



Asociación de Empresas de
Artes Escénicas de Andalucía

Análisis del sector de las artes escénicas de Andalucía



ACTA / 2006



Asociación de Empresas de
Artes Escénicas de Andalucía

Análisis del sector de las artes escénicas de Andalucía



ÍNDICE

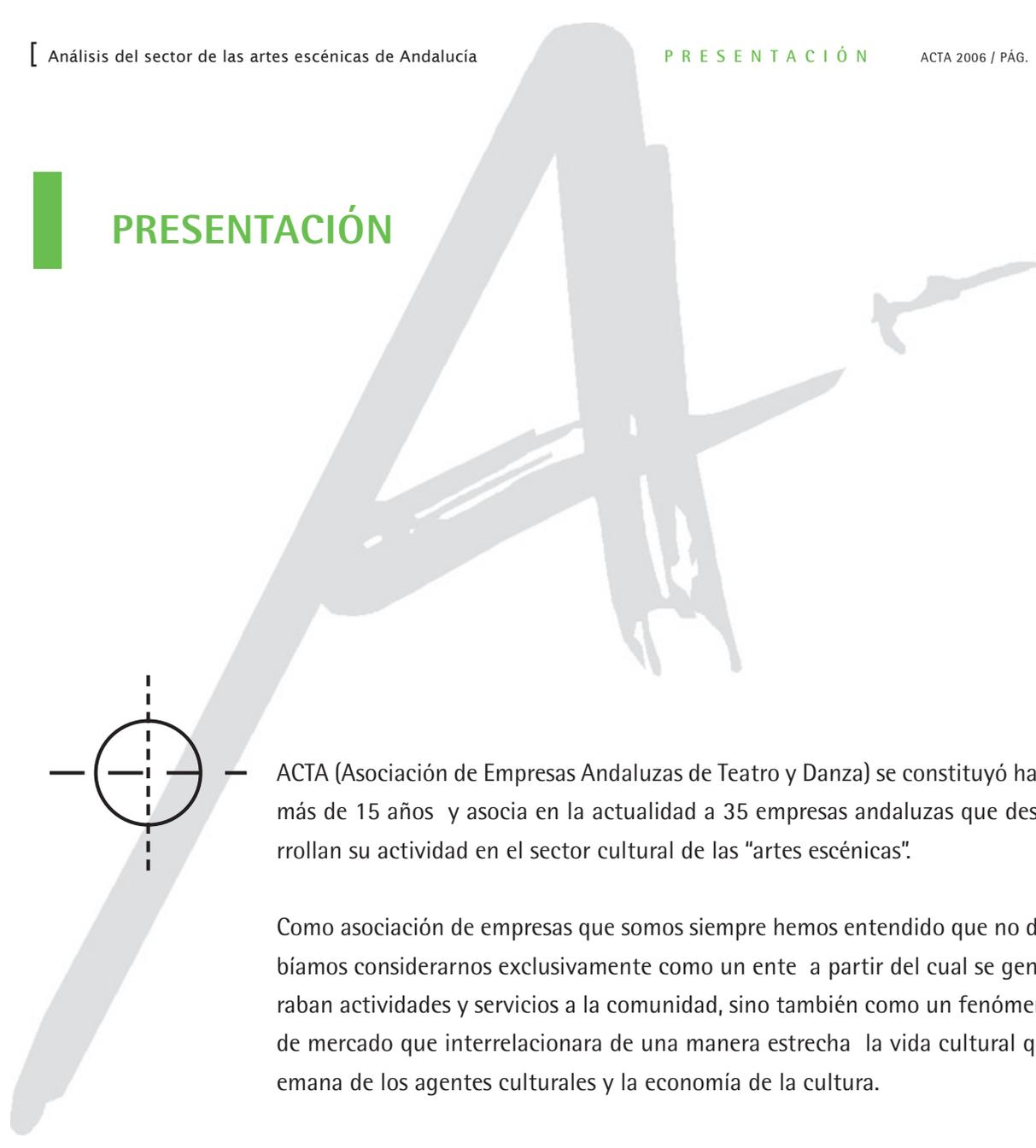
1	PRESENTACIÓN	4
2	OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	5
3	INVESTIGACIÓN	7
4	INFORME FINAL	23
5	ANEXO	26



ACTA

DIRECCIÓN DEL PROYECTO
Nines Carrascal

ANÁLISIS DE DATOS
Clara Baquero



PRESENTACIÓN

ACTA (Asociación de Empresas Andaluzas de Teatro y Danza) se constituyó hace más de 15 años y asocia en la actualidad a 35 empresas andaluzas que desarrollan su actividad en el sector cultural de las "artes escénicas".

Como asociación de empresas que somos siempre hemos entendido que no debíamos considerarnos exclusivamente como un ente a partir del cual se generaban actividades y servicios a la comunidad, sino también como un fenómeno de mercado que interrelacionara de una manera estrecha la vida cultural que emana de los agentes culturales y la economía de la cultura.

No cabe duda que hoy en día el espectáculo en vivo es un producto de mercado. Asumiendo este hecho, en el sector de las artes escénicas, como en cualquier otro sector donde los bienes y servicios entran en la dinámica de las transacciones, existen costos, productores y consumidores, y todo esto debe medirse y cuantificarse a través de metodologías estadísticas y econométricas aplicadas a los procesos culturales.

Consideramos fundamental la obtención y análisis de datos sobre la actividad que desarrollamos y de su particular sistema de producción y costes. Es imprescindible conocer nuestros recursos, detectar nuestras necesidades, elaborar estrategias de desarrollo y plantear posibilidades de mejora. No hay otro camino, y así lo entendemos desde la Asociación, prueba de ello es este estudio, que no es el primero ni pretendemos sea el último, sino uno más en un proceso firme de consolidación y vertebración del sector andaluz de las artes escénicas.

2

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Objetivos fundamentales

Realizar un estudio exhaustivo de la actividad empresarial del sector asociado a ACTA durante el ejercicio 2006, para obtener información actualizada sobre su situación, necesidades y perspectivas de desarrollo.

Ofrecer información objetiva y precisa sobre el sector. Por un lado a los poderes públicos andaluces para desarrollar estrategias que pongan en valor la cultura y políticas de apoyo a la creación y crecimiento de empresas relacionadas con la cultura. Y por otro lado proporcionar información a los propios empresarios andaluces sobre variables estratégicas aplicables al desarrollo de su actividad.

Metodología

Ámbito geográfico: Andalucía

Periodo: 2006

Sector: ACTA

La metodología utilizada para este estudio es de tipo **cuantitativo**, basada en el análisis de encuestas. Para ello, se elaboró un cuestionario que recogía las variables definidas en los objetivos del estudio, adaptado a las necesidades de la investigación y a las características de la muestra. La población de estudio está formada por las empresas productoras que estaban asociadas a ACTA en el año 2006.

Las fases para realizar la investigación son las siguientes:

- 1 Construcción del cuestionario en función de los objetivos de la investigación
- 2 Envío por correo electrónico 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 es la encuesta, por ser el instrumento que mejor se adapta a los objetivos de investigación. Para ello, se realizaron varios cuestionarios en los que se organizan las preguntas de interés. Este cuestionario es de tipo estructurado, formado en su mayoría por preguntas cerradas y de elección de categorías, aunque también hay algunas de tipo abierto.

El primer paso en la elaboración del cuestionario es describir, con el mayor detalle posible, el objetivo u objetivos que pretendemos lograr con la investigación. A continuación cada objetivo se desglosa en los sub-objetivos que contengan y por último, se agrupan por contenidos comunes.

2. Envío por correo electrónico del cuestionario y recogida de los datos

La siguiente etapa consiste en enviar el cuestionario al universo objeto de estudio para que lo rellenen. El envío se realiza por correo postal, correo electrónico y fax a cada compañía de manera individual y posteriormente tras un periodo de tiempo, prudencial, se recibieron para ser analizados.

3. Codificación y tabulación de los resultados

Los cuestionarios aportan una gran cantidad de datos e información sin agrupación y por tanto carente de significado. Por ello, las siguientes etapas dentro del proceso de la encuesta son la clasificación, codificación y tabulación de los datos con el fin de obtener datos cuantitativos para su posterior análisis estadístico.

Los cuestionarios se clasifican en grupos o niveles en función de un criterio objetivo como es el volumen de facturación. Así, se pueden definir las características de los grupos o niveles y se pueden establecer comparaciones entre los mismos. En ningún caso, las divisiones se han hecho atendiendo a la calidad de las producciones.

A continuación se codificaron los datos es decir se "traduce" cada respuesta de los cuestionarios por códigos o indicadores numéricos que faciliten su tabulación. La codificación permite concretar en números y signos todos y cada uno de los datos del cuestionario. Esos números se pasan después 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 hojas de datos o cálculo para ser tratados estadísticamente de forma que permita su descripción y la realización de inferencias para dilucidar entre objetivos. En este caso se utilizará 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 datos, se realiza el análisis empleando técnicas estadísticas mediante el manejo de programas estadísticos, fundamentalmente del SPSS.

En primer lugar se realiza un análisis descriptivo de las variables: se aportan valores de medias, en caso de ser necesario medianas y modas, desviaciones típicas, valores mínimo y máximo, rango de las variables, etc. También se ejecutan análisis porcentuales de las variables. En caso de ser necesario, se realizan comparaciones entre las variables para observar porcentajes de aumento y/o disminución en función del criterio. Por último, se lleva a cabo análisis completo de las variables en función de los grupos.

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 fue estructurar todos estos resultados estadísticos mediante la construcción de tablas que ayuden a la interpretación de los resultados. También se realizaron gráficos de aquellas tablas que necesiten un apoyo visual para su mejor comprensión o para facilitar la interpretación de los mismos.

7. Redacción de un informe final

Por último, el informe final permitirá una mejor comprensión de los resultados y dará una visión completa y resumida del proceso de investigación.

3 INVESTIGACIÓN

El análisis que sigue a continuación corresponde a las compañías asociadas a ACTA durante el año 2006 y que respondieron el cuestionario en los plazos previstos.

1. DATOS IDENTIFICATIVOS

Muestra

Se han encuestado un total de 35 compañías, miembros de ACTA en 2006

La participación ha sido del 94,28 %

Las compañías se han dividido en grupos en función de un criterio exclusivamente económico basado en la **facturación anual del año 2006**. 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 2006, tenemos:

Grupo/nivel 1:

facturación mayor de 200.001 €. Representan un 18,8%.

Grupo/nivel 2:

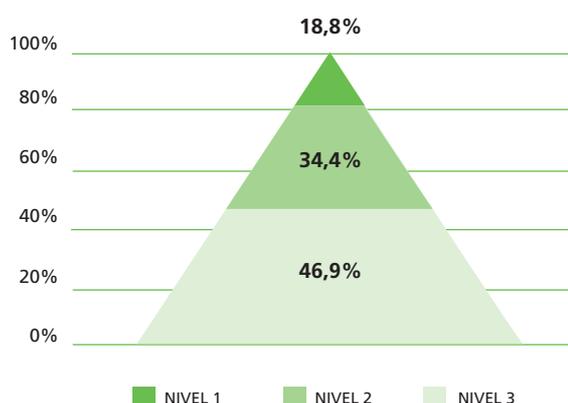
facturación entre 100.001 € y 200.000 €. Representan un 34,4%.

Grupo/nivel 3:

facturación menor de 100.000 €. Representan un 46,9%.

El resultado de la clasificación es claramente piramidal. El grupo/nivel 3 que supone un 46,9% del total ocuparía la base de la pirámide, el grupo/nivel 2 supone un 34,4% y por último un menor número de empresas que suponen un 18,8% pertenecen al grupo/nivel 1.

Por tanto en el año 2006, el mayor número de empresas asociadas a ACTA facturó por debajo de los 100.000 €.



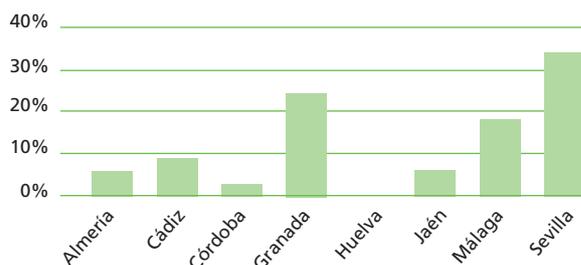
1.1. Procedencia de los grupos

Andalucía es una comunidad por un lado muy extensa desde el punto de vista geográfico y por otro lado muy variada en sus manifestaciones culturales. En lo que afecta al teatro y a la danza, hay evidentemente un centro motor de la cultura en la comunidad que es Sevilla que desde hace muchos años es el centro administrativo y de poder de la Comunidad y una ciudad con una larga tradición en las artes escénicas. En el resto de las provincias el mayor o menor desarrollo del sector cultural ha venido dado por razones diversas, tradición, escuelas de formación, coyuntura política, etc. En algunas provincias, el sector es inexistente.

La tabla siguiente muestra el reparto porcentual por provincias de las compañías asociadas a Acta en el año 2006.

Porcentaje %	
Almería	6,1
Cádiz	9,1
Córdoba	3,0
Granada	24,2
Huelva	0
Jaén	6,1
Málaga	18,2
Sevilla	33,3

Los datos que aporta la tabla son realmente curiosos, hay tres provincias (Sevilla, Granada y Málaga) que acumulan un 75% del total y el 25% restante se reparte entre el resto de la comunidad concretamente Almería, Córdoba, Cádiz, Jaén y Huelva.



Este resultado puede llevarnos a otra reflexión más allá de la propia asociación y es que sin ninguna duda son Sevilla, Granada y Málaga las tres provincias andaluzas donde hay más compañías de teatro y danza. Probablemente en el caso de Granada esto es debido a que es una provincia con mucha tradición sobre todo en teatro y muy claramente en teatro infantil. En Málaga por otro lado en los últimos años se han establecido muchas empresas de eventos y gestión cultural e incluso muchas asociadas a la industria cinematográfica. El caso de Sevilla es claro, no sólo es el motor de producción de la comunidad sino que también es el centro administrativo de la comunidad, y eso sin ninguna duda genera mucha actividad a su alrededor. Entre estas tres provincias y el resto de la comunidad hay una importante diferencia, tanto es así que en provincias como Huelva, Jaén, Cádiz y Córdoba el porcentaje es muy bajo.

a) por grupos

El análisis por grupos nos permite ver en qué provincias se localizan los grupos que más facturan y al contrario. De la siguiente clasificación se ha eliminado Huelva porque su valor es 0.

Si seguimos el orden de la tabla tenemos:

- En Almería todas las empresas corresponden al grupo 1 y 2 es decir, no hay empresas del grupo 3.
- En Cádiz y Córdoba sucede al contrario, todas las empresas se encuadran en el intervalo 3.
- En la provincia de Granada hay empresas en los tres grupos, pero prevalecen las del grupo 2.

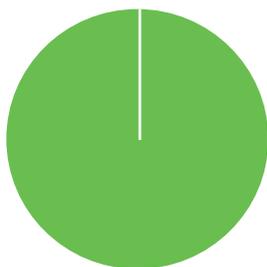
- En Jaén y Málaga, el comportamiento es similar: no hay empresas del grupo 1 y todas están entre el 2 y el 3.
- Por último en Sevilla hay representación de los tres grupos, pero el mayoritario es el 3.

	Grupos	Porcentaje %	Totales por provincias (%)
Almería	1	3,12	
	2	3,12	
	3	0	
	Total		6,24
Cádiz	1	0	
	2	0	
	3	9,37	
	Total		9,37
Córdoba	1	0	
	2	0	
	3	3,12	
	Total		3,12
Granada	1	6,25	
	2	12,5	
	3	6,25	
	Total		25
Jaén	1	0	
	2	3,12	
	3	3,12	
	Total		6,24
Málaga	1	0	
	2	9,37	
	3	9,37	
	Total		18,74
Sevilla	1	9,37	
	2	6,25	
	3	15,62	
	Total		31,24

Por tanto, el grupo 1 se sitúa principalmente en Sevilla y Granada. El resto de las provincias concentran mayor número de pequeña-mediana empresa.

1.2. Correo electrónico

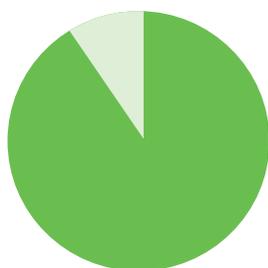
	Porcentaje %
Si	100
No	0



El 100% de las empresas tienen correo electrónico.

1.3. Página web

	Porcentaje %
Si	90,9
No	9,1



El 90,9% de las compañías tienen página web. Sólo tres compañías de las encuestadas no tienen página web.

2. LA EMPRESA

2.1. Figura jurídica

	Porcentaje %
Autónomo	33,3
Sociedad limitada	42,4
SL unipersonal	3,0
Sociedad cooperativa	18,2
Sociedad Civil	3,0
Total	99,9

El 42,4% de las empresas son sociedades limitadas, el 33,3 % autónomos y el 18,2% sociedades cooperativas. Las sociedades unipersonales y civiles suponen un porcentaje muy bajo del total.

a) por grupos

	Grupos	Porcentaje %
Autónomo	1	0,00
	2	12,50
	3	21,87
Sociedad limitada	1	15,62
	2	15,62
	3	15,62
Sociedad cooperativa	1	3,12
	2	6,25
	3	9,37
Total		99,97

En el grupo 1 hay prácticamente sólo sociedades limitadas. En el grupo 2 los porcentajes se reparten en las tres categorías, sobre todo en autónomos y sociedades limitadas. El grupo 3 concentra el porcentaje más alto de autónomos.

2.2. Antigüedad

Media de antigüedad (años)	11,09
----------------------------	-------

Es curioso este dato porque la media que resulta (11 años) puede entenderse como alta si tenemos en cuenta que estamos ante un sector con mucha movilidad y muy sensible a los cambios políticos, sociales, etc. En definitiva y en positivo podríamos entender que los asociados de ACTA resisten con fuerza a dichos cambios y mantienen su actividad.

