



asociación de empresas de artes escénicas de andalucía

## Análisis del sector de las artes escénicas de Andalucía



**ACTA 2009**

# Análisis del sector de las artes escénicas de Andalucía

## ÍNDICE

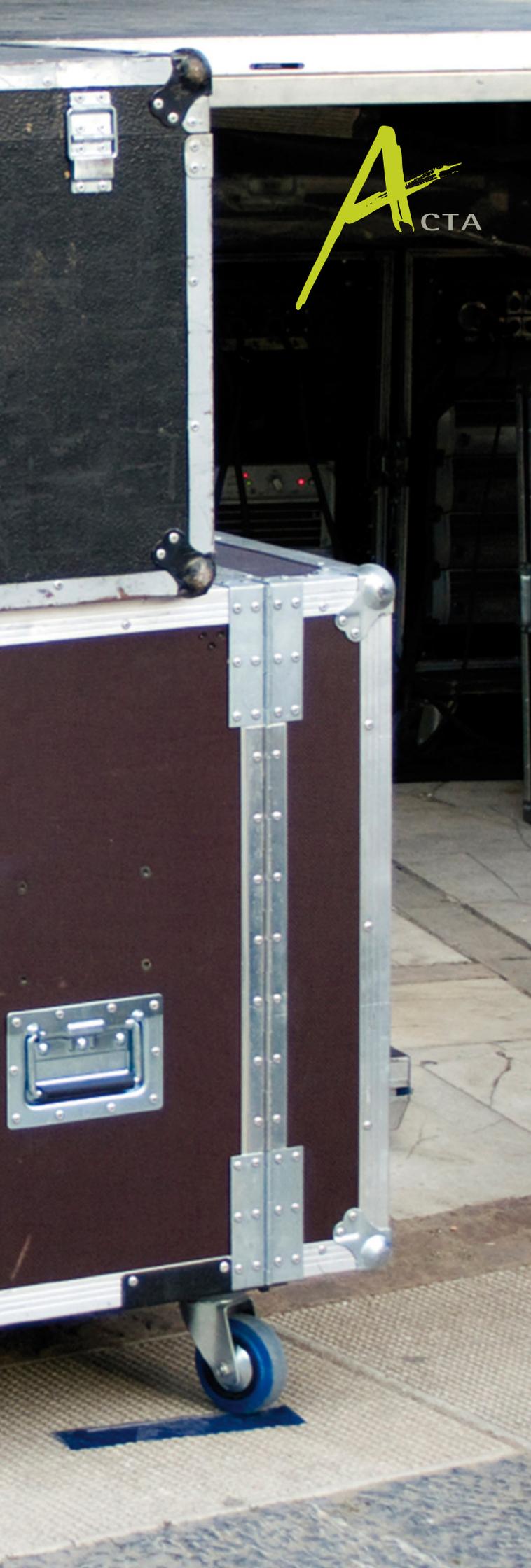
INTRODUCCIÓN	3
DATOS IDENTIFICATIVOS	4
<b>1</b> LA MUESTRA	5
1.1 Procedencia de los grupos	5
1.2 Antigüedad	5
1.3 Figura jurídica	5
1.4 Facturación	5
1.5 Actividades y fuentes de ingresos	6
1.6 Subvenciones	7
1.7 Patrocinio o espónsor	8
1.8 Acuerdos de colaboración	8
1.9 Personal	9
1.10 Recursos de la empresa	9
<b>2</b> PRODUCCIÓN. ESPECTÁCULOS ESTRENADOS	12
2.1 Espectáculos estrenados	12
2.2 Coste de la producción	13
<b>3</b> LA EXHIBICIÓN	15
3.1 La distribución	15
3.2 Espectáculos en gira	15
<b>4</b> FUNCIONES EN 2009	20
<b>5</b> INFORME FINAL	25
<b>6</b> CONCLUSIONES	28

ACTA

DIRECCIÓN DEL PROYECTO  
**Nines Carrascal**

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE DATOS  
**Jose M<sup>a</sup> Barea, Nines Carrascal, Sergio Casado  
y Carlos Gil Company**

EXPLOTACIÓN DE DATOS  
**Clara Baquero**



## HACIA OTROS MODELOS DE GESTIÓN II

El principal objetivo del presente estudio, el cuarto que se realiza de manera consecutiva, no es otro que mostrar las características más significativas que describen la actividad del empresariado teatral de las Artes Escénicas asociado a ACTA durante el ejercicio 2009 y los modelos de gestión que rigen su actuación.

Se trata de una radiografía que, con el paso de los años, se ha demostrado una muy fidedigna y extremadamente útil herramienta, si todos los principales agentes implicados hicieran uso de ella.

La primera parte del estudio recoge las tablas estadísticas resultantes de la explotación de los datos obtenidos a través de los cuestionarios enviados a las empresas asociadas a ACTA. El estudio se cierra con un informe reflexivo sobre la actividad del sector en el año 2009 y sus perspectivas y con unas conclusiones en las que se propone el Pacto por las Artes Escénicas de Andalucía.

## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Muestra

Las compañías asociadas a ACTA que han respondido a la encuesta son (por orden alfabético): A la sombrita "Teatro de pocas luces", Animasur, Axiomateatro, CIA Sala Cero Teatro, Da.Te Danza, Desguace Teatro, El Carromato, El Espejo Negro, El Estable Teatro, Epse Clown, Escenalia, Escenoteca, Histrión Teatro, Hocus Pocus, La Gotera de lazotea, La Madriquera Teatro, La Paca, La Serda Teatro, Lance Producciones, Lasal Teatro, Lavi e Bel, Los Ulen, Pata Teatro, Producciones Imperdibles, Producciones la Seducción, Proyecto Avanti, Remiendo Teatro, Rolabola, Síndrome Darío, Titirimundi Teatro, Titiritrán Teatro, Triglu Teatro, Vagalume Teatro, Vaivén Circo Danza e Ymedio Teatro.

Es decir, han contestado 35 de un total de 53 empresas asociadas, lo que supone que la participación ha sido del 66% (en 2008 el porcentaje fue de 69,56%: 32 de 46 compañías)

Las compañías se han dividido en grupos en función de un criterio, exclusivamente económico, basado en la **facturación anual del año 2009**. 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 2009, tenemos:

**Grupo/nivel 1:** facturación mayor de 200.000 €.

Representan un 28,6%.

**Grupo/nivel 2:** facturación entre 100.000 y 200.000 €.

Representan un 40%.

**Grupo/nivel 3:** facturación menor de 100.000 €.

Representan un 31,4%.

Por tanto, en 2009, a diferencia de años anteriores, el grupo más numeroso de empresas asociadas a ACTA facturó entre 100.000 y 200.000 €.

Comparando el dato de 2009 con los datos de los tres últimos años (2006, 2007 y 2008) podemos sacar algunas conclusiones más significativas.

Grupos	2006	2007	2008	2009
1	18,8%	29,7%	25,0%	28,6%
2	34,4%	33,3%	34,4%	40,0%
3	46,9%	37,0%	40,6%	31,4%

En los tres años anteriores, nos encontrábamos con una distribución piramidal en cuya base se encontraba el grupo 3, siempre por encima del 35%: en 2009 representa un 31,4%, el dato más bajo de los cuatro últimos años. Sin embargo, el grupo 2 alcanza en 2009 un 40%, lo cual supone un incremento importante de un 5,6% respecto a años anteriores. El grupo menos numeroso sigue siendo el grupo 1, que representa un 28% del total, porcentaje similar al de los tres años anteriores.

En conclusión, el sector de las Artes Escénicas de Andalucía está formado por microempresas. De las asociadas a ACTA, un 40% se encuentra dentro del grupo 2, que factura entre 100.000 y 200.000 €.



# 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 2009.

	PORCENTAJE %
Almería	5,7%
Cádiz	11,4%
Córdoba	2,9%
Granada	31,4%
Huelva	0%
Jaén	5,7%
Málaga	14,3%
Sevilla	28,6%
Total:	100%

Se confirma que los principales núcleos empresariales se encuentran en Granada, Sevilla y Málaga, concentrando aproximadamente el 75% de la actividad. Esta concentración del sector en estas tres provincias se viene repitiendo desde hace años.

## 1.2. Antigüedad

Media de antigüedad	12,57 años
---------------------	------------

La juventud empresarial sigue siendo una característica general del sector escénico andaluz. Aunque hay proyectos artísticos en la Comunidad que tienen más de 25 años, la media de antigüedad es de 12,57 años, similar a 2008, dato que muestra una escasa renovación y prácticamente nula creación de nuevas empresas.

## 1.3. Figura jurídica

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

La gran mayoría de las empresas se constituyen como empresas unipersonales o sociedades limitadas, experimentando estas últimas un notable incremento con respecto a 2008. En porcentajes bajos y con tendencia a disminuir están las sociedades cooperativas y las sociedades civiles.

### a) Porcentajes por grupos:

	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3
Autónomo	2,85%	14,28%	11,42%
Sociedad limitada	22,85%	20,00%	14,28%
Sociedad cooperativa	2,85%	2,85%	5,71%
Sociedad civil	0%	2,85%	0%

El mayor porcentaje de empresas del grupo 1 son sociedades limitadas, el grupo 2 se reparte principalmente entre sociedades limitadas y autónomos y el grupo 3 se reparte entre todos los grupos.

## 1.4. Facturación

	MEDIA	MÍN.	MÁX.
Facturación 2006	146.361,74 €	11.056,00 €	745.722 €
Facturación 2007	149.127,90 €	15.318,28 €	630.000 €
Facturación 2008	165.061,85 €	23.773,00 €	610.000 €
Facturación 2009	176.361,10 €	3.198,44 €	608.496 €

La media de facturación subió en 2009 un 6,84% respecto a 2008, mientras que entre 2008 y 2007 el incremento fue de un 10,68%. El dato supone un aumento importante teniendo en cuenta la situación crítica por la que están a punto de pasar las Administraciones Públicas en general, principales compradoras de Artes Escénicas en este país (hay que tener en cuenta que este cuestionario se refiere a datos de 2009, cuya actividad se genera, en muchos casos, durante el año anterior).

Es muy posible que, a pesar de la disminución en las ventas de funciones, las empresas estén encontrando nuevos nichos de mercado, lo que explicaría el aumento moderado en la media de facturación.

### a) Medias de facturación por grupos

	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3
2006	368.552,70 €	157.955,20 €	48.983,48 €
2007	382.781,19 €	139.838,00 €	40.846,29 €
2008	363.141,56 €	148.602,80 €	57.093,535 €
2009	378.475,61 €	136.433,49 €	43.437,63 €

Es muy destacable la constante polarización que se da entre los grupos 1 y 3. Mientras que la media del grupo 3 disminuye y está por debajo de los 50.000€ anuales de facturación, el grupo 1 aumenta y se mantiene siempre por encima de los 350.000€, una diferencia de más 300.000€.

De estos datos no se debe sacar la conclusión de que la diferencia de facturación entre grupos tiene una relación directa con la fortaleza empresarial y por tanto con su supervivencia en momentos críticos.

#### Pendiente de cobro:

	MEDIA	MÁX.
Pendiente de cobro	21.957,16 €	163.507 €

La media supone un 12% respecto a la media de facturación. En los momentos actuales de mercado, la morosidad es un problema que estrangula el funcionamiento de las empresas y en muchos casos bloquea la realización de las giras o las adecuadas condiciones en las que deberían realizarse. El sector de las Artes Escénicas se convierte pues en otro agente financiador de la Administración habida cuenta de que esta es fundamentalmente el cliente en cualquiera de sus ámbitos.

### b) Medias por grupos:

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

	MEDIA FACTURACIÓN	MEDIA PENDIENTE COBRO	% MOROSIDAD
GRUPO 1	378.475,61 €	38.995,90 €	10,30 €
GRUPO 2	136.433,49 €	22.065,82 €	16,17 €
GRUPO 3	43.437,63 €	4.766,30 €	10,97 €

La media de dinero pendiente de cobro por grupo es proporcional a la facturación de cada uno de ellos. Es un tema que afecta a todo el sector.

#### ¿Cuánto tiempo, de media, transcurre entre la prestación de un servicio y el cobro de la factura correspondiente?

	PORCENTAJE DE FACTURAS
2 meses o menos	14,74%
4 meses o menos	35,30%
6 meses o menos	47,10%
Más de 6 meses	2,90%

Sólo el 14,74% de las empresas cobran sus facturas en un plazo razonable. El periodo de pago oscila entre los cuatro y los seis meses. La morosidad se ha convertido en un auténtico problema para la gestión económica de las empresas, al paralizar las giras y generar gastos financieros gravosos en las empresas.

## 1.5. Actividades y fuentes de ingresos

#### Actividades principales a las que se dedica la empresa

Producción de espectáculos propios	33,7%
Distribución de espectáculos propios	30,6%
Formación	11,2%
Gestión/organización de programas o eventos	16,2%
Producción de espectáculos ajenos	0,2%
Distribución de espectáculos ajenos	2,0%
Gestión de sala de exhibición	6,1%
<b>Total:</b>	<b>100%</b>

La principal actividad a la que se dedican las empresas de ACTA es la producción y distribución de sus producciones o de otros productos culturales. Empiezan a subir los porcentajes correspondientes a la gestión de proyectos y organización de eventos y programas, lo que indica una diversificación en sus actividades y la distribución del riesgo hasta ahora concentrado únicamente en la venta de bolos.

**Cómo se distribuyeron, durante 2009, los ingresos la empresa:**

Distribución de espectáculos propios	28,70 %
Distribución de espectáculos ajenos	9,09 %
Producción de espectáculos ajenos	14,22 %
Taquilla	9,39 %
Subvenciones	7,15 %
Sponsor / patrocinio	2,27 %
Formación	8,35 %
Gestión/organización	12,08 %
Otros	8,75 %
<b>Total:</b>	<b>100%</b>

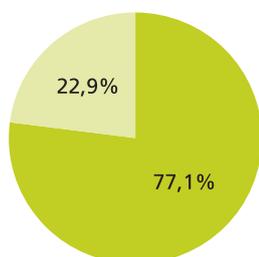
Otros: Cesión de uso de la sala, tienda y asesorías, coproducción y producciones audiovisuales

La principal fuente de ingresos de las empresas viene por la venta de funciones, que supone casi un 30% del total. Suben de nuevo los ingresos que provienen de la gestión de proyectos y producción de otros espectáculos. Los ingresos por taquilla siguen siendo bajos y el porcentaje de ingresos por subvenciones realmente muy bajo, sólo un 7%, lo que pone en entredicho la continua aseveración por parte, sobre todo, de los poderes públicos de ser un sector "muy subvencionado".

**1.6. Subvenciones**

**¿Se han solicitado subvenciones por cualquier concepto durante 2009?**

PORCENTAJE	
Si	77,1%
No	22,9%



La mayor parte de las empresas, el 77,1% de las encuestadas, solicitan subvenciones. De ese porcentaje, al 77,82% se le concede la subvención solicitada y sólo a un 22,18% se le deniega. Las Administraciones autonómicas y nacionales, en el caso andaluz sería el INSTITUTO ANDALUZ DE LAS ARTES Y LAS LETRAS y a nivel nacional el INAEM, subvencionan principalmente a la producción y a la realización de gira.

Solicita y se le concede	68,6 %
Solicita y no se le concede	17,1 %
No solicita	14,3 %



**a) Por grupos:**

	GRUPOS	PORCENTAJE
Si (77,1%)	1	25,71
	2	31,42
	3	20,00
No (22,9%)	1	2,85
	2	8,57
	3	11,42

Los grupos más beneficiados por las ayudas son el 1 y el 2, el 3 sigue siendo el grupo que más negativas recibe a la petición de ayudas, un 11,42%

**En caso afirmativo, ¿a quiénes?**

Instituto Andaluz de las Artes y las Letras	57,5 %
INAEM	30,0 %
Ayuntamientos	7,5 %
Otros Organismos Públicos	2,5 %
Otros Organismos Privados	2,5 %

Cantidad media solicitada	84.943,99 €
Cantidad media concedida	54.535,41 €

Se concede, de media, el 64,2 % respecto de lo solicitado.

**¿Se han ingresado subvenciones por cualquier concepto durante 2009?**

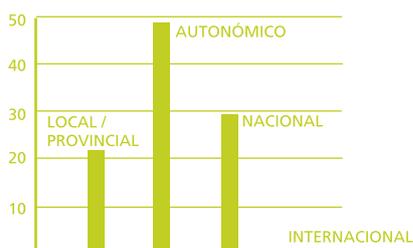
PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	68,6 %
No	31,4 %

Un alto porcentaje de las empresas (68,6%) RECIBIERON subvenciones (muchas de las subvenciones se cobran en distintos pagos de ahí que lo que se concede en un año en concreto como ayuda no se haga efectivo en su totalidad hasta tiempo después e incluso en algunos casos, una vez justificada la ayuda).

Un tercio de las empresas no tuvieron INGRESOS en concepto de ayudas.

#### Procedencia de las subvenciones ingresadas:

Institución/es de ámbito local/provincial	21,6%
Institución de ámbito autonómico – Junta de Andalucía	48,6%
Institución/es de ámbito nacional	29,7%
Institución/es de ámbito internacional	0,0%



Prácticamente el 50% de los ingresos por subvenciones que recibieron las empresas andaluzas procedían de la Junta de Andalucía, casi el 30% provenían de instituciones de ámbito nacional y un 21% de Instituciones de ámbito local/provincial. Importante y destacable es que las ayudas que provienen de instituciones internacionales suponen un rotundo 0%.

#### Cuantía media ingresada:

Institución/es de ámbito local/provincial	23.153,97 €
Institución de ámbito autonómico – Junta de Andalucía	30.781,44 €
Institución/es de ámbito nacional	19.863,09 €
Institución/es de ámbito internacional	0,00 €

En las cantidades ingresadas se observa un reparto bastante equitativo entre los distintos ámbitos, siendo mayor la media de la Junta de Andalucía. Es significativa que la media más baja provenga de Instituciones de ámbito nacional.

## 1.7. Patrocinio o espónsor

### ¿Se han solicitado patrocinios durante 2009?

	PORCENTAJE %
Si	22,9 %
No	77,1 %

Sólo un 22,9% de las empresas solicitaron patrocinio. Entre las instituciones nombramos algunas de ellas: Fundación Cajamar, Cajasur, Caja Jaén, Fundación Cruzcampo, Recuperaciones Soler, Diario de Jaén, Puleva, Caja Granada, Caja Rural de Granada, Festival de Teatro del Sur...

	MEDIA €
Cantidad solicitada	23.714,29 €
Cantidad concedida	9.416,66 €

Las instituciones a las que se le ha solicitado patrocinio son en su mayor parte entidades bancarias. La cantidad media recibida es de 9.416€ que supone un 39,7% de lo solicitado.

## 1.8. Acuerdos de colaboración

### ¿La empresa ha establecido en 2009 acuerdos de colaboración con alguna institución pública o privada?

	PORCENTAJE
Si	17,1 %
No	82,9 %

Sólo el 17,1% de las empresas llegaron a acuerdos con alguna Institución pública o privada. Entre otros las opciones encontramos: producciones de espectáculos, colaboraciones con Ayuntamientos y diputaciones, cesión de espacio de ensayos, formación de alumnos de un grupo de teatro de una asociación cultural y social.

#### Valor económico estimado

	MEDIA €
Valor económico estimado	15.233,33 €

Cuando las colaboraciones tienen un valor económico, la media es de 15.233,3 €.

## 1.9. Personal

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

	MEDIA 2009	MEDIA 2008
General	2,8	3,06
Hombre	1,51	1,68
Mujer	1,29	1,38

La media de trabajadores contratados a jornada completa es de 2,8. Atendiendo al género, la diferencia es mínima y la equidad en el género es evidente.

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

	MEDIA 2009	MEDIA 2008
General	1,17	0,96
Hombre	1,43	0,37
Mujer	0,74	0,59

La media de trabajadores a media jornada es de 1,17 y una vez más la diferencia entre géneros no es significativa.

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

	MEDIA 2009	MEDIA 2008
General	6,51	7,88
Hombre	3,51	3,93
Mujer	3,00	3,96

La media de trabajadores contratados por bolo es de 6,51, una media relativamente alta si tenemos en cuenta la reducción de los elencos que se viene produciendo desde hace años.

Nº total de personas contratadas a media jornada/jornada completa durante 2009 por un tiempo inferior a 6 meses:

	MEDIA 2009	MEDIA 2008
General	1,57	3
Hombre	0,80	1,5
Mujer	0,77	1,5

Es necesario destacar el fuerte aumento de la temporalidad en el sector: cada vez se contratan menos personas y por menos tiempo.

## 1.10. Recursos de la empresa

### 1.10.1. Local de ensayo

¿La empresa dispone de un local de ensayo estable?

Si	82,9%
No	17,1%

Más del 80% de las empresas cuentan con un local de ensayo estable.

En caso afirmativo, régimen de ocupación:

Alquilado	69,0%
En propiedad	17,2%
Cedido	11,4%

En un porcentaje alto, un 69% en régimen de alquiler.

### 1.10.2. Oficina

¿La empresa dispone de una oficina estable?

Si	97,1%
No	2,9%

Prácticamente el 100% de las empresas disponen de una oficina administrativa estable.

En caso afirmativo, régimen de ocupación:

Alquilado	55,9%
En propiedad	41,2%
Cedido	2,9%

Prácticamente el 50% son oficinas en propiedad y otro 50% en alquiler. Sólo un 2,9% están en régimen de cesión, opción esta a desarrollar en proyectos de colaboración y de residencia entre las empresas y espacios escénicos públicos.

### 1.10.3. Transporte

¿La empresa dispone de vehículo de transporte/carga propio?

Si	85,7%
No	14,3%

Igualmente, en un alto porcentaje (85,7%) el vehículo de transporte utilizado es un bien propio de las empresas. Sólo un 14,3% alquila.

#### 1.10.4. Equipamiento técnico

¿La empresa dispone de un equipamiento técnico propio (equipos de iluminación, sonido, estructuras, escenarios, cicloramas, equipos de proyección, carpas...)?

Si	91,4%
No	8,6%

Igualmente parece que las empresas se han dotado entre sus activos de material para evitar perder funciones en aquellos lugares en los que la infraestructura sea escasa o no suficiente para la realización de la actividad.

En caso afirmativo, valor medio estimado:

Valor estimado	39.817,74€
----------------	------------

La inversión en material supone un coste importante, siendo la media de 39.817,74€.

#### 1.10.5. Medios de comunicación

¿Existe en la empresa u organización una partida presupuestaria para gastos de promoción, publicidad o marketing?

Si	77,1%
No	22,9%

Más del 75% de las empresas contemplan en sus presupuestos partidas para difundir y vender sus productos. Es claro que la importancia de la venta y de la imagen profesional no es un objetivo a conseguir sino un hecho evidente y, por tanto, un reto conseguido. Ese cambio de mentalidad que se hacía urgente, parece estar cuajándose en la mayor parte de las empresas y en su caso del sector.

En caso afirmativo, cantidad destinada durante 2009:

Valor económico estimado	6.713,82 €
--------------------------	------------

Teniendo en cuenta la media de coste de las producciones (ver 2.1 Espectáculos estrenados), la media de la partida destinada a comunicación es importante, superior al 20% del coste total de producción, y constata un cambio de mentalidad en el sector que mira hacia la sociedad de la comunicación con ojos más de mercado y propios de los tiempos que corren.

#### ¿Cómo se valora la inversión?

Ineficaz	7,4%
Mediocre	3,7%
Buena	74,1%
Muy buena	14,8%

La inversión se considera en su mayor parte buena y muy buena. Muy destacable este dato, porque no parece responder a una razón casual, sino a un cambio de planteamiento en el diseño de la estrategia de venta.

#### 1.10.6. Prevención de riesgos laborales

¿Tiene la compañía un plan de prevención de riesgos laborales?

Si	74,3%
No	25,7%

Prácticamente el 75% de las empresas tienen hecho el plan de riesgos laborales, obligatorio en la normativa legal vigente.

#### 1.10.7. Personal de gestión / administración

¿Existe en la empresa una persona especializada en gestión / administración?

Si	85,7%
No	14,3%

Un 85,7% de las empresas tienen personal especializado en gestión y administración de empresas.

#### ¿Qué formación principal tiene?

Ninguna	3,3%
Cursos	10,0%
Autodidacta	33,3%
Formación reglada	53,3%

El personal en todos los casos está formado o reciclado con cursos. Muchos de estos gestores se han formado en el día a día, pero un 53% parece tener formación académica reglada, lo cual constata un claro proceso de profesionalización del sector.



### ¿De qué ámbito procede?

Artístico	36,7%
Gestión	56,7%
Otros	6,7%

Es importante destacar que si bien el porcentaje mayor confirma que el personal que gestiona procede del ámbito de la gestión, también es llamativo que el 36,7% proceda del ámbito artístico.

### ¿Comparte su trabajo en gestión con tareas artísticas?

Si	46,7%
No	53,3%

# 2

## PRODUCCIÓN. ESPECTÁCULOS ESTRENADOS

¿Existe en la empresa una persona especializada en producción?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	77,1%
No	22,9%

Esta cuestión es crucial a la hora de plantear las producciones porque el productor es una figura fundamental en la ejecución y desarrollo de los proyectos. Un buen productor pone en marcha herramientas de control y de planificación que ajustan las producciones y permiten que se desarrollen en los tiempos y parámetros establecidos. El proceso de profesionalización que el sector lleva viviendo en los últimos años ha permitido la consolidación de figuras como el productor/a o el distribuidor/a que han dado muy buenos resultados a la hora de buscar financiación, consolidar el productor en el mercado, desarrollar los procesos en base a parámetros más lógicos y racionales, etc.

En caso afirmativo, ¿Qué formación principal tiene?

PORCENTAJE DE PERSONAS	
Cursos	18,5%
Autodidacta	29,6%
Formación reglada	51,9%

La certeza de que la gestión constituye uno de los pilares básicos en el buen funcionamiento de los proyectos (empresariales y artísticos) es ya una asignatura aprobada. En ocasiones la formación que los profesionales tienen tanto en el ámbito de lo artístico como en lo gerencial es fruto de una dilatada experiencia más que de una formación académica, pero en los últimos 10 años son cada vez más numerosos los cursos de postgrado y másters en gestión que están generando una buena y joven cantera de técnicos cuya labor se hará notar en años venideros redundando en competitividad, excelencia y éxito empresarial.

¿Ha estrenado algún espectáculo nuevo durante 2009?

	PORCENTAJE 2009	2008	2007	2006
Si	60,0%	75,0%	77,8%	75,8%
No	40,0%	25,0%	22,2%	24,2%

Es muy significativo el notable aumento de empresas que no produjeron en 2009, alcanzando hasta el 40% del total.

En caso afirmativo, ¿cuántos?

Media 2009	1,45 espectáculos
Media 2008	1,09 espectáculos
Media 2007	1,86 espectáculos
Media 2006	1,56 espectáculos

La media es de 1,45, por lo que los porcentajes de producción se mantienen.

¿Ha reestrenado o repuesto en 2009 algún espectáculo antiguo?

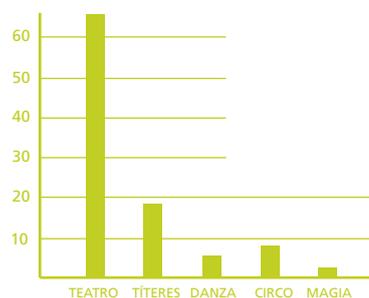
PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	17,1
No	82,9

El 17,1% de las empresas repusieron o reestrenaron alguna producción antigua en 2009. Hasta hace apenas un par de años, esta práctica era muy poco frecuente o prácticamente inexistente. Es posible que intervengan varios factores en este hecho: el primero puede tener que ver la reducción del riesgo al máximo, de ahí que se han repuesto producciones que en su momento triunfaron, por tanto nos aseguramos de que de nuevo sean bien o muy bien valoradas. Y por otro lado está el ahorro, el reciclaje y la urgencia en los tiempos de producción que en un proceso ya realizado se controlan y ejecutan con más eficacia y resultados más evidentes, reduciendo también el alto nivel de incertidumbre que supone un proyecto nuevo así como el importante desembolso que implica una producción en la que hay que generar todo desde cero.

### 2.1. Espectáculos estrenados

Género

Teatro	65,8%
Títeres	18,4%
Danza	5,3%
Circo	7,9%
Magia	2,6%

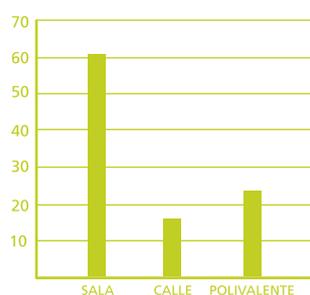




Una vez más, en 2009 el porcentaje más alto de espectáculos estrenados corresponden a teatro frente a otras categorías como títeres, danza, circo y magia que suponen un porcentaje mucho más bajo.

### Lugar principal de exhibición

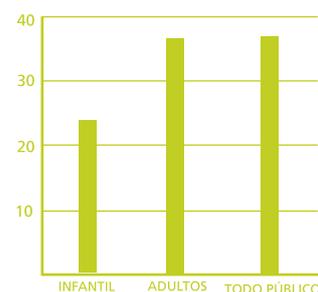
Sala	60,5%
Calle	15,8%
Polivalente	23,7%



El 60% de las producciones se hacen para sala. El escaso número de producciones sólo para calle sigue siendo un dato significativo para Andalucía, la comunidad peninsular que goza de mejor clima.

### Público al que va dirigido

Infantil/juvenil (0-16 años)	23,7%
Adultos (17 años en adelante)	39,5%
Todo Público (0-99 años)	36,8%



Los porcentajes más altos corresponden a adultos y todo público, aunque el 23,7% de la categoría infantil nos indica el importante mercado que suponen las campañas y los bolos para niños en la producción total.

## 2.2 Coste de la producción

La media del coste de la producción de los espectáculos estrenados en 2009 fue de 33.025,08€, un 23% superior a la media

de 2008, que a su vez supuso una bajada importante respecto a 2007. Analizando los datos de los últimos cuatro años, se advierte una tendencia similar a un "diente de sierra": tras una bajada, se produce un incremento. Será un dato a seguir observando. Es muy probable que en 2009 se haya producido el efecto huida hacia adelante o un intento de "en épocas de crisis aumentar la inversión". Habrá que seguir observando este factor para saber si ha sido una apuesta acertada.

	2006	2007	2008	2009
Media	22.465,27 €	39.067,45 €	26.681,80 €	33.025,08 €



### Nº de intérpretes:

	2006	2007	2008	2009
Media	4,21 personas	3,95 personas	3,56 personas	3,42 personas

La tendencia está clara: se reducen los equipos artísticos y, aunque en 2009 la media es muy parecida a 2008, la bajada implica una tendencia que se viene generalizando en los últimos años.



### En 2009, ¿contrató a los intérpretes durante los ensayos?

Si	68,4%
No	31,6%

Aún existe un número importante de empresas que no pueden contratar a los intérpretes durante el proceso de creación.

### En caso afirmativo, forma de contratación:

Media jornada	44,4%
Jornada completa	56,6%

En porcentajes similares se contrató por jornada completa y media jornada.



### Forma de pago:

Por día de contrato	37%
Contrato mensual	63%

En los procesos de producción se suele contratar por mes, mientras que en gira los contratos suelen ser por servicio (alta y baja por función).

### Salario por día o mes, según corresponda –dietas/ alojamiento aparte–:

Media diaria	50,00 €
Media mensual	968,75 €

### Nº de técnicos en gira:

Media	1,34 personas
-------	---------------

En general la tendencia es a que un solo técnico resuelva tanto las cuestiones de iluminación como las de sonido, pero en algunos casos, las dificultades de los espectáculos obligan a llevar más de un técnico.

### ¿Obtuvo subvención?

PORCENTAJE DE ESPECTÁCULOS	
Si	34,2%
No	65,8%

Sólo el 34,2% de las producciones obtuvieron subvención.

### En caso afirmativo, cantidad obtenida en la subvención:

Media	19.899,64 €
-------	-------------

La media supone un 60% del coste de producción medio (33.025,08€). Esto nos hace pensar acerca de lo necesario de mantener fórmulas que permitan la producción tal y como está conformado ahora mismo el panorama general. Cualquier cambio al respecto necesita de una revisión en profundidad de los métodos de incentivos sectoriales.

### ¿Tuvo patrocinio o espónsor privado?

PORCENTAJE DE ESPECTÁCULOS	
Si	10,5%
No	89,5%

### En caso afirmativo, cantidad obtenida en el patrocinio:

Media	10.625 €
-------	----------

Sólo un 10,5% de las producciones tuvieron patrocinio privado, siendo la media de 10.625 €.

# 3

## LA EXHIBICIÓN

### 3.1. Distribución

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

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	80%
No	20%

Un 80% de las empresas han incluido en sus equipos personal profesional para distribuir. Como se demuestra en la tabla, la mayor parte de estos profesionales tienen formación autodidacta, entre otras razones porque no se enseña distribución de espectáculos como tal asignatura en ningún centro de formación. A destacar los esfuerzos que nuestra organización está haciendo en esta materia y en otras a través del Plan de Formación para el Empleo específicamente centrado en las Artes Escénicas por el que han pasado más de 1.000 alumnos.

En caso afirmativo, ¿Qué formación principal tiene?

Ninguna	3,6%
Cursos	14,3%
Autodidacta	50,0%
Formación reglada	32,1%

#### 3.1.1. En Andalucía

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

La propia compañía	82,9%
Empresa especializada	8,6%
Ambas	8,6%

El escaso número de empresas dedicadas exclusivamente a la distribución en Andalucía queda evidente en las divisiones porcentuales de la tabla anterior. El 82,9% de las compañías son distribuidoras en exclusiva de sus propios espectáculos.

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

Media del caché	12%
-----------------	-----

#### 3.1.2. Fuera de Andalucía

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

La propia compañía	68,6%
Empresa especializada	8,6%
Ambas	22,9%

Aunque la distribución en general la hace la propia compañía, aparece la fórmula compartida que supone un 22,9%, es decir, se intenta buscar socios en mercados menos conocidos.

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

Media del caché	12,9%
-----------------	-------

La media del 12,9% se aplica al caché.

### 3.2 Espectáculos en gira

¿Cuántos espectáculos mantuvo en gira durante 2009?

	2006	2007	2008	2009
Media	3,12	3,55	3,28	2,90

La tendencia es claramente a la baja. Esto nos hace pensar que el propio sector se está regulando ante un mercado con menor demanda.

a) Medias por grupos, en 2009:

Grupo 1	2,9 espectáculos
Grupo 2	3,71 espectáculos
Grupo 3	2,0 espectáculos

El grupo que más espectáculos mantiene en gira de media es el 2, frente a una media de 2 espectáculos en gira en el grupo 3 y 2,9 en el grupo 1.

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

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	17,6%
No	82,4%

Aún son pocas las empresas que puedan permitirse incluir en sus cachés el gasto que supone una persona dedicada exclusivamente a la producción en gira (road-manager).

### Contratación, pagos, personal

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

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	88,2%
No	11,8%

Un 88,2% de las empresas da de alta a sus trabajadores durante las funciones. Aunque el porcentaje de las que no lo hace –un 11,8%– aún es alto, es positiva la tendencia hacia una mayor regularización de la actividad desarrollada.

Forma de pago habitual:

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Por día de trabajo	82,4%
Contrato mensual	17,6%

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

Media por día	136,33€
---------------	---------

La media de sueldo por día de trabajo es de 136,33€, siendo el grupo 1 el que más paga. La diferencia económica entre el grupo que más paga y el que menos es de 64,75€, tal como se aprecia en la siguiente tabla.

a) Medias por grupos:

Grupo 1	176,25 €
Grupo 2	130,42 €
Grupo 3	111,5 €

Salario por mes –dietas/alojamiento aparte–:

Media	1.230 €
-------	---------

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

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
35 € o menos	71,9%
Más de 35 €	28,1%

La mayor parte de las empresas (71,9%) pagan 35€ o menos en concepto de dietas de manutención; sólo un 28,1% paga más de 35€.

En caso de ser necesario alojamiento, ¿lo facilita la empresa?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	97,1%
NS / NC	2,9%

La mayor parte de las empresas buscan y pagan el alojamiento en las giras/bolos.

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

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
35 € o menos	25%
Más de 35 €	75%

Más del 75% pagan más de 35€ por trabajador en concepto de alojamiento.

¿Ha tenido que sustituir a algún intérprete/técnico a lo largo de 2009?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	47,1%
No	52,9%

Prácticamente el 50% de las empresas ha tenido que realizar alguna sustitución en los equipos, probablemente consecuencia directa del poco trabajo y de la solución que han tenido que adoptar muchos profesionales de estar en varios proyectos al mismo tiempo. Es muy recomendable contemplar esta situación en los presupuestos de producción y gira ya que los gastos que producen una sustitución rara vez están previstos.

	Media
Intérpretes	0,65
Técnicos	0,47

Se sustituyen más intérpretes que técnicos aunque la diferencia no es muy llamativa.

### 3.2.1. Espectáculos en gira durante 2009

#### Datos generales

La antigüedad media de los espectáculos en gira es de:

Media	2,78 años
-------	-----------

La vida de los espectáculos la determina el mercado. Cuando cae la demanda y el interés desaparece, los espectáculos empiezan a retirarse. En general, las empresas no retiran sus espectáculos hasta que no dejan de tener demanda. Evidentemente se expresan al máximo las posibilidades de venta y salvo que los equipos se rompan, o el proyecto naciera con unos objetivos claros y un fin determinado en el tiempo, las producciones tardan en situarse en el mercado y suelen resistir en gira prácticamente 3 años, desde que se presentan hasta que se retiran. Aun así, es un tiempo muy corto para poder rentabilizar y amortizar las inversiones realizadas.

GÉNERO	PORCENTAJE DE ESPECTÁCULOS
Teatro	64,2%
Títeres	22,1%
Danza	5,3%
Circo	4,2%
Magia	4,2%

En su mayor parte los espectáculos producidos son de teatro. El porcentaje es claramente superior al resto de las categorías, aunque destacable también es la importancia de los títeres que suponen un 22% del total.

#### Lugar principal de exhibición:

	PORCENTAJE DE ESPECTÁCULOS
Sala	68,4%
Calle	17,9%
Polivalente	13,7%

De nuevo, la sala sigue suponiendo el principal lugar de exhibición frente al bajo porcentaje un año más de la calle, que sólo supone un 17% del total.

#### Público al que va dirigido:

	PORCENTAJE DE ESPECTÁCULOS
Infantil	41,5%
Adultos	21,3%
Todo Público	37,2%

Altísimo e importantísimo este dato: prácticamente un 79% del total de espectáculos en gira va dirigido al público infantil o para todos los públicos, una clara evidencia de la importancia de este mercado en la producción actual de Artes Escénicas en la comunidad.

#### Nº de intérpretes / técnicos en gira

	Media 2009	2008	2007	2006
Intérpretes	3,42	3,56	3,95	4,21
Técnicos	1,07	1,42	1,5	1,61

La media de intérpretes es de 3,42. Es patente la tendencia a la disminución de los componentes del elenco en gira. Es lógico ya que los precios de las funciones no dejan de caer y por lo tanto las empresas tienden a amortiguar el descenso de los precios haciendo espectáculos con menos personas tanto en el plano técnico como en el artístico. La relación causa-efecto no es que al reducirse los elencos se reducen los precios, sino que al reducirse los cachés se reducen los elencos. Es una tendencia claramente empobrecedora desde el punto de vista empresarial con consecuencias muy importantes en lo artístico.

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

	Media de intérpretes
Infantil	3,22
Adultos	3,67
Todo Público	3,29

#### Caché

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

#### 1. Caché habitual por bolo suelto en la propia provincia –sin IVA– 2008:

Media	2.026,17 €
-------	------------

La media del caché por bolo en la provincia es de 2.026,17 €.

#### a) Medias por grupos:

Grupo 1	2.791,40 €
Grupo 2	1.842,13 €
Grupo 3	1.554,48 €

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 949,2€ y entre el grupo 1 y el 3 es de 1.236,92€. Los grupos más próximos en cuanto a caché se refiere son el 2 y el 3 (la diferencia a favor del 2 es de 287,65€).

### Histórico

	2008	2009
Media	2.202,18 €	2.026,17 €

La diferencia en la media entre 2008 y 2009 es de 176€ a la baja, en términos porcentuales, un 7,9% menos en 2009.

### 2. Caché habitual por bolo suelto en Andalucía -sin IVA- 2009:

Media	2.280,70 €
-------	------------

El incremento en el caché por bolo suelto en Andalucía respecto a la propia provincia es de 254,7€. El hecho de que haya distancias grandes entre provincias y municipios hace necesaria en muchas ocasiones la pernocta y, por tanto, esos gastos se repercuten en el caché.

#### a) Medias por grupos, en 2008:

Grupo 1	3.086,32 €
Grupo 2	2.057,22 €
Grupo 3	1.842,30 €

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 1.244.

### Histórico

	2006	2007	2008	2009
Media	3.171,82 €	2.872,87 €	2.420,54 €	2.280,70 €



Es muy significativa la tendencia a la bajada en los cachés desde el año 2006: hasta 2009 se ha producido una rebaja de 891,12€. En 2007 respecto a 2006 los cachés bajaron un 9,4%. En 2008 respecto a 2007 volvieron a bajar, esta vez un 15,7% y en 2009 respecto a 2008, volvieron a bajar un 5,7%.

De 2006 a 2009, los precios del bolo realizado en Andalucía han bajado un 30% de media. Una de las partidas presupuestarias que sin duda se reducen año tras año es la del beneficio empresarial lo que hace que nuestras empresas tengan cada vez menos independencia económica para abordar inversiones, o incluso cierto aumento en el endeudamiento.

### 3. Caché habitual por bolo suelto fuera de Andalucía -sin IVA- 2009:

Media	2.709,68 €
-------	------------

La media fuera de Andalucía es de 2.709,68€, y el incremento respecto al bolo en la Comunidad es de 428,98€.

#### a) Medias por grupos:

Grupo 1	3.657,12 €
Grupo 2	2.402,27 €
Grupo 3	2.240,52 €

El incremento por grupo es aproximadamente de unos 500€ cuando se actúa fuera de la Comunidad Andaluza. Los cachés son siempre más altos en el grupo 1 y 2 respecto del grupo 3 (esta tendencia es general no solamente en los datos de 2009 sino también en años anteriores).

### Histórico

	2006	2007	2008	2009
Media	4.226,46 €	3.714,85 €	2.774,57 €	2.709,68 €

Desde 2006 hasta 2009 los cachés han bajado de media 1.516,78€, tendencia que se venía dando desde que tenemos datos (2006). 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. Desde 2006 los precios del bolo fuera de Andalucía bajaron la friolera de un 38,9%.



### 4. Caché habitual en campaña/gira en la propia provincia -sin IVA, por función- 2009:

Media	1.557,57 €
-------	------------

Siempre la media del caché en campaña/gira ha sido inferior al caché normal por bolo suelto.



#### a) Medias por grupos:

Grupo 1	1.792,25 €
Grupo 2	1.480,18 €
Grupo 3	1.437,50 €

#### Histórico

	2008	2009
Media	1.933,65 €	1.557,57 €

La comparativa respecto a 2008 muestra de nuevo una bajada en los precios en campaña, tónica general en todo el apartado de cachés. La bajada supone una media de 376€ que en términos porcentajes supone un 19,4%. Si ya de por sí, los cachés infantiles eran bajos y en campaña aún más, el 2009 ha sido aún más duro con este tema.

#### 5. Caché habitual en campaña/gira en Andalucía -sin IVA, por función- 2009:

Media	1.792,18 €
-------	------------

#### a) Medias por grupos:

Grupo 1	1.999,31 €
Grupo 2	1.651,51 €
Grupo 3	1.902,83 €

	2006	2007	2008	2009
Media	1.716,19 €	1.616,38 €	2.023,06 €	1.792,18 €

#### 6. Caché habitual en campaña/gira fuera de Andalucía -sin IVA, por función- 2009:

Media	2.124,05 €
-------	------------

#### a) Medias por grupos:

Grupo 1	2.199,31 €
Grupo 2	1.983,84 €
Grupo 3	2.566,67 €

	2006	2007	2008	2009
Media	2.208,22 €	2.057,03 €	2.337,73 €	2.124,05 €

#### Taquilla

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

Media	1.029,83 €
-------	------------

Si la media de caché en comunidad es de 2.280,70€, la media de ingresos por taquilla sólo cubriría un 54% del caché. Este dato, que podría interpretarse como negativo, tiene una doble lectura ya que las taquillas tienen que empezar a formar parte de la financiación siempre y cuando hubiera un compromiso por todos los agentes (Pacto Andaluz por las Artes Escénicas).

#### a) Medias por grupos:

Grupo 1	1.102,30 €
Grupo 2	1.025,00 €
Grupo 3	682,00 €

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

Media	675,42 €
-------	----------

En caso de haber utilizado la fórmula "fijo más taquilla", ¿Cuál fue el importe medio del fijo -sin IVA-?

Media	430,91 €
-------	----------

La suma de la media del fijo más la media de los ingresos por taquilla supone 1,106,33€. Si tenemos en cuenta que la media del caché estaba en 2,280,70€, la diferencia es de -1,174,37€.

#### Amortización

Teniendo en cuenta el caché medio cobrado por función, indicar cuántos bolos faltan al 31/12/2009 para amortizar el coste total de la producción.

Media de funciones para amortizar:	31,39
------------------------------------	-------

Evidentemente, muchos espectáculos se retiran del mercado sin haber sido amortizados. Esto hace que la deuda de las empresas aumente o, al menos, la dependencia con la administración en caso que esta actúe de coproductora. Sin duda, es necesario revisar los incentivos a la producción como pretende la Consejería de Cultura y debe ir acompañado de todo un plan de acción que atienda a toda la cadena de valor de las Artes Escénicas. De no ser así, estaremos asistiendo de una manera impasible a un acto irresponsable que tendría como consecuencia la desaparición de un importante porcentaje del tejido empresarial y la consolidación de una pequeña élite absolutamente dependiente de la administración.

# 4

## FUNCIONES EN 2009

### Funciones por compañía/empresa en 2009:

Media	72,41 funciones
-------	-----------------

#### a) Medias por grupos:

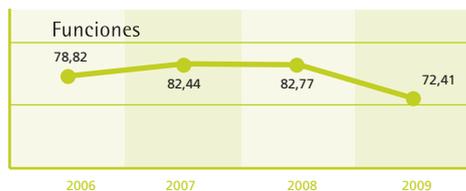
Grupo 1	112,00 funciones
Grupo 2	74,64 funciones
Grupo 3	37,18 funciones

Entre el grupo 1 y el 3 la diferencia es de 74,8 funciones. Desde luego, la diferencia en volumen de trabajo es muy importante y por otro lado lógica, el grupo 1 es el que más actividad genera y el que más factura.

#### Histórico

	2006	2007	2008	2009
Media funciones	78,82	82,44	82,77	72,41

La media en 2009 de funciones es de 72,41. La tendencia una vez más es a la baja. Desde 2006 hasta 2009, se ha reducido la media en 6,4 funciones.



### Funciones por espectáculo 2009

Media	26,28 funciones
-------	-----------------

La media de 26,28 funciones por espectáculo nos indica que el concepto de repertorio es prácticamente necesario para la supervivencia de las empresas.

#### a) Medias por grupos, en 2009, de funciones por espectáculo:

Grupo 1	40,04 funciones
Grupo 2	23,16 funciones
Grupo 3	17,25 funciones

Es importante la diferencia entre las medias del grupo 1 y del grupo 3, tanto como que suponen 22,7 funciones menos.

#### Histórico

	2008	2009
Media funciones	29,87	26,28

De nuevo la media ha bajado. La diferencia es de 3,59 funciones.

#### Media de funciones por espectáculo y tipo de público:

Infantil	30,51 funciones
Adultos	24,15 funciones
Todo Público	23,00 funciones

#### Media de funciones por espectáculo y género:

Teatro	26,02 funciones
Títeres	26,48 funciones
Danza	31,60 funciones
Circo	23,75 funciones
Magia	25,25 funciones

#### Media de funciones por espectáculo y lugar principal de exhibición:

Sala	28,97 funciones
Calle	14,00 funciones
Polivalente	28,92 funciones

#### Media de funciones en función de la fórmula de contratación:

Funciones a caché	21,23
Funciones exclusivamente a taquilla	12,89
Funciones con un "fijo más taquilla"	3,92

Se realizan muy pocas funciones utilizando el acuerdo "fijo más taquilla", fórmula que tendría que desarrollarse más.

### Diputaciones 2009 – Espectáculos en gira

¿Ha participado en el Circuito de Diputación de la propia provincia?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	34%
No	66%

Sólo el 34% de las compañías representan en sus provincias. La media de funciones es de 4,36.

En caso afirmativo, número de funciones:

Media	4,36 funciones
-------	----------------

¿Ha actuado en el Circuito de Diputación de otra provincia andaluza?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	23,2%
No	76,8%

El 23,3% de compañías actúan en circuitos provinciales andaluces. La media es de 4,09 funciones.

En caso afirmativo, número de funciones:

Media	4,09 funciones
-------	----------------

¿Ha actuado en el Circuito de Diputación de una provincia fuera de Andalucía?

Almería, Cádiz, Sevilla, Córdoba, Granada y Málaga.

¿Ha actuado en el Circuito de Diputación de una provincia fuera de Andalucía?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	7,4%
No	92,6%

Rotundo es el porcentaje del 92,6%. Evidentemente son muy pocas las compañías que representan en circuitos provinciales no andaluces.

En caso afirmativo, número de funciones:

Media	3 funciones
-------	-------------

Indicar provincia/s en la/s que se ha actuado:

Zaragoza, Huesca, Cuenca, Barcelona, Salamanca y Valencia.

Desglose de la participación en circuitos

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
No participa en ningún circuito	54,7%
Sólo en el circuito de la provincia	21,1%
Sólo en un circuito de otra provincia andaluza	9,5%
Sólo en un circuito fuera de Andalucía	2,1%
En 2 circuitos de Andalucía	7,4%
En 3 circuitos de Andalucía	4,2%
Dentro provincia y fuera de Andalucía	1,1%

Resulta significativo que más de la mitad de los espectáculos de las compañías no actúan en ningún circuito.

Participación en circuitos

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
No participa en ningún circuito	54,7%
Participa en 1 circuito	30,5%
Participa en 2 circuitos	10,5%
Participa en 3 circuitos	4,2%

No participa en ningún circuito	1	26,93%
	2	42,30%
	3	30,77%
Total: 100%		

Participa en 1 circuito	1	20,68%
	2	58,62%
	3	20,70%
Total: 100%		

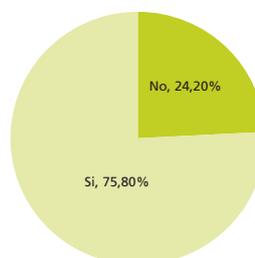
Participa en 2 circuitos	1	40%
	2	40%
	3	20%
Total: 100%		

Participa en 3 circuitos	1	50%
	2	50%
	3	0%
Total: 100%		

## Circuitos de gestión pública 2009

¿Ha actuado en el Circuito Andaluz de Teatro?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	24,2%
No	75,8%



Sólo el 24,2% de las empresas formaron parte de la oferta del Circuito Andaluz de Teatro. La media es baja, solamente un 4,27 funciones por compañía.

Sin grandes perspectivas de ventas fuera de los mercados que la administración tutela, las empresas tienen la ilusión de formar parte de ese pequeño porcentaje de empresas que anualmente

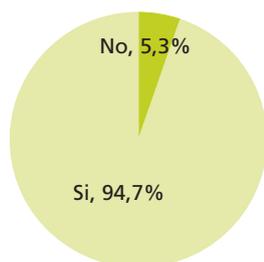
conforman la oferta de circuitos. Por tanto la importancia que los Circuitos Andaluces para el sector es más psicológica que económica. Sin embargo, los recursos públicos invertidos son lo suficientemente importantes como para que el efecto económico en el sector fuera real y no placebo. Sin duda los Circuitos de la Junta tienen más importancia para la estabilidad de la propia Consejería que para el sector.

#### En caso afirmativo, número de funciones:

Media	4,27 funciones
-------	----------------

#### ¿Ha actuado en el Circuito Abecedaria?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	5,3%
No	94,7%



La opción de Abecedaria, sumamente codiciada por todas las compañías que producen para público infantil, da cobertura al 5,3% de las compañías, que, a diferencia del Circuito Andaluz de Teatro, realizan una importante media de 27,2 funciones.

#### En caso afirmativo, número de funciones:

Media	27,2 funciones
-------	----------------

#### ¿Ha actuado en otro Circuito o Campaña autonómica de gestión pública?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	27,4%
No	72,6%

Sólo un 27,4% del total representó en algún circuito autonómico público haciendo una media de 5,42 funciones.

#### En caso afirmativo, número de funciones:

Media	5,42 funciones
-------	----------------

#### Nombre del Circuito:

Castilla La Mancha, Red Aragonesa de Teatro, Circuito Valenciano de Teatro, Red de Teatros de Castilla y León, Escultural, Anem al Teatre, Icas, Red de Teatros de la Comunidad de Madrid, Programa el Teatro y la Escuela, Titiripueblos, Cocu, Sarea (País Vasco), Centro Andaluz de las Letras y Red Madrid.

#### Circuitos de gestión privada 2009

##### ¿Ha actuado en un Circuito o Campaña de gestión privada?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	20%
No	80%

Sólo un 20% de las empresas representaron en algún circuito o campaña privada. Aún siendo un porcentaje ligeramente inferior al que podemos encontrar en la tabla referente a circuitos de la Junta de Andalucía, la importancia de los circuitos y programaciones privadas, fundamentalmente infantiles, es evidente.

#### A continuación, algunos de estos circuitos:

Campaña Teatro Escolar Transeduca, Educativa, Vamos al Teatro (Almería), El Teatro y los coles (Sala Cero-TITIRIMUNDI), El Teatro con los más jóvenes, Campaña de Teatro escolar Avanti, Campaña escolar Escenalia, Ibercaja, Cajasol, Campaña Escolar Puente Genil, Campaña Orquesta Ciudad de Granada, Ayuntamiento de Madrid, Telefónica, Caja Burgos, Campaña Teatro Escolar Jaén, Caixanova, Festival Mágico Rincón de la Victoria y Campaña Escolar de Teatro Alameda (Sevilla)

#### Nº de funciones

Media	13,11 funciones
-------	-----------------

#### Ámbito

Andaluz	69,6%
No andaluz	30,4%

#### Ferias y Festivales españoles 2009

##### ¿Ha actuado en la Feria de Teatro en el Sur de Palma del Río?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	9,5%
No	90,5%

Sólo un 9,5% de las empresas representaron en la Feria de Palma del Río.

#### ¿Ha actuado en la Muestra de Teatro Andaluz de Puerto de Santa María?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	6,3%
No	93,7%

Sólo un 6,3 % de las empresas representaron en la Muestra de El Puerto de Santa María.

En total, sumando los porcentajes, sólo un 15,8% de las empresas han representado en alguna de las dos ferias de la comunidad: que casi el 85% de nuestras empresas no tengan cabida en alguno de estos eventos nos anima a pesar en la necesidad de crear más eventos de incentivo a la distribución y exhibición.

#### ¿Ha actuado en alguna otra Feria, Muestra, Mercado o Festival en Andalucía?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	16,8%
No	83,2%

Un 16,8% ha actuado en otros mercados andaluces, llámense muestras o festivales. Algunas de ellas son las que siguen:

#### Nombre de Feria, Muestra, Mercado o Festival en Andalucía:

Festival Internacional de Títeres, Festival de Valderrubio, Marmolejo, Marbella, El Ejido, Etnosur, Va de calle en Loja, Foro de la Rábida, Comedias de Antequera, Congreso Geca, FEX de Granada, Festival Internacional de Títeres en Jerez, II Muestra Internacional de Titiriteros Solistas de Écija, Teveo, Festival Internacional de Málaga Terral 2009, Circada, Tomares Express Cádiz, Festival de Calle de Úbeda, Festival de Calle de Tomares, Cazorla, Festival Artes de Calle de Aljaraque y Muestra de Teatro de Lorca.

#### ¿Ha actuado en alguna Feria, Muestra, Mercado o Festival español fuera de Andalucía?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	26,6%
No	73,4%

#### Nombre de Feria, Muestra, Mercado o Festival fuera de Andalucía:

Alcázar de San Juan, Leganés, Salamanca, San Javier (Murcia), Onteniente, Festival de Invierno de Torrelavega, Feria Internacional de Títeres de Lleida, Muestra de Teatro de Lorca, Festival de Teatro de Teruel, Festival Internacional de Teatro de Figueras, Festival de Teatro de Pozuelo de Alarcón, Festival de Títeres de Ribadavia/Orense, Festival de Teatro de Gijón, Fira de Tárrega, Muestra de Teatro Andaluz de Bellas Artes Madrid, Programación Teatro del Mar de Palma de Mallorca, Festival Internacional de Teatro de Onteniente, entre otros.

#### Internacional 2009 – Espectáculos en gira

#### ¿Ha actuado en alguna programación Internacional?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	10,5%
No	89,5%

Sólo un 10,5% de las empresas actuaron en algún festival o programación internacional.

#### En caso afirmativo, nombre o lugar de la programación:

Ruutia Festival (Helsinki), Cuba, China, EEUU, Argentina, Festival Limoges (Francia), Festival Baja California, Costa Rica y Centro de España en Guatemala, Festival Alegría, Lionne en Scene, C escolar Urrugne (P-V Francés) Londres y Holanda.

#### ¿Ha solicitado ayudas a la Administración?

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	55,6%
No	44,4%

De las compañías que actúan en alguna programación internacional, el 55,6% solicita algún tipo de ayuda a la Administración para poder realizar la gira.

#### En caso afirmativo, cuantía total solicitada:

Media	14.983,6 €
-------	------------

La media de ayuda a gira internacional solicitada es de 14.983,6 €.

**Instituciones a las que se ha solicitado:**

Embajada Española en Helsinki, Cooperación Internacional, Instituto Andaluz de las Artes y las Letras e INAEM.

**¿Ha recibido alguna ayuda de la Administración?**

PORCENTAJE DE EMPRESAS	
Si	100%
No	0%

El 100% de las compañías que solicitaron una ayuda, la recibió.

**En caso afirmativo, cuantía total recibida:**

Media	11.253,6 €
-------	------------

La media se acerca en un porcentaje altísimo a la cantidad solicitada.

# 5

## INFORME FINAL

Una característica constante en los estudios de años anteriores era el hecho de ser un sector principalmente constituido por pequeñas y medianas empresas de naturaleza cultural. Estas jóvenes empresas son herederas del concepto de Compañía y desde hace años están inmersas en un proceso de profesionalización, principalmente en el ámbito de la gestión empresarial. Esta característica general que se observaba en años anteriores se mantiene sin apenas cambios en los datos de 2009.

Ahora bien, son muchas las empresas de ACTA que aun manejando valores de facturación por debajo de los 100.000€ anuales, tienen estabilidad empresarial, capacidad competitiva y excelente calidad artística. Es decir, ¿el valor empresarial de un sector de base cultural ha de medirse sólo por sus volúmenes de facturación? Es cierto que nuestras empresas son pequeñas (micro-empresas) en cuanto a las variables económicas que manejan, pero es justo considerar que cualquier empresa de este sector tiene su gran potencial en su capacidad creativa, otra cosa es que la sepa gestionar o no. Si un sector como el de las Artes Escénicas es peculiar en sí mismo, puesto que su propia naturaleza de base cultural lo es, debe seguir siéndolo. Distinto es que nos neguemos a mejorar los procesos de producción, a no profesionalizar los equipos, a no tratar de ser más competitivos en el mercado, etc. No podemos producir en serie ni mecanizar nuestros procesos creativos porque en esencia no somos industria, aunque formemos parte de la industria de la cultura.

En los últimos años hemos asimilado el hecho de ser empresarios y hemos asumido en muchos aspectos el rol de empresa, pero nuestra identidad diferenciadora está en ser artesanos de la cultura y nuestra supervivencia está ligada al hecho de que nuestro arte se produce y se consume en el momento (artes de la representación en vivo).

Es momento de defender nuestra identidad como sector, con toda seguridad constituido en su mayor parte (salvo excepciones) por empresarios autónomos o micro-empresas acostumbrados a economizar al máximo los costos, a multiplicar el trabajo, a superar una y mil batallas. El tamaño de dichas empresas no tiene nada que ver con su estabilidad. De hecho, la gravísima crisis que comenzó a padecerse en toda su intensidad durante 2009, parece no hacerles gran daño y, aunque como vemos en el estudio se advierte cierta parálisis

y bajón en determinados ámbitos, en general, el sector se mantiene y se agarra con fuerza a una actividad que es específica y de naturaleza muy clara. Es muy probable que sus ritmos, las características propias de los procesos de creación y el mercado en sí mismo le impidan un crecimiento a mayor escala, muy distinto a otros sectores, pero indudablemente no estamos ante ningún sector "burbuja". Más bien estamos ante un sector que presenta una línea de crecimiento moderado. Dicho de otra manera, en el sector hay empresas que están centradas en el producto de mercado y que alcanzan valores de facturación más altos y mayor estructura empresarial. Sin embargo, hay otras que están más centradas en el producto artístico y no por ello han de ser menos, porque todas las empresas del sector tienen afán de lucro, pero todas operan en el marco de una economía social regulada por el sector público.

Si analizamos los estudios de años anteriores y leemos los informes finales, podríamos plantear los mismos retos año tras año. En este sentido, el estudio de este año presenta pocas novedades respecto a los de años anteriores. Quizá esta sea una de las conclusiones más interesantes: se detecta un cierto inmovilismo.

### 1. La crisis como realidad y como excusa

La llegada de la crisis se advierte claramente en los datos de 2009 pero probablemente se hará mucho más patente en los ejercicios 2010 y 2011.

El dato de facturación que abre todos los estudios presenta cambios importantes en 2009 y rompe con la división a la que estábamos acostumbrados. Por primera vez, el gráfico resultante no es piramidal puesto que el tronco de la pirámide (empresas del grupo 2) supera porcentualmente a los grupos 1 y 3. El 71,4% son empresas que facturan por debajo de los 200.000€ (grupos 2 y 3), y sólo un 28,6% superan el umbral de los 200.000€. Este dato, y la baja media de trabajadores en las empresas, describen la realidad de un sector principalmente constituido por empresarios (autónomos o sociedades limitadas), con estructura empresarial muy básica (generalmente el empresario y uno o dos trabajadores fijos) y un valor de empresa principalmente fundamentado en lo artístico.

En los últimos años se venía detectando un aumento de la morosidad en los pagos. En muchas reuniones y encuentros del sector se ha planteado esta situación de manera recurrente hasta considerarla un problema. La tendencia a la morosidad se ha extremado de tal manera que con la excusa de la crisis se está aprovechando para justificar el impago a tiempo del trabajo realizado. Muchas empresas que funcionaban bien están sufriendo el desastre. Y sufren todas, las que más facturan y las que menos. La media supone un 12% respecto a su facturación y más del 47% de las empresas tardan hasta 6 meses en cobrar sus servicios. La incapacidad de la Administración por resolver este problema está impidiendo que muchas empresas desarrollen su actividad en condiciones adecuadas, reduciendo los tiempos en gira, bajando los sueldos y actuando en todos los casos de aval de dichas administraciones.

La crisis golpea al sector en dos ámbitos: como crisis de mercado (bajada de las contrataciones) y como crisis de financiación (reducción de las ayudas públicas). Vayamos por partes: El sector busca desde hace muchos años a la Administración como socia para financiar sus proyectos. De este binomio son responsables ambas partes: la Administración, porque se ha convertido en el adalid de la cultura; y el sector, porque se ha refugiado en la Administración y se ha despreocupado de buscar otras vías e implicar a otros socios (no públicos). Lo cierto es que en tiempos de crisis todo parece cuestionarse y aunque en 2009 y 2010 las ayudas públicas de la Junta de Andalucía se han publicado tarde (en 2009 salieron en junio y en 2010 han salido en agosto), repartieron 1.194.147,11€ para 47 proyectos en 2009<sup>1</sup>, ya sea de producción o de gira.

#### Histórico:

2003	614.889,40 €
2004	1.032.495,36 €
2005	643.898,61 €
2006	1.216.240,05 €
2007	1.095.739,72 €
2008	1.447.329,26 €
2009	1.194.147,11 €

Lo que está claro es que se anuncia una retirada o, al menos, una revisión de dicha normativa en pos de una reducción de la inversión. Los datos del estudio 2009 denotan lo siguiente: el 77,1 % de las empresas solicitaron ayudas públicas y un 68,6% de las empresas ingresaron en sus cuentas dinero en concepto de subvenciones. Sin embargo, como se ha visto,

las cantidades suponen porcentajes muy bajos en los ingresos de las empresas.

Hasta hace pocos años, prácticamente todas las ayudas provenían de la Junta de Andalucía. En 2009 un 29,7% de las solicitudes se hicieron al INAEM y un 48,6% a la Junta de Andalucía. Estos datos no suponen ninguna novedad respecto a años anteriores, tampoco la falta de otras fuentes de financiación NO PÚBLICAS que permitieran a las empresas repartir entre más socios los costos de producción y reducir los tiempos de amortización e incluso poder acometer proyectos de más envergadura (bien como coproductores o como distribuidores). Solamente un 22,9% de las empresas buscaron patrocinio en empresas privadas. Es evidente que sigue siendo una asignatura pendiente que empezará a cambiar a medida que lo público empiece a flaquear, activándose necesariamente otros mecanismos y soluciones para resolver el problema de la financiación de los proyectos.

Si el número de contrataciones y los cachés bajan por norma desde hace años, si los recursos públicos son escasos y el mercado cada vez está más saturado de propuestas, las empresas reducen en gastos, reducen en personal y reducen en estructura. Los datos del informe lo dejan claro: han bajado las medias de trabajadores contratados respecto a 2008. Y aunque el informe también muestra una mayor sensibilización en cuanto a la especialización en los puestos de trabajo de distribución, producción y gestión, los equipos se comprimen al máximo para reducir todo lo posible los costos fijos y aguantar mejor el momento. Raro sería que en este momento las empresas ajenas a la situación generalizada de recortes no hicieran sus ajustes y se colocaran de espaldas de la realidad. Es el momento de llamar a otras puertas, plantear otras formas de colaboración beneficiosas para ambas partes, sellar otros acuerdos con más Instituciones, o incluso de compartir recursos entre las distintas empresas: externalización de la gestión de las infraestructuras, de la programación, de la gestión, contratos programa, gestión temporal de los espacios, programas de dinamización de públicos, coordinación de la programación de espacios geográficamente cercanos, etc.

## 2. La actividad

Otro de los problemas a los que el sector se enfrenta desde hace años es la mono-actividad. En su mayor parte las empresas viven casi en exclusiva de sus giras. No hay cambios

<sup>1</sup> Datos proporcionados por el Instituto Andaluz de las Artes y las Letras.

significativos respecto a otros años. Es cierto que el porcentaje de empresas que desarrollan programas de formación o gestionan proyectos ha subido ligeramente, pero la principal fuente de ingresos siguen siendo los bolos. La gravedad de este dato está en que actualmente la crisis se centra en la reducción de la demanda (contraída brutalmente por la reducción en los presupuestos públicos) y no parece poder resolverse a corto plazo. La situación a la que se ha llegado no sorprenderá a nadie, pues desde hace años la demanda teatral viene siendo insuficiente para dar salida a las muchas producciones que cada año salen al mercado. Como solución, las compañías optan por bajar los presupuestos de gastos en producción, producir más y vender más barato. Pero esto no es solución ni a corto ni a largo plazo, es más, agrava la situación. El ahorro está principalmente en las giras, de ahí que los elencos se hayan reducido al máximo en los últimos años tanto en espectáculos de adultos como en la producciones infantiles, porque también se han acercado los cachés, evidentemente a la baja. Mientras, las compañías mantienen una media en los costes de producción similar a la de años anteriores.

### 3. La gira

Un dato recurrente en todos los informes es la gira. Obviamente, la venta de funciones se ha convertido en una obsesión para muchas compañías. La tendencia es a la baja desde hace años, no sólo en el número de funciones sino también en los cachés en todos los ámbitos (provincial, autonómico y nacional). Esto implica por un lado el mantener un repertorio de obras en cartel que permita a las compañías sumar ingresos provenientes de distintos espectáculos (la media de funciones por espectáculo está en 26,28) e ir encajando unos procesos en otros (promoción, estreno y venta). En relación con la bajada generalizada del número de funciones (72,41 de media en 2009) está el hecho de que los precios de venta se han ajustado al máximo y los ciclos de vida de los espectáculos se han acortado de tal manera que en dos años los espectáculos empiezan a perder interés o novedad en el mercado. La tendencia es desde siempre a producir principalmente teatro de sala. Con los años se produce más para público infantil aunque la categoría de todos los públicos resulta muy convincente para no perder franja de mercado. Si los gastos en gira no dejan de subir (gasolinas, hoteles, comidas...) y los actores siguen cobrando lo mismo en concepto de sueldo (e incluso con tendencia a la baja), la opción empresarial para poder vender al precio que marca el mer-

cado es reducir el personal en gira, observación que venimos haciendo durante todo el informe y que refuerza la teoría de que el principal recorte está en personal. No se observa ninguna alternativa paliativa a la crisis. En las condiciones actuales no es propicio trabajar a taquilla y más si tenemos en cuenta que las empresas de ACTA no hacen teatro "comercial" y por tanto, sus opciones en taquilla salvo en programas educativos concertados, son muy poco rentables (en muchos casos se sigue programando gratis o a precios muy bajos). Importante por último es resaltar la poca relevancia que suponen los circuitos escénicos para la generalidad de las empresas de ACTA (sólo un 24,2% actuaron en ellos): son muchas las que no representan en el Circuito Andaluz y muy baja la media de aquellas que lo hacen (4,27 funciones de media). En el caso de Abecedaria, sin embargo, participa sólo un 5,3% de compañías pero hacen una media de 27,2 funciones.

En definitiva, el inmovilismo general que se aprecia es fruto de un comportamiento casi receloso hacia los cambios que se avecinan. En muchas ocasiones, el estancamiento no sólo es empresarial sino también artístico y eso, aunque el estudio no puede advertirlo puesto que no se trabaja con variables cualitativas, es probablemente una consecuencia del momento "crisis".

Son las ideas y la capacidad creativa el principal potencial de nuestras empresas. Habrá que mejorar mucho más y en un futuro inmediato las estrategias comerciales, gestionar bien el elemento creativo y mejorar nuestra capacidad competitiva. Hay que mirar a nuestro sector como lo que es, un sector empresarial joven cuyo principal potencial está en lo creativo y empezar a exportar las ideas sin prejuicios. Los cambios no llegan deliberadamente, los cambios están en marcha y son parte del juego.

# 6

## CONCLUSIONES

- Caída de la facturación.
- Aumento de la morosidad.
- Disminución del número de espectáculos estrenados.
- Disminución del número de intérpretes en escenarios.
- Aumento de la inversión por producción.
- Bajadas constantes de los cachés.
- Disminución de la media de funciones por espectáculos.

Estas pueden ser las conclusiones a sacar de nuestro estudio 2009 a la luz de los datos que ponemos a disposición en este estudio.

No obstante, hay otra conclusión que también deseamos poner de relieve en el momento en el que se está terminando este estudio (primeros días de octubre de 2010): **no se observa, se percibe o se conoce ningún movimiento en ningún segmento de la Administración competente en la materia de Artes Escénicas para diseñar o poner en marcha ningún plan de acción.** Todo lo que se percibe es una parálisis y una disminución de presupuestos.

Lamentablemente, hace ahora 12 meses nuestra organización dio la voz de alarma a la luz de los datos que arrojaban nuestro anterior estudio. Nos adelantamos diciendo que el sector de las Artes Escénicas estaba empezando a vivir el peor momento en los últimos 25 años. Lejos de servir de revulsivo nuestra afirmación basada en los datos, la situación general en cuanto a puesta en marcha de medidas entró en un estancamiento del que aún hoy no se ha salido.

Por lo tanto, nuestra organización vuelve a pedir con contundencia un plan de acción, un **Pacto por las Artes Escénicas en Andalucía.**

Creemos fundamental que todos los agentes que intervenimos en el sector y/o componemos la cadena de valor hemos de empezar a combatir el totalitarismo al que nos está llevando la indiferencia (se cierran teatros, se eliminan programaciones, se suspenden festivales, etc.; y no se observa ni una sola acción que intente contrarrestar esa realidad). Muy al contrario, se bloquean procesos de diálogo, se ignoran propuestas, se obvian situaciones...y por último, se lleva a cabo la peor de las privatizaciones que una administración puede hacer con sus infraestructuras, **cerrarlas sin más.**

Ante esta situación, y siempre al amparo profiláctico que los datos dan, proponemos a grosso modo, y sin menoscabo de iniciar un proceso global en pos del mencionado Pacto por las Artes Escénicas, que:

- 1 La Consejería de Cultura, a través de la/s direcciones generales competentes y el Instituto de las Artes y las Letras de Andalucía racionalice más y mejor los recursos existentes en materia de Artes Escénicas, que se reformen las herramientas dedicadas a la exhibición, que se termine de pactar con el sector ayudas y fórmulas que permitan mejores resultados en la producción y distribución. Por último, que lidere el Pacto Andaluz por las Artes Escénicas.
- 2 Las diferentes diputaciones han de formar parte del pacto y proponemos que hagan esfuerzos para incentivar a los ayuntamientos propietarios o copropietarios de espacios escénicos para que estos redoblen programación, aumenten oferta para conseguir ampliar la demanda. Pedimos también a las diferentes diputaciones que coordinen los esfuerzos de exhibición, que los diferentes circuitos no desaparezcan, siendo imaginativos en las fórmulas de financiación y coordinación.
- 3 Los ayuntamientos no han de sucumbir ante la pésima situación económica que en el mejor de los casos no será transitoria. Han de encontrar aliados que puedan hacer viable la gestión de las infraestructuras culturales sin que por medio haya ninguna situación de desentendimiento tanto técnico como económico.
- 4 Las diferentes asociaciones de ámbito andaluz hemos de estrechar lazos si es que tenemos objetivos comunes. Por parte de ACTA tendemos las manos a todos aquellos/as que tengan un interés claro en una nueva forma de funcionar.
- 5 Las empresas que componen el sector han de aceptar cuanto antes que la situación ha cambiado y que las reglas del nuevo juego están por definir. Que no vale perder tiempo en lamentos ya que eso es perder tiempo de vida empresarial.
- 6 Nuestra organización ha de seguir trabajando, redoblando los esfuerzos para ser capaz de encontrar interlocutores válidos, aliados en el proceso, asesores externos que pue-

dan arrojar luz en este difícil camino y ser capaz de proponer o llevar a cabo acciones, programas que incentiven nuevas fórmulas de gestión de espacios tanto públicos como privados, eventos de exhibición, etc.

7 Por último, decir que sin duda se puede salir de esta situación. Para ello ha llegado el momento de ser competitivos pero solidarios, operativos pero honestos. El interés de lo general prevalece sobre el de lo particular... pero no olvidemos que es la suma de las particularidades la que conforma lo general.

8 Tanto el sector como la Administración ESTAMOS OBLIGADOS a reaccionar YA. De lo contrario corremos el grave riesgo de empezar a asistir a una desaparición del sector de las Artes Escénicas en Andalucía y que, por lo tanto, todo el trabajo realizado en los últimos 30 años , además de la inversión, no haya servido para nada amén de la hemorragia emocional que a todas las mujeres y hombres que componemos el sector nos supone.

DIRECCIÓN DEL PROYECTO

**Nines Carrascal**

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE DATOS

**Jose M<sup>a</sup> Barea, 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, Ángela Gentil

Nuestro agradecimiento a todas las compañías que desinteresadamente han contribuido a este estudio aportando los datos requeridos.

Estudio elaborado por:



C/ Jesús del Gran Poder, nº 5 1º-J - 41002. Sevilla  
Telf.954 284 611/ Fax.954 281 731/ 626 626 526  
acta@teatroandaluz.es  
formacion@teatroandaluz.es  
gerente@teatroandaluz.es  
www.teatroandaluz.es

Con la colaboración de:

