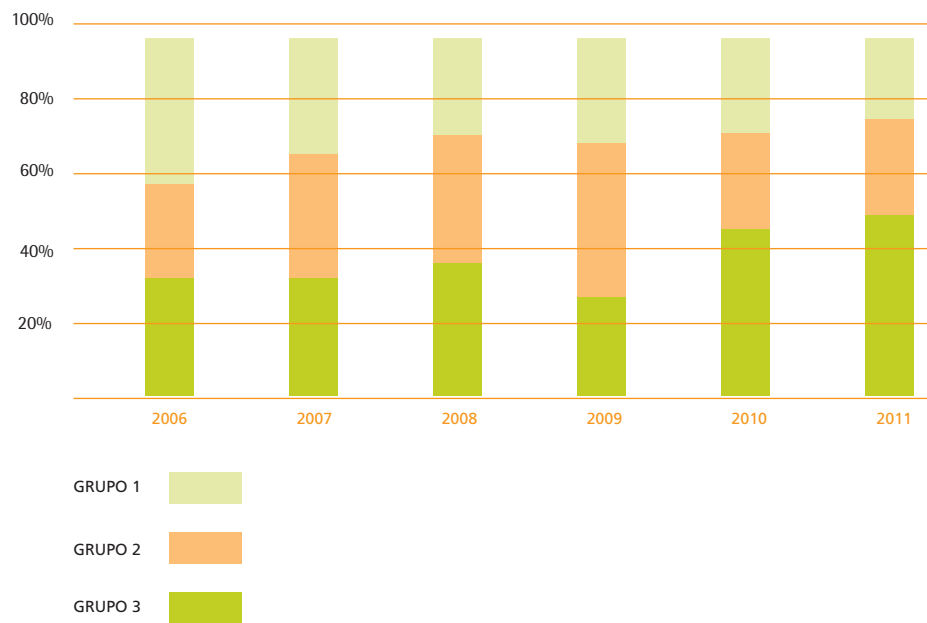
La situación, en líneas generales nos retrotrae al año 2006, e incluso a ejercicios anteriores de los que no se tienen datos contrastados.

Evolución de los grupos de facturación



Si convertimos estos datos en figuras geométricas se puede observar cómo desde 2006 se ha ido reduciendo el número de empresas que facturan más de 200.000 € mientras que aumenta de manera considerable el porcentaje de las que menos facturan, distribución muy alejada de la más homogénea que se observaba en 2007, 2008 y 2009. Esta evolución ayuda a entender el proceso de decrecimiento en el que están inmersas las empresas encuestadas.

Evolución de los grupos de facturación desde 2006 a 2011.



1 LA EMPRESA

1.1. Procedencia de los grupos

La tabla siguiente muestra el reparto porcentual por provincias de las compañías asociadas a ACTA que han contestado al cuestionario en el año 2011.

	PORCENTAJE %
Almería	8%
Cádiz	4%
Córdoba	4%
Granada	28%
Huelva	4%
Jaén	4%
Málaga	16%
Sevilla	36%
Total:	100%

Los principales núcleos empresariales se encuentran en Sevilla y Granada, seguidos de Málaga.

Esta concentración del sector en estas tres provincias se viene repitiendo desde hace años.

1.2. Antigüedad

Media de antigüedad 15,05 años

La media de antigüedad sigue subiendo año a año, pasando de 12,57 años en 2009, a 14,45 años en 2010 y 15,04 en 2011. Por tanto, una vez más estamos estudiando a una organización cuyos componentes gozan de mucha madurez empresarial lo que supone un activo incuestionable para todo el sector.

1.3. Figura jurídica

FIGURA JURÍDICA	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Autónomo (empresa unipersonal)	33,3%	25,9%	31,3%	28,6%	21,2%	28%
Sociedad limitada	42,4%	40,7%	43,8%	57,1%	60,6%	56%
Sociedad cooperativa	18,2%	25,9%	12,5%	11,4%	12,1%	8%
Sociedad civil	3%	7,4%	12,5%	2,9%	6,1%	8%

La mayor parte de las empresas se constituyen como sociedades limitadas, aunque vuelve a repuntar la figura de autónomo en detrimento precisamente de las sociedades limitadas, lo cual tiene un reflejo inmediato en el aumento del grupo de empresas de menor facturación. Este dato se podría interpretar como una estrategia de adaptación de las empresas ante la difícil coyuntura que atraviesan.

a) Porcentajes por grupos:

	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3
Autónomo	0%	4%	24%
Sociedad limitada	16%	12%	28%
Sociedad cooperativa	4%	86%	0%
Sociedad civil	0%	8%	0%

El mayor porcentaje de empresas en todos los grupos son las sociedades limitadas. Cabe destacar el alto porcentaje en el grupo 3 en comparación a otros años en los que tenían menor representación: muchas empresas de mayor tamaño con esta figura empresarial han visto reducida su facturación.

1.4. Facturación

FACTURACIÓN	MEDIA	MÍN.	MÁX.
2006	146.361,74 €	11.056,00 €	745.722 €
2007	149.127,90 €	15.318,28 €	630.000 €
2008	165.061,85 €	23.773,00 €	610.000 €
2009	176.361,10 €	3.198,44 €	608.496 €
2010	153.743,50 €	14.771,56 €	745.722 €
2011	109.068,54 €	11.734,06 €	436.006 €

La media de facturación bajó en 2011 un 29,06% con respecto al año anterior. Es el valor más bajo desde que se tienen datos, muy inferior incluso al valor de 2006, destacándose una caída en torno al 42% de la facturación máxima entre ambos ejercicios.

a) Medias de facturación por grupos

	2010	2009	2008	2007	2010	2011
GRUPO 1	368.552,70 €	382.781,19 €	363.141,56 €	378.475,61 €	369.442,30 €	259.465,300 €
GRUPO 2	157.955,20 €	139.838,00 €	148.602,80 €	136.433,49 €	151.069,70 €	127.831,17 €
GRUPO 3	48.983,48 €	40.846,29 €	57.093,53 €	43.437,63 €	47.397,98 €	47.314,29 €

Medias de facturación por provincia

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Almería	194.311,98 €	206.207,38 €	259.576,85 €	274.737,68 €	163.703,40 €	223.663,76 €
Cádiz	84.348,00 €	178.376,50 €	116.796,00 €	60.336,61 €	160.000,00 €	122.208,00 €
Córdoba				160.000,00 €		60.091,00 €
Granada	179.033,44 €	154.992,00 €	171.444,44 €	145.700,52 €	114.907,10 €	94.425,00 €
Huelva	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos	
Jaen	145.500,00 €	134.594,64 €	167.418,98 €	203.855,28 €	116.162,80 €	11.734,06 €
Málaga	149.274,56 €	121.532,67 €	135.443,58 €	221.729,17 €	96.154,24 €	82.405,50 €
Sevilla	278.416,67 €	168.626,73 €	180.652,17 €	210.275,48 €	217.316,40 €	121.639,56 €

Nota: Las casillas en blanco indican que no se tienen datos.

Es interesante observar cómo la provincia que más estabilidad presenta desde el punto de vista comparativo es Almería que, aunque presentó una notable caída en 2010, mantiene valores bastante estables. Es muy posible que esta provincia sea un paradigma de funcionamiento en cuanto a lo que supone la concentración de la demanda en pocas empresas y quizá apunte posibilidades de desarrollo sectorial atendiendo a esa fórmula. También cabe resaltar el aumento de facturación de Cádiz en el año 2010: aunque no se mantiene con la misma fortaleza en 2011, sus datos son notablemente superiores a los de 2006. En la otra cara de la moneda se encuentran los tres grandes focos de concentración empresarial (Sevilla, Granada y Málaga), cuyas caídas de facturación han sido 43%, 52% y 55% respectivamente.