2.3 Facturación por años

	Media	Min	Max
Bruto	170.966,33	15.152,00	865.038,53
Neto	146.361,74	11.056,00	745.722,00

La media de facturación neta de todas las empresas es de **146.361,74 €**.

a) por grupos

	Grupos	Media €
2006	1	368.552,70
	2	157.955,20
	3	48.983,48

Hay correlación positiva entre los grupos de tal manera que cuanto más alto es el grupo (1) más factura y viceversa. Hay un diferencia muy importante en la media de facturación entre el grupo 1 y el grupo 3, superior a los 300.000 €.

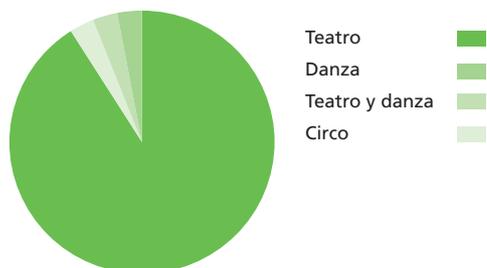
2.4 Subvención

	Porcentaje %
No han recibido	63,3
Sí han recibido	36,4

Es muy interesante medir qué porcentaje de nuestras empresas ha recibido ayudas públicas en el año 2006. Según los datos, un 63,3% no ha recibido ayudas públicas y sólo un 36,4% sí ha recibido ayudas. La media de dinero que las compañías de Acta ingresaron en el 2006 en concepto de ayudas es de 15.248,96 €.

2.5 Actividad principal a la que se dedica la empresa

	Porcentaje %
Teatro	90,9
Danza	3,0
Teatro y Danza	3,0
Circo	3,0



La actividad principal de las compañías encuestadas de ACTA es el teatro con un 90,9%, la danza y el circo supone un 3%. Asimismo hay un 3% que se dedican tanto a danza como a teatro. Es muy bajo el porcentaje de empresas que desarrolla

su trabajo artístico entre el teatro y la danza pero es cierto que para muchos es un camino futuro, la interrelación de disciplinas y la fusión y mezcla de lenguajes. Habrá que ver que pasa en los próximos años. Es curioso y por otro lado desolador, el escaso porcentaje de empresas que se dedican al circo, una disciplina completamente olvidada.

Hay que destacar igualmente, aunque no aparezca en las tablas y gráficos, que hay dos empresas de la Asociación con salas de exhibición que gestionan desde su empresa.

a) por grupos

	Grupos	Porcentaje %
Teatro	1	15,62
	2	31,25
	3	43,75
Danza	1	0,00
	2	3,12
	3	0,00
Teatro y Danza	1	3,12
	2	0,00
	3	0,00
Circo	1	0,00
	2	0,00
	3	3,12

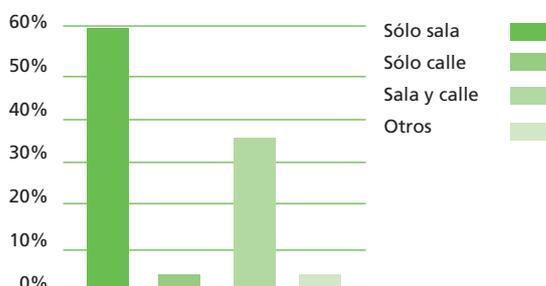
La generalidad es que el 93,75% de los grupos hacen teatro. Hay una compañía asociada que sólo hace danza, otra que hace circo y otra que hace teatro y danza. Si estos datos los traducimos en datos de mercado, hay un altísimo nivel de oferta de teatro y sin embargo muy poca danza y muy poco circo.

2.5.1 Actividad de Teatro

a) En función del lugar de representación

Cuando planteamos esta tabla, lo hicimos de esta manera porque en ocasiones los espectáculos se producen para ser exhibidos en sala y posteriormente también se representan en la calle, y viceversa.

	Porcentaje %
Solo Sala	59,4
Solo Calle	3,0
Sala y Calle	34,4
Otros	3,1

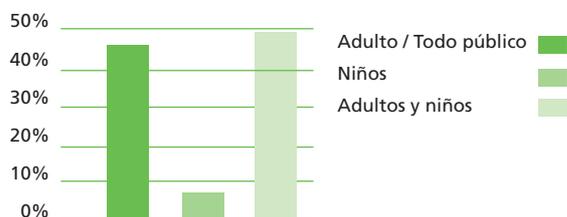


Según los porcentajes, la mayor parte de las empresas producen solo para sala y en un 34,4% para sala y calle. En realidad habría que distinguir en espectáculos de calle y espectáculos para sala que también se representan en la calle. De hecho solo un 3% produce espectáculos de calle. El porcentaje es bajísimo, está claro que la oferta de calle es muy escasa y más si tenemos en cuenta que estamos probablemente en la comunidad con más horas de sol de todo el país y más tradición callejera.

b) En función del público a quien va dirigido

Algo parecido sucedía cuando planteamos el público al que van dirigidos los espectáculos. Nos interesa saber qué porcentaje de empresas solo producen espectáculos para adultos/todo público, qué porcentaje son empresas de teatro/danza o circo infantil y qué porcentaje producen para adultos y también para niños.

	Porcentaje %
Adulto / Todo público	45,2
Niños	6,5
Adultos y niños	48,4



Según el gráfico general sólo un 6,5% de las empresas SÓLO PRODUCEN ESPECTÁCULOS INFANTILES mientras que un 48,4% de las empresas tienen en su repertorio espectáculos para adultos y para niños. Esta diversificación de la producción según el tipo de público, es consecuencia por un lado del auge que ha experimentado el teatro para niños/as en los últimos años y también una salida a la falta de trabajo por el altísimo nivel de competencia que se está dando en el mercado.

a) por grupos

	Grupos	Porcentaje %
Adulto y todo público	1	16,67
	2	6,67
	3	20,00
Solo niños	1	0,00
	2	3,33
	3	3,33
Adultos y niños	1	3,33
	2	23,33
	3	23,33

Destacar de esta tabla que muestra la división por grupos, que el grupo 1 sólo produce para adultos/todo público, no realiza espectáculos para niños.

2.5.2 Actividad de Danza

Solo el 6,1% de las compañías hacen danza, de ellas sólo 1 hace sólo danza y la otra teatro y danza. De ellas el 100% hace sala y el 50% calle.

En cuanto al público a quien va dirigido el 50% hace danza para adultos/todo público y el 50% para niños

2.6. Personal

Este apartado nos permite obtener alguna información sobre el personal que trabaja en nuestras empresas, no sólo en lo artístico sino también y fundamentalmente en la parte empresarial y de gestión. Muy frecuentemente nuestros trabajadores desarrollan tareas artísticas y administrativas indistintamente, de tal manera que, además de actuar, dirigen, realizan las escenografías, producen, distribuyen, etc. El camino hacia la profesionalización de los puestos de trabajo se está dando, aunque muy lentamente.

	Media
Personas contratadas	6,83
Personas que trabajan en administración y gestión	2,09
A media jornada	1,00
A jornada completa	2,50
Autónomos	1,35

La media de personas contratadas en las empresas es de 6,83 y dedicadas a tareas administrativas o de gestión una media 2,09.

La media de empleados contratados como autónomos es de 1,35.

a) por grupos

Lo más significativo de esta tabla es ver como el grupo 1 se diferencia mucho de los otros dos grupos respecto al volumen de personal contratado en cualquiera de las categorías.

Es propio de una reflexión posterior este dato si consideramos que en nuestro sector no tiene por qué ser proporcional el volumen de trabajo con el volumen de facturación, es decir, hay empresas que trabajan mucho y facturan poco. Ahora bien, si respetamos los porcentajes de la siguiente tabla, el grupo que más factura es también el que más personal contrata.

	Grupos	Media
Personas contratadas	1	11,20
	2	8,91
	3	3,64
Personas que trabajan en administración y gestión	1	2,50
	2	2,27
	3	1,78
A media jornada	1	0,50
	2	1,72
	3	0,64
A jornada completa	1	4,50
	2	3,09
	3	1,35
Autónomos	1	2,16
	2	0,81
	3	1,07

El comportamiento de los grupos en esta tabla es bastante lógico y previsible. El grupo 1 es el que más personal tiene contratado para tareas de gestión y administración y en régimen de jornada completa. Y en base a esa lógica el grupo 2 contrata y precisa más personal que el 3.

3. PRODUCCIÓN

3.1. Propiedad del local de ensayo

Las empresas del sector precisan dos tipos de espacios de trabajo. Por un lado para realizar los procesos de creación y

montaje de sus espectáculos necesitan lugares de ensayo que pueden ser naves o teatros propiamente dichos y por otro lado oficinas para el trabajo administrativo y de gestión de la empresa. Estos espacios, no tienen por qué estar próximos ni ubicados en el mismo lugar.

De las empresas asociadas a Acta solo el 33,3% dispone de un lugar de ensayo propio. El 66,7% sin embargo se ve obligado a alquilar el espacio o se lo ceden. El porcentaje es el siguiente:

	Porcentaje %
Régimen de alquiler	30,3
Espacio cedido	33,3

Uno de las paradojas que se vienen dando en los últimos años es el divorcio total entre la producción y la exhibición. Hay un numeroso grupo de productoras andaluzas sin espacios para la creación y una cantidad importante de teatros, casas de cultura, auditorios etc. con un bajísimo nivel de actividad. En cierta medida muchos espacios culturales se han convertido en auténticos "bunker" cerrados totalmente a acuerdos y convenios de colaboración con las compañías y que podrían ser beneficiosos para ambas partes. Este tipo de acuerdos está en marcha desde hace muchos años en otros países: residencias, colaboraciones, compañías estables en teatros públicos, etc. Exige evidentemente un cambio de mentalidad.

Las siguientes tablas se refieren a la producción de teatro y danza en el año 2006 de las compañías de la Asociación.

3.2. Espectáculos estrenados en 2006

	Porcentaje %
Si	75,8
No	24,2

Según los resultados que muestra la tabla, el 75,8% de las compañías de Acta estrenaron al menos un espectáculo en el año 2006 frente a un 24,2% de compañías que no lo hicieron.

a) por grupos

Veamos cómo se comportan los grupos en función de la producción del 2006. En realidad no se puede aplicar ninguna regla ni ninguna lógica sobre la frecuencia en la producción de



las empresas. Cabría pensar que las empresas que más facturan podrían producir con menos frecuencia puesto que invierten más. Sin embargo no se puede aplicar ninguna regla sino todo lo contrario, hay mucha variedad en el comportamiento del sector respecto a sus tiempos y modos de producción.

Grupos	Porcentaje %
Si 1	12,5
2	21,87
3	40,62

El grupo que más ha producido en el año 2006 es el 3, frente al 1 que es el que menos ha producido.

Uno de los problemas actuales del mercado es el exceso de oferta frente a una escasa o insuficiente demanda. En los últimos años se ofertan continuamente en el mercado numerosos espectáculos de todos los tipos y a todos los precios. Esta situación viene ocurriendo de unos años para acá y parece un fenómeno imparable. De hecho muchos espectáculos se retiran sin apenas haber hecho gira y muchos proyectos empresariales mueren nada más nacer por la imposibilidad de defenderse en el mercado.

3.3. Número de obras estrenadas en el año 2006

¿Cuántos espectáculos se estrenaron en el 2006?

Media total	grupos	Media
1,56	1	1,5
	2	2,0
	3	1,38

La media de obras estrenadas en el año 2006 es de 1,56. El grupo 1 estrenó una media de 1,5 obras (está en la media), el grupo 2 estrenó una media de 2 obras en el 2006 (único grupo por encima de la media) y el grupo 3 estrenó 1,38 obras, por debajo de la media total.

3.4. Espectáculos estrenados en función del lugar de exhibición

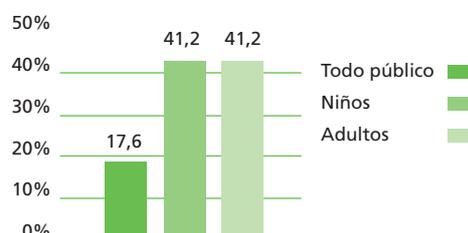
De las compañías que han estrenado (75,8%) en 2006, el 85,7% ha sido en sala, el 4,8% en calle y un 9,5% en ambos. Es evidente que la producción andaluza del 2006 es de sala. Una vez más, salta la alarma sobre la poca producción de calle que hay.

Porcentaje % total	
Sólo Sala	85,7
Sólo Calle	4,8
Sala y Calle	9,5



3.5. Producción de espectáculos estrenados en función del público

Veamos ahora a qué tipo de público han ido destinados estos espectáculos estrenados:



Parece que la producción se ha repartido en porcentajes iguales entre adultos/todo público y niños. Si lo analizamos por grupos vemos:

La producción de adultos está en los grupos 1 y 3. La producción infantil en el grupo 2.

	% total	Grupos	% grupos
Adultos/ Todo público	41,2	1	11,76
		2	0
		3	29,41
Niños	41,2	1	0
		2	23,52
		3	17,64
Ambos	17,6	1	0
		2	11,76
		3	5,88

Producción de Danza

En danza como en calle la producción es muy escasa, solamente se han estrenado dos espectáculos para sala y para niños.

3.6. Coste total de las producciones

Estos datos que siguen son muy importantes, nos permitirán valorar la inversión en producción que efectuaron las compañías.

Media €	
2006	22.465,27

La media resultante es de 22.465,27 € por producción.

Veamos ahora por grupos:

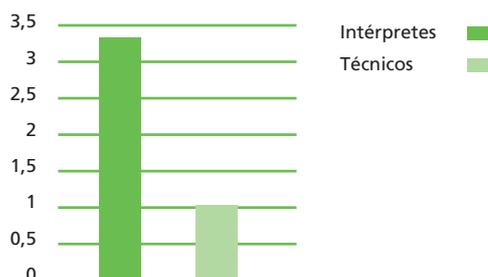
Media total	Grupos	Media €
	1	33.637,00
22.465,27	2	25.954,55
	3	15.110,35

El grupo que más ha invertido de media en cada producción es el grupo 1, seguido del 2 y por último del 3.

3.7. Número de personas en las producciones

La tabla siguiente establece la media de intérpretes y técnicos de los espectáculos estrenados.

Media	
Intérpretes	4,21
Técnicos en gira	1,61



a) por grupos

	grupos	media
Intérpretes	1	4,67
	2	2,91
	3	4,87
Técnicos	1	2,17
	2	1,45
	3	1,33

Según la tabla que muestra la media de intérpretes contratados, el grupo que más intérpretes y técnicos lleva en gira es el 1 mientras que los grupos 2 y 3 se mueven en medias similares.

4. LA GIRA

La gira constituye desde hace algún tiempo uno de los problemas más difíciles de resolver no solo para las compañías sino también para la propia Administración. En los últimos años el fenómeno post-estreno empieza a generalizarse, tanto es así, que muy pocos espectáculos tienen la suerte de tener armada y cerrada la gira con antelación al estreno, incluso en muchos casos, pueden estar parados meses antes de empezar a girar. Si hace unos años las compañías necesitaban de la Administración como co-productora y en muchos casos la concesión de la ayuda era determinante para la realización de la producción, hoy en día el problema está principalmente en la GIRA, ya no basta con dar dinero para la producción, hay que ayudar a su distribución, generando canales de venta, intercambios, residencias, convenios entre instituciones, etc.

Es cierto también que las compañías han dado durante muchos años muy poca importancia a la distribución. Es ahora cuando la venta empieza a hacerse de una manera más profesional, más organizada y en algunos casos se está dejando en manos de empresas profesionales que se dedican a comercialización de los espectáculos.

4.1. Espectáculos en gira en el 2006

Media total	
En gira	3,12

Muchas compañías ante la situación actual del mercado han tomado medidas, una de las cuales ha sido mantener varios espectáculos en gira, según la tabla la media es de 3,12. Hace unos años las compañías producían en general cada dos años. Este tiempo entre cada producción se ha reducido y muchas compañías empiezan a producir cada año. Esta medida complica aún más las cosas porque provoca evidentemente un mayor volumen de producción y una saturación terrible del mercado. Si las ayudas públicas y la inversión privada no son mayores, estamos produciendo más pero con el mismo dinero.

a) por grupos

	Grupos	Media
	1	3,00
En gira	2	4,36
	3	2,40

El número de espectáculos es superior a la media en el grupo 2, en el resto es inferior. El que menos el 3. Probablemente aquellas empresas más pequeñas tengan más dificultad para mantener muchos espectáculos en gira, por un lado porque sus estructuras organizativas son muy básicas y por otro lado porque hay que disponer de almacenes, equipos artísticos, etc.

Veamos, ¿Qué tipo de espectáculos giran las compañías de la Asociación?

4.1.1. En función del tipo de público y el lugar de exhibición

	Media
Para adultos/todo público	2,00
sala	1,80
calle	1,42
Para niños	2,47
sala	2,22
calle	2,20

Según la tabla, es ligeramente mayor el número de espectáculos en gira para niños que para adultos. Respecto al lugar de representación siempre es más alta la media de sala que la de calle. Es curioso que la media de espectáculos de calle para niños salga tan alta, prácticamente igual que la de sala.

a) por grupos

	Grupos	Media
	1	2,80
Para adultos	2	1,62
	3	2,00
	1	0,00
Para niños	2	3,18
	3	1,57

Esta tabla es interesante:

El grupo 1 no tiene espectáculos en gira para niños

El grupo 2 es el que más espectáculos para niños tiene en gira.

El grupo 3 se mueve en ambas categorías, adultos y niños y sus valores son muy parecidos.

4.2. Representaciones en el 2006

	Media total
Representaciones	78,82

La media de representaciones por compañía es de 78,82.

a) por grupos

	Grupos	Media
	1	94,50
Representaciones	2	108,45
	3	52,07

La media de representaciones realizadas en 2006 es de 78,82. El grupo 1 realizó una media de 94,5 representaciones y el grupo 2 una media de 108,45 (ambas muy superiores a la media). Por contra, el grupo 3 realizó 52,07.

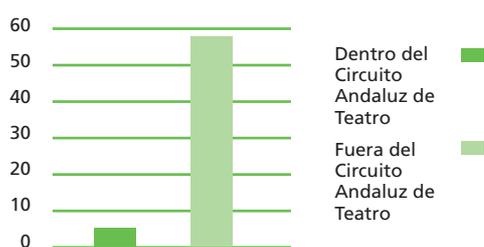
El grupo que más trabajó en el 2006 fue el grupo 2 seguido del 1 y por último en un 50% menos, el grupo 3.

4.3. Representaciones en Andalucía

Esta tabla está dentro del estudio de carácter obligado porque el Circuito Andaluz suscita mucha controversia en las reuniones de los socios y en los debates abiertos con otros compañeros de profesión. Evidentemente es lógico que esto sea así

porque afecta de lleno al tema de la gira provocando diversidad de opiniones respecto a su funcionamiento, su adecuación a las necesidades de las compañías y del mercado, etc.

	Media
Dentro del Circuito Andaluz de Teatro	5,12
Fuera del Circuito Andaluz de Teatro	58,28



La media de representaciones realizadas dentro del Circuito Andaluz de Teatro es de 5,12 mientras que fuera del Circuito es de 58,28. Si aceptamos estos datos, es más que evidente que el circuito andaluz no es el principal mercado de las empresas asociadas a Acta.

a) media por grupos de representaciones en Andalucía

	Grupos	Media
Dentro del Circuito Andaluz de Teatro	1	10,83
	2	7,09
	3	0,43
Fuera del Circuito Andaluz de Teatro	1	59,50
	2	83,00
	3	39,29

Es interesante dividir por grupos para detectar cuál de los tres es el que mayor presencia tiene con sus producciones en el Circuito.

Veamos cómo se refleja en una división por grupos:

Grupo 1.-Es el que más representa en el Circuito Andaluz.

Grupo 2.-Representa fundamentalmente fuera del circuito andaluz, aunque también lo hace en el CAT.

Grupo 3.- Prácticamente no representa en el circuito andaluz, sí fuera de él.

Es decir, de los tres grupos, el más vinculado al circuito es el grupo 1 y el más desvinculado el 3.

b) compañías que realizan representaciones dentro del Circuito Andaluz de Teatro

	Porcentaje %
Si	42,4
No	57,6

El 57,6% de las compañías no realizaron ninguna representación en el Circuito Andaluz de Teatro y el 42,4% de compañías sí lo hicieron. Más del 50% de las compañías de ACTA (35 empresas asociadas) no tuvieron ninguna función en el circuito andaluz durante el 2006.

c) compañías que han realizado algún circuito que no sea el andaluz de teatro

	Porcentaje %
Si	72,7
No	27,3

El 72,7% de las compañías representaron en otros circuitos.

d) ¿Cuales?

En realidad utilizamos el término CIRCUITO para definir una manera o forma de contratación que se ha generalizado entre Administraciones locales y/o autonómicas. Sin embargo en la práctica nada tiene que ver lo que se hace con lo que el término CIRCUITO significa en sí mismo. En general los circuitos (o redes) son programaciones coordinadas entre administraciones locales y/o autonómicas tanto en lo artístico como en lo administrativo. Pero en general no se circuita, más bien se contratan funciones repartidas en el tiempo, dependiendo del carácter semestral, anual, trimestral etc. que tenga el circuito.

En algunos casos, como es Abecedaria sí se concentra la programación en un mes o mes y medio. Ocasionalmente algunos municipios se ponen de acuerdo y las compañías pueden hacer 3 o cuatro funciones seguidas en distintas poblaciones, pero la generalidad es la itinerancia del bolo a bolo.

	Porcentaje %
Castilla-La Mancha	25,90
Diversas Diputaciones	37,00
Teatralia	9,67
Abecedaria	3,00
Otros	24,43

Pues bien, un 25,9 % de las compañías de Acta representaron en el Circuito de Castilla la Mancha. Un 37% en circuitos de Diputaciones, un 9,67% en Teatralia (circuito infantil de la comunidad de Madrid), un 3% en Abecedaria (circuito infantil de ámbito andaluz) y un 24,43% en otros circuitos.

4.4. Representaciones fuera de Andalucía

	Media
Número de funciones	27,48
Número de funciones en campaña escolar	9,68

La media de funciones que las compañías han realizado fuera de Andalucía es de 27,48. La media en campaña escolar baja a 9,68 porque prácticamente sólo aquellas compañías que hacen espectáculos para niños o jóvenes realizan campañas.

a) por grupos

	Grupos	Media
Funciones	1	38,17
	2	41,18
	3	15,00
Funciones en campaña escolar	1	9,17
	2	19,55
	3	2,00

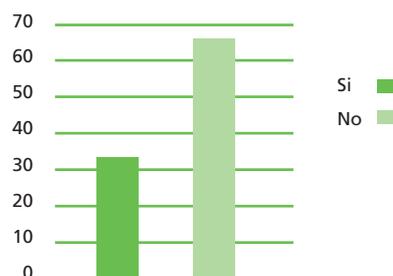
Los dos grupos que presentan medias más altas son el 1 y el 2.

El grupo que más representa es claramente el grupo 2, tanto en función como en campaña. Estos datos nos permiten abrir un debate, el de la sobreexplotación en el trabajo de las compañías infantiles. Los bajos precios que se pagan en espectáculos para niños y el sistema de campaña que se ha impuesto ha llegado a ser tan esclavo, que las compañías infantiles se ven obligadas a trabajar el doble o más que una compañía de adultos para obtener el mismo beneficio o un nivel de facturación parecido.

El que menos representa es el grupo 3, que normalmente es el grupo que tiene una proyección más local, provincial o a lo sumo autonómica.

b) asistencia a Palma del Río

	Porcentaje %
Si	33,3
No	66,7



Esta tabla es muy importante. Un 66,7% de nuestras empresas no tuvieron cabida en Palma del Río en el año 2006.

La asistencia a Palma del Río es uno de los objetivos más firmes que tienen todas las compañías que estrenan espectáculo en Andalucía. La presencia en la Feria se hace "necesaria" porque es la única oportunidad que tienen las compañías para mostrar sus trabajos. Evidentemente, si este planteamiento es cierto, el 33,3% de participación es muy bajo.

b) asistencia a otras ferias/eventos de ámbito nacional

	Porcentaje %
Si	27,3
No	72,7

El 27,3% de las compañías han asistido a otra feria o evento de ámbito nacional diferente de la de Palma del Río y un 72,7% no.

Entre estas ferias destacan: Rialles, Teatralia, Fetén, Feria de Títeres de Lleida, Festival de Igualada, Feria de Espartinas, y Fira de Tárrega.

4.5 Contratación de los artistas y técnicos

4.5.1. Ensayos

A nivel creativo diferenciamos entre el proceso de creación (ensayos) y la gira.

Los procesos de creación se desarrollan de muy diversas maneras, tanto es así que es imposible establecer un patrón o forma de funcionamiento general. Hay compañías que montan sus espectáculos en dos/tres meses, hay otras que pueden tardar años en estrenar, hay casos en los que el proceso se interrumpe por algún motivo como puede ser que la compañía tenga que salir de gira, etc.

Lo que sí está claro es que hay un tiempo para la creación que no puede ni valorarse ni entenderse como un trabajo mecánico lo cual no quiere decir que no tenga que estar planificado.

Ahora bien, en estos periodos creativos los artistas son también trabajadores que pueden tener mejores o peores condiciones de trabajo.

a) ¿Contrata a los intérpretes durante los ensayos?

	Porcentaje %
Si	68,8
No	31,3



El 68,8% de las compañías contratan a los intérpretes durante los ensayos. Pensemos que el 31,3% es un porcentaje bajo.

De los que No contratan

	Grupos	Porcentaje %
Intérpretes	1	3,22
	2	6,45
	3	22,58

Entre las compañías que no contratan el 3,22% son del grupo 1, el 6,45% del grupo 2 y el mayor porcentaje es el del grupo 3, con un 22,58%

b) Tipo de contrato

	Porcentaje %
Media jornada	18,2
Jornada completa	81,8

Durante el proceso de creación se tiende a contratar la jornada completa, en un 81,8% de los casos.

Por grupos

	Grupos	Porcentaje %
Media jornada	1	4,76
	2	9,52
	3	4,76
Jornada completa	1	19,04
	2	33,33
	3	28,57

Los porcentajes se reparten entre los grupos en intervalos similares. Todos los grupos prefieren la jornada completa en ensayos.

c) Forma de pago

	Porcentaje %
Día de trabajo	47,8
Coste mensual	52,2

Ambas modalidades tienen valores similares.

Por grupos

	Grupos	Porcentaje %
Día de trabajo	1	13,64
	2	18,18
	3	13,64
Coste mensual	1	13,64
	2	22,72
	3	18,18

De nuevo los valores por grupos se reparten en porcentajes similares. No hay diferencias, los grupos acometen estos aspectos de forma similar. La falta de previsión y planificación en el trabajo y sobre todo la falta de continuidad obligan en ocasiones a las empresas a contratar por periodos. Las compañías que hacen calle o las infantiles suelen tener algunos meses al año de mucha concentración en el trabajo y otros por el contrario con menos trabajo.



4.5.2. Gira

El otro momento en el que se desarrolla el trabajo artístico de la compañía es en el transcurso de la gira.

Si intentamos simplificar y a la vez concretizar un poco en cómo se desarrollan las giras, habría tres modalidades:

- Bolo de ida y vuelta
- Gira de varios bolos seguidos.
- Temporada. Varios bolos en el mismo teatro durante un tiempo determinado.

De estas tres modalidades ahora mismo la más frecuente es el bolo de ida y vuelta. Impera la tiranía del día a día. Las giras se han reducido mucho sobre todo en teatro y danza para adultos. Quizá quienes pueden coordinar más sus bolos son las compañías infantiles y aquellas que tienen un trabajo muy concentrado por estación, es decir, las compañías de calle que trabajan mucho más desde mayo a septiembre. Y respecto a la posibilidad de hacer temporada en un teatro, digamos que en general ha pasado a ser un término para el recuerdo. Hoy en día o la compañía lleva un cabeza de cartel o bien dispone de un teatro o sala propia y se mantiene un tiempo programada.

a) Forma de contratación

	Porcentaje %
Alta y baja por día	69,0
Contrato mensual	20,7
Ambas modalidades	10,3

El 69% de las compañías en gira contratan por día a los intérpretes, solo un 20,7% los contrata mensualmente y hay un 10,3% que utiliza ambas modalidades de contratación. Evidentemente si la gira se organiza bolo a bolo, la contratación en consecuencia se ajusta a ello. Las compañías infantiles y alguna más pueden optar por contratar todo el mes a sus trabajadores, pero el porcentaje es significativamente mucho menor.

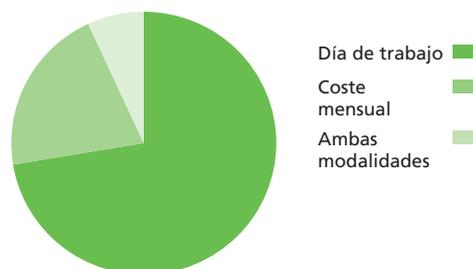


	Grupos	Porcentaje %
Alta y baja por día	1	14,28
	2	25,00
	3	28,57
Contrato mensual	1	3,57
	2	10,71
	3	7,14
Ambas modalidades	1	0,00
	2	3,57
	3	7,14

La falta de previsión y planificación en el trabajo y sobre todo la falta de continuidad obligan en ocasiones a las empresas a contratar por periodos. Las compañías que hacen calle o las infantiles suelen tener algunos meses al año de mucha concentración en el trabajo y otros por el contrario con menos trabajo.

b) Forma de pago

	Porcentaje %
Día de trabajo	72,4
Coste mensual	20,7
Ambas modalidades	6,9



Muy pocas empresas pagan por mes de trabajo, el 72,4% lo hace por día trabajado.

Las empresas adoptan medidas en función de la situación del mercado. En algunos casos se opta por ambas modalidades, es decir, hay compañías que concentran todo su trabajo en varios meses al año, bien porque hacen calle, infantil, etc., y en ese tiempo contratan a sus trabajadores durante todo el periodo para después en momentos de poco trabajo continuado pagar por función y dar de alta y baja cada día de trabajo.

Estas medidas son consecuencia de la falta general que hay de trabajo y de planificación del mismo, y evidentemente

genera mucha precariedad y que muchos actores y actrices trabajen al mismo tiempo en varias empresas y en distintos espectáculos.

Por grupos

	Grupos	Porcentaje %
Día de trabajo	1	10,71
	2	21,42
	3	39,28
Coste mensual	1	7,14
	2	10,71
	3	3,57
Ambas modalidades	1	0
	2	7,14
	3	0

El grupo que más paga por mes de trabajo es el grupo 2, probablemente debido a que concentra a prácticamente todo el sector infantil.

4.6. Caché del espectáculo

Este apartado es uno de los más complicados de medir. El caché no es más que el pago o valor económico del producto artístico. En general en España se funciona con un precio único, es decir, la compañía da un precio total al comprador que incluye el valor artístico + los costes que la actividad genera. En otros países europeos no se trabaja así. Las compañías tienen un caché (valor artístico del producto) y aparte se cobran los gastos (kilometraje, alquileres, dietas, alojamiento, etc.). Ahora bien, no olvidemos que una cosa es el caché o precio de venta del espectáculo y otra el precio al que realmente se vende, puesto que en la negociación está generalizado el regateo.

Sería más fácil medir el caché si funcionáramos como en Francia, Inglaterra, Portugal, etc. pero nuestra realidad es distinta y no lo permite. De tal manera, que los valores obtenidos son la suma del caché más los gastos.

4.6.1. Caché en espectáculos para adultos/todo público

	Caché por función	
	en Andalucía	fuera de Andalucía
Adulto / Todo público	3.171,82 €	4.226,46 €

La media de caché por función en espectáculos en Andalucía es de 3.171,82 €, mientras que fuera de Andalucía el caché es de 4.226,46 €, lo que supone 1.054,64 € más, esto es, un 33,25% de incremento medio.

a) por grupos

	Grupos	Media €
Caché por función en Andalucía	1	4.471,39
	2	2.493,37
	3	2.092,15
Caché por función fuera de Andalucía	1	5.891,14
	2	3.830,67
	3	2.500,00

El caché más alto corresponde al grupo 1 seguido del 2 y después del 3.

Digamos que esta progresión se daba también la inversión en producción y en número de trabajadores, por tanto, es lógico que se desarrolle así.

Es muy interesante comparar cuánto más cuesta de media una compañía del grupo 1 y una del grupo 3 en Andalucía y fuera de ella.

Entre el grupo 1 y el 2 en Andalucía la diferencia es de 1.978 €
Entre el grupo 1 y el 3 en Andalucía la diferencia es de 2.379,2 €.

Entre el grupo 2 y el 3 en Andalucía la diferencia es de 401,2 €
Entre el grupo 1 y el 2 fuera de Andalucía la diferencia es de 2.060,4 €.

Entre el grupo 1 y el 3 fuera de Andalucía la diferencia es de 3.391,1 €.

Entre el grupo 2 y el 3 fuera de Andalucía la diferencia es de 1.330,6 €.

4.6.2. Caché en espectáculos para niños

Medimos con especial atención los cachés de los espectáculos infantiles porque en general los precios son bastante más bajos que los espectáculos para adultos.

	Caché por función en Andalucía	Caché en campaña escolar
Niños	1.841,78 €	1.716,19 €
	Caché por función fuera de Andalucía	Caché en campaña escolar
Niños	2.351,47 €	2.208,22 €

La media de caché por función en espectáculos para niños en Andalucía es de 1.841,78 € y en campaña escolar de 1.716,19 €; esto supone una diferencia de 125,59 €, es decir una disminución media del 6,82%.

La media de caché en espectáculos para niños fuera de Andalucía es de 2.351,47 € y en campaña escolar de 2.208,22 €, lo que supone una diferencia de 143,25 €, esto es, una disminución media del 6,09%.

a) por grupos

	Grupos	Media €
Caché por función en Andalucía	1	0
	2	2.033,31
	3	1.395,08
Caché en campaña escolar	1	0
	2	2.013,67
	3	1.121,25

El grupo 2 cobra más respecto al grupo 3. La diferencia es de 638,31 € por función y en campaña de 892,42 €.

	Grupos	Media €
Caché por función fuera de Andalucía	1	0
	2	2.487,80
	3	1.975,00
Caché por campaña escolar fuera de Andalucía	1	0
	2	2.542,67
	3	1.425,00

Veamos qué incremento de caché se produce en ambas tabla.

Un compañía del grupo 2 cobra por una función en Andalucía una media de 2.033,31 € y fuera de Andalucía 2.487,8 €. La diferencia es de 454,49 €, que en términos porcentuales supone un 18,27% más en el caché.

Un compañía del grupo 3 cobra por un función en Andalucía una media de 1.395,08 € y fuera de Andalucía 1.975 €. La diferencia es de 579,92 €, que en términos porcentuales supone un 29,37% más en el caché.

5. SUBVENCIONES

Las subvenciones o ayudas públicas al sector son uno de los capítulos más discutidos y que más controversia y diversidad de opiniones despierta entre los profesionales. En Andalucía las subvenciones las concede la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.

El texto que precede a dichas ayudas en la normativa que se publica anualmente en el BOJA, es el siguiente:

"Con la finalidad de impulsar el desarrollo y consolidación del tejido profesional de las artes escénicas y musicales en todo el territorio de la Comunidad Andaluza y favorecer el acceso de los ciudadanos a los bienes culturales, la Dirección General de Fomento y Promoción Cultural de la Junta de Andalucía ha considerado necesario llevar a cabo una política de intervención en el sector a través de medidas que fomenten tanto la producción de espectáculos de interés cultural, como la distribución y difusión de las producciones que se realicen, instrumentalizándose la actuación a través de la Empresa Pública de Gestión de Programas Culturales, entidad de derecho público adscrita a la Consejería de Cultura. Mediante las medidas de apoyo a la producción de los distintos espectáculos de teatro, música, y danza en el ámbito profesional, se pretende contribuir tanto a la recuperación de nuestro patrimonio cultural, como a la creación e investigación en los nuevos lenguajes contemporáneos. Mediante las medidas de fomento de la distribución en el mismo ámbito, se pretende también promover la igualdad real y efectiva de todos los ciudadanos para disponer de los bienes culturales."

En general ante las ayudas nos encontramos las siguientes variantes.

Hay una parte del sector que solicita ayudas.

Hay una parte del sector que no solicita ayudas.

Hay una parte del sector que solicita ayudas y que no se le conceden.

Hay una parte del sector que no solicita ayudas a la Junta pero sí a otras entidades (públicas o privadas).

Veamos:

5.1. Compañías de ACTA que han solicitado ALGUNA subvención PÚBLICA

	Porcentaje %
Si	54,5
No	45,5

Un 54,5% sí que ha solicitado alguna subvención pública. Pues bien, de ese 54,5% han recibido alguna cuantía económica el 64,7% y el 35,3% no ha recibido cuantía

a) por grupos

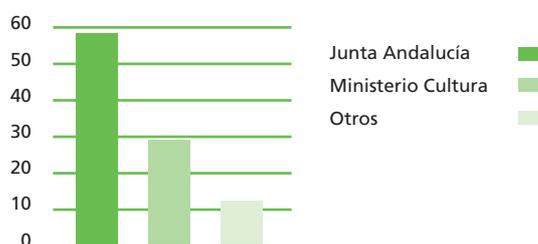
	Grupos	Porcentaje %
Si	1	12,5
	2	21,87
	3	18,75
No	1	6,25
	2	12,5
	3	28,12

De las que piden ayudas, el grupo que más solicitó fue el 2, pero los porcentajes están próximos. Tengamos en cuenta que algunas compañías del grupo 1 tienen ayudas bianuales. Entre las empresas que no solicitaron ayudas, el grupo que menos pidió fue el 3, evidentemente es el que menos invierte y por tanto el que más se autofinancia.

5.2. Organismos a los que se ha solicitado la subvención

	Porcentaje %
Junta de Andalucía	58,3
Ministerio de Cultura	29,2
Otros (Diputaciones, Empresas, Aytos ...)	12,5

El principal organismo al que las empresas piden ayuda es la Junta de Andalucía, seguido del Ministerio y de otros organismos como Diputaciones, Ayuntamientos, etc.



a) por grupos

	Grupos	Media €
Subvenciones	1	65.000,00
	2	57.989,00
	3	9.855,43

El grupo que más subvenciones recibe es el 1, seguido muy de cerca del 2 y por último y con gran diferencia el 3.

5.3. Ayudas en concepto de patrocinio o sponsor

	Porcentaje %
Si	12,1
No	84,8



La media de las cuantías de sponsorización es de 15.733,33 €. Ahora bien, el porcentaje de las empresas que tuvieron sponsor es muy bajo, solo un 12,1%.

a) por grupos

	Grupos	Porcentaje %
Si	1	17,64
	2	29,42
	3	17,64
No	1	0
	2	17,64
	3	17,64

En el sí, los porcentajes se vuelven a repartir, pero en el no hay un 0 en el grupo 1.

4

INFORME FINAL

El porcentaje de participación es de un 94,8%, prácticamente el 100% de las empresas asociadas. Este porcentaje supone que han sido analizadas 33 empresas andaluzas de teatro y danza.

Sobre la clasificación por grupos:

La división está hecha a partir de un criterio económico. Según los porcentajes resultantes, el mayor número de empresas (un 46,9%) pertenecen al grupo 3 que facturó por debajo de los 100.000 € en el año 2006. Seguido del 3 va el grupo 2 que supone un 34,4% del total y cuya facturación está entre los 200.000 € y los 100.000 €. Por último el porcentaje menos numeroso lo supone el grupo 1 que concentra aquellas empresas que facturaron más de 200.000 € en el ejercicio 2006 y que suponen un 18,8% del total. Por tanto, el gráfico es claramente piramidal.

Bloque 1. Datos identificativos

Localización del empresariado: Las tres provincias donde se localiza el mayor número de empresas de teatro y danza en Andalucía son Sevilla, Granada y Málaga.

El grupo 1, cuya facturación superó los 200.000 € en el año 2006 se localiza principalmente y en este orden en Sevilla, Granada y Málaga. El resto de las provincias concentran un porcentaje mucho menor de empresas y en su totalidad del grupo 2 y 3.

El 100% de las empresas encuestadas tienen correo electrónico. El 90,9% de las mismas tienen página web.

Bloque 2.- La empresa

Figura jurídica. Predominan las sociedades limitadas y los autónomos.

En el grupo 1 hay prácticamente solo sociedades limitadas. En el grupo 2 los porcentajes se reparten en las tres categorías, sobre todo en autónomos y sociedades limitadas. El grupo 3 concentra el porcentaje más alto de autónomos.

Media de antigüedad. La media está en 11 años.

Estamos ante un sector que resiste con fuerza a los cambios y

mantiene su actividad pese a una permanente y ya "mítica" crisis del teatro.

Facturación 2006: La media de facturación está en 146.361,74 € (neto).

Se da una clara polarización entre un reducido grupo de empresas que factura muy por encima de la media y un grupo mucho más numeroso que factura por debajo de la media.

Subvenciones: Sólo un 36,4% de las empresas recibieron alguna subvención.

La principal entidad que subvenciona con ayudas públicas al sector es la Junta de Andalucía (Consejería de Cultura) y en segundo lugar el Ministerio de Cultura (INAEM). La media de dinero que se ha percibido (no el concedido, sino el cobrado) en el 2006 como subvención fue de 15.248,96 €.

Sobre la actividad (teatro/danza/circo). El 90% de las empresas se dedican como actividad principal al teatro y solo un 3% a la danza y otro 3% al circo. Esta diferencia porcentual entre el teatro, la danza y el circo que se da en Acta no es casualidad, es un reflejo de la realidad. El sector de la danza y el circo están en general muy poco profesionalizados tanto en la Comunidad como fuera de ella.

Sobre el lugar de representación (sala/calle). En general la producción es de sala y en un porcentaje importante se representa en sala y en calle.

Porcentualmente el 60% de las empresas producen espectáculos de sala, un 3% produce calle y un 24% para sala y calle.

Sobre el tipo de público. Una gran parte de las compañías han diversificado su oferta en función del público.

Un 45,2% de las empresas producen solo para adultos/todo público y un 6,5% solo para niños. Ahora bien, un 48,4% de compañías producen para adultos y para niños. El grupo 1 solo trabaja para adultos y en su mayor parte las compañías que trabajan para niños están en el grupo 2.

Danza. Solo el 6,1 de las compañías hacen danza.

De ese 6,1% solo una hace solo danza y la otra teatro y danza. De ellas el 100% hace sala y el 50% calle. En cuanto al público a quien va dirigido el 50% hace danza para adultos/todo público y el 50% para niños.

Personal. La media de personas contratadas en las empresas es de 6,83 y dedicadas a tareas administrativas o de gestión una media 2,09.

La media de empleados dados de alta como autónomos es de 1,35. El grupo que más personal contrata es el grupo 1.

Bloque 3.- La producción

Sobre el lugar de ensayo. De las empresas asociadas a Acta solo el 33,3 % dispone de un lugar de ensayo en propiedad. El 66,7 % sin embargo se ve obligado a alquilar el espacio o se lo ceden.

Sobre la PRODUCCIÓN. En general se detecta una sobreproducción de teatro de sala en el año 2006.

- Más del 75% de las compañías de Acta estrenaron en el año 2006.
- La media de obras estrenadas en el año 2006 es de 1,56 por compañía.
- De las compañías que han estrenado (75,8%) en 2006, el 85,7% ha sido en sala, el 4,8% en calle y un 9,5% en ambos.
- La producción del 2006 se repartió en porcentajes iguales para adultos (repartida entre los grupos 1 y 3) y niños (principalmente en el grupo 2).
- La inversión media por producción es de 22.465,27 €. El grupo que más ha invertido es el grupo 1 el que menos el 3.
- La media de intérpretes por compañía es de 5,4 y de técnicos 2,12.

Bloque 4.- La gira

Espectáculos en gira /2006

- La media es de 3,12 espectáculos por compañía. De los tres grupos, el que más espectáculos mantiene en cartel es el grupo 2, con una media de 4,36.
- Es mayor el número de espectáculos para niños en gira que de adultos.
- Respecto al lugar de representación es más alta la media de sala frente a calle.

Media de representaciones en 2006 es de 78,82. El grupo que más trabajó fue el 2, el que menos el 3.

El grupo 3 lo forman empresas de reciente creación o con proyección más bien local o provincial.

Circuito andaluz. La media de representaciones realizadas dentro del Circuito Andaluz de Teatro es de 5,12 mientras que fuera del Circuito es de 58,28.

Es más que evidente que el circuito andaluz no es el principal mercado de los socios de Acta. El 57, 6% de las compañías no realizaron ninguna representación en el Circuito Andaluz de Teatro frente a un 42,4% que si lo hicieron. Atendiendo a los grupos:

- Grupo 1.-Es el que más representa en el Circuito Andaluz.
- Grupo 2.-Representa fundamentalmente fuera del circuito andaluz, aunque también lo hace en el CAT.
- Grupo 3.- Prácticamente no representa en el circuito andaluz, si fuera de él.

El 72,7% de las compañías realizan algún circuito que no es el andaluz.

(Red de teatros de Castilla la Mancha, Madrid, Red de teatros de Castilla León, Abecedaria, Cipaem...)

Media de funciones fuera de la comunidad es de 27,48. La media en campaña¹, baja mucho, pasando a 9,68.

Asistencia a Palma del Río. El 66,7 % de nuestras empresas no tuvieron cabida en Palma del Río en el año 2006.

Contratación en ensayos. El 68,8% del personal está dado de alta en ensayos.

Se tiende a contratar la jornada completa, en un 81,8% y en porcentajes similares se opta por pago mensual o pago por día de trabajo.

Contratación en gira. En general (un 69%) se contrata por día de trabajo.

Evidentemente si la gira se organiza bolo a bolo, la contratación en consecuencia se ajusta a ello. Las compañías infantiles y alguna más pueden optar por contratar todo el mes a sus trabajadores, pero el porcentaje es significativamente mucho menor. Muy pocas empresas pagan por mes de trabajo, el 72,4 % lo hace por día trabajado.

Caché²

- La media de caché por función en espectáculos en Andalucía es de 3.171,82 €, mientras que fuera de Andalucía el caché es de 4.226,46 €
El incremento medio que se aplica al caché en bolos fuera de la Comunidad supone 1.054,64 € más, es decir un 33,25% más.

¹ El concepto campaña aparece ligado al teatro infantil o juvenil, nunca al de adultos.

² Los valores referentes a cachés llevan los impuestos incluidos.



- El grupo que más cobra, más invierte y más trabajadores contrata es el 1 el que menos el 3.
- La media de caché por función en espectáculos para niños en Andalucía es de y en campaña escolar de **1.716,19 €**; esto supone una diferencia de **125,59 €**, es decir una disminución media del **6,82%**.
- La media de caché en espectáculos para niños fuera de Andalucía es de **2.351,47 €** y en campaña escolar de **2.208,22 €**, lo que supone una diferencia de **143,25 €**, esto es, una disminución media del **6,09%**.
- Se aprecia una diferencia entre las cifras de cachés dadas por las compañías y la media efectivamente cobrada por "bolo", si tenemos en cuenta los datos de facturación media y número medio de representaciones. Esta discrepancia se debe a que al utilizar el término caché, las empresas indican el precio inicial de venta de su espectáculo, importe que en muchas ocasiones se ven obligados a rebajar en las negociaciones con los compradores.

- Un **54,5 %** sí que ha solicitado alguna subvención pública. Pues bien, de ese **54,5%** han recibido alguna cuantía económica el **64,7%** y el **35,3%** no ha recibido cuantía alguna.

Ayudas Públicas. El principal organismo al que las empresas piden ayuda es la Junta de Andalucía y después el Ministerio de Cultura.

El grupo que más subvenciones recibe es el 1, seguido muy de cerca del 2 y por último y con gran diferencia el 3.

5

ANEXO

En el año 2001 hicimos un primer estudio sobre el sector asociado a ACTA. Cinco años después nos parece interesante analizar algunos de estos aspectos y su evolución.

Evidentemente no podemos olvidar que el número de empresas analizado no es el mismo y que igual que ha habido incorporaciones nuevas a la Asociación también ha habido bajas.

Vamos a comparar los datos que hacen referencia a: Facturación, actividad, personal en administración, inversión en producción, número de representaciones dentro y fuera del Circuito Andaluz de Teatro y Media de caché dentro y fuera de la comunidad

1. Media de facturación

AÑO 2001		
	Media (Ptas.)	Media €
2001	23.865.087	143.432,06

AÑO 2006	
	Media €
Bruto	170.966,33
Neto	146.361,74

La diferencia en la media de facturación entre el año 2001 y el 2006 es 2929,68 €, solo un 2% de aumento en 5 años.

2. Actividad a la que se dedican las empresas

En el cuestionario del año 2001 preguntamos por teatro/danza y títeres. En el 2006 variamos dicha tabla e introducimos circo y teatro-danza.

AÑO 2001	
	Porcentaje
Teatro	78,9
Danza	5,3
Títeres	15,8

AÑO 2006	
	Porcentaje %
Teatro	90,9
Danza	3,0
Teatro y Danza	3,0
Circo	3,0

Lo más interesante es que de nuevo la actividad principal a la que se dedican las empresas de ACTA sigue siendo TEATRO.

3. Numero de trabajadores contratados en la oficina

Nos parece interesante comparar estas dos medias porque siempre hay un déficit importante en las empresas del sector respecto al número de personas de administración y gestión.

AÑO 2001	
	Media
Personal de oficina	1,68

AÑO 2006	
	Media
Personas que trabajan en administración y gestión	2,09

Bien, en la comparación, la media aumenta en unas 0,41 personas más, lo que supone un 19,61% más.

4.- Inversión en la producción

Inversión media en producción en el 2001 y en el 2006. Veamos comparativamente hablando, lo que ocurre...

AÑO 2001	
Media (Ptas.)	Media €
5.602.591	33.672,25

AÑO 2006	
	Media €
	22.465,27

La inversión media en producción en el año 2001 era mayor que en 2006. El descenso ha sido del 33,28%, es decir, 11.206,98 €.

5. Numero de representaciones dentro/fuera del circuito andaluz de teatro

AÑO 2001	
	Media
Dentro del Circuito Andaluz de Teatro	9,94
Fuera del Circuito Andaluz de Teatro	48,00

AÑO 2006	
	Media
Dentro del Circuito Andaluz de Teatro	5,12
Fuera del Circuito Andaluz de Teatro	58,28

Dentro del Circuito Andaluz de Teatro, la media de representaciones ha disminuido: en 2001 se hacían una media 9,94 y en 2006 se han hecho 5,12, esto significa un 48,49% menos.

Por el contrario, la media de las representaciones fuera del Circuito Andaluz de Teatro en 2001 era de 48 y en 2006 de 58,28, por lo tanto ha habido un aumento medio del 17,63%.

6. Media de caché en andalucía y fuera

Media de caché en espectáculos para adultos:

AÑO 2001		
	Media Pesetas	€
Provincia	300.345	1.805
Comunidad	335.804	2.018
Nacional	428.546	2.576

AÑO 2006		
	Caché por función	
	en Andalucía	fuera de Andalucía
Adulto / Todo público	3.171,82 €	4.226,46 €

El incremento de la media de caché en la comunidad en 5 años ha sido de 1.153 €. El incremento de caché fuera de la comunidad en 5 años ha sido de 1.650,46 € .



Asociados a ACTA

PROVINCIA	COMPAÑÍAS	PÁGINA WEB
ALMERÍA	AXIOMA TEATRO STARDIN STARDAN TEATRO	www.escenalia.com
CÁDIZ	KALINA TEATRO LA GOTERA DE LAZOTEA LA MADRIGUERA TEATRO	www.kalinateatro.com www.lagoteradelazotea.es www.lamadriguerateatro.com
CÓRDOBA	BOCANEGRA	100pies100.google.com
GRANADA	LAVI E BEL DA. TE DANZA HISTRIÓN TEATRO LASAL TEATRO HOCUSPOCUS GESTIÓN CULTURAL TITIRITRÁN TEATRO VAGALUME TEATRO REMIENDO TEATRO	www.laviebel.com www.datedanza.com www.histrionteatro.com www.lasalteatro.com www.miguelpuga.net www.vagalumeteatro.com www.remiendoteatro.com
JAÉN	YMEDIOTEATRO PRODUCCIONES LA PACA	www.ymedioteatro.com www.teatrolapaca.com
MÁLAGA	EL ESTABLE TEATRO EL ESPEJO NEGRO PATA TEATRO TEATRO DEL GATO TANIT TEATRO MARCANDO TEATRO ROLABOLA COMPAÑÍA DE CIRCO SINDROME DARIO	www.elestableteatro.com www.elespejonegro.com www.patateatro.com www.teatrodeltgato.com www.tanit-teatro.com www.marcandoteatro.com www.rolabola.net www.sindromedario.com
SEVILLA	EL ROETE PRODUCCIONES BUHO TEATRO CARDAMOMO TÍTERES Y ANIMACIONES EDUCATIVAS COMPAÑÍA DE TEATRO BENJAMIN SORIANO EPSE CLOWN A LA SOMBRITA "teatro de pocas luces" HUPA TEATRO LA SERDA TEATRO LA CUADRA DE SEVILLA AAIÚN PRODUCCIONES LOS ULEN TITIRIMUNDI TEATRO CÍA SALA CERO TEATRO PRODUCCIONES IMPERDIBLES	www.elroete.com / www.calymel.com www.buhoteatro.com www.cardamomotiteres.tk www.benjaminsoriano.com www.epseclown.com www.alasombrita.com www.hupateatro.com www.laserda.com www.teatrolacuadra.com www.losulen.com www.titirimundi.net www.salacero.com www.imperdible.org



Asociación de Empresas de
Artes Escénicas de Andalucía

C/ José M^a Sánchez Arjona, 33 local
41010 Sevilla
Telf. 954284611 / 954281731/ 626626526
Fax. 954281731
www.teatroandaluz.com
E-mail: acta@darrakis.es



JUNTA DE ANDALUCÍA

Empresa Pública de Gestión de Programas Culturales
CONSEJERÍA DE CULTURA