Medias de facturación por provincias y por grupo

		206	2007	2008	2009	2010	2011
Almería	1	253.716,84 €	314.000,00 €	332.000,00 €	408.302,00 €		223.663,76 €
	2	134.907,12 €		187.153,71 €	141.173,36 €	163.703,41 €	
	3		98.414,77 €				
Cádiz	1		210.305,00 €				
	2		146.448,00 €	168.992,00 €	198.705,00 €	160.000,00 €	122.208,00 €
	3	84.348,00 €		64.600,00 €	14.213,81 €		
Córdoba	1						
	2						
	3						60.091,00 €
Granada	1	315.363,99 €	251.620,00 €	329.575,00 €	337.119,04 €	212.987,79 €	
	2	185.010,39 €	160.283,33 €	150.498,00 €	136.839,40 €	123.897,50 €	126.345,67 €
	3	30.749,01 €	53.072,33 €	65.680,00 €	61.067,67 €	52.462,51 €	70.484,50 €
Jaén	1		253.871,00 €	299.157,00 €	291.540,52 €	277.825,32 €	
	2	218.000 €			116.170,05 €		
	3	73.000,00 €	15.318,28 €	35.680,97 €		35.331,49 €	11.734,06 €
Málaga	1		240.189,00 €	323.494,00 €	363.488,72 €		210.600,00 €
	2	213.127,94 €	107.107,84 €	105.895,00 €	127.222,81 €	165.745,005 €	
	3	85.421,19 €	31.726,00 €	56.192,67 €		49.760,40 €	39.674,00 €
Sevilla	1	554.981,66 €	423.909,45 €	507.226,55 €	420.924,50 €	509.687,50 €	319.699,50 €
	2	185.612,00 €	134.843,66 €	145.489,00 €	114.077,51 €	146.467,93 €	132.871,00 €
	3	32.786,58 €	32.221,33 €	57.055,00 €	47.725,47 €	46.018,49 €	37.923,00 €

Nota: Las casillas en blanco indican que no se tienen datos.

En este cuadro cabe resaltar, entre otras cuestiones, la desaparición de empresas de los grupos 2 y 3 y la re-aparición de empresas del grupo 1 en Almería, lo que nos lleva a ser optimistas con esta provincia. Por otro lado, se observa la desaparición de empresas del grupo 1 en Granada, lo que tiene como consecuencia un leve aumento de la facturación del grupo 2 y un sustancial aumento del grupo 3. Estas dos subidas por tanto no deben interpretarse en términos positivos ya que se presupone que estructuras que tradicionalmente estaban en el grupo 1 ahora se encuentran en el 2 o incluso en el 3 con la merma en generación de producción y el esfuerzo de adaptación que ello supone.

En Málaga también se observa cómo vuelven a aparecer empresas del grupo 1 en detrimento de las del grupo 2, lo que también da ciertas esperanzas de que determinadas estructuras estén encontrando caminos de crecimiento. Sevilla sigue siendo el foco empresarial más grande y por tanto siguen existiendo empresas de los tres grupos (no obstante la caída de su facturación es más que evidente en todos ellos).

Pendiente de cobro 2011:

	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO
Pendiente de cobro	34.198,87 €	0 €	258.500 €

En el año 2010, la media de las cantidades pendientes de cobro era de 18.154,97 €; en 2011 este dato es de 34.198,87 €, lo que supone un aumento del 88,37%. La media de las cantidades pendientes de cobro supone un 31,36% respecto a la media de facturación.

Estos datos, entre otros, fueron los que llevaron a Faeteda, organización en la que ACTA está presente, a presentar una dura batalla con el Ministerio de Hacienda, que finalmente aceptó que las facturas de las empresas de artes escénicas impagadas por parte de los ayuntamientos entraran en el plan de pago que se puso en marcha en los primeros meses de 2012 para la eliminación de la morosidad de la administración pública.

Medias por grupos:

	GRUPOS	MEDIA
Pendiente de cobro	1	79.133,00 €
	2	41.035,09 €
	3	12.807,10 €

Tabla comparativa de la media de facturación por grupo y la media pendiente de cobro

GRUPOS	MEDIA FACTURACIÓN	MEDIA PENDIENTE DE COBRO	PORCENTAJE DE MOROSIDAD
1	259.465,30 €	79.133,00 €	30,50%
2	127.831,17 €	41.035,09 €	32,10%
3	47.314,29 €	12.807,10 €	27,07%

El grupo 3 de facturación es el que soporta un menor peso de los retrasos en los pagos de los servicios prestados.

¿Se realizó contrato previo a la función?

	PORCENTAJE %
Si	96%
No	4%

La relación contractual entre cliente y empresa está completamente generalizada.

¿Cuántas funciones fueron contratadas con Administraciones Públicas?

Media	36,61
A caché	33,78
A taquilla	2,18

¿Cuántas de estas funciones tardaron en ser abonadas más de 2 meses desde la fecha de presentación de factura?

Media	19,42
-------	-------

Más de la mitad de las funciones realizadas tardaron 2 o más meses en cobrarse. En algunos casos, años.

¿Cuántas funciones fueron contratadas con entidades de naturaleza privada?

Media	16,17
A caché	7,73
A taquilla	10,38

¿Cuántas de estas funciones tardaron en ser abonadas más de 2 meses desde la fecha de presentación de factura?

Media	1,91
-------	------

Se observa que la iniciativa privada sí que va buscando otras fórmulas tendiendo al riesgo compartido y paga mucho antes que la Administración.

1.5. Actividades y fuentes de ingresos

¿Cuáles fueron los 4 meses del año de mayor actividad?

	PORCENTAJE		PORCENTAJE
Enero	2%	Julio	7,1%
Febrero	11,1%	Agosto	6,1%
Marzo	7,1%	Septiembre	6,1%
Abril	7,1%	Octubre	15,2%
Mayo	8,1%	Noviembre	12,1%
Junio	7,1%	Diciembre	11,1%

Es el espacio de temporada de octubre a febrero, exceptuando enero, donde se concentra más del 50% de la actividad. Al contrario de lo que pudiera parecer a priori, los meses de verano dibujan una gráfica descendente en cuanto a la concentración de demanda de trabajo.

Actividades a las que se dedica la empresa

Producción de espectáculos propios	36,9%
Producción de espectáculos ajenos	1,5%
Distribución de espectáculos propios	26,2%
Distribución de espectáculos ajenos	0%
Formación	13,8%
Gestión de sala de exhibición	6,2%
Gestión/organización de programas o eventos para entidades públicas o privadas	15,4%
Total:	100%

Indica, en% cómo se repartieron durante 2011 los ingresos de la empresa

	PORCENTAJES MEDIOS
Distribución de espectáculos propios	24,13
Subvenciones	9,13
Distribución de espectáculos ajenos	18,51
Sponsor / patrocinio	0
Producción de espectáculos ajenos	14,27
Formación	6,00
Taquilla (de espacio escénico propio)	3,28
Gestión/organización	7,65
Otros	17,04
Total:	100%

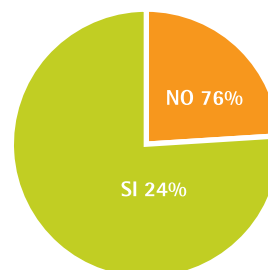
Otros: Festivales, representación de espectáculos, formación, programas específicos, venta de productos, decoraciones, pasacalles y actividades infantiles.

Las empresas comenzaron hace ya unos años a diversificar sus actividades. Aunque lógicamente la producción y distribución de espectáculos propios sigue siendo la principal actividad, poco a poco aspectos relacionados con la gestión y la formación se van haciendo hueco. Esto muestra que existe un nutrido grupo de empresas muy comprometidas con su propio desarrollo que buscan nuevas fórmulas de ingresos que les permitan paliar en alguna medida el déficit de ingresos derivados de la venta de producciones.

1.6. Subvenciones

¿Se han solicitado subvenciones por cualquier concepto durante 2011?

Sí	76%
No	24%



El 76% de las empresas encuestadas solicitaron subvenciones durante 2011. Un porcentaje muy alto que denota la ya tradicional dependencia, de las administraciones públicas como principal y única fuente de financiación.

a) Por grupos:

	GRUPOS	PORCENTAJE
Sí (76%)	1	12%
	2	24%
	3	40%
No (24%)	1	8%
	2	0%
	3	16%

En caso afirmativo, ¿a quiénes?

AAIICC	48,3%
INAEM	44,8%
Ayuntamientos	3,4 %
Otros Organismos	3,4%

La Agencia Andaluza de Instituciones Culturales (AAIICC) junto con el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM) soporta el peso de las ayudas a las empresas andaluzas de Artes Escénicas, acaparando un 93,1% de las solicitudes. En el caso del INAEM, este dato contrasta con los datos de hace unos años, cuando la solicitud de subvenciones a este organismo estatal se producían en mucha menor medida.

Cantidad media solicitada	66.960,22 €
Cantidad media concedida	46.935,47 €

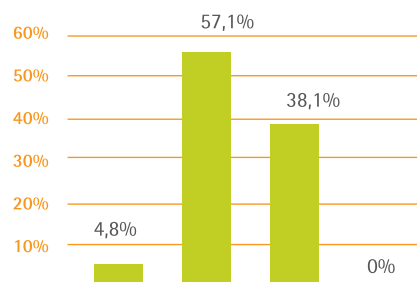
¿Se han ingresado subvenciones por cualquier concepto durante 2011?

Sí	60%
No	40%

Procedencia de las subvenciones ingresadas:

Institución/es de ámbito local/provincial	4,8%
Institución de ámbito autonómico – Junta de Andalucía	57,1%
Institución/es de ámbito nacional	38,1%
Institución/es de ámbito internacional	0,0%

El 57,1% de los ingresos por subvenciones que recibieron las empresas andaluzas procedían de la Junta de Andalucía (AAIICC), el 38,1% provenían de instituciones de ámbito nacional y sólo un 4,8% de Instituciones de ámbito local/provincial.



Cuantía media ingresada:

Institución/es de ámbito local/provincial	29.448,00 €
Institución de ámbito autonómico - Junta de Andalucía	31.691,87 €
Institución/es de ámbito nacional	34.812,50 €
Institución/es de ámbito internacional	0,00 €

¿Existen subvenciones concedidas pendientes de cobro?

Sí	44%
No	56%

Procedencia de las instituciones:

Institución/es de ámbito local/provincial	7,7%
Institución de ámbito autonómico - Junta de Andalucía	84,6%
Institución/es de ámbito nacional	7,7%
Institución/es de ámbito internacional	0,0%

Es la AAIIICC la que está demorando más el pago de las subvenciones concedidas.

Cuantía media concedida pendiente de ingresar:

Institución/es de ámbito local/provincial	16.000,00 €
Institución de ámbito autonómico - Junta de Andalucía	17.762,95 €
Institución/es de ámbito nacional	10.000,00 €
Institución/es de ámbito internacional	0,00 €

1.7. Patrocinio o espónsor

¿Se han solicitado patrocinios durante 2011?

Sí	0%
No	100%

Ninguna empresa optó por el camino de la búsqueda de patrocinio.

1.8. Acuerdos de colaboración

¿La empresa ha establecido en 2011 acuerdos de colaboración con alguna institución pública o privada?

Sí	36%
No	64%

Sólo el 36% de las empresas llegaron a acuerdos de colaboración con alguna institución pública o privada. Si bien estos porcentajes fluctúan año a año (17% en 2009, 37% en 2008, 27,3% en 2010), la tendencia es a situarse por encima del 25%.

Entre otras opciones, durante 2011 encontramos: cesión de espacios, local de ensayos, cesión de espacios escénicos, convenios, difusión y realización de actividades conjuntas, intercambios no económicos y alquiler.

Valor económico estimado

	MEDIA €
Valor económico estimado	12.658,97 €

Cuando se puede establecer un valor económico a las colaboraciones, éstas tienen un valor medio estimado de 12.658,97 €.

1.9. Personal

Nº de personas contratadas a jornada completa, durante 6 meses o más::

	MEDIA 2008	MEDIA 2009	MEDIA 2010	MEDIA 2011
General	3,06	2,80	2,79	1,80
Hombre	1,68	1,51	1,52	0,84
Mujer	1,38	1,29	1,30	0,96

La media de trabajadores contratados a jornada completa es de 1,8. De esta media, atendiendo al género, la media de las mujeres es ligeramente superior a la de los hombres. Cabe resaltar que la contratación de larga duración ha caído un 50%.

Nº de personas contratadas a media jornada, durante 6 meses o más:

	MEDIA 2008	MEDIA 2009	MEDIA 2010	MEDIA 2011
General	0,96	1,17	0,88	0,68
Hombre	0,37	0,43	0,33	0,28
Mujer	0,59	0,74	0,55	0,40

La media de trabajadores contratados a media jornada durante 6 meses o más es de 0,68 personas, significativamente inferior al año anterior. La media de las mujeres (0,40) es superior a la de los hombres (0,28).

Nº total de personas distintas a las que se ha dado de alta/baja por día o actuación:

	MEDIA 2008	MEDIA 2009	MEDIA 2010	MEDIA 2011
General	7,88	6,51	7,30	6,32
Hombre	3,93	3,51	3,88	3,52
Mujer	3,96	3,00	3,42	2,76

La media de trabajadores contratados por bolo es de 6,32. La media de los hombres es de 3,52 y la media de las mujeres es de 2,76.

Nº total de personas contratadas a media jornada/jornada completa durante 2011 por un tiempo inferior a 6 meses:

	MEDIA 2008	MEDIA 2009	MEDIA 2010	MEDIA 2011
General	3	1,57	1,82	1,12
Hombre	1,5	0,8	0,79	0,64
Mujer	1,5	0,77	1,03	0,48

La media en general es de 1,12 personas, de las que el 0,64 corresponde a la media de hombres y el 0,48 de las mujeres.

En general, como cabía esperar a tenor de los datos de facturación, los valores de contratación son inferiores a los de 2010 en porcentaje variable pero ninguno menor del 20% y en ocasiones superando el 50%.

1.10. Recursos de la empresa

Indica, en% cómo se repartieron durante 2011 los gastos de la empresa

Gastos de personal	41,35%
Gastos de estructura	17,02%
Comunicación	7,04%
Gastos para la producción de espectáculos	14,42%
Otros:	20,17%
Total	100%

El capítulo más alto de gastos se refiere a personal, siendo tres veces más grande que lo destinado a las producciones. Llama la atención lo dedicado a comunicación, que aun siendo la partida más pequeña es ya una constante en las empresas.

2 PRODUCCIÓN. ESPECTÁCULOS ESTRENADOS

¿Existe en la empresa una persona especializada en producción de espectáculos?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	56%
No	44%

Tras un importante proceso de especialización llevado a cabo en la última década en las empresas de Artes Escénicas en todos sus departamentos, se aprecia un descenso significativo en el área de producción durante los últimos años, pasando del 77,1% en 2009, al 66,7% en 2010, y reduciéndose al 56% en 2011. Posiblemente, las empresas han tenido que aligerar sus estructuras y ésta ha sido una de las áreas afectadas.

En caso afirmativo, ¿Qué formación principal tiene?

PORCENTAJE DE PERSONAS	
Autodidacta	28,6%
Formación reglada	50%
Cursos	21,4%

¿Ha estrenado algún espectáculo nuevo durante 2011?

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Sí	75,8%	77,8%	75,0%	60,0%	66,7%	64,0%
No	24,2%	22,2%	25,0%	40,0%	33,3%	36,0%

El porcentaje de empresas que estrenaron algún espectáculo nuevo en 2011 es de 64%, porcentaje ligeramente inferior al valor de 2010 pero muy alejado de los valores de 2008 y años anteriores, que mostraban una mayor actividad.

En caso afirmativo, ¿cuántos?

Media 2006	1,56 espectáculos
Media 2007	1,86 espectáculos
Media 2008	1,09 espectáculos
Media 2009	1,45 espectáculos
Media 2010	1,32 espectáculos
Media 2011	1,19 espectáculos

La media es de 1,19 espectáculos, el segundo valor más bajo de los últimos seis años.

¿Ha reestrenado o repuesto en 2011 algún espectáculo antiguo?

Sí	8%
No	92%

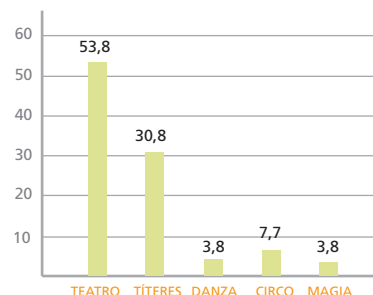
El 8% de las empresas repusieron o reestrenaron durante 2011 alguna producción anterior a 2009. Es significativo este dato, muy inferior al de ejercicios anteriores, pues en 2009 un 17,1% de las empresas repusieron o reestrenaron, mientras que en 2010 el porcentaje fue del 15,2.

2.1. Espectáculos estrenados

GÉNERO

Teatro	53,9%
Títeres	30,8%
Danza	3,8%
Circo	7,7%
Magia	3,8%

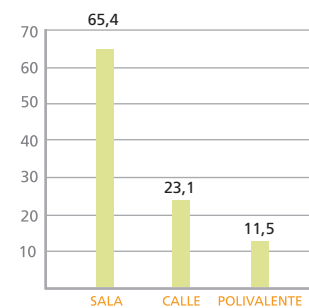
Una vez más, en 2011 el porcentaje más alto de espectáculos estrenados corresponden a Teatro. Sin embargo, año a año esta categoría ve reducida su presencia en favor de otros géneros, como los Títeres, que pasan del 18,4% en 2009 al 30,8% en 2011.



Lugar principal de exhibición

Sala	65,4%
Calle	23,1%
Polivalente	11,5%

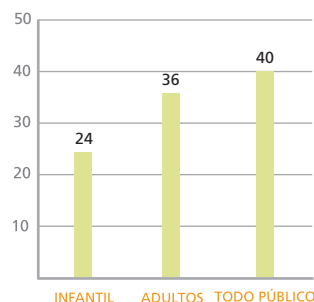
Las salas claramente siguen siendo el principal lugar de exhibición. Sin embargo, respecto a años anteriores cabe destacar una mayor apuesta por los espectáculos de calle (que no habían representado más del 15%) y una menor producción de espectáculos para ser exhibidos indistintamente en espacios cerrados y abiertos, porcentaje que disminuye año a año.



Público al que va dirigido

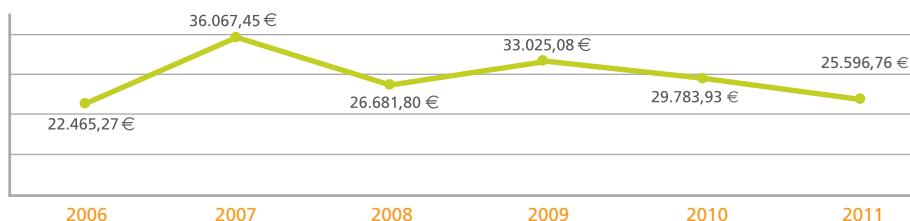
Infantil/juvenil (0-16 años)	24%
Adultos (17 años en adelante)	36%
Todo Público (0-99 años)	40%

El porcentaje más alto corresponde a la categoría Todo público con un 40%. Respecto a 2009 y 2010 no es posible destacar ninguna tendencia: mientras que en 2009 el público destinatario fue muy similar a 2011, en 2010 los espectáculos para público infantil fueron los más producidos (un 46,7%).



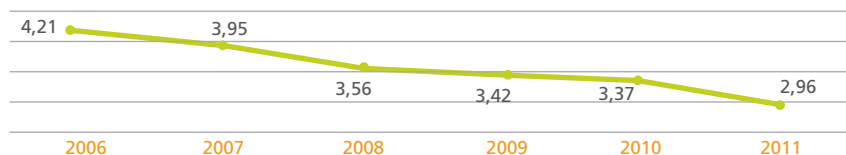
Coste de la producción

La media del coste de la producción de los espectáculos estrenados en 2011 fue de 25.596,76 €, un 14,06% inferior a la media de 2010 y uno de los valores más bajos de los últimos 6 años.



Número de intérpretes

La media de intérpretes contratados en los espectáculos de 2011 fue de 2,96 personas.



Es clarísima la tendencia: los espectáculos de las compañías andaluzas cada vez tienen menos actores y actrices en el escenario.

En 2011, ¿contrató a los intérpretes durante los ensayos?

Sí	61,5%
No	38,5%

El 61,5% de las empresas contrataron a los intérpretes durante los ensayos, porcentaje inferior a años anteriores, produciéndose una tendencia a la baja. Si durante algunas temporadas se produjo un incremento en las contrataciones durante los ensayos, es claro que se está produciendo de nuevo un aumento de la precariedad laboral.

En caso afirmativo, forma de contratación:

Media jornada	53,3%
Jornada completa	46,7 %

El porcentaje de contratación a media jornada es superior al de jornada completa, cuando en años anteriores era al contrario.

Forma de pago:

Por día de contrato	42,9%
Contrato mensual	57,1%

Salario por día o mes, según corresponda -neto; dietas/alojamiento aparte-:

Media diaria	49 €
Media mensual	875 €

Los valores son muy similares a los de años anteriores, lo que en la práctica viene a significar una reducción de los salarios.

Número de técnicos en gira:

Media	0,92 personas
-------	---------------

Es el primer año en el que esta media baja de 1 persona, lo que quiere decir que durante 2011 hubo muchos más espectáculos que no desplazaron a ningún técnico que en temporadas anteriores. Del mismo modo que se han reducido los elencos se reduce el personal técnico.

La producción, ¿obtuvo subvención?

Sí	42,3%
No	357,7%

El 42,3% de las producciones estrenas en 2011 obtuvieron subvención. Este porcentaje es superior al de los años 2009 y 2010, cuando aproximadamente el 34% de las producciones se llevaban a cabo con alguna subvención.

En caso afirmativo, cantidad obtenida en la subvención:

Media 18.043,75 €

Este valor representa prácticamente la mitad de la media obtenida por subvención en 2010.

¿Tuvo patrocinio o sponsor privado?

Sí	0% €
No	100 % €

Como se indicaba en el apartado 1.7, ninguna empresa declara haber solicitado patrocinios durante 2011, por lo que es evidente que no se obtuvo cantidad alguna por este concepto para las producciones.

Amortización

¿Contempla un porcentaje de amortización de la inversión como parte del caché?

Sí	65,4%
No	34,6%

A destacar el alto porcentaje de empresas que no contemplan la amortización de su producción en el caché.

En caso afirmativo, ¿de cuánto es ese porcentaje?

Media del porcentaje 9,64%

La media del porcentaje de amortización es de 9,64%.

3 LA EXHIBICIÓN

3.1. Distribución

¿Existe en la empresa una persona especializada y dedicada principalmente a la distribución?

Sí	60%
No	40%

El 60% de las empresas han incluido en sus equipos personal profesional para distribuir. En los últimos años el sector empresarial intenta profesionalizar sus estrategias y equipos de distribución a fin de mejorar sus ventas y desarrollar su labor comercial con mayor grado de eficacia y éxito.

3.1.1. En Andalucía

La distribución en Andalucía de los espectáculos propios, ¿quién la realiza?

La propia compañía	68%
Empresa especializada	24%
Ambas	8%

El 68% de las compañías distribuyen sus propios espectáculos en su comunidad, es decir, las personas encargadas de la venta y comercialización de los productos artísticos que la empresa genera, pertenecen a la propia empresa y son parte de su organigrama.

En caso de trabajar con una empresa especializada en distribución, ¿qué porcentaje del caché cobra?

Media del caché	12,78 %
-----------------	---------

Las distribuidoras suelen cobrar entre el 10% y el 20%, siendo la media el 12,78%. Generalmente este porcentaje lo que hace es encarecer el producto, de ahí que haya cierta reticencia a trabajar con agencias externas y más en momentos como el actual de verdadera crisis en los precios y bajada generalizada de los presupuestos destinados a cultura.

3.1.2. Fuera de Andalucía

La distribución fuera de Andalucía de los espectáculos propios, ¿quién la realiza?

La propia compañía	56%
Empresa especializada	32%
Ambas	12%

En comparación con la propia comunidad, la distribución fuera de Andalucía se apoya más en empresas externas que conocen mejor esos mercados.

En caso de trabajar con una empresa especializada en distribución, ¿qué porcentaje del caché cobra?

Media del caché	13,33%
-----------------	--------

Las distribuidoras suelen cobrar entre el 10% y el 20%, siendo la media el 13,33%.

3.2 Espectáculos en gira

¿Cuántos espectáculos mantuvo en gira durante 2011?

La media de los espectáculos en gira en 2011 fue de 3,12 espectáculos.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Media	3,12	3,55	3,28	2,94	2,82	3,12

La tabla comparativa por años muestra valores que van del 2,8 del año 2010 año al 3,5 del año 2007, lo que confirma que las empresas, como estrategia, suelen mantener en repertorio varios espectáculos al mismo tiempo.

a) Medias por grupos, en 2009:

Grupo 1	3,40 espectáculos
Grupo 2	3,33 espectáculos
Grupo 3	2,93 espectáculos

El grupo que más espectáculos mantiene en gira de media es el 1 con 3,40 espectáculos, seguido del grupo 2 con 3,33 espectáculos y finalmente el grupo 3 con una media de 2,93 espectáculos. Todos los grupos empresariales funcionan según los mismos parámetros.

¿Existe en la empresa una persona responsable en gira/bolos que no ejerza tareas artísticas o técnicas?

Sí	16%
No	84%

Los datos de contratación de personal afectan a todas las áreas, lo que no quiere decir que estas tareas dejen de realizarse, sino que son asumidas por otros miembros de los equipos.

Contratación, pagos, personal

¿Se da de alta a todos los intérpretes/técnicos durante los bolos/giras?

Sí	92%
No	8%

El 92% de los trabajadores está asegurado durante los bolos/giras.

Forma de pago habitual:

Por día de trabajo	87,5 %
Contrato mensual	12,5 %

La mayor parte, un 87,5% de las contrataciones se hacen por día de trabajo, factor determinante que profundiza en la precariedad laboral endémica del sector.

Salario neto por día de trabajo –dietas/alojamiento aparte–:

Media por día	123 €
---------------	-------

La media de sueldo por día de trabajo es de 123 €, un 11,16% menos que en 2008, tal como muestra la siguiente tabla.

	2008	2009	2010	2011
Media neto por día	138,45 €	136,33 €	133,86 €	123,00 €

a) Medias por grupos:

Grupo 1	112,20 €
Grupo 2	133,00 €
Grupo 3	123,33 €

El grupo que más paga es el grupo 2 y el que menos, el grupo 1. No obstante la diferencia económica entre los dos grupos es de solo 9,67 €.

Salario neto por mes –neto; dietas/alojamiento aparte–:

Media	933,33 €
-------	----------

El salario medio está por encima del salario mínimo interprofesional. Sin embargo, es un 4,62% menos que en 2008.

	2008	2009	2010	2011
Media neto por mes	978,57 €	1.230 €	1.300 €	933,33 €

¿Qué cantidad se paga al día, a técnicos e intérpretes, en concepto de dieta de manutención –sin alojamiento– durante las giras/bolos?

35 € o menos	69,6%
Más de 35 €	30,4%

El 69,6% de las empresas pagan 35 € o menos en concepto de dietas de manutención (desayuno, comida y cena).

En caso de pagar directamente al intérprete/técnico una cantidad fija destinada al alojamiento, cantidad abonada por día:

35 € o menos	50%
Más de 35 €	50%

3.2.1. Espectáculos en gira

Datos generales

La vida media de los espectáculos estrenados es de 2,63 años.

Media	2,63 años
-------	-----------

Como puede observarse en la siguiente tabla, el valor es similar al de 2010, pero bastante alejado del año 2008 y anteriores.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Vida media espectáculos estrenados	3,12 años	3,55 años	3,12 años	2,78 años	2,60 años	2,63 años

GÉNERO	PORCENTAJE DE ESPECTÁCULOS
Teatro	51,7%
Títeres	33,3%
Danza	6,7%
Circo	6,7%
Magia	1,7%

La mayor parte de los espectáculos en gira durante 2011 son de teatro (el 51,7%) y para ser exhibidos en sala (71,7%). Estas coordenadas, teatro y sala, se mantienen a lo largo del tiempo, no hay cambios ni en el lugar de exhibición ni la edad del público que consume.

Lugar principal de exhibición:

Sala	71,7%
Calle	21,7%
Polivalente	6,7%

Público al que va dirigido:

Infantil/Juvenil	43,3%
Adultos	25,0%
Todo Público	31,7%

Sigue siendo mayoritaria la producción destinada a público Infantil/juvenil. Si ésta es sumada a las producciones destinadas a "todo público", suponen el 75% de lo que se produce en nuestra comunidad.

Número de intérpretes / técnicos en gira

Media	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Intérpretes	4,21	3,95	3,56	3,42	3,15	3,22
Técnicos	1,61	1,5	1,42	1,07	1,17	0,97

La media de intérpretes es de 3,22 y la de técnicos es de 0,97. La progresión es claramente a la baja desde 2006: un 23,52% menos en el caso de intérpretes y un 39,75% en el caso de los técnicos.

Media de intérpretes en función del público al que va dirigido el espectáculo

Infantil / juvenil	3,00
Adultos	3,87
Todo Público	3,00

Las medias son similares en los tres grupos.

4

FUNCIONES EN 2011

Funciones por espectáculo 2011

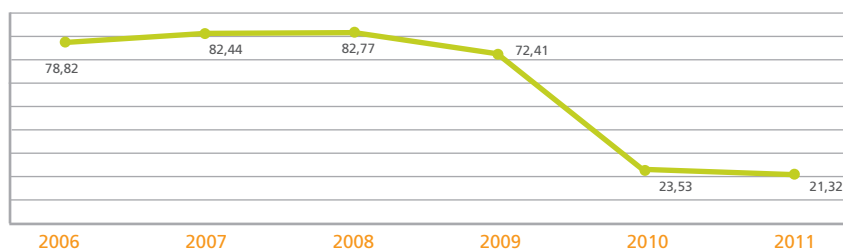
Media 21,32 funciones

Histórico

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Media funciones	78,82 €	82,44 €	82,77 €	72,41 €	23,53 €	21,32 €

La media en 2011 de funciones es de 21,32. La tendencia una vez más es a la baja, siendo el descenso con respecto a 2010 del 9,39%. Desde 2006 hasta 2011, se ha reducido la media en 57,5 funciones. La caída de las ventas es más que notable y muy preocupante cara al futuro del sector.

El porcentaje de bajada en 2011 es del 72,95% respecto a 2006.



a) Medias de funciones realizadas por grupos:

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Grupo 1	794,50	139,12	105,25	40,04	35,43	26,85
Grupo 2	108,45	73,66	112,73	23,16	23,37	33,29
Grupo 3	52,07	45,00	40,33	17,25	16,06	14,06

Entre el grupo 2 y el 3 la diferencia es de 19,23 funciones.

Media de funciones

	2008	2009	2010	2011
En la propia provincia	18,09	7,06	7,29	7,37
Fuera de la provincia	51,97	14,04	14,96	5,18
En el resto del Estado (sin contar las de Andalucía)	28,80	10,97	8,32	8,15
En el extranjero	1,61	1,23	0,79	0,60

El descenso más acusado lo encontramos en la media de funciones en Andalucía fuera de la propia provincia, con un 65,37% menos de funciones en 2011 con respecto a 2010.

Media de funciones en función de la fórmula de contratación:

Nº funciones a caché	16,85
Nº funciones exclusivamente a taquilla	3,98
Nº funciones con un "fijo más taquilla"	0,41

Se mantiene el caché como fórmula más frecuente de contratación, pero cobra fuerza la taquilla.

Caché

1. Caché habitual por bolo suelto en la propia provincia -sin IVA- 2011:

Media 1.902,45 €

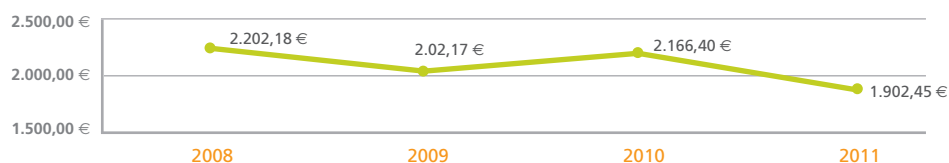
La media del caché por bolo en la provincia en 2011 es de 1.902,45 €

El porcentaje de bajada en 2011 es del 13,61% respecto a 2008 (no se dispone de este dato en años anteriores).

Histórico

	2008	2009	2010	2011
Media	2.202,18 €	2.026,17 €	2.166,40 €	1.902,45 €

La diferencia en la media entre 2008 y 2011 es de 299,73 €, esto es, un descenso del 13,61%.



a) Medias por grupos:

Grupo 1	2.734,62 €
Grupo 2	2.036,54 €
Grupo 3	1.509,91 €

Los cachés más altos están en el grupo 1 y los más bajos en el 3. La diferencia en euros entre el grupo 1 y el 2 es de 698,08 € y entre el grupo 1 y el 3 es de 1.224,71 €. Los grupos más próximos en cuanto a caché se refiere son el 2 y el 3, la diferencia a favor del grupo 2 es de 526,63 €.

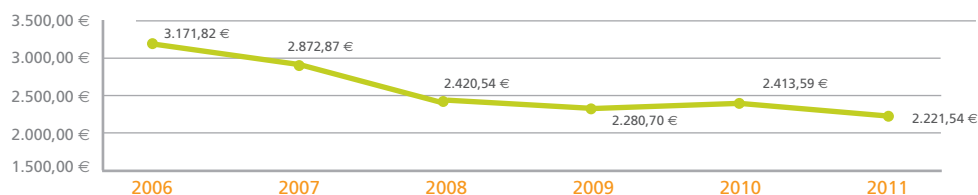
2. Caché habitual por bolo suelto en Andalucía -sin IVA- 2011:

Media 2.221,54 €

Realizar un bolo en Andalucía, fuera de la propia provincia, supone un incremento medio en el caché de 319,09 €.

Histórico

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Media	3.171,82 €	2.872,87 €	2.420,54 €	2.280,70 €	2.413,59 €	2.221,54 €



El porcentaje de bajada en 2011 es del 29,96% respecto a 2006.

a) Medias por grupos:

Grupo 1	3.442,31 €
Grupo 2	2.412,32 €
Grupo 3	1.671,88 €

Las medias siguen las progresiones anteriores, son más altos los cachés en el grupo 1 que en los grupos 2 y 3. La diferencia entre el grupo 1 y el grupo 3 es de 1.770,43 €.

3. Caché habitual por bolo suelto fuera de Andalucía -sin IVA- 2011:

Media	2.633,75 €
-------	------------

La media fuera de Andalucía es de 2.633,75 €, el incremento respecto al bolo en la Comunidad de media es de 412,21 €.

a) Medias por grupos:

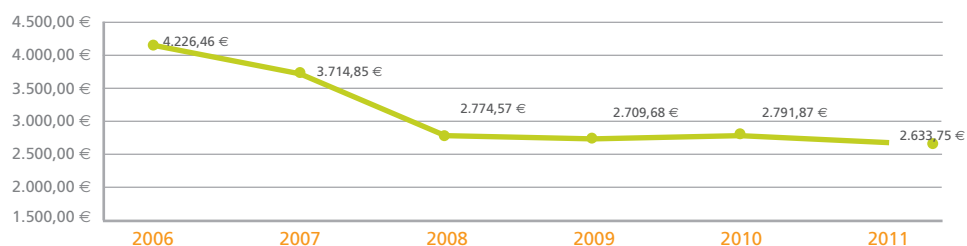
Grupo 1	4.012,50 €
Grupo 2	2.702,85 €
Grupo 3	2.050,00 €

Histórico

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Media	4.226,46 €	3.714,85 €	2.774,57 €	2.709,68 €	2.791,87 €	2.633,75 €

En 2007 respecto a 2006 los cachés bajaron un 16%. En 2008 bajaron un 25,3% y en 2009 aún bajaron un 2,3% más. En 2010 se produjo un ligerísimo aumento del 3,03% con respecto a 2009 y en 2011 vuelve a bajar con respecto a 2010 un 5,66%.

El porcentaje de bajada en 2011 es del 37,68% respecto a 2006.

**4. Caché habitual en campaña/gira en la propia provincia -sin IVA, por función- 2011:**

(Nota: el término gira/campaña implica la contratación de 3 o más funciones a desarrollar en días consecutivos.)

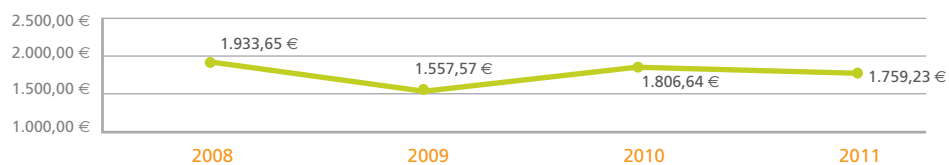
Media	1.759,23 €
-------	------------

a) Medias por grupos:

Grupo 1	2.136,36 €
Grupo 2	2.545,56 €
Grupo 3	1.168,42 €

Histórico

	2008	2009	2010	2011
Media	1.933,65 €	1.557,57 €	1.806,64 €	1.759,23 €



Respecto a 2008, el porcentaje de bajada en 2011 es del 9,02%

5. Caché habitual en campaña/gira en Andalucía -sin IVA, por función- 2011:

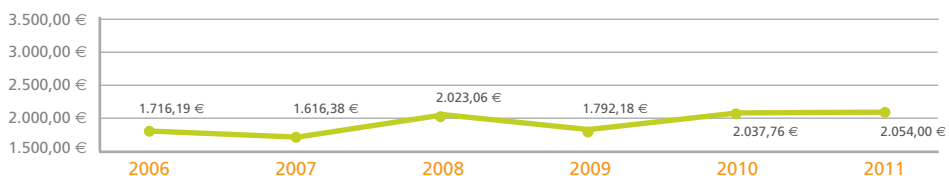
Media 2.054,00 €

a) Medias por grupos:

Grupo 1	2.540,18 €
Grupo 2	2.834,44 €
Grupo 3	1.366,67 €

Histórico

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Media	1.716,19 €	1.616,38 €	2.023,06 €	1.792,18 €	2.037,76 €	2.054,00 €



El porcentaje de subida en 2011 es del 19,68% respecto a 2006.

6. Caché habitual en campaña/gira fuera de Andalucía -sin IVA, por función- 2011:

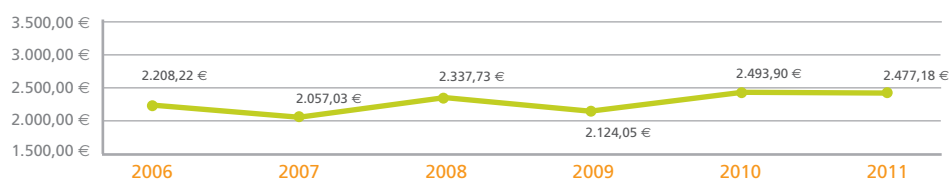
Media 2.477,18 €

a) Medias por grupos:

Grupo 1	3.404,55 €
Grupo 2	2.966,00 €
Grupo 3	1.638,89 €

Histórico

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Media	2.208,22 €	2.057,03 €	2.337,73 €	2.124,05 €	2.493,90 €	2.477,18 €



El porcentaje de subida en 2011 es del 12,18% respecto a 2006

Taquilla

En caso de haber actuado exclusivamente "a taquilla", ¿Cuánto se facturó de media?

Media 695,00 €

La media de recaudación en 2011 ha sido de 695,00 € mientras que en 2010 fue de 1.078,61 €, lo que supone un descenso del 35,53%.

a) Medias por grupos:

Grupo 1	<u>4.500,00 €</u>
Grupo 2	<u>519,29 €</u>
Grupo 3	<u>460,91 €</u>

El valor mínimo es de 200 € y el valor máximo es de 4.500 €. Las diferencias entre el grupo 1 y el resto son muy significativas.

En caso de haber utilizado la fórmula "fijo más taquilla", ¿Cuál fue la recaudación media de taquilla?

Media 460,00 €

El valor mínimo es de 250 € y el máximo es de 850 €. El porcentaje de bajada en 2011 es del 31,89% respecto a 2009 (no se dispone de los datos de años anteriores).

¿Cuál fue el importe medio del fijo? -sin IVA-

Media 1.075 €

El valor mínimo es de 600 € y el máximo es de 1.500 €.

Circuitos y Diputaciones 2011 – Espectáculos en gira

Del total de funciones realizadas de este espectáculo, cuantas fueron contratadas por:

	Media
Circuito de Diputación de la propia provincia	0,72
Circuito de Diputación de otra provincia andaluza	0,73
Circuito de Diputación de una provincia fuera de Andalucía	1,13
Circuito Andaluz de Teatro	1,42
Circuito Abecedaria	0,62
Circuito o Campaña autonómica de gestión pública	1,12
Circuito o Campaña de gestión privada	2,38

Sólo el 28,3% de las compañías representan en el Circuito de Diputación de su provincia.

El 15% de compañías actúan en circuitos provinciales de otra provincia andaluza que no sea la suya.

Sólo el 10% de las empresas actúan en circuitos fuera de Andalucía.

El 31,7% de las empresas formaron parte de la oferta del Circuito Andaluz de Teatro.

Únicamente el 3,3% de los espectáculos en gira fueron contratados en el Circuito Abecedaria.

El 11,7% del total representó en algún circuito o campaña autonómica de gestión pública.

A continuación señalamos algunos de estos circuitos de gestión pública: Red de espacios de Madrid, Red de Teatros de Castilla y León, Red valenciana, Red de Galicia, Burjassot Valencia, Móstoles, Villamayor, Marbella, Baeza, Programa educativo Teatro del Ayto. Málaga y Circuito de Espacios Escénicos de Castilla y León.

El 21,7% de las empresas representaron en algún circuito o campaña de gestión privada.

A continuación señalamos algunos de estos circuitos de gestión privada: Campaña escolar Sala Cero, Granada Educa, Caja de Granada, Agadic Galicia, La Imperdible, Campaña teatro escolar de Almería, Campaña teatro escolar de Murcia, Teatro Paraíso en Vitoria, FIDAI Uruguay, Alhendín, Jinete Verde, Circuito Teatro Educativo centros GSD Madrid, Kontainer, Espacio Eugenio Barba, Corralonarte, Campaña teatro escolar de Jaén.

Ferias y Festivales españoles 2011

Cuántos bolos del total fueron contratados por Ferias y Festivales:

	MEDIA
Feria de Teatro en el Sur de Palma del Río	0,13
Alguna otra Feria, Muestra, Mercado o Festival en Andalucía	0,52
Feria, Muestra, Mercado o Festival español fuera de Andalucía	0,55

De los 60 espectáculos de los cuales se tienen datos, sólo 7 se presentaron en la Feria de Palma del Río, es decir, un 11,7%.

Un 26,7% ha actuado en alguna otra Feria, Muestra, Mercado o Festival andaluces.

Nombre de Feria, Muestra, Mercado o Festival en Andalucía: Festival Internacional de Títeres Sevilla, Festival Internacional de Cazorla, II MITIN Sevilla, Mes de danza de Sevilla, Festival Internacional de Títeres de Cádiz, Festival en clave de humor Rincón de la Victoria, Festival Circo Circada, MUDA, Festival Títeres Granada y Málaga, Comedias de Antequera, Festival de Teatro para niños de La Rinconada, El Ejido, FIT, Cádiz en Danza, Universidad Internacional,

Festivales Internacionales de Teatro con Títeres, Objetos y Visuales de Granada y Málaga, Teatro Alhambra, Feria de Teatro de Córdoba, Cazalla de la Sierra, Santa Fe, Festival de humor, Teatro Echegaray (Sevilla),

El 38,3% ha actuado en alguna Feria, Muestra, Mercado o Festival español fuera de Andalucía.

Internacional 2011

La media de funciones en el extranjero fue de 0,58.

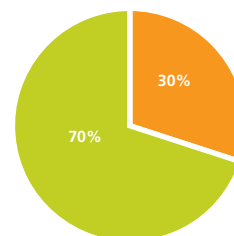
El 18,3% de las empresas fue contratada en el extranjero durante 2011.

Ayudas a gira 2011

¿Ha solicitado ayuda/s a la Administración para esta gira?:

Sí	30%
No	70%

El 70% de las empresas encuestadas no solicita subvenciones para las giras.



En caso afirmativo, indicar la cuantía total solicitada:

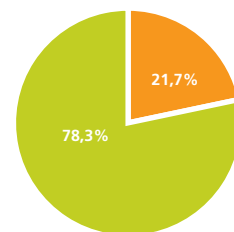
Media	22.181,33 €
-------	-------------

Indicar la institución/es a la/s que se ha solicitado: INAEM, AAIICC, Ministerio de Cultura y Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía,

¿Ha recibido alguna ayuda de la Administración para esta gira?

Sí	21,7%
No	78,3%

El 78,3% de las empresas encuestadas que solicitaron ayuda no la recibieron frente al 21,7% que sí la obtuvieron.



En caso afirmativo, indicar la cuantía total recibida:

Media	20.333,27 €
-------	-------------

Indicar la institución/es a la/s que se ha solicitado: INAEM, AAIICC, Ministerio de Cultura y Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.

5 CONCLUSIONES

Entre 2006 y 2011 se ha reducido la media del número de funciones en un 72,95%.

Este dato afecta negativamente a todos los demás indicadores, por ejemplo:

1. La media de facturación de 2011 es un 42% inferior a la de 2006, siendo las empresas localizadas en las provincias con más concentración de oferta las que lideran el ranking de caídas de facturación.
2. La producción en 2011 cae a niveles inferiores a 2006, habiendo por tanto un menor número de espectáculos estrenados en el mercado y menos especializados en cuanto a los públicos destinatarios.
3. La media del coste de producción es el segundo valor más bajo de los últimos seis años. Los formatos de los espectáculos se reducen año a año.
4. Se ha pasado de una media de 4,21 intérpretes en el escenario en 2006 a 2,96 en 2011. Por primera vez, el número de técnicos por espectáculo es inferior a 1.
5. Se contratan muchas menos personas en todas las áreas, por menos tiempo y en peores condiciones.
6. Los cachés ha disminuido un 29,96% y un 37,68% en Andalucía y fuera de Andalucía, respectivamente, con respecto a 2006.

En definitiva, los datos indican un importante agravamiento de la situación de las empresas al finalizar el ejercicio de 2011 con respecto a 2006, tanto a nivel empresarial como artístico.

6 INFORME

La traducción de estos datos a la realidad nos muestra la desaparición lenta pero imparable del sector empresarial escénico andaluz y, por consiguiente, la eliminación de muchos puestos de trabajo, tanto directos como indirectos, y el aumento de la precariedad y la auto-explotación laboral.

Las medidas anti-crisis adoptadas en los últimos meses por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, y algunas que no se han ejecutado, han agravado la situación general de empobrecimiento que el sector soporta y están mermando su capacidad de resistencia. De hecho, es digno de admiración que aún haya empresas produciendo de la forma en que lo hacen y con la aceptación de público que tienen, consiguiendo incluso reconocimientos nacionales.

Si los datos de 2011 son escalofriantes, los datos de 2012 y 2013 se presumen peores como consecuencia de:

1. La drástica reducción o eliminación de las principales fuentes de financiación pública (subvenciones) que han sostenido el desarrollo del sector en los últimos 25 años y que son imprescindibles en un momento de cambio de ciclo para ayudar a la pervivencia de una parte del sector andaluz en activo.
2. El sector no encuentra fórmulas alternativas de financiación ni de obtención de ingresos más allá de cierta diversificación. El patrocinio y el mecenazgo, cuyo desarrollo legislativo aún se sigue esperando, no es hoy por hoy una alternativa, bien porque las propias empresas no saben acceder a ellos, bien porque los patrocinadores han reducido drásticamente sus presupuestos para estos fines.
3. Se avanza muy tímidamente en acuerdos de colaboración entre empresas, y entre empresas y administración, como fórmula de desarrollo de proyectos.
4. El deterioro progresivo de los circuitos provinciales y, sobre todo, de los Circuitos Escénicos Andaluces, ha dificultado enormemente la movilidad interprovincial de las empresas, quedando el ámbito provincial como hábitat natural. La cancelación sin previo aviso del segundo semestre del Circuito Andaluz de Teatro, que quedó sin ejecutar, dejó al sector en una situación de desamparo que ha supuesto en la práctica todo un año de parón al eliminar las pocas posibilidades de mercado que había.
5. La única fórmula de contratación viable en el ámbito de exhibición principal, el público, sigue siendo el caché, lamentablemente. Las taquillas, porque siguen sin poder desarrollarse y porque además están asociadas a una crisis de consumo, cumplen un papel testimonial.

En este momento es preciso un pacto interno del sector consigo mismo. Es incuestionable e indispensable la existencia de organizaciones como ACTA a nivel autonómico o Faeteda a nivel nacional, ya que son las únicas estructuras que pueden enfrentarse a problemas comunes, tales como la morosidad o la reclamación de niveles impositivos de IVA no letales. Es fundamental que el sector tome las riendas del cambio, abra paso a una nueva etapa devolviendo las artes a la sociedad, de donde nunca debieron salir.

Se impone, en definitiva, un amplio y serio debate sobre un modelo actual caduco y el posible modelo de desarrollo futuro: determinar sin miedos, sin cantar mantras aprendidos y no reflexionados, cuál es el marco de acción que la Administración, el llamado sector público, ha de tener; determinar cuál es el papel de las empresas de artes escénicas.

Cuando todos los datos son tan negativos, cuando las políticas intervencionistas han dado como resultado la situación donde estamos, cuando la escasez de recursos es tan evidente, cuando los niveles impositivos estrangulan la acción empresarial, es hora de desmontar grandes mentiras sustentadas en unos ideales que son permanentemente violados y traicionados y cuyo resultado es un empobrecimiento galopante del sector del que sólo se mantiene al margen la parte pública. Una vez más, hay que ser claros, y denunciar, y aceptar que este modelo sólo sigue interesando a aquellos que han estado viviendo de intervenirlo.

DIRECCIÓN DEL PROYECTO

Nines Carrascal

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE DATOS

Nines Carrascal, Sergio Casado y Carlos Gil Company

EXPLOTACIÓN DE DATOS

Clara Baquero

TRABAJO DE CAMPO

Oficina de gestión de ACTA

Anabel Enrique, Isabel Clara Jiménez

Estudio elaborado por:



C/Cisneo Alto, nº 18-20, local 7, 41009. Sevilla

Tel.954 284 611/ 626 626 526

acta@teatroandaluz.es

www.teatroandaluz.es

Con la colaboración de:

