

Informe



IMPACTO ECONÓMICO DEL COVID-19 EN LA COMUNITAT VALENCIANA: EL SECTOR DE LA CULTURA Y EL OCIO

El Laboratorio de Análisis de Políticas Públicas (IvieLAB) creado en 2018 por el Ivie en colaboración con Presidencia de la Generalitat Valenciana (GVA), está dedicado a diseñar nuevas metodologías y desarrollar las herramientas necesarias para la evaluación de políticas públicas, en particular de las administraciones públicas valencianas. En el marco del convenio suscrito en las sucesivas anualidades, se han realizado numerosos informes sobre ámbitos estratégicos para la orientación de las políticas de modernización y fomento del desarrollo económico y social de la Comunitat Valenciana. En 2021, la crisis sanitaria provocada por la pandemia del coronavirus sigue centrando una parte importante de la atención de la colaboración entre el Ivie y Presidencia de la GVA. En concreto, se sigue trabajando en analizar los importantes efectos que la situación sanitaria está teniendo sobre la economía valenciana, con especial atención al impacto por ramas productivas, sobre todo, aquellas que se han visto más afectadas por las restricciones impuestas por la pandemia como es el caso de la hostelería. Adicionalmente, otros temas son objeto de estudio en el marco de IvieLAB como es la calidad del empleo y los salarios en la Comunitat Valenciana o el impacto del Brexit sobre la región. A lo largo del año se irán sumando análisis complementarios que permitan seguir profundizando en la mejora de la eficiencia y el diseño de las políticas y

programas públicos. Para la realización de estos trabajos, se ha constituido un equipo amplio formado por investigadores y técnicos del Ivie junto con otros colaboradores externos, bajo la dirección de Francisco Pérez y Joaquín Maudos, el primero Catedrático Emérito de la Universitat de València y Director de investigación del Ivie, y el segundo Catedrático de la Universitat de València y Director adjunto del Ivie. Los investigadores y técnicos del Ivie que participan en el desarrollo de las actividades de IvieLAB en 2021 son por orden alfabético: Carlos Albert, Francisco Alcalá, Rodrigo Aragón, Eva Benages, Enrique Devesa, Alejandro Escribá, Juan Fernández de Guevara, Héctor García, Alicia Gómez, Laura Hernández, Matilde Mas, Consuelo Mínguez, Silvia Mollá, Fernando Pascual, Javier Quesada, Juan Carlos Robledo, Ernest Reig, Inés Rosell, Vicente Safón, Jimena Salamanca, Lorenzo Serrano, Marta Solaz, Ángel Soler, Antonio Villar e Irene Zaera. Además, cuando los trabajos lo requieran se contará con la colaboración de profesionales externos de diferentes universidades españolas. La lista del equipo de trabajo se completa con personal de edición y maquetación (Mari Cruz Ballesteros, Alicia Raya y Susana Sabater), servicios generales (Rosa Buitrago, Yolanda Jover, Belén Miravalles, Leo Marqués y Natalia Mora), todos ellos bajo la dirección de la gerencia del Ivie (Pilar Chorén).

Este informe ha sido realizado por el siguiente equipo:

Investigación

Juan Fernández de Guevara (Ivie y Universitat de València)

Carlos Albert (Ivie y Universitat de València)

Edición y diseño

M^a Cruz Ballesteros (Ivie)

Belén Miravalles (Ivie)

ISBN: 978-84-09-37721-3

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	5
1. INTRODUCCIÓN	13
2. DELIMITACIÓN DEL SECTOR	15
3. EL SECTOR CULTURA Y OCIO: IMPORTANCIA DEL VALOR AÑADIDO Y EL EMPLEO	17
4. LAS EMPRESAS DEL SECTOR CULTURA Y OCIO	27
5. FRAGILIDAD EMPRESARIAL Y RESTRICCIONES FINANCIERAS	51
6. EL IMPACTO DE LA PANDEMIA	59
7. LA FINANCIACIÓN PÚBLICA	79
8. DEBILIDADES Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN	85
9. SÍNTESIS DE PROPUESTAS	101
10. PRINCIPALES RESULTADOS Y CONCLUSIONES	105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109



RESUMEN EJECUTIVO

El sector cultural y del ocio valenciano

El sector de la cultura y el ocio (SCO) generó en la Comunitat Valenciana el 3,6% del total de empleo (69,6 mil trabajadores), valor inferior al del conjunto nacional (3,9%). La mayor parte del empleo se sitúa en el Ocio (49,4% del empleo total en el SCO), Libros y Prensa (14%) y Publicidad (10,7%). En la Arquitectura, las Artes plásticas y escénicas, y los Medios audiovisuales y multimedia el peso se sitúa entre el 5,9% y el 7,8%, respectivamente. El SCO valenciano se caracteriza por una gran atomización y precariedad en el empleo, mayor que en España: el 30% de los ocupados tiene contrato temporal, el 24% trabajo a jornada parcial, y el 25% trabajo autónomo. Sin embargo, el capital humano del sector es superior al conjunto de la economía: el 57% de los ocupados de la Comunitat Valenciana tiene estudios universitarios y el 30% medios, frente al 42% y 25%, respectivamente.

Las empresas del sector cultural y de ocio

En la Comunitat Valenciana existen 25 mil empresas en el SCO, lo que supone el 9-10% del total empresas españolas del mismo sector y el 6,7% de las empresas valencianas. Las empresas del SCO valenciano se concentran en los dominios del Ocio, y las Artes plásticas y escénicas, que conjuntamente representan aproximadamente la mitad de las empresas del sector, seguidas de las de la Publicidad, la Arquitectura y

Libros y prensa. Dominan las empresas sin asalariados (el 62% de las empresas son autónomos), las micro y pequeñas empresas. La presencia de grandes empresas valencianas en el sector es inferior al total nacional (0,5% vs 0,6%). El problema del reducido tamaño es más acusado en los dominios de Artes plásticas y escénicas, Arquitectura, Publicidad y en Diseño y Patrimonio cultural y natural, mientras que en Ocio y Artesanía son en los que menor peso tienen las empresas sin asalariados.

La precariedad del SCO también se observa en el elevado ritmo con el que entran y salen empresas del sector. La rotación empresarial (porcentaje de empresas nuevas y que desaparecen sobre el total de empresas – incluyendo autónomos–) es del 25,2% en el SCO de la Comunitat Valenciana (23,0% en el SCO de España), frente al 19,7% del total de empresas en la Comunitat Valenciana y el 18,2% de las españolas. Esto es reflejo de la forma de funcionar de este sector en el que existen muchos trabajadores autónomos que entran y salen del mercado cuando realizan producciones o proyectos. La rotación es más elevada en las Artes plásticas y escénicas (se renueva anualmente el 34% de las empresas), en el Diseño (32,7%), en el Patrimonio cultural y natural (28,9%) y en la Publicidad (28,0%).

En el SCO valenciano existen ineficiencias asignativas, pues el 25% de las empresas más competitivas son capaces de generar únicamente el

31,0% del VAB del sector, frente 56,2% de lo que lo hace el sector en España. Las grandes empresas SCO valencianas también contribuyen menos a la generación de VAB y empleo, pues únicamente generan el 30,5% del VAB del sector, frente al 57,6% de las grandes empresas del SCO españolas. Las empresas pequeñas y microempresas son las que concentran la mayor generación del VAB del sector.

Situación económico-financiera de las empresas valencianas

La situación patrimonial del SCO antes de la crisis del COVID-19 estaba caracterizada por un problema de reducida rentabilidad, pero no tanto porque la rentabilidad media sea reducida, sino por la situación de fragilidad de un número importante de empresas. En efecto, la rentabilidad sobre activos del SCO valenciano (7,7%) es similar a la de las empresas de este sector en España (7,6%) y superior a los del resto de empresas valencianas. Sin embargo, existen diferencias muy importantes por grupos de empresas, pues existen categorías de ellas con rentabilidades muy reducidas. Por ejemplo, el 50% de las empresas con menor competitividad tienen rentabilidades que oscilan entre el 1,4% de las medio-baja y el -2,2% de las de baja. Por dominios, destacan el Patrimonio cultural y natural, en los Libros y prensa, ambos con rentabilidad media del 15%, y en el Diseño del 9,1%. Menor nivel de rentabilidad se da en el resto de los dominios, entre el 4,4% (Ocio) y el 5,7% (Publicidad), pero especialmente en la Artesanía (0,2%).

El SCO valenciano tiene un serio problema de productividad, pues esta es inferior a la del SCO español y a la del conjunto de economía valenciana. Esto se observa tanto por grupos de competitividad como por tamaños. Existe una relación creciente entre la productividad del trabajo y la competitividad empresarial y el tamaño. Las desventajas de productividad se observan también en todos los dominios.

El SCO disponía de liquidez superior a la media de las empresas valencianas y que el propio SCO español gracias a la contribución de las empresas de mayor competitividad y las de menor dimensión, que tienen menores posibilidades de

acceder a la financiación ajena. En casi todos los dominios culturales y creativos la liquidez es mayor que en las SCO españolas.

La solvencia de las empresas del SCO valenciano es menor a las españolas de su mismo sector. Mayor competitividad del SCO español está asociada a menor solvencia, mientras que existe una relación positiva entre el tamaño y la solvencia. En todos los dominios, salvo en el del Diseño, la Publicidad, y en el de Libros y prensa, la solvencia es siempre inferior que en España.

La fragilidad financiera (ratio deuda sobre beneficios) del SCO valenciano es mayor que en España y que el conjunto de la economía de la Comunitat Valenciana, aunque la diferencia con las primeras es reducida. Las empresas menos competitivas tienen una situación de gran vulnerabilidad financiera. El tamaño es un factor determinante para la menor vulnerabilidad financiera, por la mayor rentabilidad de las grandes. En todos los dominios la vulnerabilidad financiera del sector valenciano es mayor que en España, salvo en el Diseño, el Ocio y la Artesanía.

En síntesis, el agregado del SCO valenciano está caracterizado por tener empresas de menor dimensión que las españolas del mismo sector, un tamaño medio un 30% inferior, y presenta debilidades asociadas a una menor productividad del trabajo (34% inferior), menor solvencia (24% inferior) y mayor fragilidad financiera (38% superior). Eso sí, la rentabilidad es similar a la española. El único punto fuerte en el que destacan las empresas valencianas es en su elevada liquidez (70% superior). En general en todos los dominios las empresas valencianas son de menor dimensión que las españolas y tienen menor productividad del trabajo. Las mayores debilidades antes del comienzo de la crisis se observaban en los dominios de las Artes plásticas y escénicas, la Arquitectura, y el Ocio, derivadas de mayores niveles de apalancamiento que la media nacional y por las dificultades de obtener suficiente rentabilidad. La situación se habrá deteriorado rápidamente con la caída de la rentabilidad asociada al cese de actividad en los primeros meses de la pandemia y a la sucesión de las restricciones que se han vivido y que

han afectado radicalmente al funcionamiento del sector.

Empresas en riesgo

Pese a que en nivel medio la liquidez de las empresas del sector era buena, existe una bolsa muy importante de empresas (22,7%), y del empleo (24,7%) del sector que ya se encontraba en dificultades a la hora de afrontar la crisis del COVID-19 en términos de reducida liquidez. El porcentaje de empleo en riesgo es 1 pp superior al de las empresas españolas del mismo sector. Los principales problemas de liquidez se dan en los dominios del Patrimonio cultural y natural (50% de las empresas y 77% del empleo), el Ocio (35,2%, 36,2%) y los Medios audiovisuales y multimedia (24,7%, 21,9%). En cinco dominios el riesgo de liquidez es reducido: Artesanía (12,5%; 9,3%), Diseño (13,6%; 6,8%), Publicidad (15,2%; 15,5%), Arquitectura (16,0%; 6,6%) y Libros y prensa (17,5%; 15,5%).

El 16,0% de las empresas y el 13,6% del empleo del SCO valenciano se encuentran en riesgo por no generar rentabilidad suficiente para hacer frente a sus obligaciones financieras. La fragilidad financiera del SCO valenciano es menor que la del sector en España. Las empresas frágiles son de menor dimensión que la media del sector. Por dominios, la mayor fragilidad financiera se observa en los sectores de la Artesanía (25,0% de las empresas y 26,9% del empleo); en Libros y prensa (14,6% y 18,3%), Medios audiovisuales y multimedia (17,2% y 16,0%). En el sector del Ocio existe un porcentaje importante de empresas en situación de fragilidad financiera (21,1%) aunque son de reducida dimensión, pues tan solo el 13,2% del empleo está en riesgo.

La elevada proporción de empresas en riesgo de liquidez y de solvencia indican que en el SCO existe una parte de su tejido productivo que ya se encontraba en una situación de fragilidad. Esto señala a las dificultades estructurales que el sector padece. Sin embargo, dado que en el análisis realizado únicamente se encuentran las empresas con formas societarias, la situación puede ser todavía más grave debido a la elevada precariedad en la que se realizan buena parte de

estas actividades, a la presencia de autónomos y contratos laborales de corta duración.

Restricciones financieras

La intensidad de la restricción financiera en el SCO valenciano en 2019 era elevada (64,5% de las empresas tienen algún tipo de restricción financiera), aunque similar a las del sector de España. Existen grandes diferencias entre dominios en la Comunitat Valenciana: en los sectores más orientados al mercado y más saneados, el porcentaje de empresas no restringidas es mayor (Diseño y los Medios audiovisuales y multimedia). En cambio, existen mayores dificultades para obtener la financiación en los sectores del Patrimonio cultural y natural, y en la Artesanía el porcentaje es reducido, pues únicamente el 21,4% y 24,1% de sus empresas no tienen ningún tipo de restricción financiera. En el resto de los dominios, las empresas no restringidas financieramente oscilan entre el 30,6% de Libros y prensa y el 38,1% del Ocio. Hay que tener presente, como se indicó anteriormente, que en buena parte de los SCO los trabajadores autónomos, o incluso con contratos laborales por obra y servicio por días o por funciones, las restricciones son elevadas.

Impacto de la crisis del COVID-19 sobre el SCO

La crisis del COVID-19 ha tenido mayor impacto en el SCO que en el conjunto de la economía. El Valor Añadido Bruto (VAB) de la economía española se redujo en términos reales un 10,8%, mientras que en el sector cultural y creativo la caída fue un 24,2%, es decir, 2,2 veces mayor.

El impacto ha sido más intenso sobre los dominios donde la presencialidad es más importante para la actividad, y donde la digitalización no ha permitido su continuidad: Patrimonio cultural y natural (-36,6%), Ocio (-34,6%), o las Artes plásticas y escénicas (-31,5%). Para la Comunitat Valenciana únicamente está disponible información del empleo. El impacto sobre el empleo del SCO en la Comunitat Valenciana y en España fue similar (-6,1% y -6,2%, respectivamente), superior al del conjunto de ambas economías (-4,4% y -4,1%). Los dominios más afectados fueron, al igual que en VAB, aquellos en

los que mayor presencialidad era necesaria para realizar las actividades y en los que las restricciones tuvieron más efecto.

El número de empresas en el SCO valenciano se redujo un 13,6% entre febrero y mayo de 2020. Hasta agosto, el número de empresas se mantuvo constante, y desde ese momento el perfil siguió el de las olas de contagios: crecimiento hasta final de año, reducción hasta febrero, y posterior crecimiento. En abril de 2021 el número de empresas de alta en la Seguridad Social era un 8% inferior al que existía en enero de 2020. El número de empresas disminuyó en todos los dominios. En los Medios audiovisuales y multimedia (-16,7%), el Diseño (-16,2%), las Artes plásticas y escénicas (13,9%), Libros y prensa (-11,8%) y en la Publicidad (-11,3%) se observa la mayor reducción del número de empresas. La menor reducción en el número de empresas se da en el Ocio (-6,6%).

Por tanto, el impacto del COVID-19 ha sido superior en el SCO que en el conjunto de la economía, y en la Comunitat Valenciana que en España. La necesidad de la presencialidad y el impacto tecnológico permiten explicar parte de esto, pero también es el reflejo de la mayor precariedad del sector. Los trabajadores más precarios fueron precisamente los que se encontraron más desprotegidos durante los primeros momentos de la crisis, al no poder acogerse a medidas de apoyo. En cualquier caso, la proporción de empresas en ERTE en la Comunitat Valenciana era superior al conjunto de la economía: en abril de 2021 el 20,9% de las empresas valencianas de la cultura y el ocio estaban con ERTE, frente al 13,3% de los sectores que no son de la cultura y el ocio.

Diferencias en el impacto de la crisis por dominios

El impacto del COVID-19 sobre cada uno de los dominios culturales y creativos ha sido distinto debido a las particularidades de cada uno de ellos y de las propias dinámicas que mantenían previas a la crisis. La Comunitat Valenciana dispone de un censo de bienes culturales y naturales, así como en otras infraestructuras culturales, como en bibliotecas, inferior a lo que le correspondería de acuerdo con su peso en

población en el total nacional. La dotación de museos sí que destaca, aunque se observa un retroceso en el número de visitantes. Además, en la Comunitat Valenciana la Ciudad de las Artes y las Ciencias concentra prácticamente la mitad de los visitantes a museos.

El sector de los libros valenciano ha conseguido superar la crisis con un ligero aumento de sus ingresos, mientras que en el de la prensa, aunque se han mantenido las audiencias, los ingresos publicitarios se han reducido. La crisis ha acelerado el impacto de la tecnología en ambos sectores: los canales de distribución están cambiando, lo que requiere capacidad de adaptación.

Las artes plásticas y escénicas es uno de los dominios más perjudicado por la crisis sanitaria, tanto por el efecto del parón de actividad, por las restricciones de aforo y por la propia precariedad del sector. En el conjunto de las artes escénicas la reducción del número de espectadores en 2020 fue del 75% y de la recaudación del 75,7%. En los espectáculos musicales la reducción de espectadores en 2020 fue del 84% y en el cine del 77%, rompiéndose una tendencia de continuo crecimiento en los años anteriores. La digitalización ha cambiado el modelo de negocio de la música, dependiendo fundamentalmente de los derechos de propiedad intelectual y por la música en directo, más que por la venta directa de música. La reducción de la música en directo ha significado un duro revés para el sector.

El sector audiovisual se encuentra bajo los efectos de la transformación digital. La audiencia en los medios tradicionales lleva años reduciéndose, a costa de las plataformas, lo que está generando menores ingresos publicitarios. Este cambio en la estructura del consumo de contenidos supone un reto para las empresas de audiovisuales locales. Las nuevas plataformas emergentes son multinacionales, donde sus decisiones y producciones son globales y no se encuentran necesariamente ligadas al territorio. Es por ello que la competencia para el desarrollo de este sector es más difícil. Del mismo modo, las empresas de comunicación audiovisual más tradicional –radio y televisión– se

enfrentan al reto de sobrevivir en un entorno donde no aumentan los ingresos por publicidad.

En el subsector del ocio, el impacto ha sido muy significativo, pues las restricciones han supuesto que muchas de las actividades no pudieran ni siquiera operar sin facturar en el ejercicio 2020 desde que comenzó la pandemia. En la actividad deportiva, gimnasios y piscinas se estima que la facturación anual se redujo un 64% desde el inicio de la pandemia. Además, se calcula que en abril de 2021, se había perdido un 37,4% de la clientela.

Financiación pública

La naturaleza de bien público de la cultura que genera externalidades que van más allá del rendimiento individual de quien realiza o participa en las actividades culturales justifica el apoyo público mediante ayudas o subvenciones. Las corporaciones locales son las principales instituciones que contribuyen en España en sus presupuestos al gasto en bienes y servicios culturales (65% del total de gasto en cultura), seguidos de las Comunidades Autónomas (22%) y de la Administración General del Estado (13%). La pandemia ha llegado cuando el gasto público en el SCO todavía no había recuperado los niveles previos a la Gran depresión.

La Generalitat Valenciana ha realizado un esfuerzo incrementando el gasto en cultura y ocio desde 2015, pero que no ha sido suficiente para recuperar los niveles previos de la Gran Depresión. Su gasto en cultura se concentra en las artes plásticas, escénicas y musicales (52,7% del gasto liquidado en 2018). El gasto en cultura dentro del conjunto de gastos no financieros de la Generalitat Valenciana representa el 0,81% del presupuesto total no financiero y el 5% del gasto no financiero y no social de la Generalitat Valenciana. En 2020, con la crisis del COVID-19, el gasto nominal en cultura creció un 17,7%. Los datos presupuestarios indican que hay margen de mejora en los procesos administrativos de apoyo al sector, pues entre 2015 y 2019 aproximadamente una cuarta parte del presupuesto para cultura quedó sin ejecutarse. Incluso en 2020 este porcentaje fue del 20%.

Síntesis de la situación: debilidades y ámbitos de actuación

La respuesta de los agentes culturales durante la pandemia no ha sido muy distinta a la de otros sectores que también dependen de la presencialidad: reducir al mínimo posible su actividad buscando mantener las fuentes de ingresos en aquellos subsectores donde la digitalización era posible, apoyándose en la ayuda financiera que ofrecían los préstamos avalados por el Instituto de Crédito Oficial (ICO), reduciendo costes vía renegociaciones con proveedores, acogiéndose a ERTE, moratorias crediticias, etc. También se tuvieron que asumir los costes asociados a la adaptación de los espacios para garantizar la seguridad sanitaria. Sin embargo, la crisis va a generar heridas y consecuencias que tendrán que ser cicatrizadas durante bastante tiempo.

A medida que fue volviendo a realizarse la actividad, los ingresos no retornaron en la misma medida en los sectores donde la presencialidad es necesaria. En algunos, como en la Artesanía porque son muy dependientes del turismo, en otros, como los medios de comunicación, especialmente en la prensa, porque la pandemia aceleró el paso de la edición impresa a la digital y se redujo la publicidad. En el cine, porque el público escaseó y se aplazaron los estrenos que podrían haber atraído gente a las pantallas. En general, aumentó el endeudamiento de todos los dominios culturales.

En el informe se indican cuatro áreas en las que el sector se enfrenta a retos importantes.

Incremento de la demanda

Se detecta que el sector se enfrenta a un problema de estancamiento de la demanda, pues el gasto cultural cada vez representa un porcentaje más reducido del presupuesto familiar. De hecho, con la crisis del COVID-19 aún se redujo más, llegando a ser tan solo el 5% del presupuesto familiar, desde el 7% que representaba en 2013. En muchos segmentos culturales la demanda es reducida, pues tienen un público objetivo limitado. Debería haber políticas activas para aumentar su demanda: políticas educativas, incluyendo la cultura en los currículos escolares, y mayor intensidad en la promoción de

la actividad cultural y de ocio. La cultura no ha de trabajar solo para los especialistas, sino que se debe abrir a toda la sociedad. Son necesarias estrategias innovadoras (de tipos de productos culturales, de *marketing*, comunicación, etc.) que consigan acercar la cultura a los ciudadanos y que se cree un vínculo para que los espacios culturales sean centros de vida ciudadana.

Modelos de negocio

Existen tres grandes tipos de modelo de negocios en relación con la forma de producir la actividad cultural o creativa: 1) aquellas actividades profesionales orientadas al mercado (diseño, arquitectura, publicidad, ocio); 2) actividades o dominios en los que las ayudas públicas son la fuente de ingresos más importante (artes visuales, artes plásticas y escénicas, patrimonio cultural y natural, etc.); y 3) dominios mixtos.

Los sectores más orientados a actividades profesionales de mercado han tenido mayor capacidad de resistencia a la crisis del COVID-19, tanto por la posibilidad de teletrabajar y continuar con la actividad gracias a la digitalización, como por la mejor situación de partida (mejor salud económica y financiera). Sin embargo, estos sectores tienen su principal hándicap en las habilidades directivas y de gestión empresarial, lo que lastra su productividad y capacidad de crecimiento. La falta de grandes empresas en estos sectores es por un problema de falta de vocación de crecimiento.

Los sectores con mayores dificultades en la crisis han sido aquellos que más dependen de la presencialidad para realizar su actividad y de los ingresos públicos: sector de la música, artes plásticas y escénicas. Estos sectores se caracterizan por baja productividad y gran fragilidad. Las administraciones públicas han actuado para intentar mantener los ingresos de los profesionales de estos sectores, pero esto no fue siempre posible. En primer lugar, por la falta de información concreta de su dimensión. Además, porque muchas instituciones públicas, especialmente ayuntamientos, suspendieron las actuaciones concertadas al no poder realizarse. La Generalitat Valenciana anticipó los importes de las subvenciones, permitió incrementar ayudas hasta los máximos de la convocatoria, y

flexibilizó los procedimientos de ejecución y justificación. Sin embargo, el grueso de las ayudas a este sector vino de la convocatoria anual de las subvenciones públicas. Aunque estas ayudas constituyen un elemento de vertebración fundamental para el sector, generan, a su vez, incentivos negativos sobre este, pues implican que los artistas tienen que financiar las actividades hasta que se realiza el estreno y se puede cobrar la subvención. Dado que el sector cultural tiene dificultades estructurales de financiación, supone un freno a su crecimiento.

La mejora del presupuesto asignado siempre contribuirá, pero también hay que mejorar los procesos de ejecución presupuestaria y el diseño de las ayudas. En el primer caso, se tiene que garantizar que existe capacidad administrativa para ejecutar el presupuesto asignado, pues en la actualidad deja de ejecutarse un 20% del presupuesto disponible. Los mecanismos de ayuda también deberían alinearse con las necesidades del sector con una visión de largo plazo y una planificación estratégica que determine el tipo de sector cultural que se desea. La reducción de la atomización, el aumento del tamaño de los agentes culturales, y la creación de una base de empresas financieramente solventes en el largo plazo debería ser un objetivo.

También se considera que, para estas actividades dependientes de la financiación pública, sería de gran utilidad la creación, o más bien la potenciación, del *Circuit Cultural Valencià*, para aumentar el tamaño del mercado y que se pueda disfrutar de economías de escala. La profesionalización de los gestores culturales, especialmente en los ayuntamientos, es considerado como muy positivo, así como la realización de actividades de promoción y publicidad por parte de las AA. PP.

Fragmentación, heterogeneidad y precariedad en el sector

En el SCO dominan el trabajo precario y el elevado intrusismo. La estructura tan atomizada genera una gran debilidad en el sector como un todo. De hecho, como se mostró anteriormente, incluso antes de la crisis sanitaria, el porcentaje de empresas financieramente vulnerables y con problemas de liquidez era elevado. En el SCO se

lleva años reclamando que se apruebe el Estatuto del Artista, para adaptar la realidad laboral a las características del sector. La falta de esta legislación básica continuará perpetuando la precariedad y potenciará la economía sumergida. Tiene que aumentar la concienciación del respeto hacia el trabajo del profesional cultural y creativo, esto es, la digitalización del trabajo de los artistas. De nuevo, la profesionalización de los agentes culturales es esencial en este aspecto.

Dimensión de las empresas y agentes del SCO

El aumento del tamaño del sector ha de ser un reto fundamental. Pero el aumento del tamaño tiene que realizarse a partir de mejoras en la eficiencia productiva del sector, esto es, de su productividad. El problema del tamaño del SCO es en última instancia un reflejo de la baja productividad y las ineficiencias existentes.

Una parte de las dificultades para aumentar el tamaño en el SCO son compartidas con el conjunto de la economía valenciana y se asocian a una excesiva regulación y a elevadas trabas administrativas, a una falta de voluntad emprendedora, etc. Sin embargo, en el SCO hay también factores específicos que restringen el crecimiento. En primer lugar, las dificultades para obtener financiación por parte de los agentes culturales. Segundo, los aspectos relativos a la dependencia de ingresos de las AA. PP. y la estructura de las ayudas. Tercero, la falta de habilidades y formación en gestión empresarial por parte de los profesionales del sector. La mejora de las habilidades de gestión es un elemento que claramente limita el potencial de crecimiento de las empresas al limitar su productividad.

El apoyo tiene que estar orientado a lograr el crecimiento de las empresas del sector, de forma que se establezcan grupos consolidados con elevada productividad, capacidad de desarrollo de proyectos y creatividad que articulen y estructuren la actividad cultural. Las medidas no deben ser generalistas, sino orientadas, por un lado, a artistas emergentes, para que fluya el talento de las nuevas generaciones y que tengan la posibilidad de desarrollar sus carreras. Pero las medidas han de discriminar entre los artistas que se encuentran a media carrera que tienen

posibilidad de llegar a consolidarse en el medio plazo, de los que irremediablemente terminarán saliendo del sector. Al tiempo que se potencia el sector, hay que evitar la creación de excesos de capacidad y que las ayudas públicas perpetúen estructuras sin recorrido futuro y drenen recursos para otros agentes más dinámicos y con más posibilidades.

Digitalización

En todos los dominios culturales las medidas de apoyo para la transformación digital son necesarias, pues están sufriendo sus efectos disruptivos. En la medida que la crisis del COVID-19 ha debilitado la situación patrimonial de un sector que tiene que hacer frente a un incremento del endeudamiento con una rentabilidad muy reducida en una parte significativa de sus empresas, necesita el apoyo para afrontar el cambio digital. Además de las ayudas presupuestarias, para la adaptación de equipos en los sectores audiovisuales, de estructuras en la prensa escrita, o de adaptación al comercio electrónico en los sectores de edición de libros, por ejemplo, es necesario garantizar los derechos de propiedad de los creadores, muy dañados por la piratería y por la posición de dominio de las grandes plataformas o distribuidoras. En los sectores de artes escénicas y plásticas, por ejemplo, a raíz del confinamiento, se han realizados proyectos digitales, pero existe escepticismo sobre la forma de monetizar todos estos contenidos.

Síntesis de propuestas

El análisis realizado permite detectar cinco áreas de actuación para potenciar el mundo de la cultura: planteamiento estratégico y necesidades de información, incremento de la demanda, crecimiento empresarial, reducción de la precariedad laboral y ayudas a la transformación digital. El cuadro siguiente sintetiza estas medidas. La Conselleria d'Educació, Cultura i Esport publicó recientemente su plan estratégico que puede ser un buen punto de partida, pues comparte buena parte del diagnóstico aquí realizado. La cuestión clave es la plasmación del plan en medidas concretas.

Las principales necesidades del sector detectadas son:

Principales necesidades detectadas en el sector de Cultura y ocio

Planeamiento estratégico y necesidades de información

Planeamiento estratégico que guíe los horizontes de largo plazo

Necesidades de información: inversión en datos que permitan tener una imagen fiel y actualizada del sector

Lucha contra la exclusión cultural en núcleos de población rurales

Incremento de la demanda

Políticas educativas para formar y crear hábitos culturales de la población. Atraer a mayor población a la cultura

Mayor implicación del sector público en la difusión de la actividad cultural

Mejora de la coordinación entre administraciones públicas para incrementar la dimensión de los mercados culturales: Red de instituciones públicas

Políticas culturales innovadoras para el incremento de la demanda: *micromarketing*, redes sociales, bonos culturales, receta deportiva, etc

Innovación en las propuestas y creación de contenidos interesantes para el público. Creación de nueva demanda

Reconsideración de una rebaja del IVA cultural y en el deporte

Crecimiento empresarial basado en el aumento de la productividad

La reducción de la atomización, el aumento del tamaño de los agentes culturales, y la creación de una base de empresas financieramente solventes en el largo plazo

Mejoras en la financiación empresarial

Mejora de los procesos de decisión públicos y mejoras en el diseño de las ayudas para acercarlas a las necesidades de los agentes. Profesionalización de los criterios de concesión

Las ayudas y políticas deberían enfocarse a los distintos estadios en la carrera profesional de los artistas, diferenciando entre profesionales emergentes con proyección, profesionales de media carrera, y los ya consolidados. No deben ser medidas generalistas de apoyo al sector, sino orientadas a objetivos concretos

Inversión en formación, especialmente en materias de gestión económica y administración y dirección de empresas.

Internacionalización de las actividades culturales, especialmente en aquellos aspectos en los que más se destaca, como en el diseño, por ejemplo. Para esto, las ayudas para la asistencia a ferias y la existencia de una red de prescriptores sería de ayuda

Propuestas concretas, como el desarrollo de ficción (series y películas) de calidad, potenciadas por *Apunt*, o una escuela de cinematografía

Reducción de la precariedad laboral

Aprobación del Estatuto del Artista: adaptación de la normativa, fiscal laboral y de la seguridad social a la realidad del mundo cultural

Profesionalizar la gestión cultural, sobre todo en los ayuntamientos

Dignificar el trabajo del creador y limitando el intrusismo

Ayudas a la transformación digital.

Medidas de apoyo a la transición digital: periodismo, medios audiovisuales, diseño, etc.

Regular y crear un marco normativo que garantice que los creadores reciban los ingresos derivados de la propiedad intelectual

Se deberían minimizar los riesgos de que las grandes plataformas tengan posición de dominio sobre los creadores. En el seno de la Unión Europea se está trabajando sobre esto

Fuente: Elaboración propia.

1. INTRODUCCIÓN

La crisis económica asociada al COVID-19 además ser de gran intensidad también está teniendo un cariz claramente asimétrico en los sectores más afectados. Después del confinamiento inicial donde el impacto fue generalizado el turismo, la automoción, la hostelería y el comercio han estado entre los más perjudicados. Pero también el sector de la cultura y el ocio (SCO), debido a lo duradero de las restricciones de actividad y aforo. Este sector se compone de un conjunto muy heterogéneo de actividades, con realidades, estructuras de negocio y características muy diferenciadas entre sí, lo que ha generado que el impacto de la pandemia haya sido también muy asimétrico dentro de él. Los subsectores que más han sufrido han sido precisamente los que son más dependientes de la actividad presencial, y donde la digitalización y el paso al negocio virtual ha sido más complicado.

Después del impacto inicial de la pandemia, la persistencia de sus efectos está ahondando en algunas debilidades estructurales del sector: atomización de las empresas y agentes que lo integran, elevado grado de precarización en el empleo –gran porcentaje de empleo con bajos salarios, a tiempo parcial, temporal y autónomo-, dificultades para la generación de ingresos y dificultades para acceder a la financiación ajena, etc. Además, la crisis sanitaria ha sido un catalizador de una transformación estructural

generada por la tecnología. La digitalización está revolucionando el sector al cambiar la forma en la que se producen, distribuyen y consumen una parte sustancial de los contenidos culturales y de ocio. Esta transformación derivada de la disrupción tecnológica está provocando que exista una dualidad entre distintos segmentos del SCO. Mientras en algunos de ellos la evolución previa a la pandemia era positiva en cuanto a su actividad y crecimiento, otros ya mostraban dificultades de adaptación. La transformación digital está generando problemas específicos, como los relativos a los derechos de propiedad, por ejemplo, que están alterando la forma de retribuir las actividades culturales y la capacidad de los creadores de apropiarse de los rendimientos de su trabajo. Las nuevas tecnologías también están cambiando los hábitos culturales de la población: menor compra de soportes físicos por la emergencia de las grandes plataformas y la piratería, menor gasto en audiovisuales y mayor consumo doméstico, y una cierta sensación de que los productos culturales han de ser gratuitos.

Por todo ello no es de esperar la vuelta a la vieja normalidad, sino a una nueva realidad que requiere adaptación. Sin embargo, la cultura y el ocio son considerados desde hace más de una década motores del crecimiento económico y de la innovación, más allá del peso que el sector supone en la economía en términos de valor

añadido o de empleo. Por ejemplo, de acuerdo con el Libro Verde de la Cultura de la Comisión Europea (Comisión Europea 2010), las industrias culturales y creativas son catalizadoras de la innovación económica y social en otros muchos sectores al generar efectos de desbordamiento (*spillovers*) en otros ámbitos. Por ejemplo, los contenidos culturales favorecen la implantación de la sociedad digital al fomentar el desarrollo de plataformas que los distribuyen, y las inversiones en infraestructuras tecnológicas y en nuevos dispositivos electrónicos. Las industrias culturales y creativas también favorecen la aceptación de algunas de las nuevas tecnologías y/o modelos de negocio entre un público más amplio, lo que permite aprovechar economías de escala. Además, permiten desarrollar capacidades digitales y la penetración de nuevos medios y formas de comunicación.

De acuerdo con los estudios existentes, las industrias culturales y creativas también son un vehículo que coadyuva al desarrollo de competencias creativas, innovadoras y emprendedoras (Lee y Drever 2013; Lee y Rodríguez-Pose 2014a, 2014b, por ejemplo). Además, una característica de estas actividades es la concentración geográfica en núcleos urbanos (Londres, Nueva York, Barcelona, etc.) en los que se aprovechan al máximo su potencial por la existencia de mercados laborales especializados y por el establecimiento de redes de creadores. La cultura y la creatividad también está penetrando en todos los sectores, pues de forma generalizada cada vez es mayor la presencia de profesionales que se desempeñan en sus puestos de trabajo ocupaciones relacionadas con esta. Se han definido conceptos como la clase creativa, *creative class*, o el tridente creativo (Higgs, Cunningham y Bakshi 2008; Cunningham y Higgs 2009; Cunningham 2011) que enfatizan el papel que juega en el desarrollo urbano y el crecimiento económico la presencia de una proporción importante de ocupaciones que deberían ser clasificadas como ocupaciones culturales (Florida 2002; Boix y Lazzeretti 2011;

Lazzeretti, Boix y Capone 2008) y que no se encuentran en el sector cultural y creativo, sino que en el resto de las ramas de actividad. La intensidad creadora (*creative intensity* [Bakhishi, Freeman y Higgs 2013]), que se define como la proporción del empleo total dentro de un sector de actividad, productor o no de productos culturales que está relacionado con las ocupaciones culturales, está aumentando.

Este informe presenta evidencia sobre la importancia del SCO en la Comunitat Valenciana, en comparación con el conjunto de España y describe el impacto de la crisis del COVID-19 así como la capacidad de respuesta y resiliencia del sector. Además de esta parte cuantitativa, el informe incorpora un análisis cualitativo con reflexiones sobre la posición y perspectivas del sector obtenidas de entrevistas a agentes y representantes del sector.

El informe se estructura de la siguiente manera. En la sección 2 se delimita qué se entiende por SCO, y se propone una taxonomía sectorial. El tercer apartado cuantifica su relevancia en la economía valenciana en términos de empleo y de valor añadido, comparándola con la media nacional. A continuación, en el cuarto apartado, se presenta información sobre la situación económico-financiera de las empresas del sector. En la quinta sección se evalúa la fragilidad financiera, entendida como el porcentaje de empresas y empleo en riesgo de liquidez o de solvencia, y las dificultades del sector para acceder a la financiación ajena –restricciones financieras–. En la sexta sección se analiza el impacto de la crisis sanitaria sobre el SCO, para a continuación, en la séptima, sección analizar las características de la financiación pública al SCO en los últimos años. En la sección 8 se sintetiza la situación del sector en términos de sus debilidades y los ámbitos de actuación. Las principales propuestas que se desprenden del análisis del informe se ofrecen en la sección 9. Por último, la sección 10 resume las conclusiones.

2. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Para analizar el SCO conviene delimitar qué actividades lo determinan, pues constituye una amalgama variada de actividades. Diversas iniciativas internacionales han propuesto clasificaciones sectoriales que definen el sector cultural o las industrias culturales y creativas, entre las que cabe citar las de la UNESCO (Ellis [dir.], Pressoa y DelouMeaux 2007), la UNCTAD (Barrowclough y Kozul-Wright 2008; Naciones Unidas 2008, 2010, 2013), la OCDE, o la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (WIPO), Essnet-Culture de Eurostat, la del European Cluster Observatory (ECO) o la del Department for Culture, Media and Sport (UK DCMS) del Reino Unido. En España, el Ministerio de Cultura y Deporte también tiene su propia definición de actividades culturales y creativas, basada en algunas de las anteriores, que es la que sigue en la elaboración de sus Cuentas Satélites de la Cultura. A partir de estas clasificaciones Mas, Fernández de Guevara y Robledo (2021) proponen una taxonomía que permite medir la dimensión del sector de las actividades culturales y creativas a partir de las estadísticas públicas disponibles, pues utilizan el criterio de seleccionar sectores unívocamente asociados a la cultura y a la creatividad y que no estuviesen combinados con otras actividades. Este criterio

permite separar la parte de los sectores de actividad (4 dígitos) atribuible a la cultura y la creatividad del resto de actividades económicas.

Para la medición de las actividades culturales y creativas se considera como punto de partida esta clasificación de Mas, Fernández de Guevara y Robledo (2021). Esta definición utilizada abarca un conjunto de actividades muy heterogéneo, ya que aglutina actividades del sector manufacturero, comercio y los servicios. Quedan fuera todas las actividades ligadas a la agricultura, industrias extractivas, energéticas y el sector de la construcción. Sin embargo, es necesario modificar esta clasificación por dos motivos. En primer lugar, se excluyen de la clasificación aquellos subsectores ligados al comercio (CNAE 2009 4761-4765¹) al ser incluidos con el resto del sector del comercio en otros informes de esta serie. En segundo lugar, se añade el subsector del ocio, medido por los sectores 92 (actividades de juegos de azar y apuestas) y 93 (actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento) de la CNAE 2009. El **cuadro 2.1** muestra la clasificación finalmente utilizada. Los sectores de actividad se agrupan en nueve dominios: Patrimonio cultural y natural, Artesanía, Libros y prensa, Artes plásticas y

¹ Comercio al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializados; Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados; Comercio al por menor de

artículos deportivos en establecimientos especializados; Comercio al por menor de juegos y juguetes en establecimientos especializados.

escénicas, Arquitectura, Diseño, Medios audiovisuales y multimedia, Publicidad y Ocio.

Adicionalmente, en el informe se mide la intensidad de la penetración de las actividades culturales y creativas en todos los sectores de actividad, aproximada por la proporción del trabajo que se dedica a ocupaciones culturales y creativas. Mas, Fernández de Guevara y Robledo

(2021) también proponen un conjunto de ocupaciones que permite medir esta penetración a partir de las ocupaciones culturales y creativas. Esta clasificación operativa operativa, se basa en las utilizadas por ESSnet-CULTURE (Bína *et al.* 2012), la OCDE (2018), la OIT (2018), el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD 2017) y Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase)².

Cuadro 2.1. Taxonomía del sector de Cultura y ocio

Dominios culturales	CNAE-2009	Sector de actividad
D1. PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL	91	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
D2. ARTESANÍA	3212	Fabricación de artículos de joyería y artículos similares
D3. LIBROS Y PRENSA	181	Artes gráficas y servicios relacionadas con las mismas
D3. LIBROS Y PRENSA	581	Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales
D3. LIBROS Y PRENSA	639	Otros servicios de información
D3. LIBROS Y PRENSA	743	Actividades de traducción e interpretación
D4. ARTES PLÁSTICAS Y ESCÉNICAS	322	Fabricación de instrumentos musicales
D4. ARTES PLÁSTICAS Y ESCÉNICAS	742	Actividades de fotografía
D4. ARTES PLÁSTICAS Y ESCÉNICAS	90	Actividades de creación, artísticas y espectáculos
D5. ARQUITECTURA	7111	Servicios técnicos de arquitectura
D6. DISEÑO	741	Actividades de diseño especializado
D7. MEDIOS AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA	182	Reproducción de soportes grabados
D7. MEDIOS AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA	59	Actividades cinematográficas, de video y programas de televisión, grabación de sonido y edición musical
D7. MEDIOS AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA	60	Actividades de programación y emisión de radio y televisión
D7. MEDIOS AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA	772	Alquiler de efectos personales y artículos de uso doméstico
D8. PUBLICIDAD	7311	Agencias de publicidad
D9. OCIO	92	Actividades de juegos de azar y apuestas
D9. OCIO	93	Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento

Fuente: Mas, Fernández de Guevara y Robledo (2021).

² La clasificación incluye las siguientes ocupaciones: 1. Arquitectos, urbanistas, ingenieros geógrafos, topógrafos y diseñadores; 2. Archivistas, bibliotecarios, conservadores, afines; 3. Escritores, periodistas y lingüistas; 4. Artistas

creativos e interpretativos; 5. Técnicos y profesionales de apoyo en actividades culturales, artísticas y culinarias; empleados de bibliotecas y archivos; 6. Artesanos; 7. Oficiales y operarios de las artes gráficas.

3. EL SECTOR CULTURA Y OCIO: IMPORTANCIA DEL VALOR AÑADIDO Y EL EMPLEO

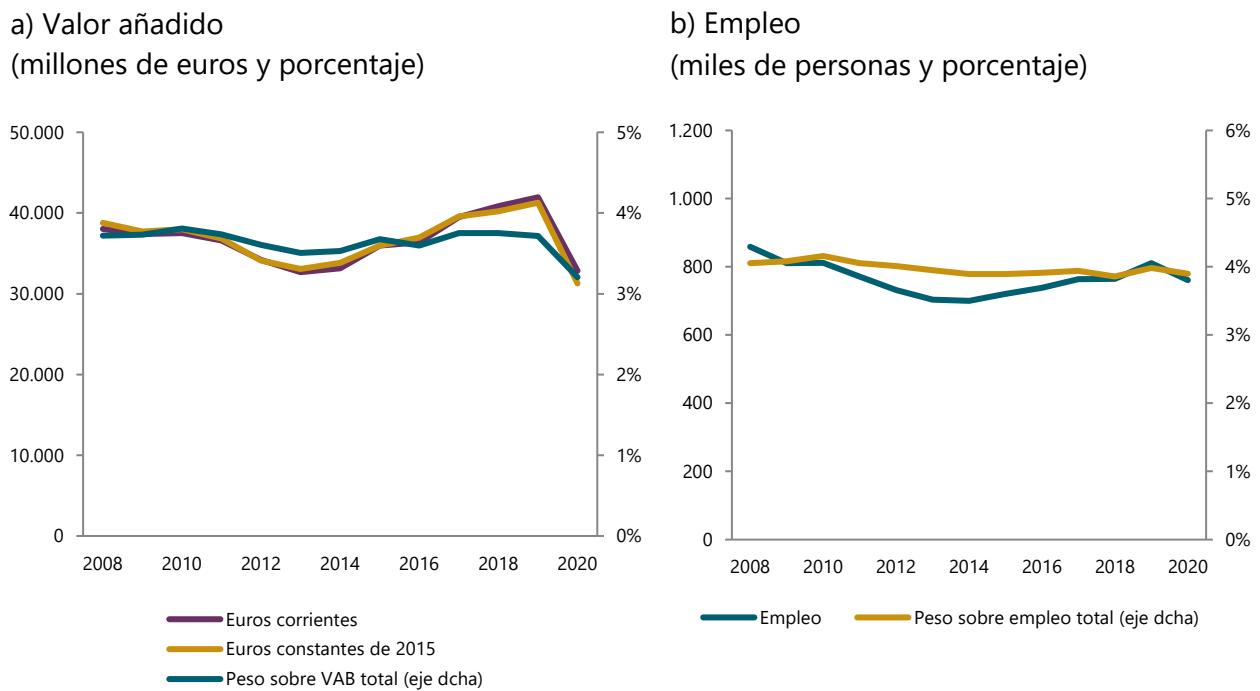
¿Cuánto peso tiene el sector cultural y creativo en la Comunitat Valenciana? ¿En qué dominios se concentra?

El SCO generó en España en 2020 33 mil millones de euros (3,2% de la economía española) de valor añadido (VAB) y 761 mil ocupados (3,9% del empleo total), tal y como se muestra en el **gráfico 3.1**. Los efectos de la crisis han sido notables, con una reducción del VAB 24% en términos reales y del 6,2% del empleo. El sector también sufrió los efectos de la crisis financiera reduciendo el valor añadido y empleo hasta 2014, recuperándose después. El VAB en 2019, antes de la crisis del COVID-19, era un 6,4% mayor que en 2008 en términos reales, pero no así en el empleo (5,6% inferior). A lo largo de estos años, el porcentaje que este sector representaba en la economía en valor añadido se mantuvo (0,1 pp de aumento) hasta 2009, y se redujo ligeramente en empleo (0,1 pp de reducción).

Para la Comunitat Valenciana no es posible estimar la información del VAB para el SCO, pues no existen fuentes estadísticas alternativas que permitan profundizar con suficiente detalle en

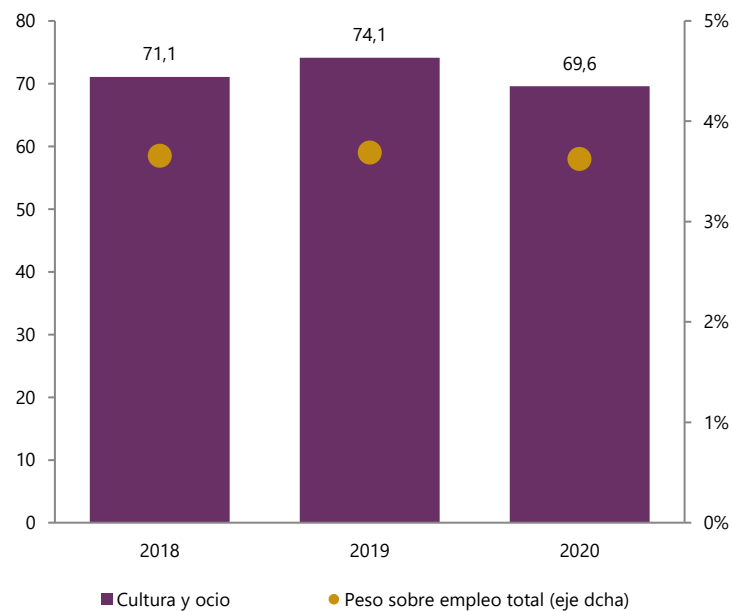
la desagregación sectorial que ofrece la Contabilidad Regional de España. Sin embargo, en términos de empleo sí que se puede cuantificar su dimensión en la Comunitat Valenciana, aunque únicamente en el periodo 2018-2020. En 2020 este sector ocupaba 69,6 mil trabajadores (**gráfico 3.2**), lo que representaba el 3,6% del total ocupados. Este peso es similar al de los sectores de alimentación y textil (3,6% en conjunto) y superior al de la agricultura (2,7%), por ejemplo. El peso del sector cultural y de ocio en la Comunitat Valenciana es un 7,1% inferior al español, tal y como también señala el indicador de especialización productiva en el empleo (**gráfico 3.3**). Si se ordenan los 61 sectores productivos disponibles de mayor a menor importancia de la especialización en Comunitat Valenciana, el SCO ocupa la posición 32, por lo que no destaca dentro de la estructura productiva. Eso sí, el indicador de especialización revela que la cultura y ocio en la Comunitat Valenciana tiene un peso relativo superior al de sectores como las telecomunicaciones, las actividades financieras, el sector del alojamiento, el primario, entre otros.

Gráfico 3.1. Evolución del VAB y el empleo del sector Cultura y ocio. España, 2008-2020



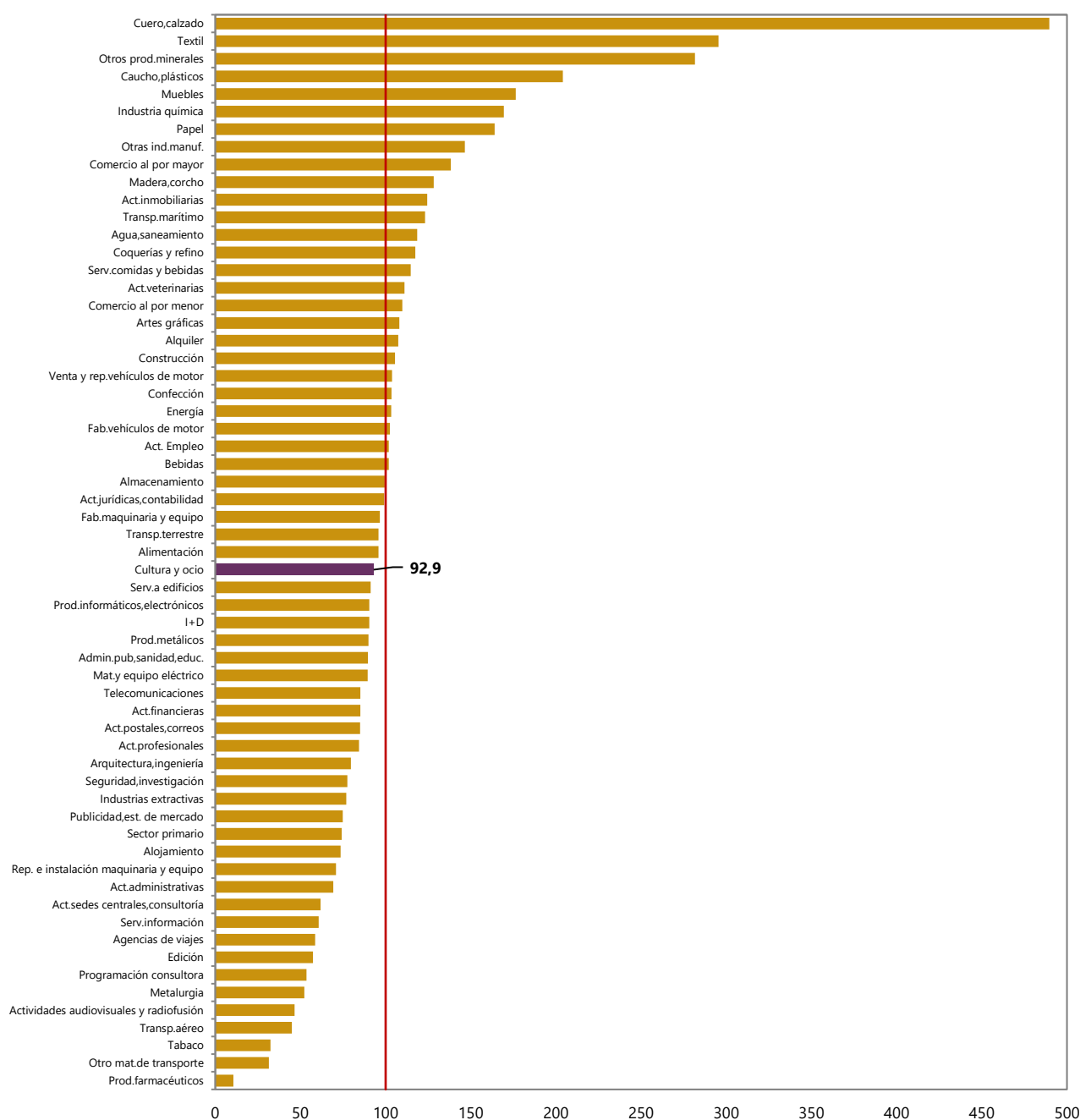
Fuente: INE (CNE, EEE), Eurostat (2021) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Gráfico 3.2. Evolución del empleo del sector Cultura y ocio. Comunitat Valenciana, 2018-2020 (miles de personas y porcentaje)



Fuente: INE (CNE, EEE), Eurostat (2021) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Gráfico 3.3. Especialización productiva (empleo) de la Comunitat Valenciana por ramas de actividad, 2020 (España = 100)



Fuente: INE (CNE, EEE, CRE), Eurostat (2021) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Como se ha comentado, el SCO está conformado por una amalgama amplia de subsectores que incluyen actividades muy diversas. El **cuadro 3.1** muestra la distribución del empleo del SCO en la Comunitat Valenciana por sectores (panel b) y por dominios (panel a). En la Comunitat Valenciana la actividad se concentra en el dominio del Ocio, que aglutina el 49,4% del empleo total del sector, seguida por el de los Libros y prensa (14,3%), y el de Publicidad (10,7%). La Arquitectura, las Artes plásticas y escénicas, y los Medios audiovisuales y multimedia

representan entre el 5,9% y el 7,8% del empleo del sector, mientras que el porcentaje de empleo del resto de dominios es menor. El mayor desglose por subsectores permite advertir las Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento es el mayoritario (40,2%) y que el mayor peso del dominio de libros y prensa se debe a fundamentalmente a las artes gráficas (8,3%). Salvo las Actividades de juegos de azar y apuestas (9,2%), las Agencias

de publicidad (10,7%), los Servicios técnicos de arquitectura (7,8%), el resto sectores tienen un peso menor, que no apenas supera el 3,5% del empleo cultural y de ocio.

En la comparación con España, la distribución del empleo en el SCO en Comunitat Valenciana destaca por el mayor peso del dominio del Ocio

(11,4 pp superior), similar relevancia del dominio de Libros y prensa, y un peso mucho más reducido de las Artes plásticas y escénicas, que es casi la mitad que en el conjunto nacional (6,4% vs 12,3%). Los Medios audiovisuales también tienen menor peso en la Comunitat Valenciana que en España (5,9% vs 11,0%), mientras que la Publicidad tiene un peso similar.

Cuadro 3.1. Distribución del VAB y del empleo del sector Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2020

a) Por dominios culturales

Dominios culturales	2020								
	VAB España			EMPLEO España			EMPLEO C. Valenciana		
	Millones de euros	Peso sobre el total del sector	Peso sobre el total economía	Miles de personas	Peso sobre el total del sector	Peso sobre el total economía	Miles de personas	Peso sobre el total del sector	Peso sobre el total economía
D1. Patrimonio cultural y natural	848,5	2,6%	0,1%	21,2	2,8%	0,1%	1,7	2,5%	0,1%
D2. Artesanía	168,2	0,5%	0,0%	4,8	0,6%	0,0%	0,4	0,5%	0,0%
D3. Libros y prensa	4.675,4	14,2%	0,5%	114,1	15,0%	0,6%	10,0	14,3%	0,5%
D4. Artes plásticas y escénicas	2.079,3	6,3%	0,2%	93,9	12,3%	0,5%	4,5	6,4%	0,2%
D5. Arquitectura	1.487,0	4,5%	0,1%	68,2	9,0%	0,3%	5,4	7,8%	0,3%
D6. Diseño	984,3	3,0%	0,1%	12,8	1,7%	0,1%	1,7	2,5%	0,1%
D7. Medios audiovisuales y multimedia	5.512,9	16,8%	0,5%	84,0	11,0%	0,4%	4,1	5,9%	0,2%
D8. Publicidad	3.261,8	9,9%	0,3%	73,2	9,6%	0,4%	7,5	10,7%	0,4%
D9. Ocio	13.803,1	42,1%	1,3%	288,8	38,0%	1,5%	34,4	49,4%	1,8%
Cultura y ocio	32.820,5	100,0%	3,2%	760,9	100,0%	3,9%	69,6	100,0%	3,6%
Total economía	1.024.121,0	-	-	19.526,3	-	-	1.921,6	-	-

b) Por sectores

Dominios culturales	CNAE- 2009	Sector de actividad	2020								
			VAB España			EMPLEO España			EMPLEO C. Valenciana		
			Millones de euros	Peso sobre el total del sector	Peso sobre el Total economía	Miles de personas	Peso sobre el total del sector	Peso Sobre el total economía	Miles de personas	Peso sobre el total del sector	Peso sobre el total economía
D1	91	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	848,5	2,6%	0,1%	21,2	2,8%	0,1%	1,7	2,5%	0,1%
D2	3212	Fabricación de artículos de joyería y artículos similares	168,2	0,5%	0,0%	4,8	0,6%	0,0%	0,4	0,5%	0,0%
	181	Artes gráficas y servicios relacionadas con las mismas	2.040,8	6,2%	0,2%	53,2	7,0%	0,3%	5,8	8,3%	0,3%
D3	581	Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	1.977,7	6,0%	0,2%	40,3	5,3%	0,2%	1,9	2,8%	0,1%
	639	Otros servicios de información	264,7	0,8%	0,0%	5,7	0,7%	0,0%	1,2	1,7%	0,1%
	743	Actividades de traducción e interpretación	392,2	1,2%	0,0%	14,9	2,0%	0,1%	1,1	1,6%	0,1%
	322	Fabricación de instrumentos musicales	23,5	0,1%	0,0%	0,8	0,1%	0,0%	0,4	0,5%	0,0%
D4	742	Actividades de fotografía	299,4	0,9%	0,0%	19,8	2,6%	0,1%	1,7	2,5%	0,1%
	90	Actividades de creación, artísticas y espectáculos	1.756,4	5,4%	0,2%	73,3	9,6%	0,4%	2,4	3,5%	0,1%
D5	7111	Servicios técnicos de arquitectura	1.487,0	4,5%	0,1%	68,2	9,0%	0,3%	5,4	7,8%	0,3%
D6	741	Actividades de diseño especializado	984,3	3,0%	0,1%	12,8	1,7%	0,1%	1,7	2,5%	0,1%
	182	Reproducción de soportes grabados	40,7	0,1%	0,0%	1,9	0,2%	0,0%	0,1	0,2%	0,0%
	59	Actividades cinematográficas, de video y programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	2.692,3	8,2%	0,3%	42,9	5,6%	0,2%	2,2	3,1%	0,1%
D7	60	Actividades de programación y emisión de radio y televisión	2.495,6	7,6%	0,2%	31,8	4,2%	0,2%	1,3	1,8%	0,1%
	772	Alquiler de efectos personales y artículos de uso doméstico	284,4	0,9%	0,0%	7,4	1,0%	0,0%	0,6	0,8%	0,0%
D8	7311	Agencias de publicidad	3.261,8	9,9%	0,3%	73,2	9,6%	0,4%	7,5	10,7%	0,4%
	92	Actividades de juegos de azar y apuestas	5.494,0	16,7%	0,5%	51,8	6,8%	0,3%	6,4	9,2%	0,3%
D9	93	Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	8.309,0	25,3%	0,8%	237,0	31,1%	1,2%	28,0	40,2%	1,5%
		Cultura y ocio	32.820,5	100,0%	3,2%	760,9	100,0%	3,9%	69,6	100,0%	3,6%
		Total economía	1.024.121,0	-	-	19.526,3	-	-	1.921,6	-	-

Fuente: INE (CNE, EEE, CRE), Eurostat (2021) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Para el conjunto de España además del empleo, también está disponible el total de Valor añadido por dominios y subsectores. La imagen de la relevancia de cada una de las dimensiones es similar a la del empleo salvo por el todavía mayor peso en valor añadido del Ocio, que alcanza el 42,1% del valor añadido, y de los medios audiovisuales (16,8% en valor añadido vs 11,0% en empleo).

¿Qué características tiene el empleo del SCO? ¿Es muy precario?

Una primera característica a tener en cuenta del SCO, que es de especial interés para entender su situación, dinámica y vulnerabilidad es que se trata de unas actividades que se encuentran muy atomizadas, tanto por el predominio de autónomos y de pequeñas empresas, como se describe más adelante, pero también por la elevada precariedad del empleo. Siendo esta una característica general del SCO, en el caso de la Comunitat Valenciana está todavía más acentuada, pues existe mayor proporción de trabajo temporal, y con jornada a tiempo parcial, independientemente que se compare el SCO con el conjunto de la economía valenciana, o con el empleo del SCO español. En primer lugar, en 2020 el 30% de los asalariados del SCO valencianos tenían contrato temporal, 5 pp más que en el conjunto de economía valenciana, y que en el SCO español (**gráfico 3.4a**). El porcentaje de asalariados temporales en la cultura y ocio valenciano ha disminuido desde 2016, donde alcanzó un máximo de prácticamente el 40%.

El 24% de los ocupados en el SCO valenciano tienen contratos a jornada parcial (**gráfico 3.4b**), sustancialmente superior al porcentaje de trabajadores con contrato parcial valencianos (16%) y del SCO españoles (18%). Al igual que en caso de la temporalidad, las oscilaciones en el porcentaje de empleo parcial valenciano son mayores que en el conjunto de la economía y en el SCO español, alcanzando un máximo en 2016, con un 28% de trabajadores a tiempo parcial. La proporción de trabajadores autónomos— población ocupada no asalariada— es también muy superior en el SCO en comparación con el conjunto de la economía (**gráfico**

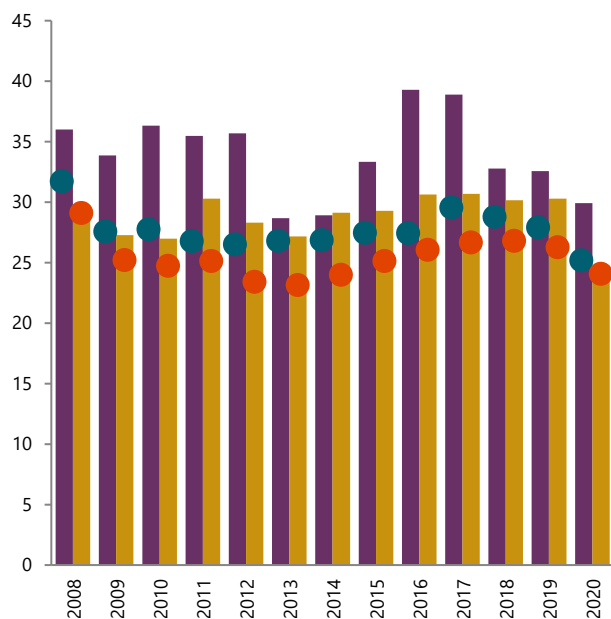
3.4c). En la Comunitat Valenciana en 2020 el 25,3% del empleo era autónomo, frente al 17% del conjunto de la economía.

Se puede valorar también el nivel de precariedad por el menor salario medio que se percibe en el sector en comparación con el resto de la economía. Desafortunadamente no se dispone de estadísticas adecuadas para calcular el salario medio para el SCO por la insuficiente desagregación sectorial. Sin embargo, la Encuesta Trimestral del Coste Laboral del INE ofrece información a nivel de divisiones de la CNAE-2009, lo que permite ofrecer la información de algunas agrupaciones que conforman los sectores culturales y de ocio. El **cuadro 3.2** muestra el salario bruto medio anual en España de aquellas divisiones de actividad que están relacionadas con el SCO, así como la media del conjunto de la economía. Se puede comprobar que existen grandes diferencias en la remuneración media que se percibe en el sector en España. Si el salario medio anual en 2018 era de 1904 euros por trabajador y mes, solo en tres de los sectores (Actividades de programación, y emisión de radio y televisión; Edición; y Actividades cinematográficas, de video y programas de televisión) el salario es superior al nacional. En el resto de los sectores el coste laboral es menor. Las diferencias con respecto a la media nacional oscilan entre el 10,6% inferior en las Actividades de creación, artísticas y espectáculos y el 40% menor de las Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento. En la parte inferior del cuadro figura la única agrupación de sectores relacionados con la cultura y la creatividad que se puede identificar unívocamente para la Comunitat Valenciana, así como la media del coste salarial en la Comunitat Valenciana. En el sector de las Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento valencianas el salario es un 33,7% inferior a la media del coste laboral en la Comunitat Valenciana en 2020 y un 41,5% menor al español. Por todo ello, la precariedad de las actividades culturales y creativas no solo se observa por la mayor presencia de trabajo temporal y a tiempo parcial, sino también por una banda salarial inferior al conjunto de la economía.

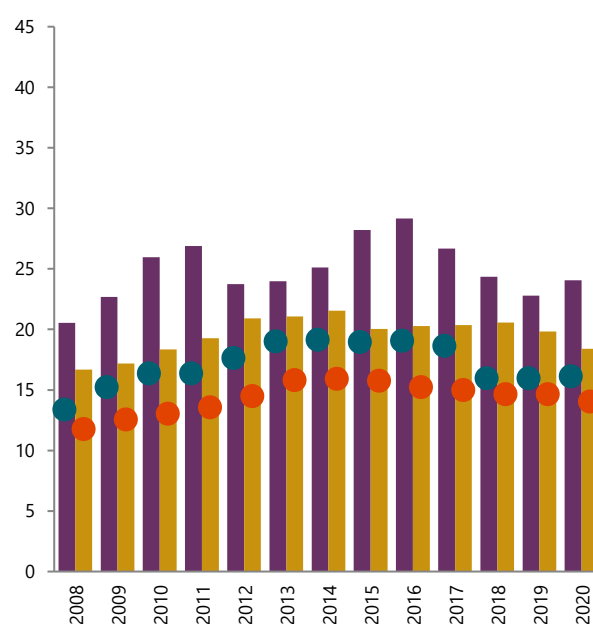
Gráfico 3.4. Evolución de la temporalidad y la jornada parcial en el sector Cultura y ocio.

C. Valenciana y España, 2008-2020

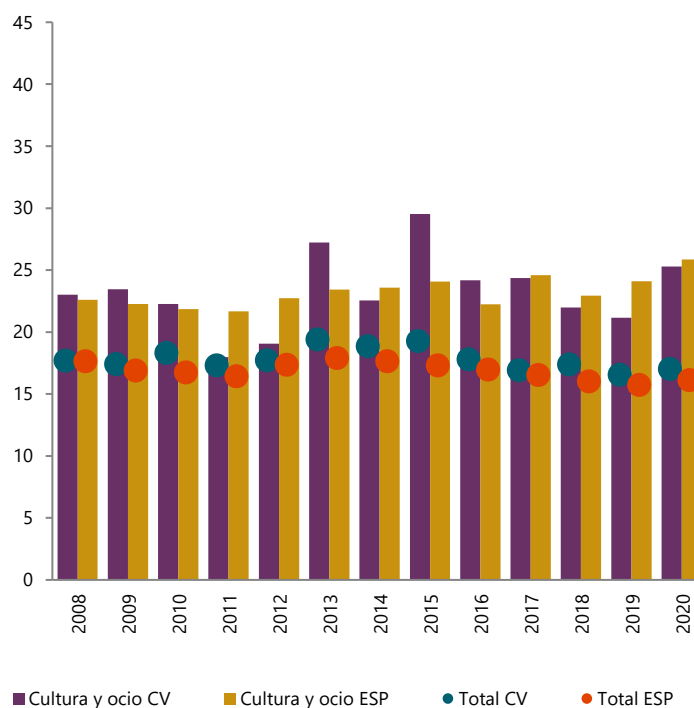
a) Población asalariada con contrato temporal (porcentaje sobre el total asalariados)



b) Población ocupada con jornada parcial (porcentaje sobre el total ocupados)



c) Población no asalariada (porcentaje sobre el total de ocupados)



■ Cultura y ocio CV ■ Cultura y ocio ESP ● Total CV ● Total ESP

Fuente: INE (EPA) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

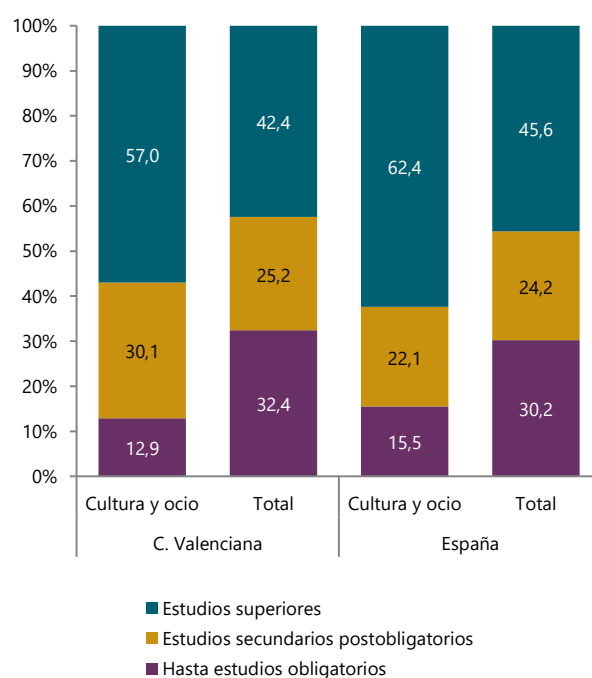
Cuadro 3.2. Coste salarial de determinadas actividades del sector Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2015-2020 (euros por trabajador y mes)

CNAE-2009	Sector de actividad	2015	2016	2017	2018	2019	2020
a) España							
18	Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	1.914	1.874	1.840	1.864	1.874	1.588
58	Edición	2.629	2.609	2.626	2.820	2.869	2.964
59	Actividades cinematográficas, de video y programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	2.249	2.374	2.335	2.351	2.319	2.185
60	Actividades de programación y emisión de radio y televisión	3.224	3.262	3.244	3.320	3.304	3.385
90	Actividades de creación, artísticas y espectáculos	1.746	1.732	1.821	1.667	1.729	1.702
91	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	1.680	1.710	1.666	1.694	1.816	1.691
92	Actividades de juegos de azar y apuestas	1.579	1.823	1.792	1.782	1.829	1.355
93	Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	1.123	1.104	1.120	1.127	1.233	1.142
Total economía		1.902	1.898	1.900	1.919	1.955	1.904
b) Comunitat Valenciana							
90-96	Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento; otros servicios	1.107	1.076	1.077	1.211	1.226	1.114
Total economía		1.665	1.684	1.710	1.707	1.730	1.682

Fuente: PEGV (ETCL), INE (ETCL) y elaboración propia.

Dos aspectos adicionales son relevantes en relación con empleo en el SCO. En primer lugar, tal y como se comentaba en la introducción, el SCO se caracteriza por generar efectos sobre el conjunto de la economía debido a los efectos desbordamiento que es capaz de generar. Uno de los fundamentos de estos efectos desbordamiento es que son actividades altamente intensivas capital humano. Efectivamente, tanto en la Comunitat Valenciana, como en el conjunto de España, la proporción de trabajadores tanto con estudios superiores como medios (secundarios postobligatorios) es superior al del conjunto de la economía. En la Comunitat Valenciana el 57% (30%) de los trabajadores SCO tienen estudios superiores (medios), frente al 42% (25%) del conjunto de la economía (**gráfico 3.5**). Este hecho se observa también en el total nacional, aunque la proporción de ocupados con estudios superiores es mayor a la valenciana a costa de una menor proporción de ocupados con estudios medios.

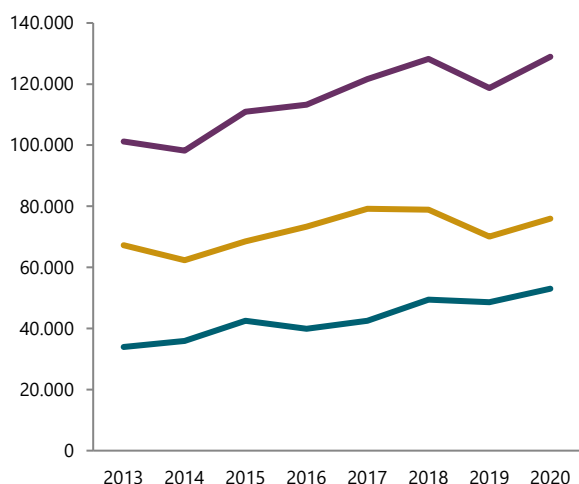
Gráfico 3.5. Distribución de la población ocupada en el sector Cultura y ocio por nivel de estudios. C. Valenciana y España, 2020 (porcentaje)



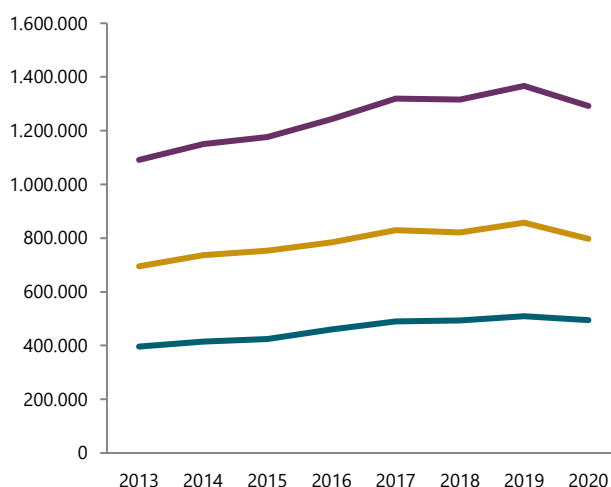
Fuente: INE (EPA) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Gráfico 3.6. Evolución de la población ocupada en ocupaciones culturales y creativas y en sectores culturales. C.Valenciana y España, 2013-2020

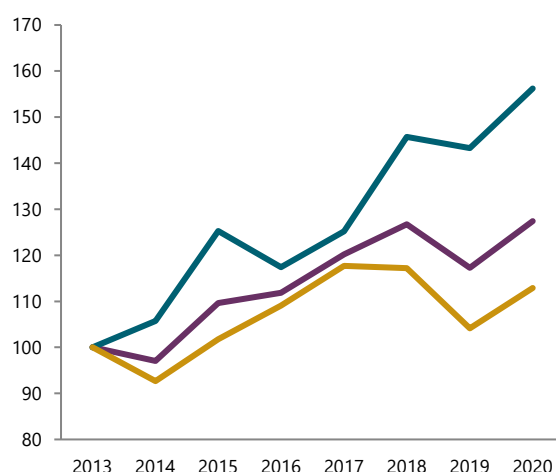
a) C. Valenciana (personas)



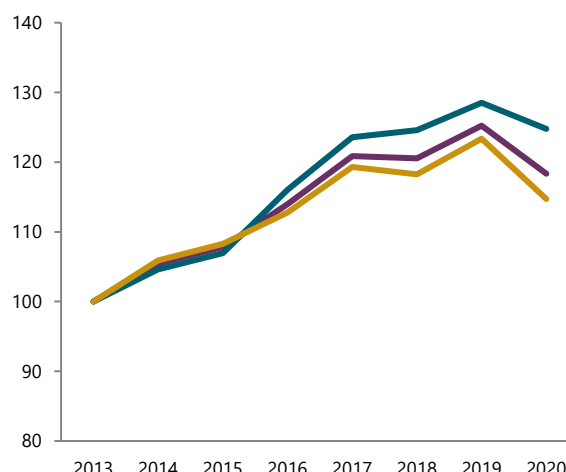
b) España (personas)



c) C. Valenciana (2013=100)



d) España (2013= 100)



— Total SCO + ocupaciones culturales fuera del SCO
— Ocupaciones culturales fuera del SCO
— Total sector cultura y ocio (SCO)

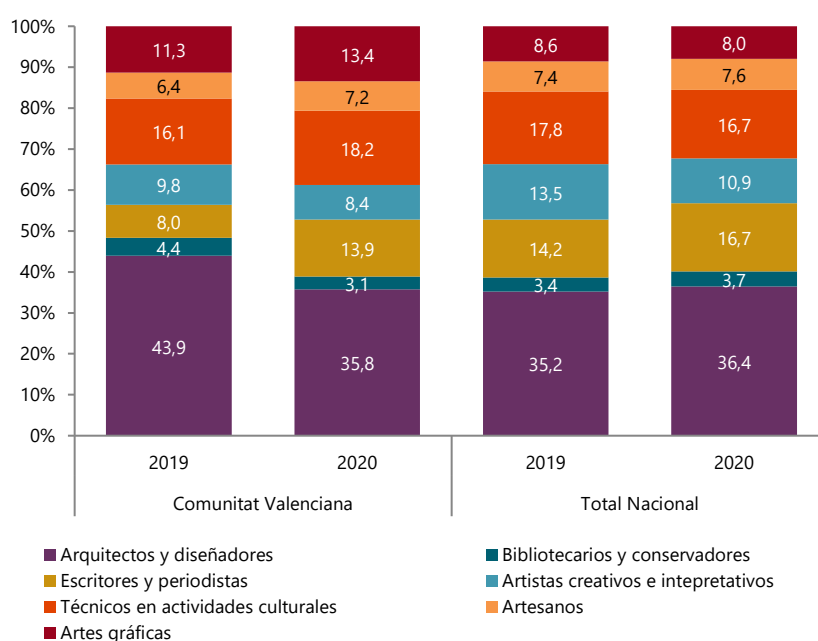
Fuente: INE (EPA) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

¿Es importante la penetración de la cultura y el ocio en el resto de los sectores productivos?

El segundo aspecto que destacar es el hecho de que, especialmente la cultura y las actividades creativas, están penetrando de forma creciente en el conjunto de la economía, y no se limita únicamente al sector productor (las actividades

culturales y de ocio descrita en el **cuadro 2.1**). El **gráfico 3.6** muestra la evolución del número de ocupados en la Comunitat Valenciana y en España que se dedican a ocupaciones culturales y creativas en el conjunto de la economía, distinguiéndose aquellos ocupados directamente por el sector productor, de los que realizan actividades culturales y creativas en otras ramas de actividad.

Gráfico 3.7. Distribución de la población ocupada en ocupaciones culturales y creativas por tipo de ocupación. C. Valenciana y España, 2020 (porcentaje)



Fuente: INE (EPA) y elaboración propia.

El primer hecho que llama la atención es que, si en 2020 los ocupados en el SCO valenciano eran 69,6 mil, tal y como se ha comentado, en el resto de ramas de actividad había que añadir otros 53 mil personas dedicadas a ocupaciones culturales y creativas fuera del sector propiamente dicho. Es decir, la proporción de empleo que realizan actividades culturales y creativas fuera del propio sector es equivalente al 76% de empleo en el propio sector. Así, el total empleo relacionado con la cultura y ocio en la Comunitat Valenciana alcanzaba –en el propio sector o fuera de él– los 122,6 mil ocupados. Además, el dinamismo del empleo cultural y creativo fuera del SCO es notable, particularmente desde que la economía valenciana recuperó la senda de crecimiento posterior a la crisis financiera. Así, desde 2013 el empleo cultural y creativo creció un 56% fuera del sector SCO, frente a un 13% del empleo en el SCO. Por tanto, el conjunto de

la economía está absorbiendo empleo cultural y creativo a un ritmo superior al crecimiento del propio sector. Esta capacidad de absorción de empleo cultural y creativo en la Comunitat Valenciana ha sido también superior al español, pues el crecimiento del empleo cultural y creativo fuera del SCO fue del 28%, frente 18% del SCO en España.

Por tipo de ocupaciones dominan, especialmente en la Comunitat Valenciana los arquitectos y diseñadores, que representan el 36% del total de trabajadores en ocupados culturales en 2020 (**gráfico 3.7**). Los Técnicos en actividades culturales (18%), los ocupados en artes gráficas (13,4%) y los escritores y periodistas (14%) también destacan entre este tipo de ocupaciones.



4. LAS EMPRESAS DEL SECTOR CULTURA Y OCIO

Una vez analizada la importancia del sector en la economía valenciana, el análisis se centra en la situación de las empresas. Para ello se adopta una doble perspectiva. En primer lugar, se estudia la dinámica empresarial desde la óptica del número de empresas y su estructura por tamaños. En segundo lugar, el énfasis se centra en su competitividad y en su salud, realizándose un análisis de la situación patrimonial de las empresas de este sector.

4.1. Estructura y dinámica empresarial

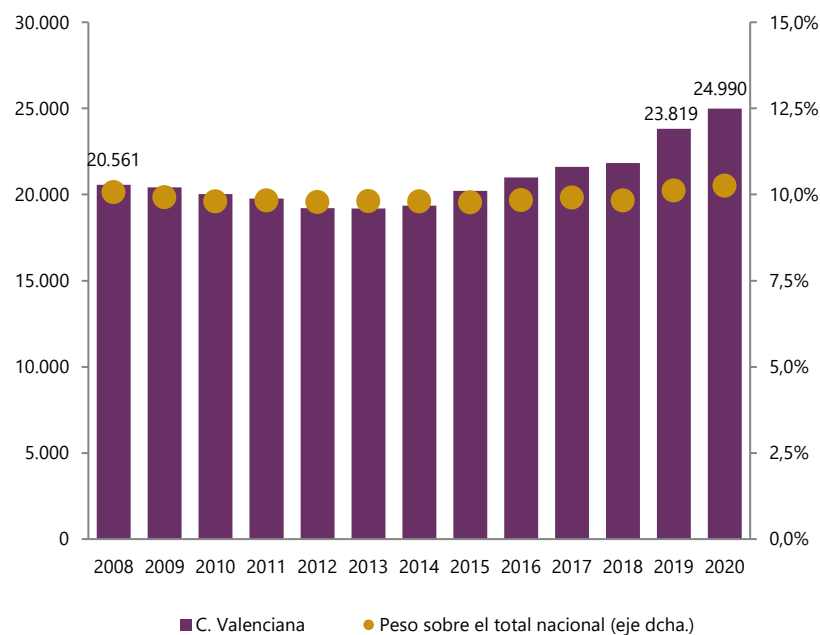
La información del número de empresas ha sido obtenida a partir del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE. En la medida que el desglose sectorial del DIRCE no es suficiente para medir el detalle de la definición de SCO, se ha utilizado la información sobre el número de empresas que ofrece las estadísticas de la Seguridad Social para poder construir un agregado del sector. Los datos utilizados se corresponden con el número de empresas existentes en la Comunitat Valenciana y en España a uno de enero del año correspondiente. Por tanto, los datos de 2020 no recogen todavía el efecto de la crisis sanitaria. Más adelante, en la sección de los efectos del COVID-19 sobre el sector, sí que se dará información relativa a este aspecto. En el número de empresas se incluye todo tipo de empresas, incluyendo las que no disponen de asalariados.

¿Cuántas empresas del SCO hay en la Comunitat Valenciana? ¿En qué dominio se concentran? ¿Qué distribución por tamaño tienen? ¿Es similar la distribución por tamaño entre dominios?

A uno de enero de 2020 había en la Comunitat Valenciana cerca de 25 mil empresas en el sector de la cultura y el ocio (**gráfico 4.1**). Desde 2014 se aceleró el crecimiento del número de empresas, que había decrecido ligeramente desde 2008. En relación con el total de empresas valencianas, el sector de la cultura y ocio representa el 6,7% del total de empresas. Pese a este crecimiento en el número de empresas del sector, el peso que las empresas valencianas representan en el total nacional del SCO se mantiene estable en torno al 9-10%. Este peso es mayor al que tiene el empleo en este sector en la Comunitat Valenciana, como se mostró anteriormente, lo que es un indicio de la menor dimensión de las empresas valencianas de este ámbito.

Los dominios que concentran mayor proporción de empresas son los del Ocio, y las Artes plásticas y escénicas, cada uno con una cuarta parte del total de empresas en la Comunitat Valenciana en 2020 (**gráfico 4.2**). Publicidad (16%), Arquitectura (14%) y Libros y prensa (12%) son el segundo grupo en función del tamaño de la empresa. Las empresas de Patrimonio cultural y natural, artesanía y Diseño apenas llegan al 1% del total de empresas del sector.

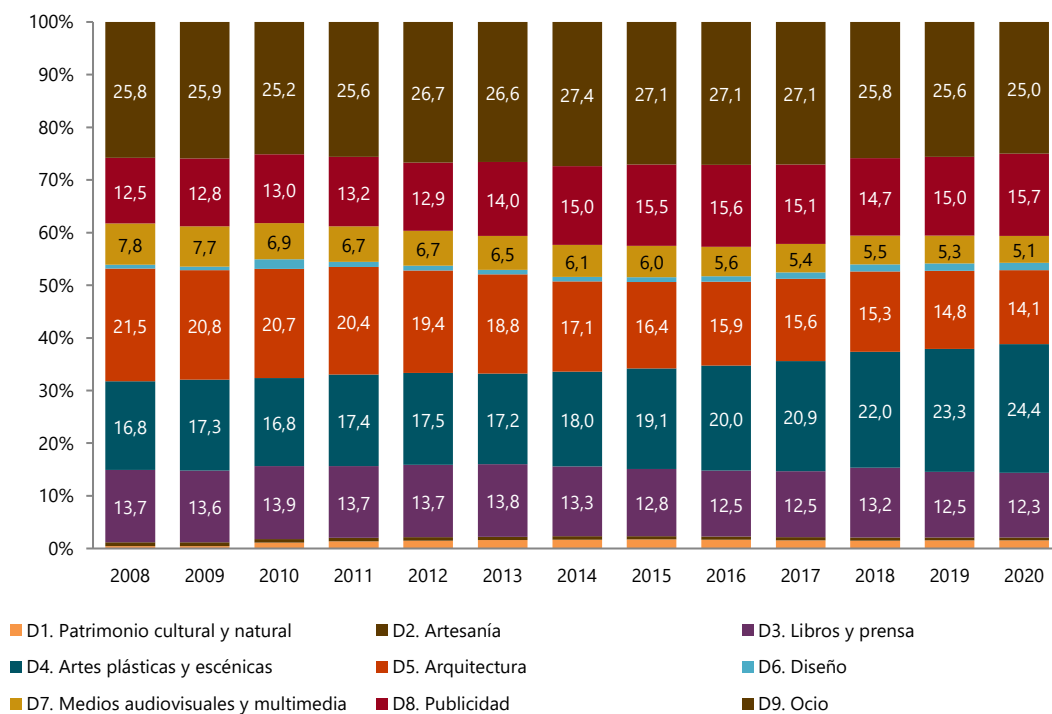
Gráfico 4.1. Evolución del número de empresas del sector Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2008-2020 (número de empresas y porcentaje)



Nota: Datos a 1 de enero de cada año. La definición de empresa cambia para los años 2019 y siguientes.

Fuente: INE (DIRCE) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

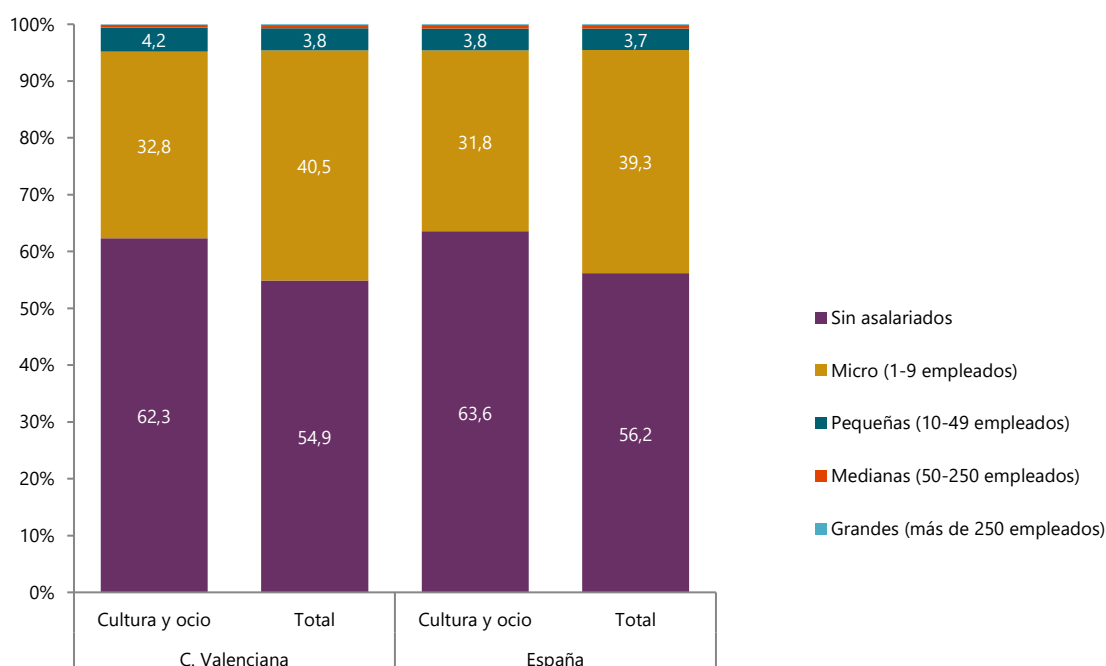
Gráfico 4.2. Estructura porcentual de las empresas del sector Cultura y ocio. C. Valenciana, 2008-2020 (porcentaje)



Nota: Datos a 1 de enero de cada año. La definición de empresa cambia para los años 2019 y siguientes.

Fuente: INE (DIRCE) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Gráfico 4.3. Distribución del número de empresas del sector Cultura y ocio por estratos de asalariados. C. Valenciana y España, 2020 (porcentaje)



Nota: Datos a 1 de enero.

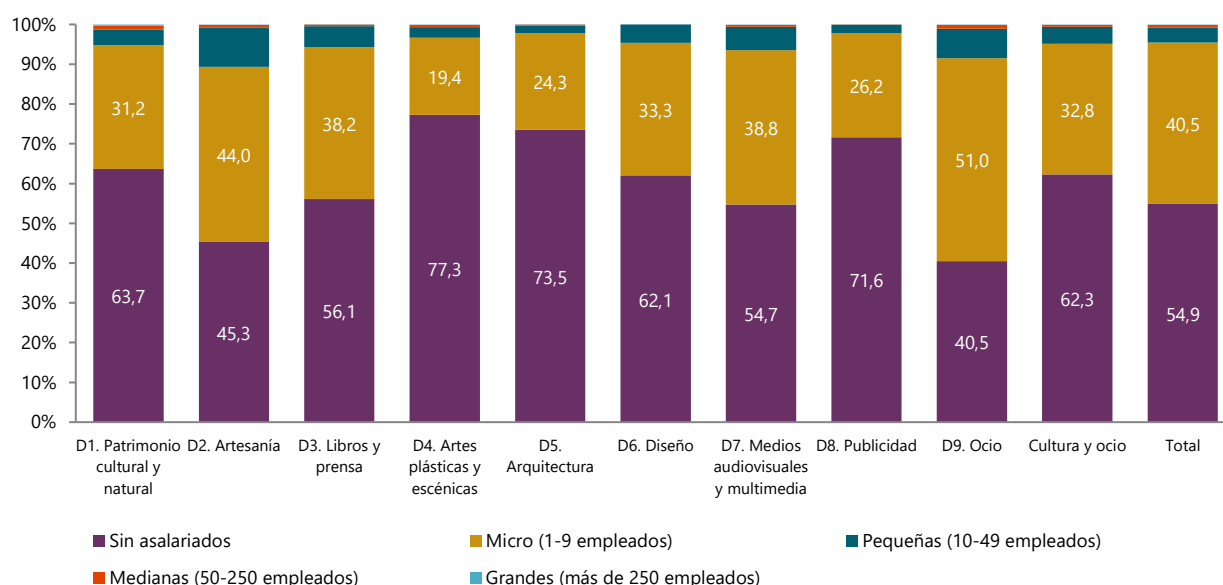
Fuente: INE (DIRCE) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Las empresas del SCOson de reducida dimensión, tal y como muestra el **gráfico 4.3**. El hecho de que dominen las empresas de menor dimensión es una característica estructural del tejido productivo español y valenciano. Sin embargo, el caso del sector cultural y de ocio es un fenómeno todavía más intenso, por la presencia mayoritaria de empresas sin asalariados (trabajadores autónomos). En enero de 2020 el 62,3% de las empresas del sector en la Comunitat Valenciana y el 63,6% de las españolas eran empresas sin asalariados, porcentajes 7,4 y 7,3 pp superiores al conjunto de la economía. Este mayor peso de las empresas sin trabajadores se produce a costa de las microempresas, que siendo el segundo grupo mayoritario (32,8% en la Comunitat Valenciana y 31,8% en España), tienen menor relevancia que en el caso del conjunto de la economía. En el caso valenciano, el peso de las medianas y grandes empresas del sector de la cultura y ocio es significativamente menor que en conjunto de los sectores productivos, mientras que en España es más similar. En la Comunitat Valenciana tienen menor peso

las grandes empresas del SCO en comparación a España (0,11% vs 0,8%).

En todos los dominios los grupos de tamaños mayoritarios son las empresas sin asalariados y las micro, que representan entre el 89% y el 97% de las empresas **gráfico 4.4**. Por encima de la media se encuentran los dominios de Diseño, Artes plásticas y escénicas, Arquitectura y Publicidad. Pero las mayores diferencias surgen cuando se compara el porcentaje de empresas sin asalariados y microempresas. En los dominios de Publicidad, Arquitectura, y Artes plásticas y escénicas el porcentaje de empresas sin asalariados es superior al 70%, y en Diseño, y Patrimonio cultural y natural se sitúa por encima del 60%. Los dominios de Ocio y Artesanía son en los que menor peso tienen las empresas sin asalariados, con un 40% y 45%, respectivamente.

Gráfico 4.4. Distribución del número de empresas del sector Cultura y ocio por estratos de asalariados. C. Valenciana, 2020 (porcentaje)



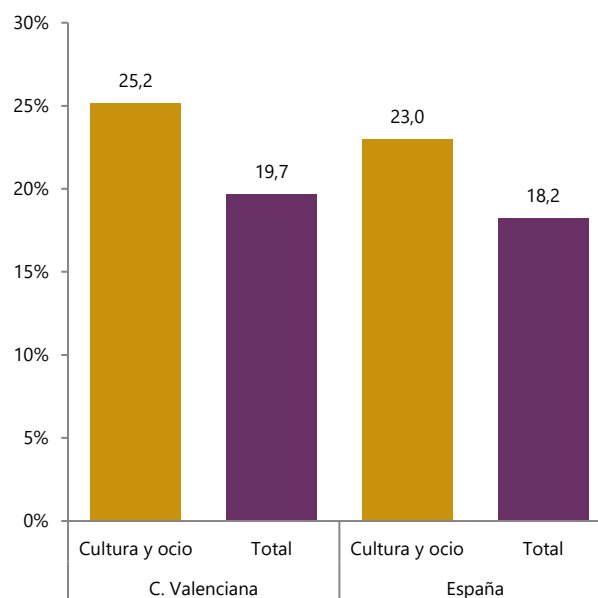
Nota: Datos a 1 de enero.

Fuente: INE (DIRCE) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

¿Es elevada la rotación empresarial en el SCO –porcentaje de empresas nuevas y que desaparecen sobre el total– en comparación al conjunto de la economía?

Un aspecto importante a la hora de valorar el parque empresarial que existe en un sector, además de su distribución por tamaños es la supervivencia empresarial y la rotación de empresas que sobreviven. La rotación empresarial suele definirse como el porcentaje que las empresas de nueva aparición y las que desaparecen representan sobre el *stock* de empresas existentes. En muchos casos, la rotación empresarial suele asociarse a dinamismo por la emergencia de nuevas empresas y por la salida de las menos eficientes y que lastran el sector. Sin embargo, una rotación excesiva puede estar asociada a problemas en el sector debido a que las empresas no suelen consolidarse y terminan desapareciendo rápidamente. El **gráfico 4.5** muestra la rotación empresarial en el SCO valenciano y español, así como en el conjunto de la economía para el año 2018, último disponible en las estadísticas de demografía empresarial. Se muestra la rotación empresarial del total de empresas (con y sin asalariados –esto es, incluyendo los autónomos–).

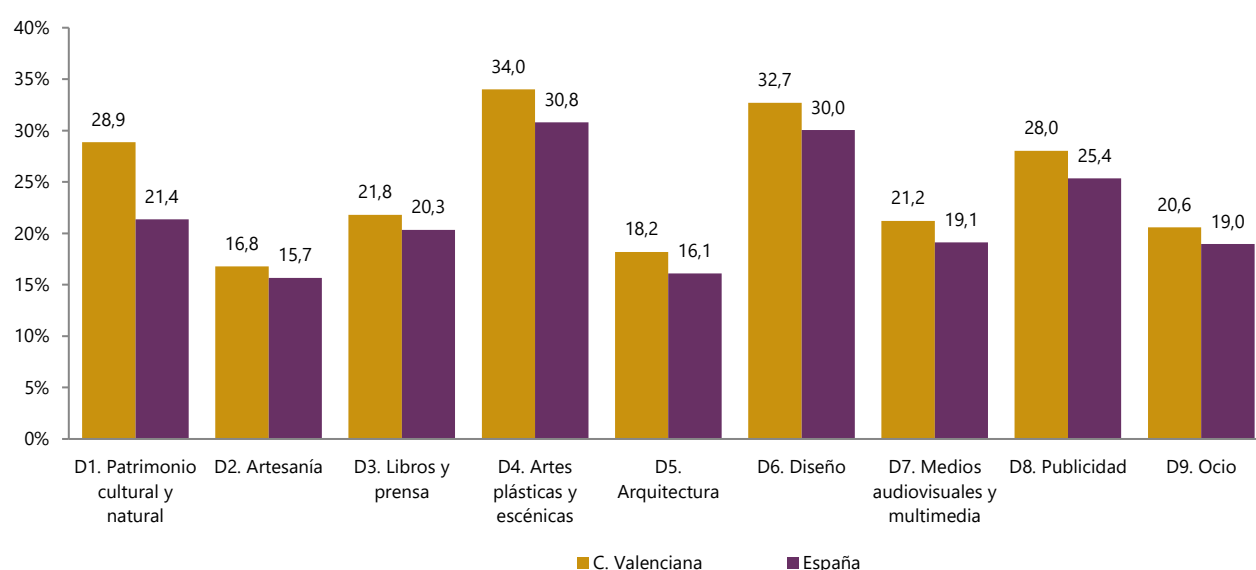
Gráfico 4.5. Tasa de rotación empresarial del sector Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2018 (porcentaje)



Nota: Incluyen empresas con y sin asalariados.

Fuente: INE (DAE) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Gráfico 4.6. Tasa de rotación empresarial del sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2018 (porcentaje)



Nota: Incluyen empresas con y sin asalariados.

Fuente: INE (DAE) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

En el SCO de la Comunitat Valenciana una cuarta parte de las empresas (25,2%) era nueva o había desaparecido ese ejercicio, lo que implica una rotación empresarial muy elevada. Además, la intensidad de la rotación es mayor que en las empresas del SCO españolas (23,0%) y que el conjunto de empresas valencianas (19,7%). El elevado número de empresas del SCO que entran y salen anualmente en el mercado es un nuevo síntoma de la forma de funcionar este sector en el que existen muchos trabajadores autónomos que entran y salen del mercado cuando realizan producciones o proyectos.

El **gráfico 4.6** muestra que este patrón es común a todos los dominios de cultura y ocio. En todos ellos, la inclusión de los autónomos incrementa notablemente la rotación empresarial. La mayor rotación empresarial en la Comunitat Valenciana se da en las Artes plásticas y escénicas (se renueva anualmente el 34% de las empresas), en el Diseño (32,7%), en el Patrimonio cultural y natural (28,9%) y en la Publicidad (28,0%). En cualquier caso, en todos los

dominios, la rotación empresarial es mayor en la Comunitat que en España.

Como se apuntaba anteriormente, el SCO tiene una demografía empresarial en la que domina la pequeña empresa, particularmente en algunos dominios como el diseño, las artes plásticas y escénicas, o en el Patrimonio cultural. La presencia de pequeñas empresas, así como la elevada precariedad en el empleo (elevada temporalidad y porcentaje de trabajadores a tiempo parcial) es el resultado de una estructura sectorial en la que es difícil ganar tamaño. El impacto del COVID-19 ha afectado a estos sectores, fundamentalmente por la imposibilidad inicial de llevar a cabo su actividad, y por las restricciones de aforo posterior, pero también por una estructura empresarial y de las relaciones laborales frágiles que han minado el sector. Esto incluso se traduce en una gran entrada y salida de empresas en el sector, que no consigue que las nuevas se establezcan en el mercado y consigan aumentar la dimensión.

4.2. Competitividad y rentabilidad

Esta sección analiza la capacidad de generar valor y rentabilidad por las empresas del SCO, así como su situación patrimonial justo antes del comienzo de la crisis del COVID-19. El objetivo, por tanto, es visualizar la salud y la capacidad de resistencia de las empresas del sector ante el *shock* sanitario. Este análisis se realiza utilizando una muestra significativa de empresas del sector valenciano y del español obtenida a partir de la base de datos SABI (Bureau van Dijk). SABI permite segmentar la información a nivel de empresa en dos dimensiones que se consideran relevantes: según el tamaño y el nivel de competitividad. Como se ha mostrado en el subepígrafe anterior, las diferencias en la distribución por tamaños de los dominios del SCO son importantes, aunque en todos ellos dominan fundamentalmente las de menor dimensión. Se añade una nueva dimensión de la competitividad de la empresa³, clasificándolas en cuatro grupos: empresas de competitividad baja, medio-baja, medio-alta y alta. Por último, esta segmentación por grupos de competitividad y por tamaños⁴ se muestra para cada dominio cultural y de ocio. Sin embargo, SABI no incluye a los trabajadores autónomos, que, al no ser sociedades mercantiles y no tener obligación de depositar cuentas en el Registro Mercantil, no son captadas. Tampoco se incluyen instituciones públicas con formas jurídicas no mercantiles, como pueden ser fundaciones, o entes públicos destinados a la cultura.

La definición del sector cultural y de ocio es la misma de las secciones anteriores, pues en SABI se dispone del indicador de actividad de la CNAE 2009 a cuatro dígitos, lo que permite la utilización de la clasificación presentada anteriormente. Por el contrario, SABI tiene el inconveniente de estar sesgada hacia empresas de mayor tamaño, y tener menor cobertura de empresas de menor dimensión, por lo que estas últimas, que son las mayoritarias en el sector que

se analiza, están infrarrepresentadas. Eso sí, al disponer de una muestra tan amplia de empresas permite inferir características de todos los grupos de tamaño. Un segundo inconveniente, derivado también de la cobertura de SABI es que en la medida que no es realmente un censo de las empresas existentes en España o en la Comunitat Valenciana la entrada y salida de empresas en la muestra, particularmente cuando existen algunas con valores extremos en alguna de las variables, puede generar valores atípicos en los agregados. Estos problemas pueden ser más acusados cuando el número de empresas del dominio es reducido. En el caso de darse esta situación, se advierte en el texto.

Distribución del valor añadido bruto (VAB) y el empleo

¿Cuál es la estructura de generación del VAB y el empleo en función de la competitividad empresarial? ¿Se asignan eficientemente los recursos en el SCO de forma que las empresas más productivas aportan más? ¿Son las empresas grandes las que tienen mayor capacidad de generar más valor añadido y empleo?

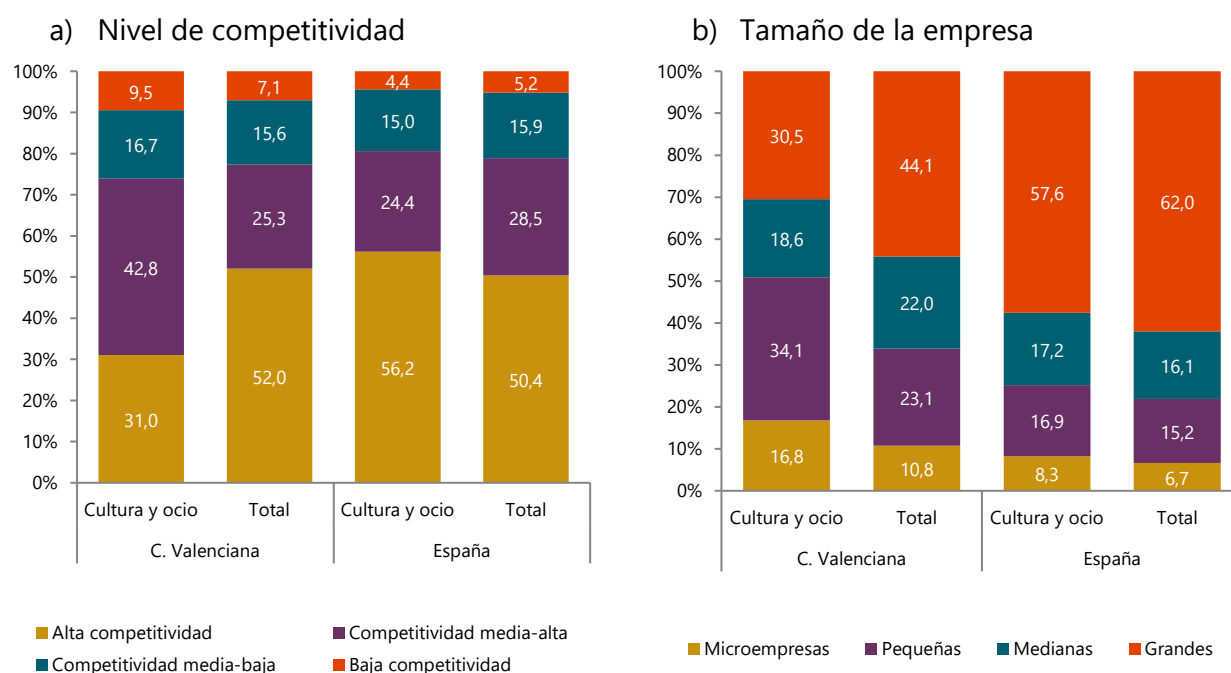
Como ya se ha cuantificado en secciones anteriores, el valor añadido y el empleo generado por el SCO apenas llega al 4% de la economía. La ventaja de disponer de información a nivel de empresa es que permite conocer aspectos de la eficiencia del proceso productivo y de la asignación de los recursos. La cuestión es si las empresas más eficientes del sector son aquellas que generan el valor añadido y el empleo, o si, por el contrario, existen ineficiencias, de forma que el valor añadido y el empleo se generan en empresas menos competitivas señalando dificultades de crecimiento de las que lo son más productivas.

³ El Ivie a través del GECE (www.observatorioriegece.es) clasifica las empresas en 4 cuartiles, de menor a mayor competitividad utilizando los siguientes indicadores financieros y económicos obtenidos de la base de datos SABI: rentabilidad a corto plazo y a largo plazo, solvencia a corto y a largo plazo, capacidad de generar liquidez, productividad de los activos y productividad del trabajo. Una

explicación de la metodología para obtener los niveles de competitividad puede leerse en Observatorio GECE (2021).

⁴ En la muestra de empresas utilizada, en el sector de la cultura y ocio de la Comunitat Valenciana (España) el 71,7% (71%) de las empresas eran microempresas, el 25,2% (23,8%) pequeñas, el 2,8% (4,3%) medianas y el 0,3% (0,9%) grandes.

Gráfico 4.7. Distribución del VAB en el sector Cultura y ocio según el nivel de competitividad y tamaño de la empresa. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)



Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

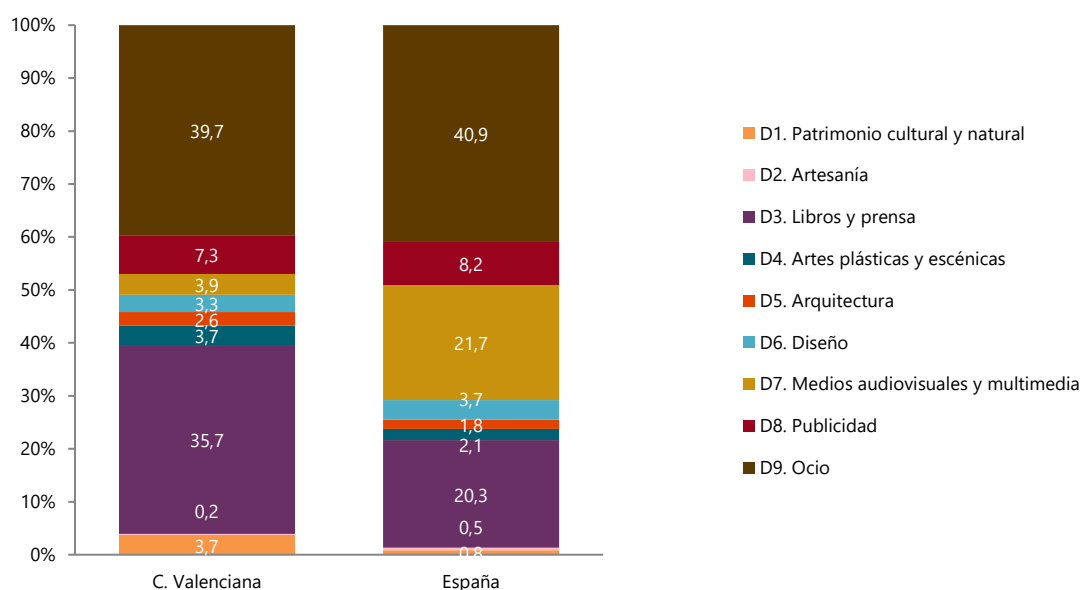
El **gráfico 4.7** muestra la distribución del VAB por niveles de competitividad de la empresa (panel a) y por tamaños (panel b). El SCO valenciano destaca por mayores problemas asignativos que el conjunto de la economía valenciana, pero también que el propio SCO español. El 25% de las empresas más competitivas son capaces de generar únicamente el 31,0% del VAB del sector, frente 56,2% de lo que lo hace el sector en España, o el 52% del conjunto de empresas valencianas. Ahora bien, esta menor contribución de las empresas valencianas se produce a costa de las empresas de competitividad media alta (42,8%), cuya aportación a la generación de rentas es desproporcionadamente mayor que en el resto de las agrupaciones de comparación. La aportación a la generación de VAB de las empresas de competitividad medio-baja y baja es también superior en el sector cultural y de ocio valenciano que en el resto de las agrupaciones.

Entre las distintas explicaciones de estos problemas de la mala asignación de los recursos

productivos en el SCO valenciano cabe citar el menor tamaño de las empresas del sector. En el **gráfico 4.7b** se constata que, efectivamente, el porcentaje de valor añadido generado en el SCO valenciano se concentra en mayor proporción en empresas de menor dimensión. Las grandes empresas valencianas únicamente generan el 30,5% del VAB del sector, frente al 57,6% de las empresas SCO españolas. Las empresas pequeñas son las que concentran mayor generación del VAB del sector en la Comunitat Valenciana (34,1%), doblando el peso que este grupo de tamaños tiene el SCO español. El peso de las microempresas también dobla al que tienen las empresas del sector en España (16,8% vs 8,3%).

Una segunda justificación de los problemas asignativos del sector es la composición por dominios de la cultura y el ocio, que sea muy distinta en la Comunitat Valenciana y España. El **gráfico 4.8** muestra la estructura porcentual del VAB de las empresas del SCO incluidos en la

Gráfico 4.8. Distribución del VAB en el sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)



Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

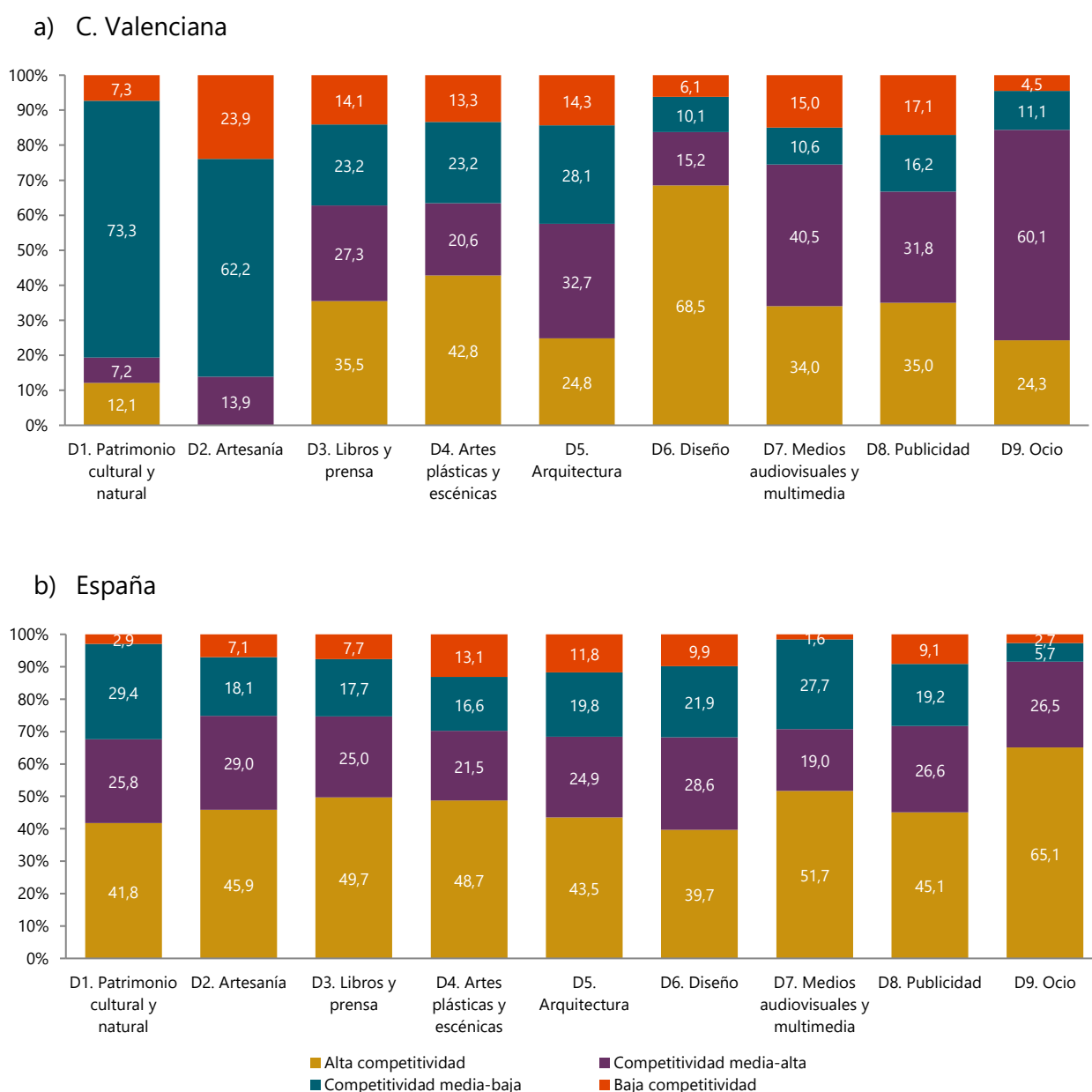
muestra por dominios en la Comunitat Valenciana y en España. El sector mayoritario en la Comunitat Valenciana es el dominio del Ocio, que concentra el 40% del valor añadido generado en el SCODE de la Comunitat Valenciana, similar al del total nacional. Las principales diferencias en la estructura por dominios del VAB es el mayor peso que tiene en la Comunitat Valenciana el dominio de Libros y prensa (36%), quince puntos porcentuales más que en España, y el menor peso de los Medios audiovisuales y multimedia (3,9%) con un peso de 17,8 puntos porcentuales menos que en España. En el resto de los sectores el peso en el VAB de las empresas valencianas incluidas en la muestra es similar a comparación a las españolas.

Las diferencias por dominios son evidentes en el **gráfico 4.9**, que muestra la descomposición del VAB en cada uno de ellos por separado en la Comunitat Valenciana y en España distinguiendo por grupos de competitividad. El **gráfico 4.10** muestra la misma descomposición por tamaños de las empresas. Un hecho diferencial de SCO valenciano cuando se agrupan las

empresas según el nivel de competitividad es el menor y desigual peso de las empresas de alta competitividad. En España en todos los dominios culturales y de ocio las empresas de alta competitividad generan como mínimo el 40% del VAB, llegando incluso al 65% en el Ocio. Además, la contribución es en general decreciente a menor competitividad de las empresas.

La contribución de las empresas más competitivas en la Comunitat Valenciana es más desigual. En el Diseño, las empresas más competitivas llegan a aportar el 69% del valor añadido, mientras que en el resto de los dominios los porcentajes son menores. En las Artes escénicas aportan el 43% del VAB, mientras que en Libros y prensa, Medios audiovisuales y multimedia y Publicidad en el entorno de 34-35%, y en el resto de los dominios porcentajes más reducidos, destacando la nula contribución de la Artesanía (no existen empresas de alta competitividad entre las valencianas de este dominio), o el Patrimonio Cultural y natural (12%).

Gráfico 4.9. Distribución del VAB en el sector Cultura y ocio por dominios según el nivel de competitividad. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)



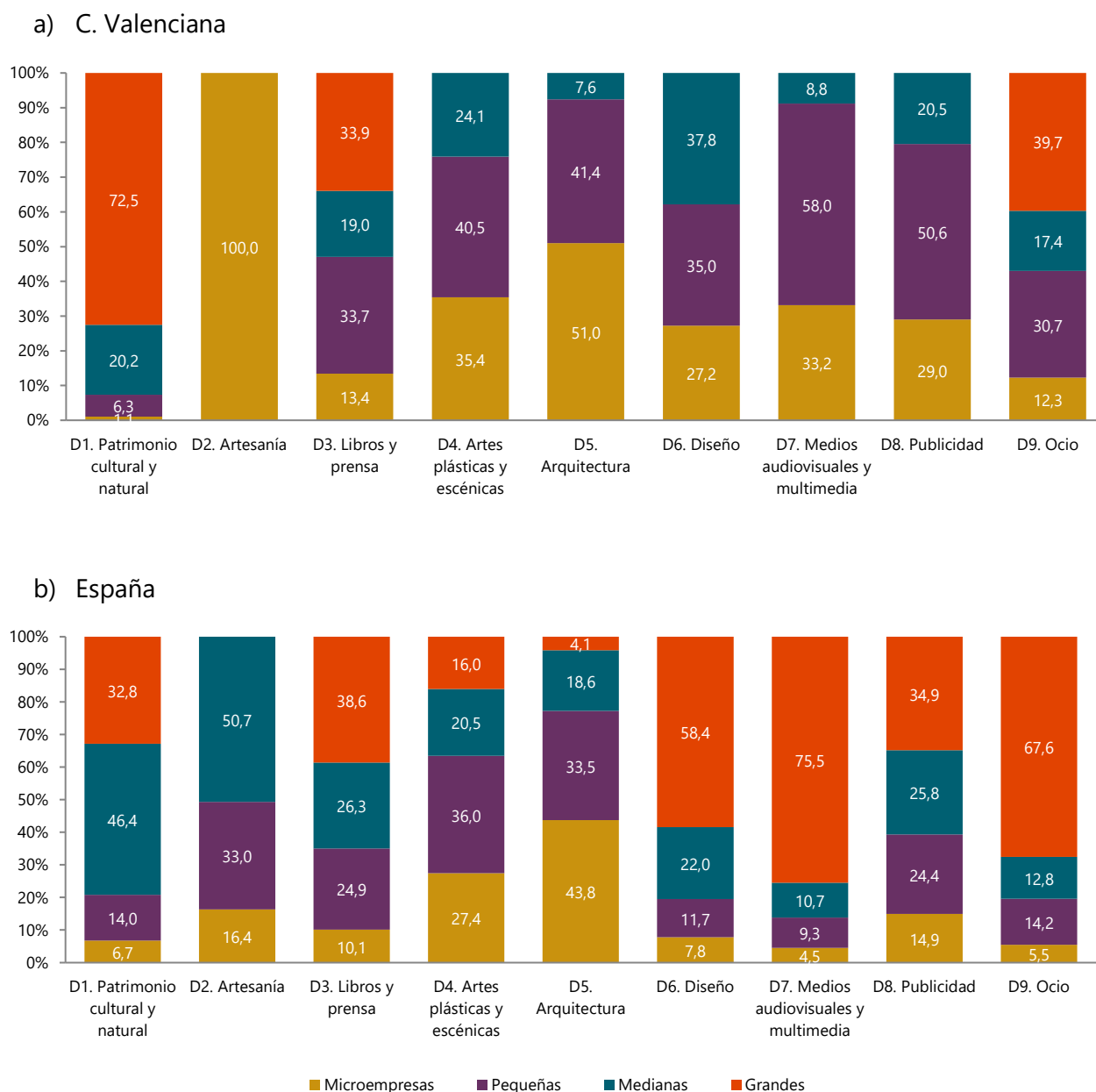
Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

El **gráfico 4.10** muestra la distribución del VAB del SCO según el tamaño de la empresa. En los sectores del Ocio, Publicidad, Medios audiovisuales y multimedia, el Diseño y Libros y prensa españoles se observa que las grandes empresas son las que mayor VAB aportan, aunque con distinta intensidad. En rasgos generales, menor dimensión de la empresa se asocia a menor contribución en términos de VAB, aunque no en todos los dominios. De hecho, en los sectores de la Arquitectura, y las Artes plásticas

y escénicas se observa el patrón contrario: relación inversa entre el tamaño empresarial y la aportación al VAB.

Dado el impacto que la crisis sanitaria está teniendo en el mercado de trabajo, conviene analizar la contribución a la generación de empleo tanto de las empresas según su competitividad y el tamaño de estas, pues empresas de mayor dimensión y competitividad suelen tener mayor

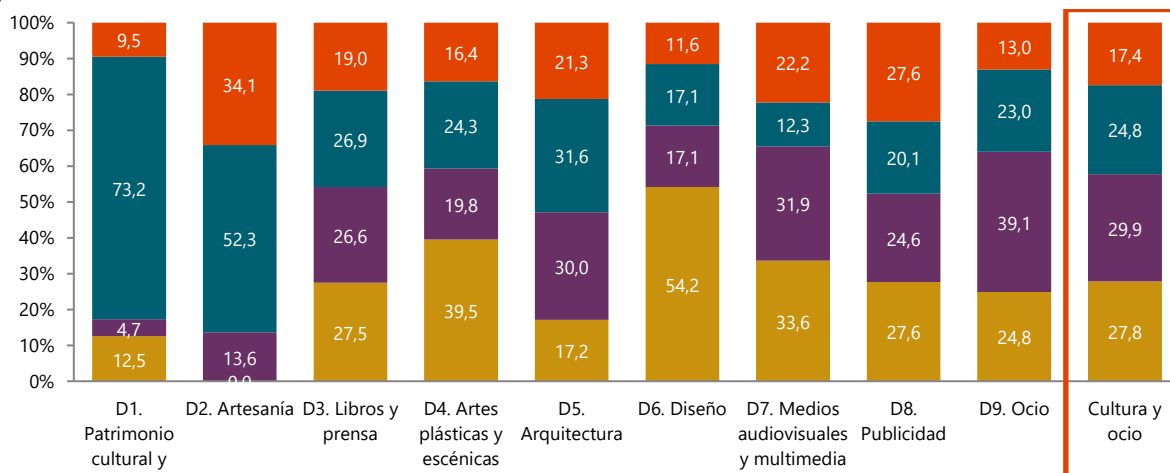
Gráfico 4.10. Distribución del VAB en el sector Cultura y ocio por dominios según el tamaño de la empresa. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)



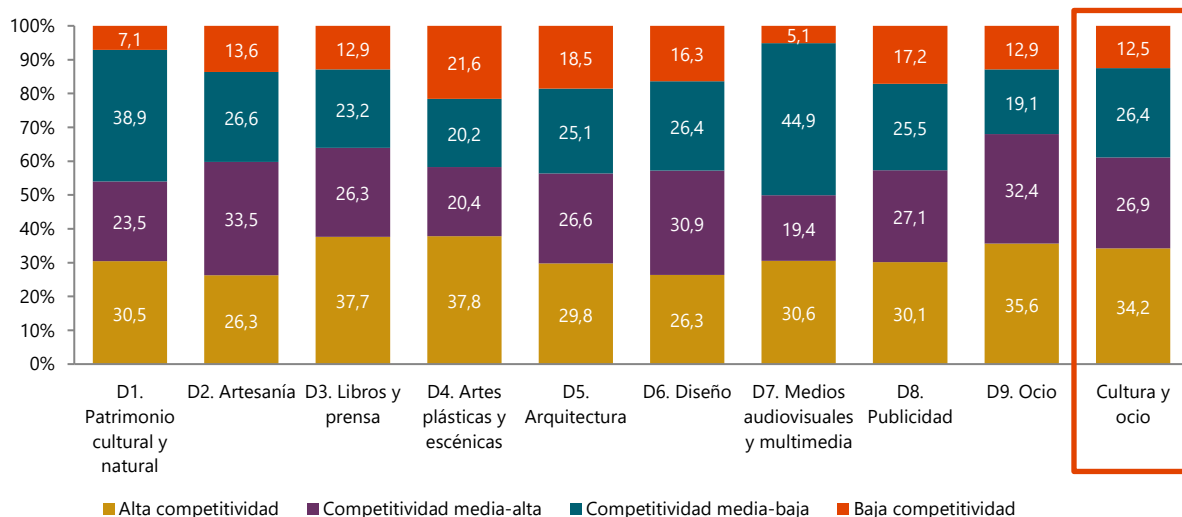
Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

Gráfico 4.11. Distribución del empleo en el sector Cultura y ocio por dominios según el nivel de competitividad. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)

a) C. Valenciana



b) España



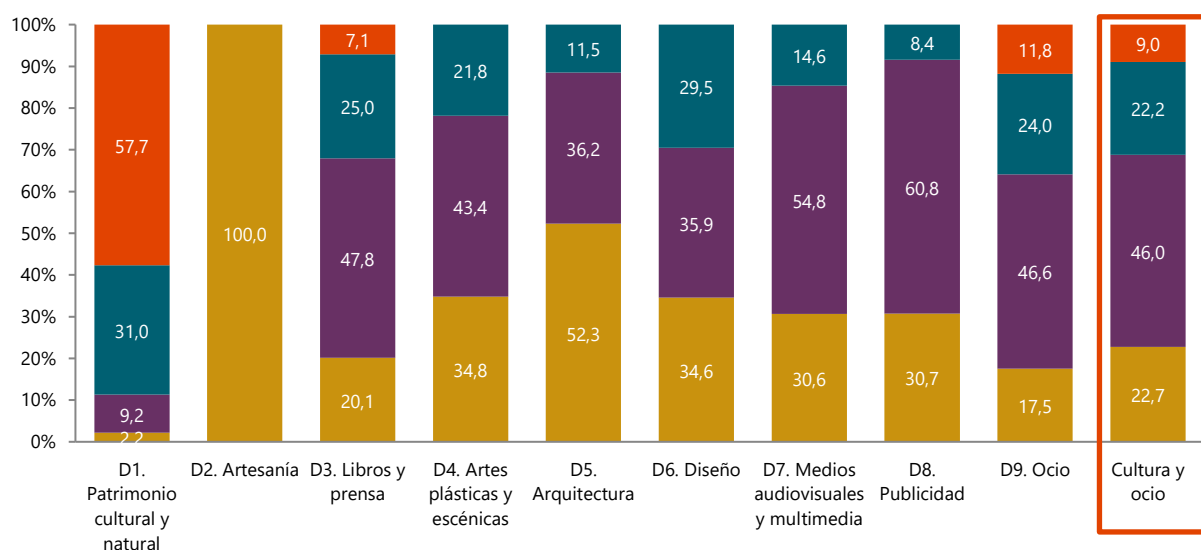
Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

capacidad de resistencia. Al igual que en términos del VAB, en el empleo se observan problemas asignativos. El **gráfico 4.11** muestra que el empleo en el SCO se distribuye de forma similar entre las empresas de alta competitividad (27,8%), de competitividad medio-alta (29,9%) y de medio-baja (24,8%), por lo que tener ventajas de competitividad no parece estar asociado a concentrar mayor empleo en la Comunitat Valenciana. Lo que sí que es un hecho llamativo en términos de empleo, y que ya se advertía en VAB, es que las empresas grandes del SCO valenciano concentran también muy poco empleo (9,0% del total del sector), frente a 30,4% del SCO en el conjunto de España (**gráfico 4.12**). Lo visto hasta ahora indica que el sector

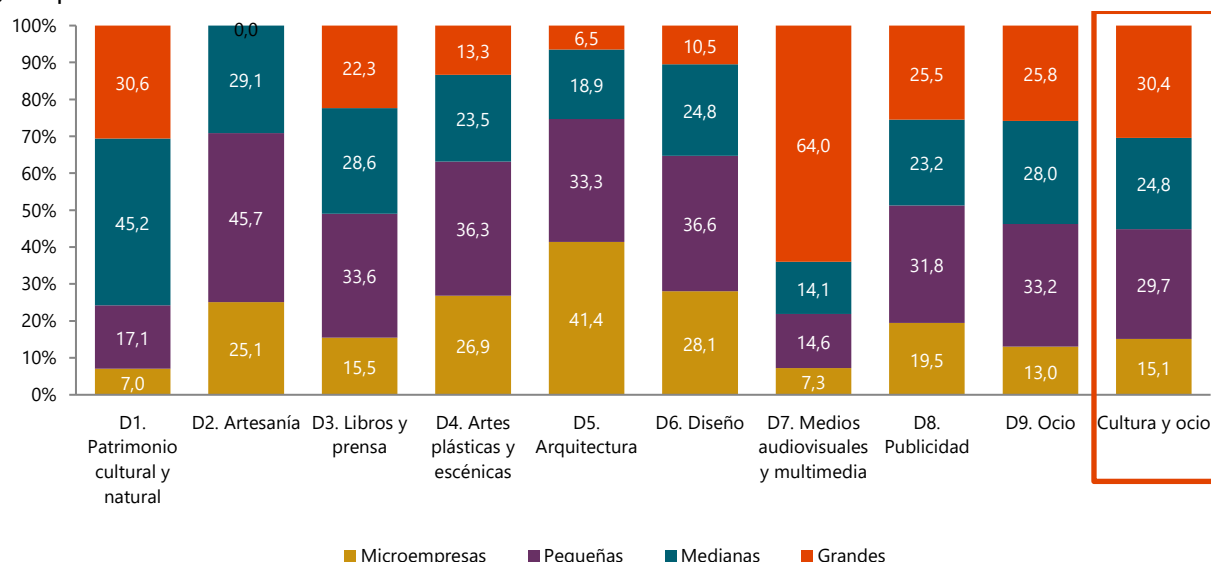
cultural y de ocio valenciano adolece una falta de tamaño en comparación al del conjunto de España. La proporción de grandes empresas es reducida, pero concentran mayor proporción de valor añadido que de empleo. En todos los dominios las empresas menos competitivas acumulan en general mayor porcentaje de empleo que las más competitivas en la Comunitat Valenciana que en España, evidenciando de nuevo los problemas asignativos en la Comunitat Valenciana. Tan solo en los dominios de las Artes plásticas y escénicas (40% del empleo total), Medios audiovisuales y multimedia (34%) y sobre todo en el diseño (54%) las empresas altamente competitivas concentran mayor empleo.

Gráfico 4.12. Distribución del empleo en el sector Cultura y ocio por dominios según el tamaño de la empresa. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)

a) C. Valenciana



b) España



Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

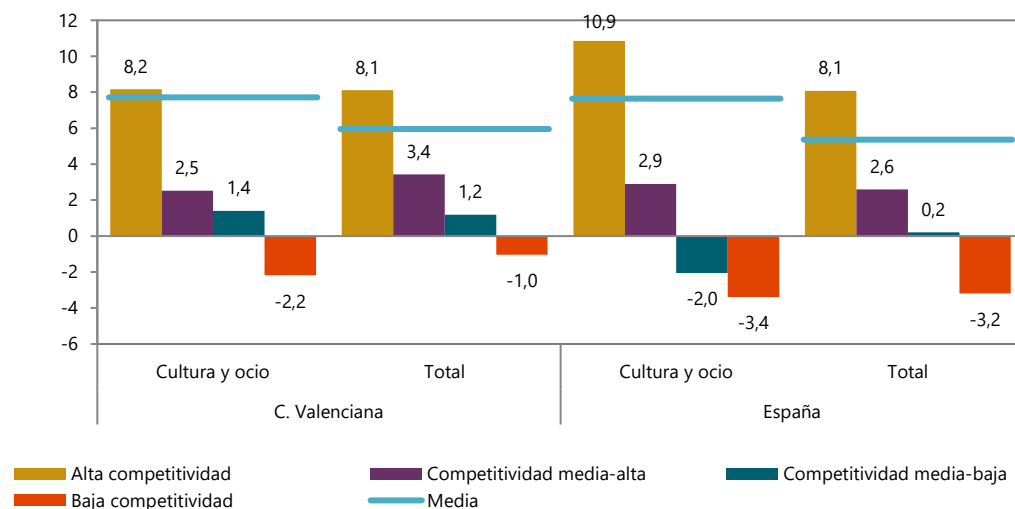
En la distribución por tamaños de empleo en el sector SCOSe desprende un mensaje similar al que ya se advertía en términos de VAB: en la Comunitat Valenciana el peso de las grandes empresas es inferior que en España en todos los dominios con la única excepción del Patrimonio Cultural y natural, donde las grandes empresas valencianas representan el 58% del empleo.

Situación económico-financiera de las empresas valencianas

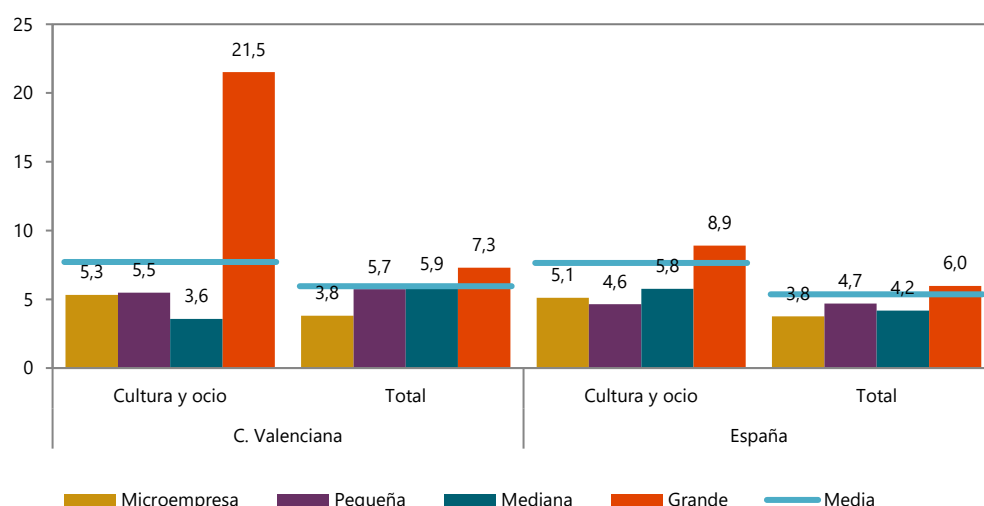
A continuación, se describe la situación económico-financiera de las empresas valencianas de la cultura y ocio en 2019, justo antes del comienzo de la crisis del COVID-19. Esto permite valorar su capacidad de resistencia y detectar las fortalezas de sus empresas, así como las debilidades que pueden agravar la crisis del sector. Se mide también la fragilidad financiera de estas, detectando la proporción del número y del empleo que está en riesgo.

Gráfico 4.13. Rentabilidad económica (ROA) en el sector Cultura y ocio según el nivel de competitividad y el tamaño de la empresa. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)

a) Nivel de competitividad



b) Tamaño de empresa



Nota: ROA = Resultado del ejercicio/Activo total.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

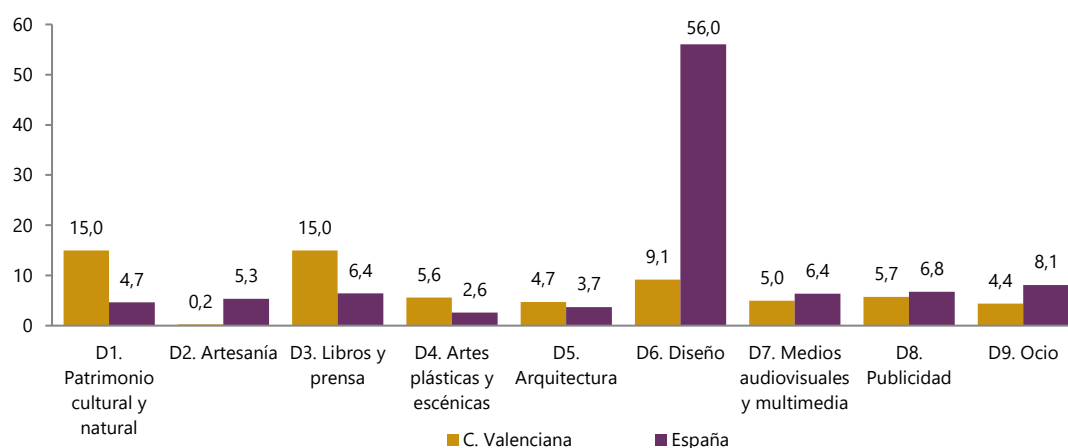
Rentabilidad

¿Es la actividad cultural y de ocio rentable en la Comunitat Valenciana? ¿En qué dominios la rentabilidad es mayor?

La rentabilidad media de los activos (ROA) del sector de la cultura y el ocio se situó a finales de 2009 en el 7,7% (**gráfico 4.13**). Esta rentabilidad es superior a la del conjunto de empresas de la Comunitat Valenciana (6,0%) y españolas (5,4%), pero similar a la de las empresas españolas del mismo sector de actividad (7,6%). Por lo tanto, el sector de la cultura y el ocio en la

Comunitat Valenciana tienen tasas de retorno elevadas en promedio. Sin embargo, esta rentabilidad media enmascara realidades muy distintas por tipos de empresas, tanto por niveles de competitividad como, sobre todo, por tamaño. En primer lugar, como era de esperar, las empresas más competitivas del SCO muestran rentabilidades muy superiores a las de la media. De hecho, la rentabilidad de este grupo de empresas se sitúa en el entorno del 8%, al igual que el conjunto de empresas valencianas y españolas, aunque algo inferior a las del SCO españolas (10,9%).

Gráfico 4.14. Rentabilidad económica (ROA) en el sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)



Nota: ROA = Resultado del ejercicio/Activo total.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

Pero, aunque las empresas altamente competitivas son muy rentables, y condicionan el resultado de la media agregada, el resto de los grupos de competitividad lo son mucho menos, con rentabilidades inferiores al 2,5% en el caso de las SCO de competitividad media-alta, y del 1,4% de las de medio-baja. Siendo reducidas estas rentabilidades, es más preocupante el caso de las empresas de competitividad baja. Estas empresas, que representan aproximadamente una cuarta parte del total, tienen una rentabilidad promedio negativa del -2,2%. Esto es particularmente preocupante, pues justo antes del comienzo de la crisis sanitaria ya existía un porcentaje importante de empresas con problemas de rentabilidad. No obstante, los bajos niveles de rentabilidad de los grupos que no son los de alta competitividad son más graves en el SCO español, aunque no en el resto de las empresas valencianas.

Las grandes empresas presentan mayor rentabilidad que el resto de los tamaños. La elevada rentabilidad del SCO valenciano (21,5%) se debe a una empresa del subsector 639 (Servicios de información) con una rentabilidad anormalmente elevada. Otra cuestión llamativa es que, en el caso valenciano, las empresas

medianas gozan de menor rentabilidad que las microempresas o que las pequeñas, de tan solo el 3,6%. También es destacable que las microempresas y las pequeñas del SCO tienen rentabilidades superiores a las de la misma categoría del conjunto de empresas valencianas, a las empresas del SCO españolas o al conjunto de empresas españolas.

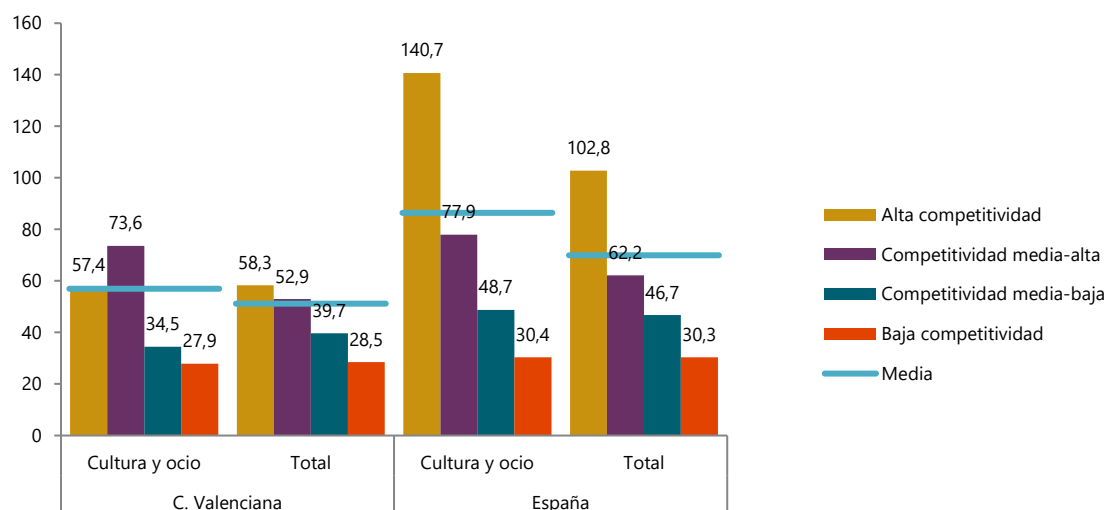
Los datos de la rentabilidad muestran que, pese a que en la comparación con las empresas del SCO español o del conjunto de empresas de la Comunitat Valenciana, las SCO valencianas tienen ventajas de rentabilidad, la rentabilidad en general es muy reducida en las empresas que no son de alta competitividad, particularmente en las de baja. Esta ventaja de rentabilidad de las empresas valencianas antes de la crisis del COVID-19 se concentraba en los dominios del Patrimonio cultural y natural, en los Libros y prensa, ambos con rentabilidad media del 15%, y en el Diseño (9,1%) (**gráfico 4.14**)⁵. En el resto de los dominios la rentabilidad de las empresas valencianas se sitúa entre el 4,4 (Ocio) y el 5,7% (Publicidad). En la Artesanía se observan claramente problemas de rentabilidad, pues la ROA es en término medio de tan solo el 0,2%.

⁵ La elevada rentabilidad del Diseño a nivel nacional (56,0%) se debe a la existencia de tres grandes empresas

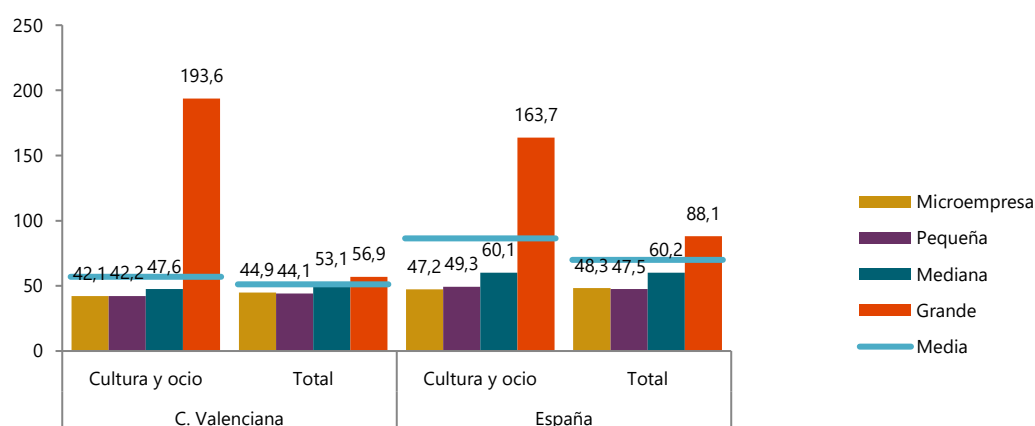
del sector asociadas a un importante grupo textil español con rentabilidades muy elevadas.

Gráfico 4.15. Productividad del trabajo en el sector Cultura y ocio según el nivel de competitividad y el tamaño de la empresa. C. Valenciana y España, 2019 (miles de euros por empleado)

a) Nivel de competitividad



b) Tamaño de empresa



Nota: Productividad del trabajo = VAB/Empleo.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

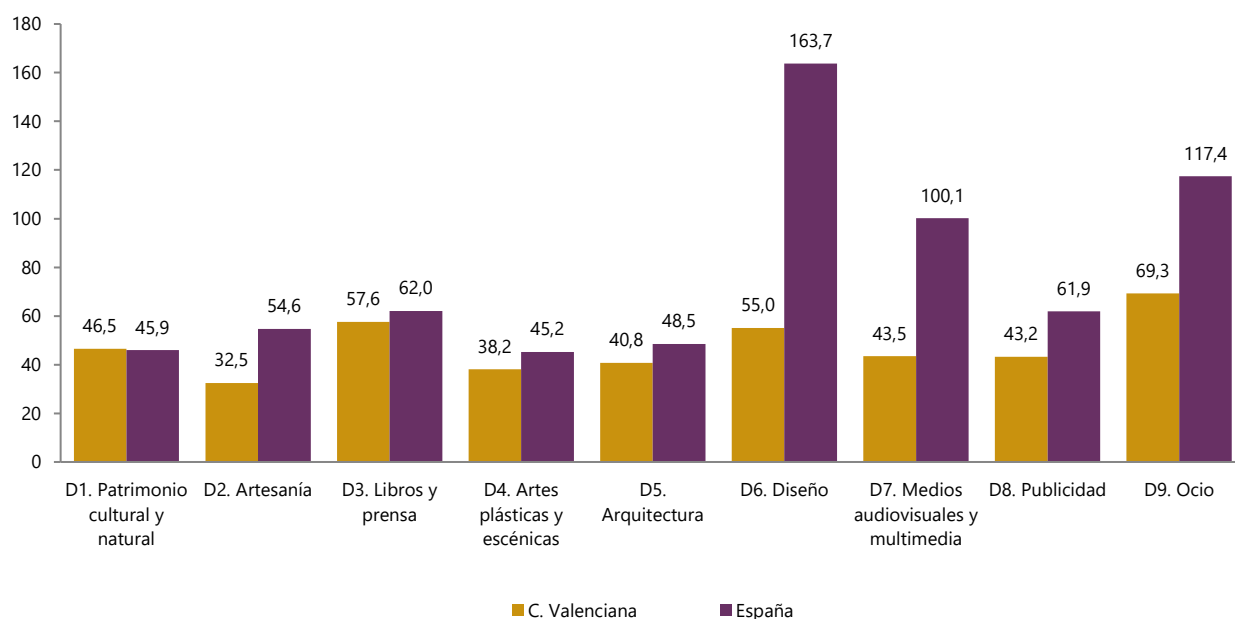
Productividad

¿Tiene ventajas de productividad el SCO valenciano, o al contrario, esta es un lastre?

La rentabilidad, la capacidad de creación de empleo y la competitividad están condicionadas en última instancia por los niveles de productividad. Las mejoras de productividad determinan la viabilidad futura de las empresas al incrementar el valor generado por los factores productivos utilizados. La productividad del trabajo (valor añadido por trabajador) del SCO (57 mil euros por ocupado), al igual que la del conjunto de la economía valenciana (52 mil euros

por ocupado), es menor que en el conjunto de España (86,4 y 70,0 mil euros por ocupado en el SCO y en el conjunto de España, respectivamente). Este hecho se observa también en todos los niveles de competitividad (**gráfico 4.15**). Resulta llamativo que, a diferencia de España, en la Comunitat Valenciana, independientemente del nivel de competitividad, la productividad del SCO es menor que en la media de la economía valenciana. En el SCO se observa una relación creciente entre el nivel de competitividad empresarial y la productividad del trabajo, destacando sobre las demás las empresas de competitividad medio-alta.

Gráfico 4.16. Productividad del trabajo en el sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2019 (miles de euros por empleado)



Notas: Productividad del trabajo = VAB/Empleo.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

Por tamaños se obtienen conclusiones similares a los grupos de competitividad: mayor tamaño de las empresas del SCO está asociado a mayor productividad, especialmente por el efecto de las grandes empresas. En la Comunitat Valenciana la productividad del trabajo en el SCO es menor que en España en todos los grupos de tamaño.

El **gráfico 4.16** muestra la misma información, pero por dominios. Las desventajas de productividad del SCO valenciano son claras, pues en todos los dominios, salvo en el de Patrimonio cultural y natural, que es ligeramente similar, la productividad del trabajo es inferior en la Comunitat Valenciana que en España. La principal desventaja de las empresas valencianas se observa en el sector del Diseño⁶, del Ocio y de los Medios audiovisuales y multimedia, que en España gozan de productividades mucho más elevadas que el resto de los dominios. De hecho, los dominios valencianos con menor productividad son los de la Artesanía, las Artes plásticas y

escénicas, y la Arquitectura, que no llegan a los 40 mil euros por ocupado.

Liquidez y solvencia

¿Cómo era la situación de liquidez y solvencia de la empresa valenciana del SCO antes del comienzo de la crisis del COVID-19? ¿Estaban preparadas para afrontarla?

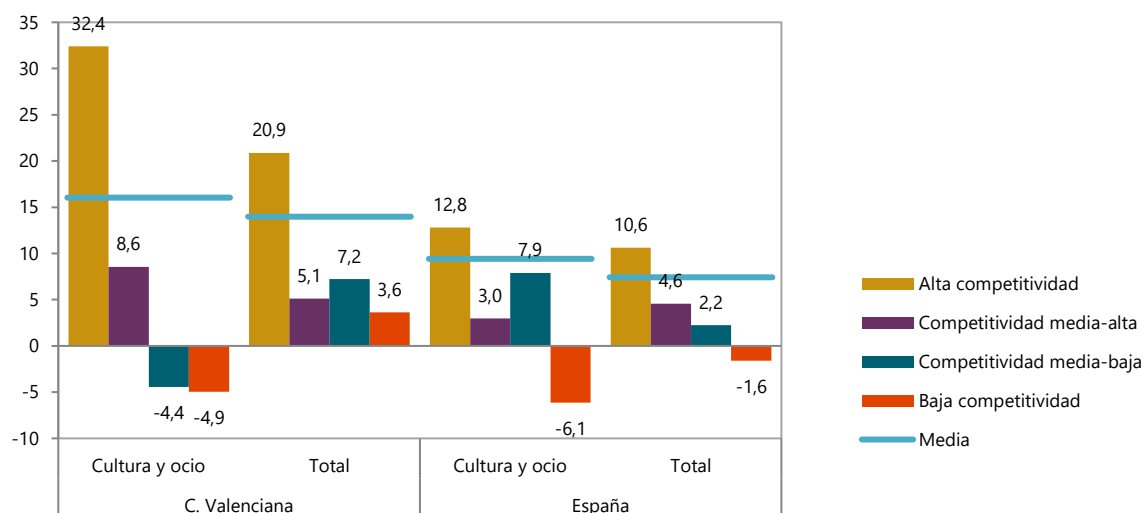
De cara a analizar la capacidad de resistencia del sector ante la COVID-19 es importante conocer la situación de liquidez y la robustez de la situación patrimonial a largo plazo, la solvencia. Disponer de elevada liquidez permite a las empresas a hacer frente a sus pasivos a corto plazo incluso cuando existe una caída de las ventas, sin necesidad de acudir necesariamente a financiación ajena. El **gráfico 4.17** muestra un indicador de liquidez definido como la diferencia entre el activo circulante menos el pasivo líquido como porcentaje de los activos totales.

⁶ La elevada productividad del trabajo del Diseño a nivel nacional (163,7) se debe a la existencia de tres grandes

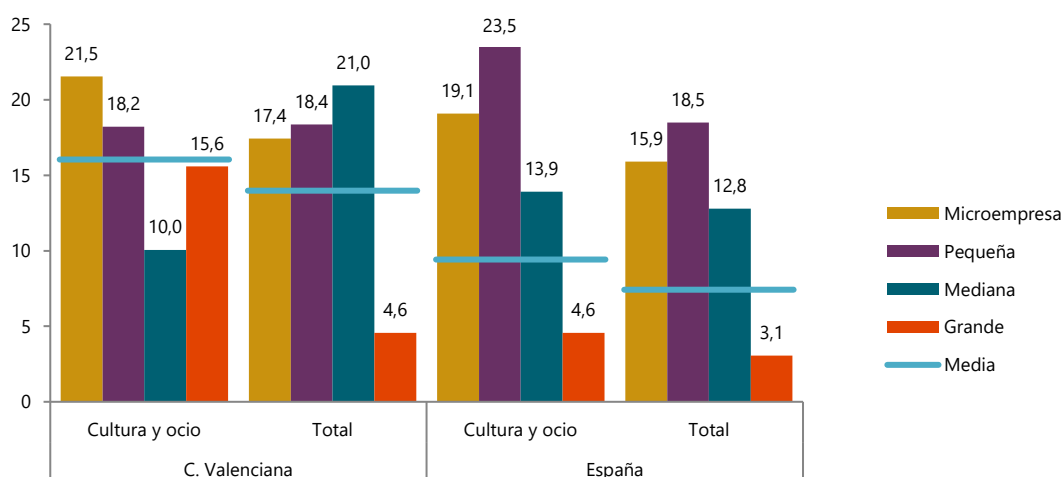
empresas del sector asociadas a un importante grupo textil español.

Gráfico 4.17. Ratio de liquidez en el sector Cultura y ocio según el nivel de competitividad y el tamaño de la empresa. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)

a) Nivel de competitividad



b) Tamaño de empresa



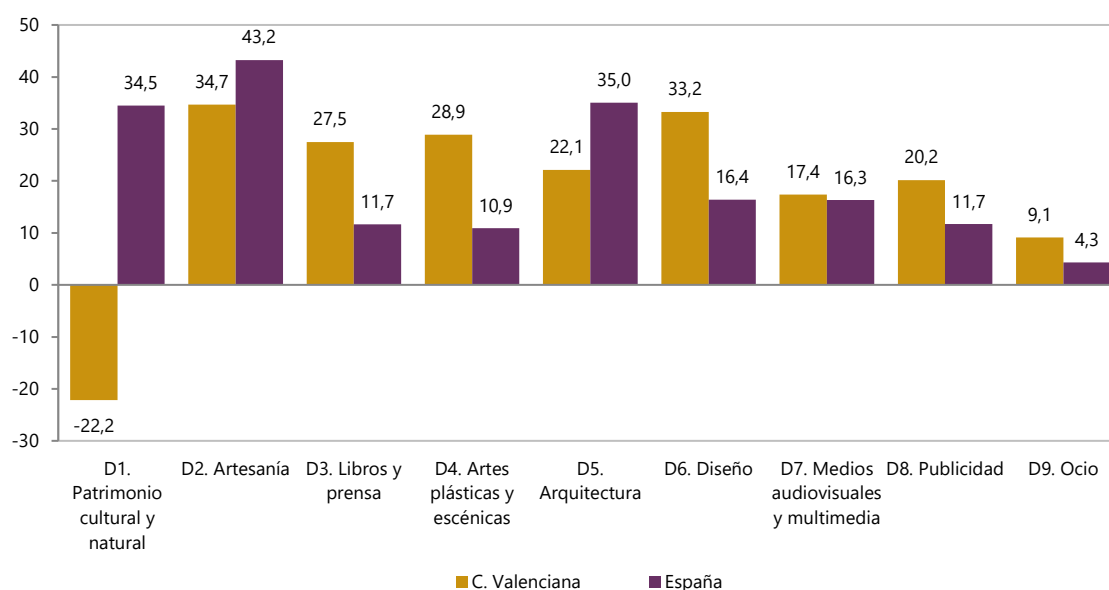
Nota: Ratio de liquidez = (Activo circulante – Pasivo líquido) / Activo total

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

Del gráfico se desprende que la empresa valenciana en general (14%), y la del SCO en particular (16,0%), presenta mayor liquidez que sus equivalentes nacionales (9,4% y 7,4%). La liquidez del SCO valenciano se sustenta fundamentalmente en las empresas con mayores niveles de competitividad (de alta y medio-alta), así como entre las empresas de menor dimensión, las microempresas y las pequeñas. Las grandes empresas valencianas del SCO también mantienen niveles de liquidez (15,6%) sustancialmente superiores a las de las grandes empresas valencianas o españolas, incluyendo las del SCO.

La mayor liquidez de la empresa valenciana frente a la española se da en todos los dominios, salvo tres: Artesanía, Arquitectura, y sobre todo en Patrimonio cultural y natural, donde incluso toma valores negativos (**gráfico 4.18**). Los dominios con mayor liquidez son los de la Artesanía (35%), Diseño (33%), Artes plásticas y escénicas (29%) y Libros y prensa (28%). Destacan por su menor liquidez los sectores del Ocio (9,1%) y los Medios audiovisuales y multimedia (17,4%), además del ya mencionado del Patrimonio cultural y material (-22%).

Gráfico 4.18. Ratio de liquidez en el sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)



Nota: Ratio de liquidez= (Activo circulante – Pasivo líquido) / Activo total.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

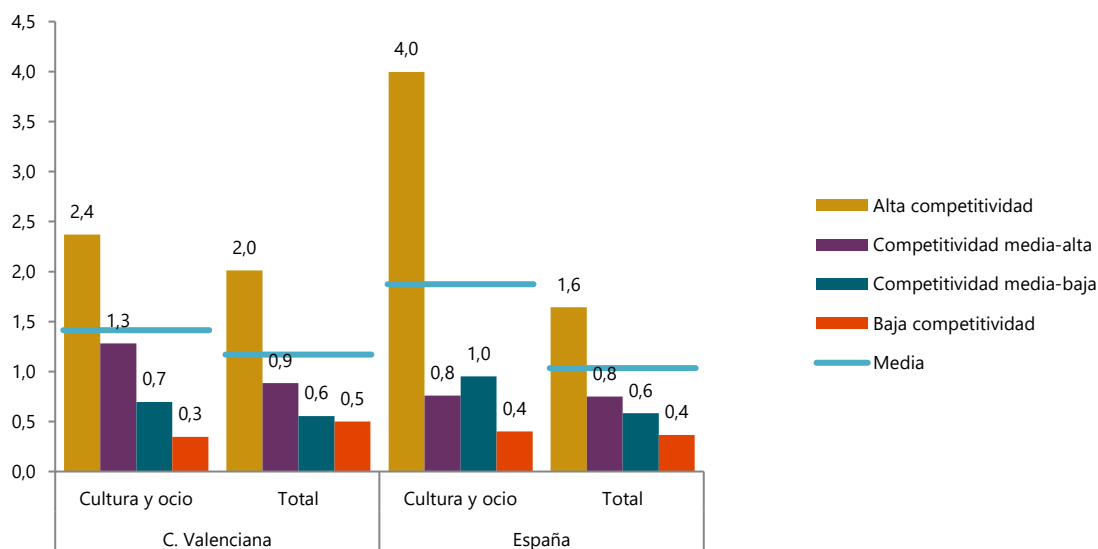
La mayor liquidez del SCO era una fortaleza justo al principio de la crisis. Sin embargo, la solvencia del SCO valenciano, que en definitiva es la que condiciona la supervivencia de la empresa en el largo plazo, es inferior a la española. En la Comunitat Valenciana la ratio de solvencia, cociente entre los recursos propios y ajenos, del SCO era de 1,4, lo que indica que los recursos propios eran un 40% superiores a los ajenos. En España era del 1,9 (**gráfico 4.19**). En todo caso, la solvencia del SCO tanto en la Comunitat Valenciana como en España es superior a la del conjunto de empresas de la región y del total nacional. Existe una relación positiva entre la competitividad y la solvencia empresarial robusta a cualquiera de las agregaciones mostradas. La mejor situación de las empresas de SCO españolas frente a las valencianas se debe fundamentalmente a las altamente competitivas nacionales que destacan del resto. En el SCO valenciano las empresas de competitividad media-baja y baja presentan solvencia a largo plazo inferiores, lo que implica que se financian en mayor proporción con recursos ajenos. En las empresas de competitividad baja, el nivel de apalancamiento es muy elevado, pues los recursos propios son solo el 30% de los ajenos.

En el SCO valenciano existe una relación positiva entre la solvencia y el tamaño, al contrario de lo que se observa en España. Mientras que en la Comunitat Valenciana las grandes empresas son un 31% más solventes que las microempresas, en el total nacional son un 41% inferiores. Aunque con valores superiores a uno, las micro y las pequeñas empresas tienen peor situación patrimonial que las grandes.

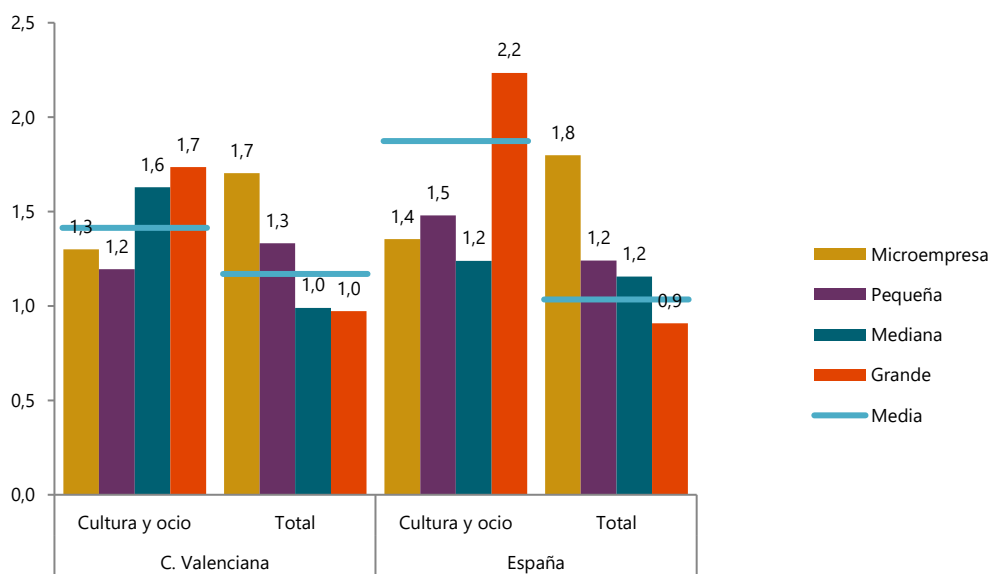
La peor situación patrimonial del SCO valenciano que el español se constata también por dominios (**gráfico 4.20**), pues, salvo en el del Diseño (1,6 vs 1,5, respectivamente), la Publicidad (0,9 vs 0,5) y el de Libros y prensa (1,6 vs 1,0), el indicador de solvencia es siempre inferior en la Comunitat Valenciana (**gráfico 4.20**). Los dominios valencianos con menor solvencia son los del Patrimonio cultural y natural (0,5, frente al 2,3 nacional) –que combina reducida liquidez y solvencia–, Artesanía (0,6 vs 2,1), Publicidad, y Medios Audiovisuales y multimedia (1 en la Comunitat Valenciana y en España). En estos sectores la financiación externa tiene elevado peso en comparación con la propia, lo que es señal de peor situación patrimonial.

Gráfico 4.19. Solvencia en el sector Cultura y ocio según el nivel de competitividad y el tamaño de la empresa. C. Valenciana y España, 2019

a) Nivel de competitividad



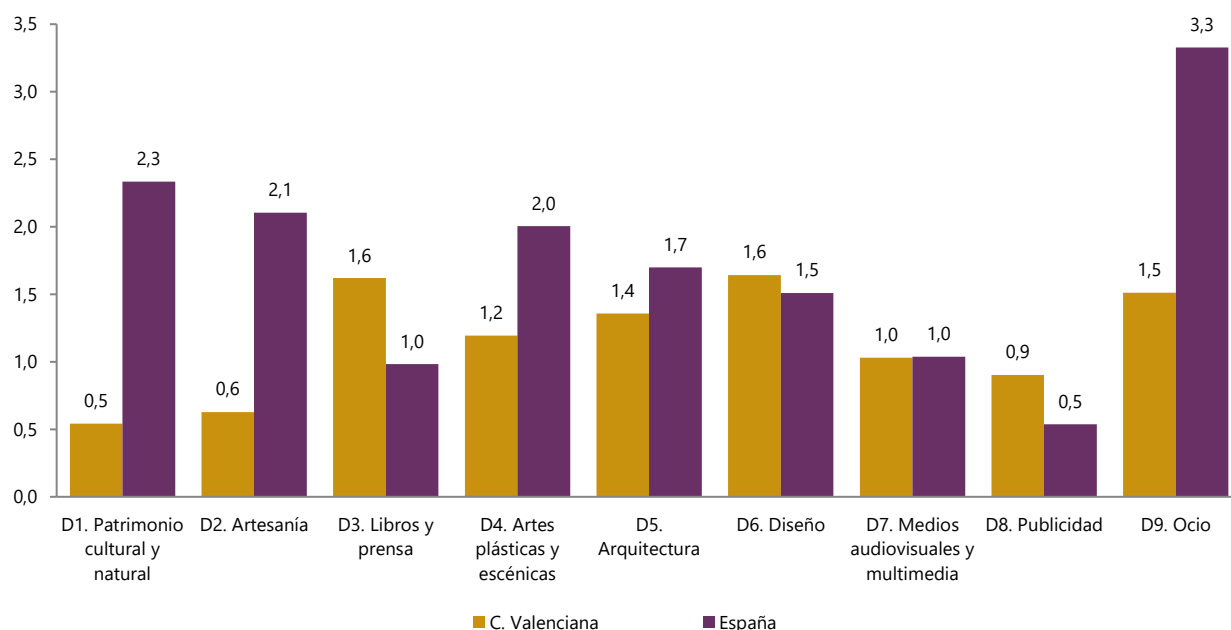
b) Tamaño de empresa



Nota: Solvencia = Fondos propios/ (Activo total – Fondos propios).

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

Gráfico 4.20. Solvencia en el sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2019



Nota: Solvencia = Fondos propios/ (Activo total – Fondos propios).

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia

¿Cómo de frágiles en términos financieros son las empresas del SCO valenciano? ¿Es su deuda una gran carga?

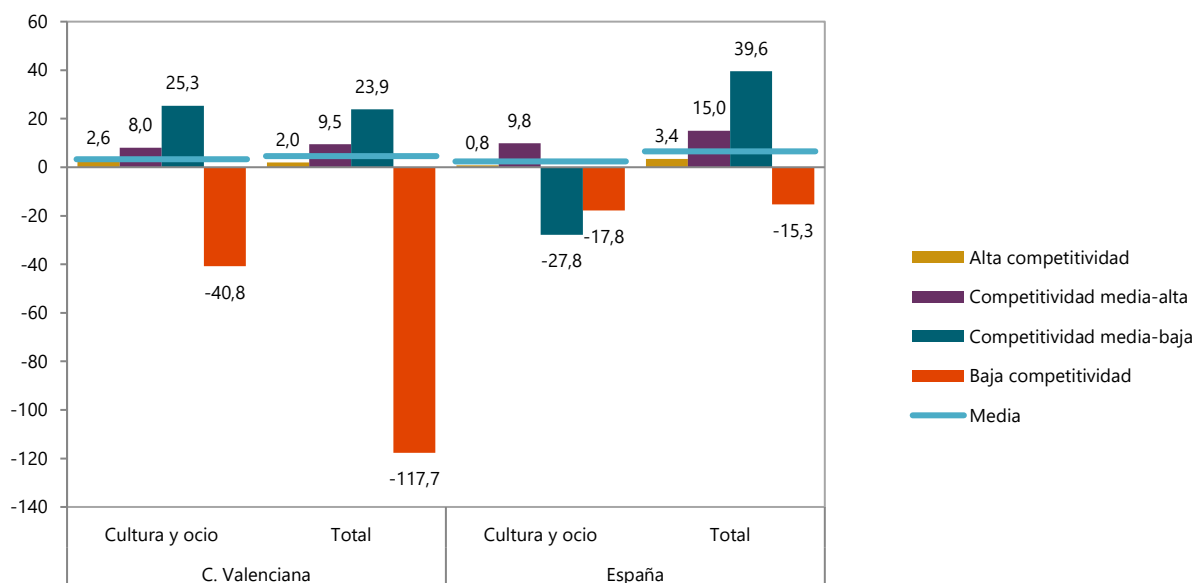
Para evaluar la solvencia de las empresas, y, por tanto, su endeudamiento en relación con los recursos propios, hay que considerar también su capacidad para hacer frente a los compromisos financieros con la capacidad de generar beneficios de la actividad ordinaria. El endeudamiento no tiene por qué ser necesariamente negativo para una empresa, aunque sí que puede ser un factor de riesgo, particularmente en momentos como el actual. La condición para que sea positivo es que obtenga suficiente rentabilidad de sus activos como para hacer frente al coste de la financiación. El **gráfico 4.21** muestra un indicador de vulnerabilidad financiera definido como la ratio deuda / EBIT (beneficios antes impuestos e intereses). Este indicador puede ser interpretado como los años que deberían dedicarse íntegramente los beneficios (EBIT) del ejercicio para poder amortizar por completo la deuda de la empresa. Derivado de la mejor situación de solvencia, el SCO presenta menor indicador de vulnerabilidad financiera que el conjunto de la economía, tanto en España como en la Comunitat Valenciana. En la Comunitat Valenciana, las empresas del SCO

deberían dedicar íntegramente los beneficios de 2019 durante 1,8 años para amortizar la deuda asumida, mientras en el conjunto de la economía valenciana había que destinarlos durante un año más, 2,8. Sin embargo, las empresas del SCO valencianas son más vulnerables financieramente que las españolas (1,8 vs 1,6 años), aunque la diferencia es reducida. Mayor competitividad empresarial supone menor vulnerabilidad financiera. La situación más preocupante es la de las empresas de baja competitividad, que dados sus beneficios negativos, muestran indicadores de vulnerabilidad extremos (y negativos). Existen escasas diferencias en la vulnerabilidad financiera por tamaños, excepto entre las grandes, que es inferior en las valencianas. Por ejemplo, la vulnerabilidad financiera de las grandes empresas valencianas es casi tres veces inferior a la de las del resto de grupos de tamaño.

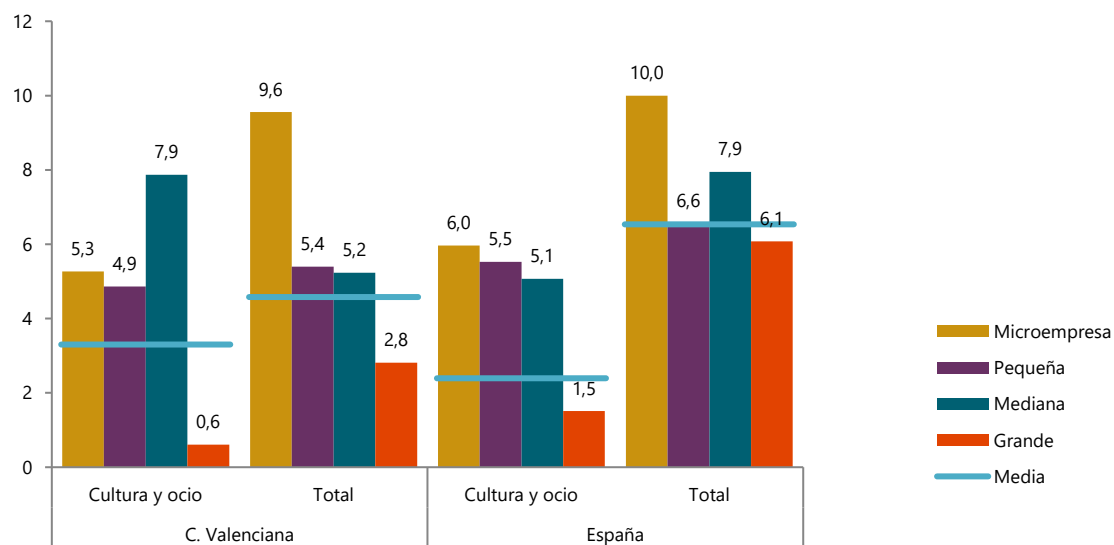
Como se ha comentado, la vulnerabilidad financiera de la empresa valenciana del SCI es superior a las españolas. Este hecho es compartido con todos los dominios (**gráfico 4.22**) salvo en los del Diseño (2,0 en la Comunitat Valenciana frente a 0,3 de España, en el Ocio (6,3 vs 1,7) y

Gráfico 4.21. Ratio deuda/EBIT en el sector Cultura y ocio según el nivel de competitividad y el tamaño de la empresa. C. Valenciana y España, 2019

a) Nivel de competitividad



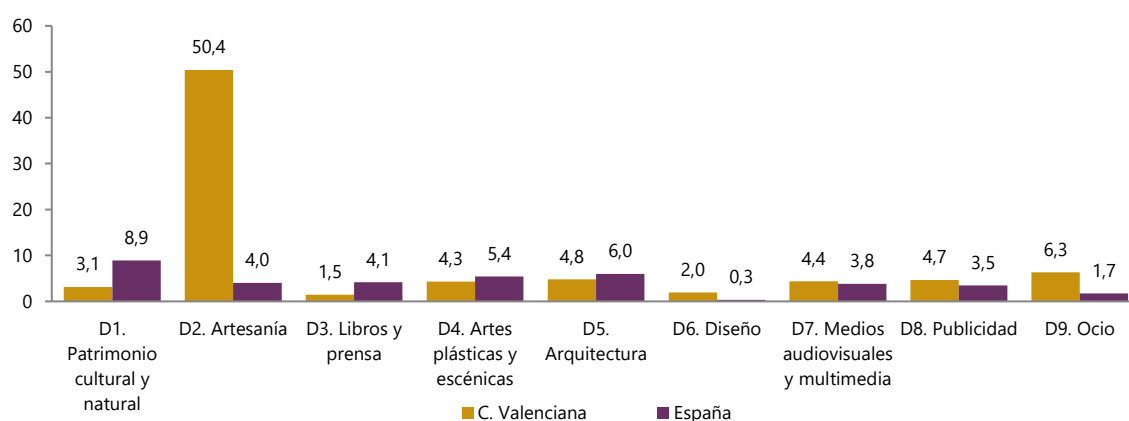
b) Tamaño de empresa



Nota: Ratio= Deuda con coste / EBIT.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

Gráfico 4.22. Ratio deuda/EBIT de las empresas en el sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2019



Nota: Ratio = Deuda con coste / EBIT

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

sobre todo en la Artesanía. La menor vulnerabilidad financiera se da en el sector de Libros y prensa (1,5), Diseño (2,0) y Patrimonio cultural y natural (3,1). En el resto de los dominios la ratio deuda / EBIT oscilaba entre el 2,3 y el 2,4. En el sector de la Artesanía valenciano se detecta un valor anómalo de 50,4 debido a la existencia de una empresa del sector que presenta una cifra de deuda enormemente elevada en relación con el EBIT. Esto junto al reducido número de empresas del sector de la Artesanía valenciano eleva la media de la ratio muy por encima del resto de dominios culturales en la C. Valenciana.

Síntesis de la posición financiera de los dominios del SCO

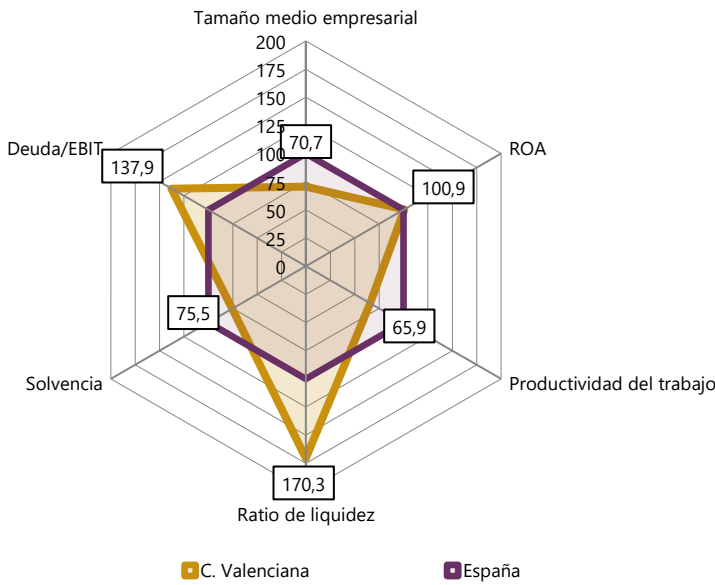
El **gráfico 4.23** y el **cuadro 4.3** sintetizan la situación del sector y de cada uno de los dominios justo antes del comienzo de la crisis del COVID-19 integrando de forma visual todas las dimensiones analizadas: tamaño medio de las empresas del sector, rentabilidad sobre activos (ROA), productividad del trabajo, liquidez, solvencia (apalancamiento) y la ratio deuda / beneficios (EBIT). La línea correspondiente a la Comunitat Valenciana es el cociente entre los valores de las empresas valencianas y los de España. Por ello, la referencia es el valor de España que siempre toma el valor 100. A continuación, se sintetizan los principales rasgos para el total del SCO y para cada uno de sus

dominios. En el **cuadro 4.3** también se muestra la situación relativa de la Comunitat Valenciana frente a España en cada uno de los dominios.

El *agregado del SCO valenciano* está caracterizado por tener empresas de menor dimensión que las españolas, tamaño medio (número de trabajadores) un 30% inferior, y presenta debilidades asociadas a una menor productividad del trabajo (34% inferior), menor solvencia (24% inferior) y mayor fragilidad financiera (38% superior). Eso sí, la rentabilidad media es similar a la española. El único punto fuerte en el que destacan las empresas valencianas es en su elevada liquidez (70% superior).

Antes de resumir la situación de cada dominio, hay dos hechos comunes a todos ellos, salvo algunas excepciones. Salvo en el Patrimonio cultural y natural, en el que el tamaño medio de las empresas valencianas es el doble, y en el Diseño, las empresas valencianas son de menor dimensión que las españolas, especialmente en la Artesanía, y en los Medios audiovisuales y multimedia. Del mismo modo, la productividad del trabajo es inferior todos los dominios valencianos que en España. Los problemas de productividad son más severos en el Diseño y los Medios audiovisuales y multimedia. El único sector en el que la productividad del trabajo es similar en la Comunitat Valenciana y en España es en el del Patrimonio cultural y natural.

Gráfico 4.23. Resumen de indicadores de las empresas en el sector Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2019 (España = 100)



Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

Cuadro 4.3. Resumen de indicadores financieros de las empresas en el sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana, 2019 (España = 100)

Dominios culturales	Tamaño medio empresarial	ROA	Productividad del trabajo	Ratio de liquidez	Solvencia	Deuda/EBIT
D1. Patrimonio cultural y natural	↑↑ 227,0	↑↑ 320,8	→ 101,3	-	↓↓ 23,3	↑↑ 35,3
D2. Artesanía	↓↓ 32,9	↓↓ 4,2	↓↓ 59,4	↓ 80,2	↓↓ 29,9	↓↓ 1.259,0
D3. Libros y prensa	↓ 80,0	↑↑ 233,8	↓ 92,9	↑↑ 235,8	↑↑ 165,0	↑↑ 35,1
D4. Artes plásticas y escénicas	↓ 92,0	↑↑ 216,7	↓ 84,5	↑↑ 264,8	↓ 59,6	↑↑ 79,5
D5. Arquitectura	↓ 79,9	↑↑ 126,3	↓ 84,2	↓ 63,2	↓ 79,9	↑ 80,8
D6. Diseño	→ 97,9	↓ 16,3	↓ 33,6	↑↑ 202,8	↑ 108,8	↓ 563,9
D7. Medios audiovisuales y multimedia	↓↓ 26,9	↓ 77,8	↓ 43,5	↑↑ 106,5	→ 99,4	↓ 114,7
D8. Publicidad	↓↓ 66,3	↓ 84,8	↓ 69,7	↑↑ 172,6	↑ 167,7	↓ 135,7
D9. Ocio	↓↓ 76,2	↓ 53,9	↓ 59,1	↑↑ 210,6	↓ 45,5	↓ 368,0
Cultura y ocio	↓↓ 70,7	→ 100,9	↓ 65,9	↑↑ 170,3	↓ 75,5	↓ 137,9

Nota: En cada celda del cuadro figura la posición relativa de cada dominio en comparación con España. Si el valor es 100 indica que el sector se encuentra igual que España, mayor (menor) que 100 que el indicador en la Comunitat Valenciana toma valores superiores (inferiores) a España. Flechas verdes hacia arriba indican que la situación de la Comunitat Valenciana es mejor a la española en el indicador correspondiente, mientras que flechas rojas señalando hacia abajo indican peor situación. Una flecha indica diferencia con respecto a España entre mayor al 5% e inferior o igual al 20%. Dos flechas indican diferencia superior al 20%. Si la diferencia con respecto a España está en el entorno al 5% se marca con una flecha horizontal naranja.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

El sector de *Patrimonio cultural y natural* tiene una rentabilidad sobre activos que es tres veces superior a la española. Es el único dominio con una productividad del trabajo que no es inferior a la española, siendo similar. Por el lado negativo, es un sector con reducida liquidez y solvencia.

La *Artesanía* es el dominio que se encontraba en peor situación en comparación a España justo antes de la crisis. En todas las dimensiones las desventajas del sector en comparación al SCO español son grandes, particularmente en términos de rentabilidad, que es extremadamente baja, productividad del trabajo, apalancamiento y vulnerabilidad financiera (deuda / beneficios). La situación financiera es delicada

pues la solvencia es peor que en España. La reducida rentabilidad genera que sea un sector muy frágil, pues la ratio deuda sobre beneficios es 13 veces superior a la nacional.

El sector de *Libros y prensa* es el que presenta mejor situación, pese a que la productividad del trabajo es un 7% inferior, además, la rentabilidad sobre activos del SCO valenciano más que duplica la española. La situación patrimonial es buena, pues la liquidez más que duplica la española, y la solvencia es un 65% superior. La ratio deuda / EBIT es un 65 % inferior a la media nacional.

Las *Artes plásticas y escénicas* tienen rentabilidad y liquidez elevadas, que más que duplican la del dominio en España. Dada la elevada rentabilidad que disfrutan, el indicador deuda / EBIT es reducido en comparación con España (20% inferior). Si embargo, la situación patrimonial es más delicada, pues la solvencia es un 40% inferior.

La situación del sector de la *Arquitectura* era parecida a la de las Artes plásticas y escénicas, pero sin tantas diferencias con España: mayor rentabilidad que genera una buena posición relativa en la ratio deuda / EBIT pese al mayor apalancamiento y peor liquidez.

El *Diseño* tiene un tamaño empresarial medio similar en la Comunitat Valenciana y en España, y una rentabilidad inferior. Es el dominio con más diferencia de productividad del trabajo en comparación a España, y tiene solvencia solo un 8% superior a la española. La ratio Deuda / EBIT es 5,6 veces superior a España.

Los *Medios audiovisuales y multimedia* tienen una rentabilidad que es un 22% inferior a la nacional. Presenta valores similares al nacional en la liquidez, el apalancamiento es similar al nacional. La ratio Deuda / EBIT es un 14% superior a la española.

El dominio de la *Publicidad* presenta una la liquidez y solvencia que es un 73% y 68% superior a las nacionales. La ratio deuda/ EBIT es un 36% superior a la nacional, y la rentabilidad un 15% inferior que la de las empresas de España de este mismo dominio.

El dominio del *Ocio* es de los que presenta peores indicadores relativos, lo cual es preocupante dado su elevado peso en la Comunitat Valenciana. Salvo en la liquidez, que doble a las empresas del Ocio españolas, en el resto de los indicadores la situación relativa es peor: rentabilidad 46% inferior, menor solvencia (54,5% inferior), y una ratio de deuda / EBIT que es 3,7 veces mayor.

Por tanto, el agregado del sector enmascara situaciones diferentes entre dominios. En algunos de ellos, como en el de las Artes plásticas y escénicas, la Arquitectura, o el Ocio, mostraban ya en 2019 debilidades debidas a mayor apalancamiento que la media nacional y por las dificultades de obtener suficiente rentabilidad. La situación de estos sectores se habrá deteriorado rápidamente con la caída de la rentabilidad asociada al cese de actividad en los primeros meses de la pandemia y a la sucesión de restricciones que se han vivido y que han afectado radicalmente al funcionamiento del sector.

5. FRAGILIDAD EMPRESARIAL Y RESTRICCIONES FINANCIERAS

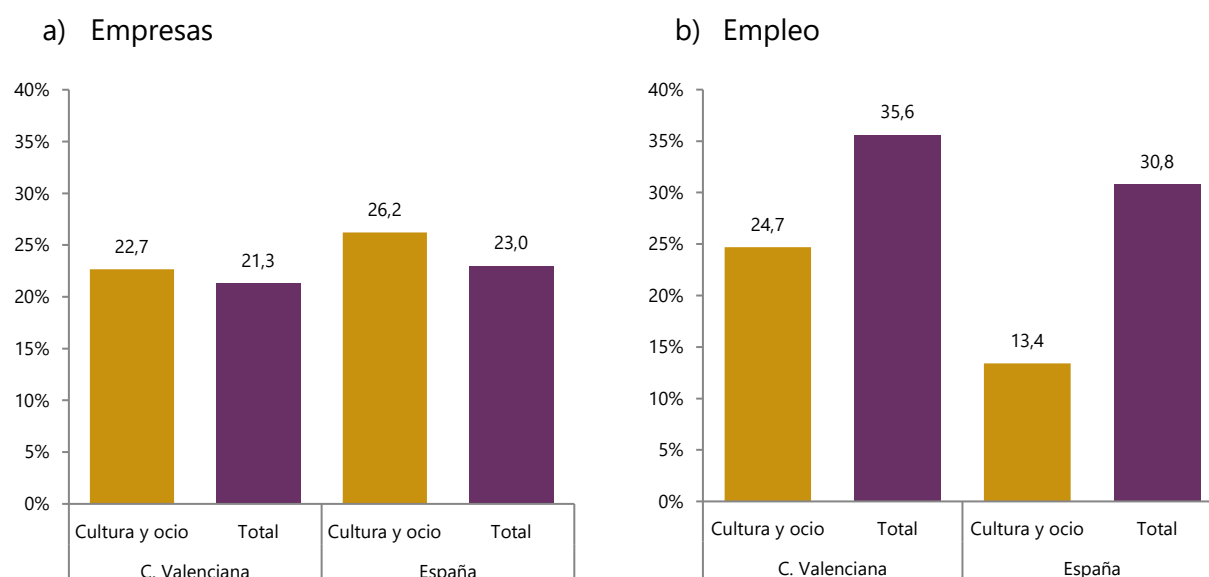
Esta sección analiza una cuestión que está a medio camino entre el análisis de la situación económico-financiera que se ha descrito en la sección anterior y la siguiente, que se dedica explícitamente a medir el impacto de la crisis sanitaria sobre el SCO. La sección previa analiza la situación de una muestra representativa de las empresas que forman parte del SCO y de sus dominios en 2019. El análisis sectorial agregado permite contrastar los principales rasgos distintivos de cada uno de los dominios del sector antes de la crisis. Sin embargo, dentro de un mismo tipo de actividad, existen grandes diferencias entre las empresas que lo componen. La crisis del COVID-19 ha sido un *shock* sin precedentes que ha puesto en jaque la supervivencia de un número considerable de empresas. Entre las que hayan desaparecido habrá, sin duda, empresas viables y con futuro pero que no habrán podido sostener su actividad. Sin embargo, también es cierto, que antes de la crisis ya había un porcentaje de empresas en dificultad con su supervivencia comprometida. De hecho, desde distintas instituciones se advertía antes de la crisis sanitaria del problema para la economía española, y la valenciana, de las empresas zombis.

Se mide, por tanto, la proporción de empresas en riesgo en 2019. Es decir, el porcentaje que en cada uno de los dominios se encontraba con su

viabilidad comprometida ya incluso antes del comienzo de la crisis sanitaria.

También se analiza una cuestión adicional relacionada con la capacidad de las empresas de acceder a la financiación ajena en los mercados financieros. En distintos informes (Idea Consult *et al.* 2021; Idea Consult 2013, por ejemplo) suele considerarse que en el SCO existen diversos factores que dificultan que las empresas y agentes del sector puedan obtener financiación. En primer lugar, por las asimetrías de la información derivadas de la incertidumbre intrínseca a la actividad cultural y de ocio (éxito y/o aceptación de las propuestas culturales, taquilla, etc.). En segundo lugar, por el reducido tamaño en general de las empresas del sector, y porque en muchos casos, como se ha comentado, se crean empresas o productoras por proyecto, en las que no siempre existe un historial crediticio o unas garantías suficientes. En esta sección se presenta una estimación de la proporción de empresas que antes de la crisis del COVID-19 se encontraban restringidas. Conocer la importancia de esta cuestión es particularmente relevante en el contexto actual, pues la persistencia de situaciones de restricción crediticia puede ser un freno a la recuperación una vez que los programas de soporte al tejido empresarial desaparezcan.

Gráfico 5.1. Peso de las empresas y el empleo en riesgo de liquidez del sector Cultura y ocio C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)



Nota: El riesgo de liquidez es el porcentaje de empresas con una ratio de liquidez (activo corriente/pasivo corriente) < 1.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

5.1. Empresas en riesgo en la antesala del COVID-19

El riesgo empresarial se mide de dos formas. En primer lugar, se mide el número de empresas y de empleo que potencialmente podrían haber tenido problemas de liquidez para afrontar los primeros meses de cese de actividad económica. Pero, además, se analiza también la fragilidad financiera de las empresas calculando la proporción que no eran capaces de hacer frente a sus compromisos financieros con los beneficios operativos de su actividad ordinaria y los ingresos financieros en 2019. Obviamente, la capacidad de las empresas de obtener beneficios operativos en la actualidad no es en absoluto comparable a la situación de 2019, pero el análisis puede servir como marco de referencia para detectar dónde están las debilidades del SCO.

Esta sección se centra, por tanto, en la estimación del porcentaje de empresas y empleo con falta de liquidez y frágiles financieramente. En cuanto a los problemas de liquidez, se considera que una empresa tiene dificultades de liquidez cuando la ratio de activos corrientes sobre pasivos corrientes es menor que uno, esto es, los

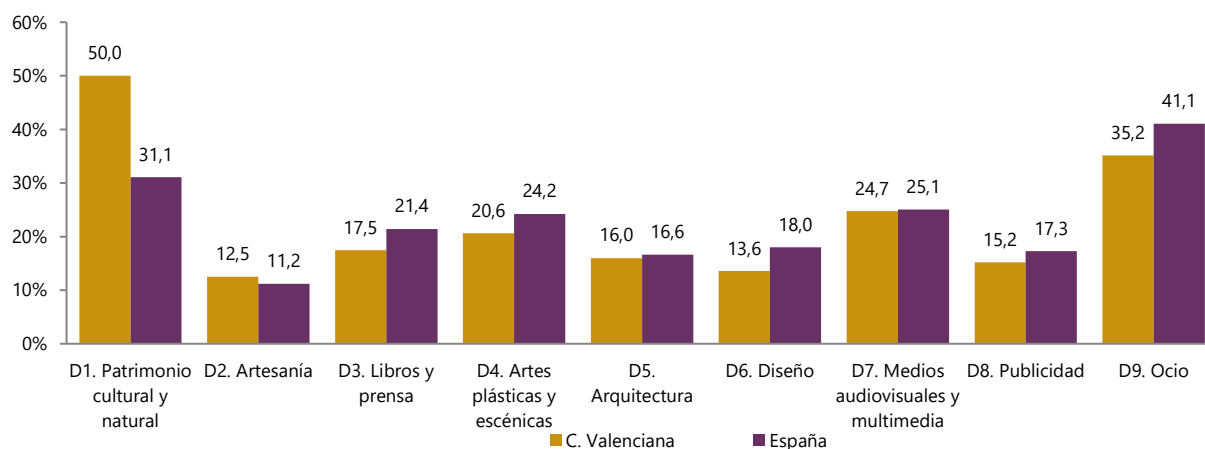
pasivos exigibles a corto plazo son mayores que los activos líquidos a corto plazo disponibles.

¿Qué proporción de empresas y de empleo antes de la crisis del COVID-19 ya se encontraba con problemas de liquidez? ¿Había diferencias por dominios?

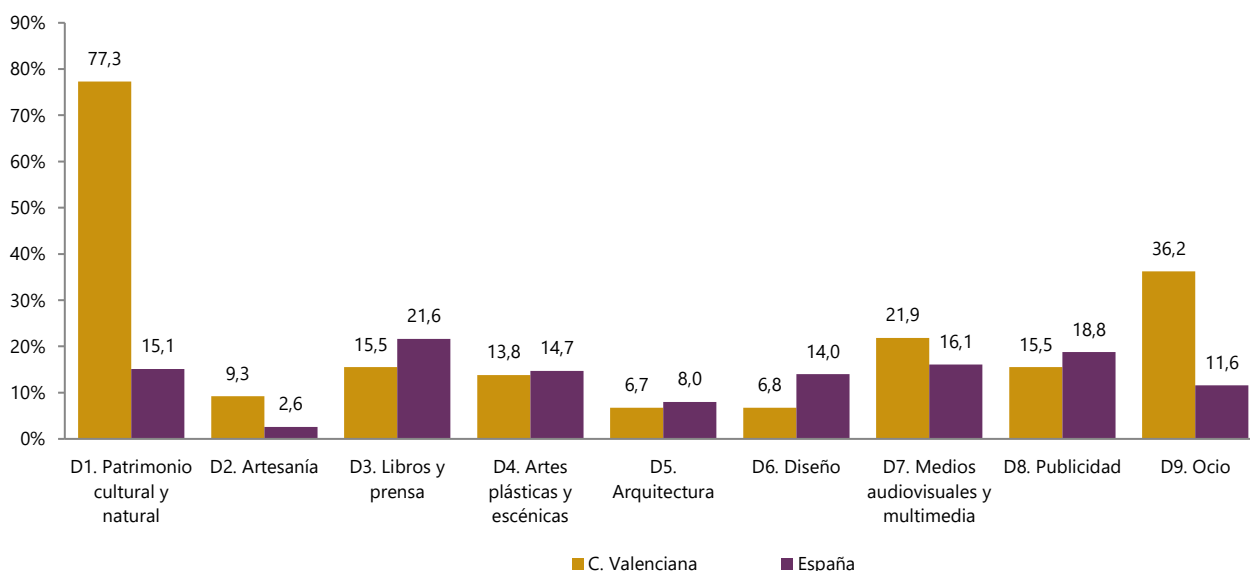
En 2019 algo más de la quinta parte (22,7%) de las empresas y una quinta parte del empleo 24,7% de las empresas valencianas del SCO se encontraba en riesgo de liquidez, pues sus activos a corto no eran suficientes para hacer frente a sus pasivos corrientes (**gráfico 5.1**). En términos del número de empresas, el porcentaje era tres puntos porcentuales y medio inferior al de las empresas SCO españolas, pero similar al del conjunto de empresas valencianas. En cambio, el porcentaje de empleo en riesgo es muy superior, más de 10 puntos porcentuales, en la Comunitat Valenciana en comparación a las españolas (13,4%). Por lo tanto, pese a que en nivel medio la liquidez de las empresas del sector era buena, existe una bolsa muy importante de empresas, y del empleo del sector, que ya se encontraba en dificultades a la hora de afrontar la crisis del COVID-19.

Gráfico 5.2 Peso de las empresas y el empleo en riesgo de liquidez del sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)

a) Empresas



b) Empleo



Nota: El riesgo de liquidez es el porcentaje de empresas con una ratio de liquidez (activo corriente/pasivo corriente) < 1.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

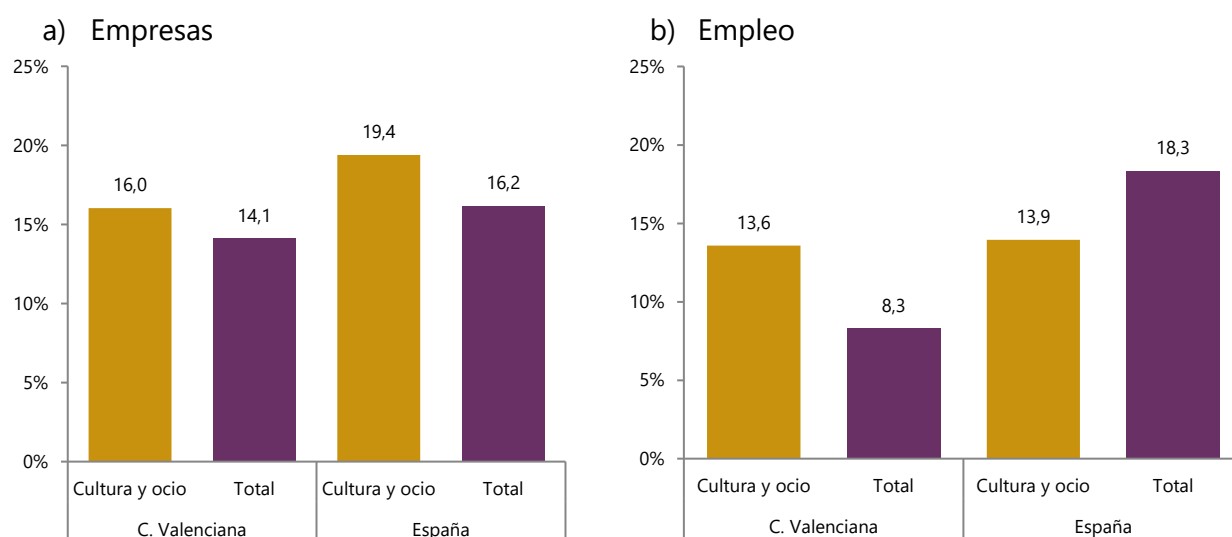
Existen diferencias importantes entre dominios (**gráfico 5.2**). Los principales problemas de liquidez, se dan los dominios del Patrimonio cultural y natural, donde la mitad de las empresas, y el 77% del empleo está en situación de dificultades de liquidez, el Ocio (35,2% de las empresas y el 36,2% del empleo) y los Medios audiovisuales y multimedia (24,7%, 21,9%). En cuatro dominios el riesgo de liquidez es reducido Artesanía (12,5%, 9,3%), Diseño (13,6%; 6,8%), Publicidad (15,2%; 15,5%), Arquitectura (16,0%; 6,6%) y Libros y prensa (17,5%; 15,5%). Salvo en la Artesanía y en el Patrimonio cultural

y natural la proporción de empresas en riesgo es menor que en España.

¿Qué proporción de empresas y de empleo tenían problemas de viabilidad antes de la pandemia? ¿Había diferencias por dominios?

La segunda dimensión que se analiza es la fragilidad financiera, que aproxima más el concepto de insolvencia que el de liquidez.

Gráfico 5.3. Peso de las empresas y del empleo en riesgo de solvencia del sector Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)



Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

De forma análoga a otros trabajos (Rincón y Fernández de Guevara [dirs.] 2018; FMI 2013; Menéndez y Mulino 2017a, 2017b; Menéndez, Gorris y Dejuán 2017), se considera que una empresa es vulnerable o está en riesgo cuando a) está sobreendeudada⁷ y b) la ratio de cobertura de intereses⁸ es inferior a 1 o su rentabilidad (EBIT + ingresos por intereses) es negativa. Es decir, la empresa está en riesgo si está sobreendeudada y si no genera beneficios de su actividad ordinaria suficientes para hacer frente al coste de la deuda.

El **gráfico 5.3** muestra la proporción de empresas y empleo que se encuentran en riesgo por ser financieramente frágiles. En la Comunitat Valenciana el 16,0% de las empresas y el 13,6% del empleo del SCO se encuentran en riesgo de fragilidad financiera. La fragilidad financiera del SCO valenciano es menor que la del sector en España, pues en esta última los porcentajes de empresas y empleo en riesgo son mayores (19,4% y 13,9%, respectivamente). El hecho de que en términos de número de empresas el porcentaje sea mayor que en empleo implica que las empresas frágiles son de menor dimensión que la media del sector. Otra cuestión interesante es que el sector del SCO valenciano es más vulnerable que el conjunto de la economía

(14,1% y 8,3%, en número de empresas y empleo, respectivamente), independientemente se analice el porcentaje de empresas o empleo en riesgo. En España la situación es similar en términos del número de empresas, pero no así en empleo, donde el porcentaje de trabajadores en riesgo es menor en el SCO que en España.

Por dominios (**gráfico 5.4**), la mayor fragilidad financiera se observa en los sectores de la Artesanía (25,0% de las empresas y 26,9% del empleo; en Libros y prensa (14,6% y 18,3%); Medios audiovisuales y multimedia (17,2% y 16,0%). En el sector del Ocio existe un porcentaje importante de empresas en situación de fragilidad financiera (21,1%) aunque son de reducida dimensión, pues tan solo el 13,2% del empleo está en riesgo. La menor fragilidad financiera se observa en el Patrimonio cultural y natural, donde no se encuentra a ninguna empresa en esta situación, aunque cabe señalar que el reducido número de empresas en este dominio en la C. Valenciana puede generar valores atípicos como se ha advertido a lo largo del texto; en el Diseño (11,9%; 18,0%); Arquitectura (12,0%; 5,8%) y Artes plásticas y escénicas (13,4%; 5,7%).

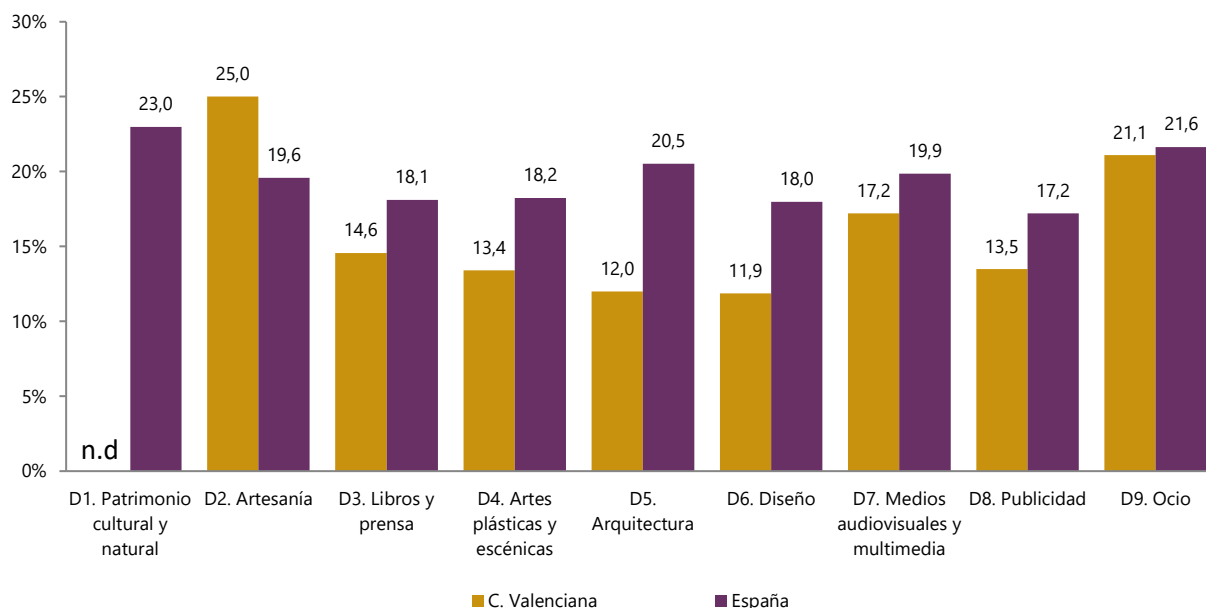
⁷ Para considerar que la deuda es excesiva se permite que el umbral de deuda varíe entre sectores, de forma que se considera que una empresa está sobreendeudada si la

ratio de endeudamiento (deuda con coste / activo total) está por encima de la mediana del sector (33 sectores).

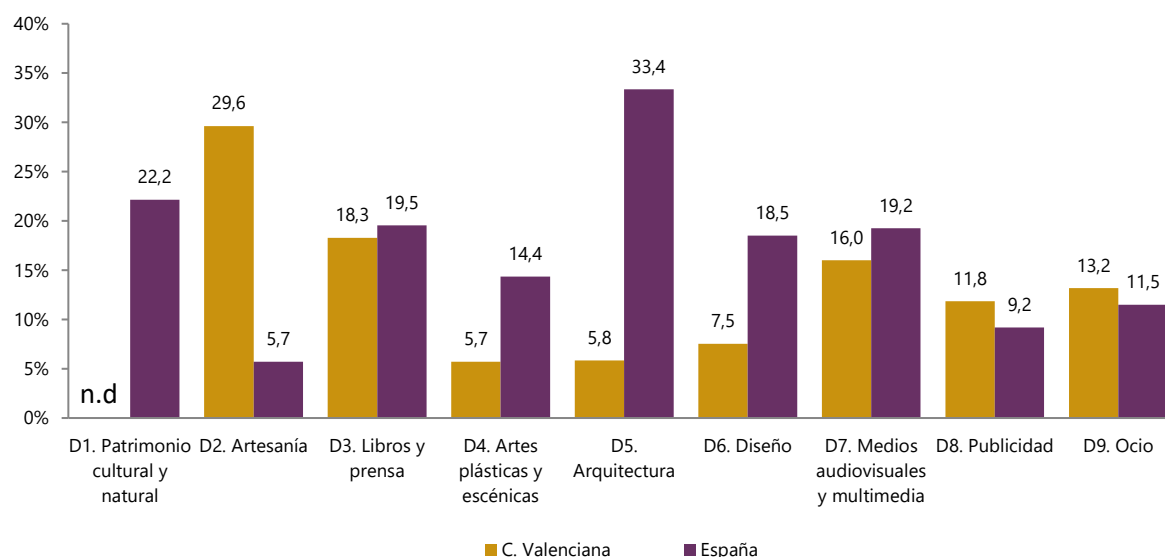
⁸ Costes financieros / (EBIT + Ingresos financieros).

Gráfico 5.4. Peso de las empresas y del empleo en riesgo de solvencia del sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)

a) Empresas



b) Empleo



Nota: Se considera que una empresa esté en riesgo si está sobreendeudada y si la ratio de cobertura de intereses es inferior a 1 o su rentabilidad es negativa.

Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

Estos indicadores de empresas en riesgo de liquidez y con estructura frágil indican que en el SCO existe una parte de su tejido productivo que se encuentra en una situación de fragilidad. Esto muestra las dificultades estructurales que el sector padece. Sin embargo, la situación puede ser todavía más grave debido a la elevada precariedad en la que se realizan buena parte de estas actividades, tal y como se ha comentado.

En esta sección se ha analizado al sector empresarial. En muchos de los dominios, como en las artes en general (plásticas y escénicas en particular), existe una gran proporción de trabajadores que son autónomos, o laborales a tiempo parcial, o trabajando únicamente por proyectos, y que tienen que emplearse en otros sectores. Es por ello que las debilidades del sector serán todavía más graves.

5.2. Restricciones financieras en el SCO valenciano

Como se ha señalado ya, en el SCO, particularmente en los segmentos más tradicionales de creadores culturales, como en las artes visuales, de la música, o las artes escénicas, concurren varias circunstancias que hacen que sea proclive a que las empresas que lo integran tengan dificultades para acceder a la financiación ajena. El informe para la Comisión Europea (IDEA Consult 2013) señala tres fuentes de las que se derivan estas dificultades: características intrínsecas de las actividades culturales y creativas, características de las organizaciones culturales y creativas y los emprendedores, y las condiciones de mercado. En primer lugar, las actividades culturales y creativas desarrollan activos intangibles asociados a los derechos de propiedad de las obras, las licencias, etc., que no tienen la misma capacidad que los tangibles de ser utilizados como garantías para obtener financiación. Además, pueden tener periodos de generación de ingresos muy dilatados, como en las obras literarias, cinematográficas o musicales. Además de las dificultades asociadas para valorar la novedad o innovación en una actuación cultural, el éxito comercial de esta es difícil de anticipar, por depender de factores que no siempre se sitúan bajo el control de los agentes culturales. A la hora de financiar estas actividades existen, por tanto, severos problemas de información asimétrica.

Segundo, dada la reducida dimensión de los agentes culturales y de ocio y su atomización, no suelen disponer de las habilidades empresariales necesarias, ya que su talento se concentra en lo cultural o creativo, ni pueden permitirse disponer de departamentos dedicados a la realización de planes de negocio o de viabilidad de la financiación necesaria. Muchas ocasiones, el objetivo de la empresa se centra en lo creativo más que en el crecimiento orgánico, sin que

exista ambición comercial o visión empresarial de largo plazo. Estos factores, junto a los problemas de información asimétrica descritos en el párrafo anterior derivan en que los intermediarios financieros sean reticentes a apoyar estas operaciones.

En España, y en la Comunitat Valenciana, muchas de las actividades culturales, en la música, en las artes escénicas o plásticas, suelen plantearse proyectos, promociones o espectáculos en base a las ayudas públicas. En la medida que las subvenciones suelen recibirse una vez realizada la actividad, como más adelante se describe, obliga a los promotores a autofinanciarse. Estas necesidades de fondos suelen cubrirse habitualmente con autofinanciación, generada en proyectos anteriores, por el mecanismo conocido por el anglicismo *Family, Friends and Fools*, que viene a indicar la financiación informal por parte de agentes cercanos a los promotores, ya que, por los motivos comentados, la financiación bancaria es complicada.

En los indicadores económico-financieros descritos anteriormente se mostraba que las empresas valencianas disponían de elevada liquidez, posiblemente porque es la propia forma de financiar sus propias actividades. En este epígrafe se amplía la información sobre las necesidades de financiación de las empresas del SCO estudiando la intensidad de las restricciones financieras a las que se somete el sector. La intensidad de la restricción financiera se mide utilizando la clasificación de Pál y Ferrando (2010). Estos autores clasifican a las empresas en tres niveles según el grado de restricción en el acceso a la financiación: absoluto, relativo o no restringidas⁹.

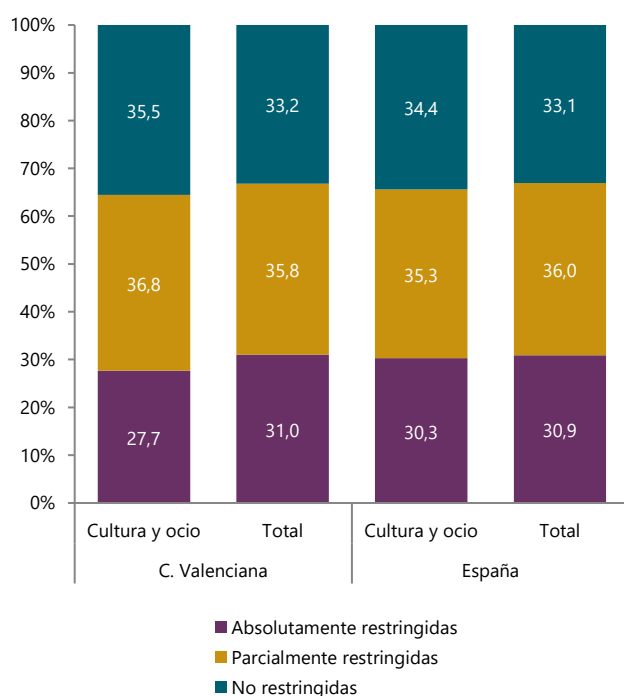
⁹ Para construir el indicador, se combina información de algunas variables clave: tasa de inversión, gap financiero (diferencia entre la inversión y el *cash-flow*), evolución del endeudamiento y comparación del coste medio de la financiación de la empresa en comparación con el de mercado. El indicador construido considera que una empresa no se encuentra financieramente restringida si es capaz de obtener financiación, incrementando su deuda a coste de

mercado. En cambio, si puede financiarse incrementando su deuda, pero a coste superior al de mercado, es que está parcialmente restringida. Por último, si una empresa tiene un gap financiero positivo, pero no incrementa deuda o aumenta su capital, es porque está restringida financieramente. Solo podrá realizar esta inversión porque liquida activos o utiliza parte de sus reservas o los fondos aportados por sus accionistas.

¿Qué proporción de empresas valencianas del SCO se encuentran financieramente restringidas? Las empresas valencianas del SCO ¿tienen más difícil acceder a la financiación ajena?

En el **gráfico 5.5** se muestra que la intensidad de la restricción financiera en el SCO valenciano en 2019 era similar a las del español y a las del conjunto de empresas españolas y valencianas. Aun así, el porcentaje de empresas que se encuentran restringidas en el SCO es elevado, pues únicamente el 35,5% de ellas no tienen ningún tipo de restricción financiera y pueden obtener el nivel de financiación deseada. El 36,8% puede acceder a la financiación, pero a un coste superior al del mercado, mientras que el 27,7% se encuentra completamente restringida y financia la inversión fundamentalmente utilizando sus propios recursos.

Gráfico 5.5. Distribución del número de empresas por grado de restricción financiera en el sector Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)



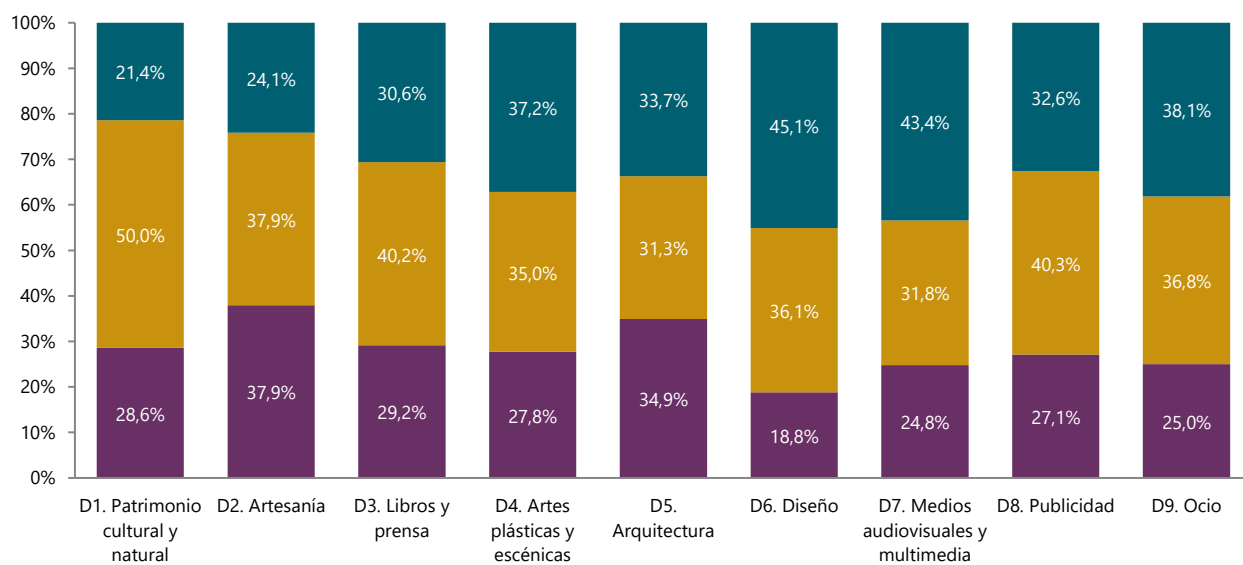
Sin embargo, lo que caracteriza al SCO valenciano son las diferencias importantes en la intensidad de las restricciones financieras por dominios (**gráfico 5.6**). En el SCO español las diferencias en la intensidad de las restricciones financieras son reducidas entre dominios, pues el porcentaje de empresas no restringidas oscila entre el 31,8% de la arquitectura y el 37,0% de los Medios audiovisuales y multimedia. En cambio, en la Comunitat Valenciana las diferencias son mayores. En los sectores del Diseño, y los Medios audiovisuales y multimedia, aquellos una estructura más orientada a la prestación de servicios al sector empresarial, la intensidad de la restricción financiera es menor, pues el porcentaje de empresas no restringidas alcanza algo menos de la mitad de las empresas del dominio (45,1% y 43,4%, respectivamente). En cambio, en los sectores del Patrimonio cultural y natural, y en la Artesanía el porcentaje es reducido, pues únicamente consiguen financiar la inversión con fondos ajenos el 21,4% y 24,1% del total de empresas. En el resto de los dominios, las empresas no restringidas financieramente oscilan entre el 30,6% de Libros y prensa, y el 38,1% del Ocio.

Por lo tanto, a partir de los datos de la muestra de empresas obtenida de SABI, del SCO no muestra desventajas en comparación con el conjunto de la economía, aunque sí que algunos de sus dominios. Sin embargo, hay que tener presente, como se mostró anteriormente, que en buena parte de los sectores culturales los trabajadores autónomos, o incluso con contratos laborales por obra y servicio por días o por funciones, es muy elevada. Sin duda, este segmento no captado en los datos manejado estará mucho más restringido financieramente y depende de la autofinanciación o de las subvenciones públicas para la promoción de su actividad.

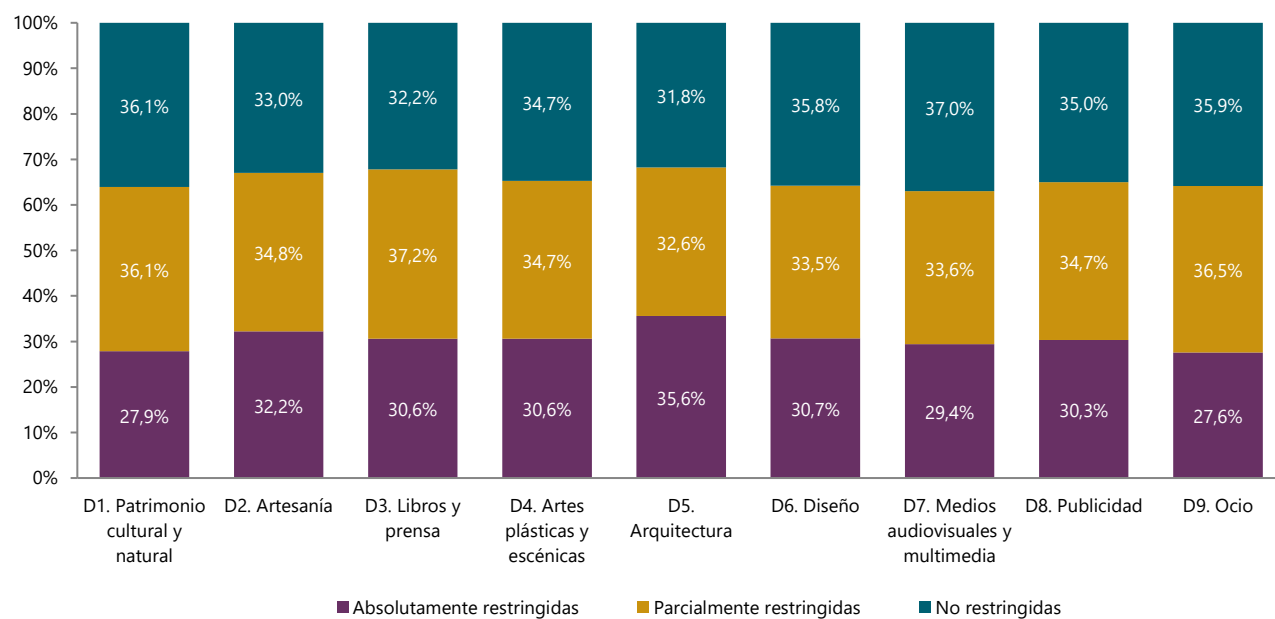
Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia.

Gráfico 5.6. Distribución del número de empresas según grado de restricción financiera en el sector Cultura y ocio por dominios. C. Valenciana y España, 2019 (porcentaje)

a) C. Valenciana



b) España



Fuente: Ivie y CaixaBank (Observatorio GECE), Bureau van Dijk.(SABI) y elaboración propia

6. EL IMPACTO DE LA PANDEMIA

Valorar el impacto de la crisis del COVID-19 es complicado por la escasez de datos que todavía existe, aunque poco a poco va apareciendo información en distintas dimensiones que permiten dibujar una imagen de la situación del sector; y por la diversidad de actividades incluidas como culturales y de ocio.

Esta sección repasa algunos de los indicadores disponibles y que permiten ofrecer una radiografía del sector tras el impacto del COVID-19. Esto se realiza en dos pasos. En primer lugar, se analiza la evolución del sector desde una óptica macroeconómica, que adopta la perspectiva de las Cuentas Nacionales con marco de referencia. Esta aproximación tiene la ventaja de permitir comparar la evolución del sector tanto de forma armonizada con otros sectores de actividad, como entre propios dominios del SCO, de acuerdo con el Sistema de Europeo de Cuentas Nacionales (SEC) que elabora Eurostat. En segundo lugar, se presentan indicadores de actividad de distintos segmentos de los sectores culturales y de ocio que complementan la visión macro.

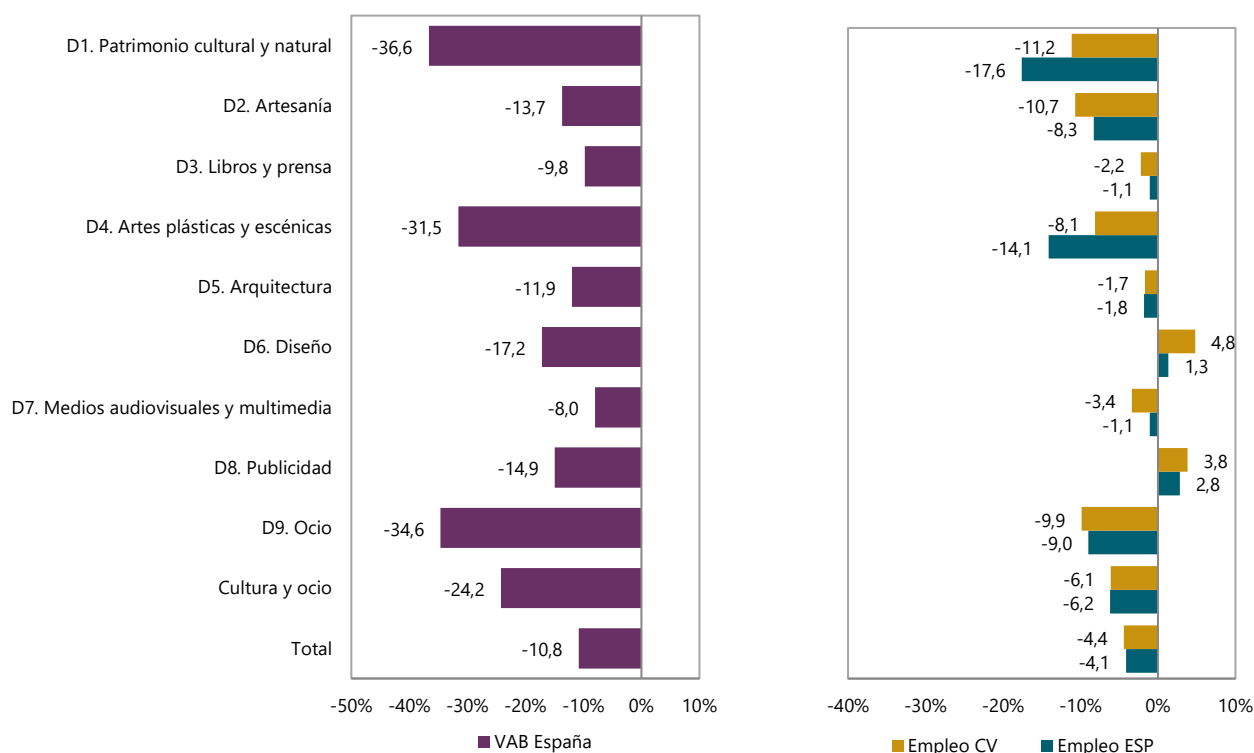
6.1. La crisis del COVID-19 desde una óptica macroeconómica

¿Cuánto se ha reducido el valor añadido y el empleo en el SCO por la crisis del COVID-19? ¿Ha sido la crisis del COVID-19 más severa en el SCO que en el conjunto de la economía?

El comienzo de la crisis sanitaria en marzo de 2020 significó un parón abrupto en la economía. Toda la actividad se resistió debido al confinamiento estricto de los primeros meses, y a las múltiples restricciones a la actividad en periodos posteriores. Las distintas fases en términos de sucesivas desescaladas y escaladas supusieron que las condiciones en la que se tenía de desarrollar la actividad económica fuesen cambiantes con gran incertidumbre sobre la duración de la situación de excepcionalidad.

Como consecuencia de esto, el PIB agregado en España y en la Comunitat Valenciana se redujo por encima del 10% en 2020. La evolución posterior después del *shock* inicial ha sido muy desigual por sectores. En términos generales el SCO se encuentra entre los que más se han visto afectados porque las limitaciones de aforo, de actividades y las restricciones horarias han determinado la imposibilidad de la recuperación plena de la actividad. Ahora bien, dentro del propio SCO el impacto ha sido también desigual, pues la dependencia de la interacción directa con el cliente o público es diferente, y en alguno de ellos no es tan necesaria, como por ejemplo en el caso del diseño, la arquitectura o la publicidad.

Gráfico 6.1. Variación del VAB (en términos reales) y del empleo en el sector Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2019 y 2020 (porcentaje)



Fuente: INE (CNE, EEE, CRE), Eurostat (2021) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

El **gráfico 6.1** muestra la variación entre 2019 y 2020 del VAB (en términos reales) para España y el empleo para España y la Comunitat Valenciana –no se puede aproximar el VAB regional con la información disponible– por dominios utilizando la información de la Contabilidad Nacional (o Regional). Se comprueba que el efecto sobre el SCO ha sido mayor que en el conjunto de la economía. Mientras que el VAB de la economía española se redujo en términos reales un 10,8% en 2020, en el sector cultural y creativo la caída fue un 24,2%, es decir, un impacto 2,2 veces mayor. Sin embargo, el impacto en el VAB todavía fue mayor en algunos dominios: Patrimonio cultural y natural (-36,6%), Ocio (-34,6%), o las Artes plásticas y escénicas (-31,5%). En el resto de los dominios, la reducción del VAB fue inferior a la del agregado del sector. Los dominios que mejor resistieron, aunque siempre con tasas de variación negativas, fueron los de Medios audiovisuales y multimedia (-8,0%), Libros y prensa (-9,8%), Arquitectura (-11,9%), Artesanía (-13,6%),

Publicidad (-14,9%) y Diseño (-17,1%). De estos datos se desprende que el mayor impacto se ha producido en aquellos segmentos donde la presencia física es ineludible para llevar a cabo la actividad, y donde no se ha podido utilizar la digitalización para distribuir el producto o prestar el servicio, tal y como sí ha sucedido en los sectores donde menor impacto ha tenido la situación sanitaria.

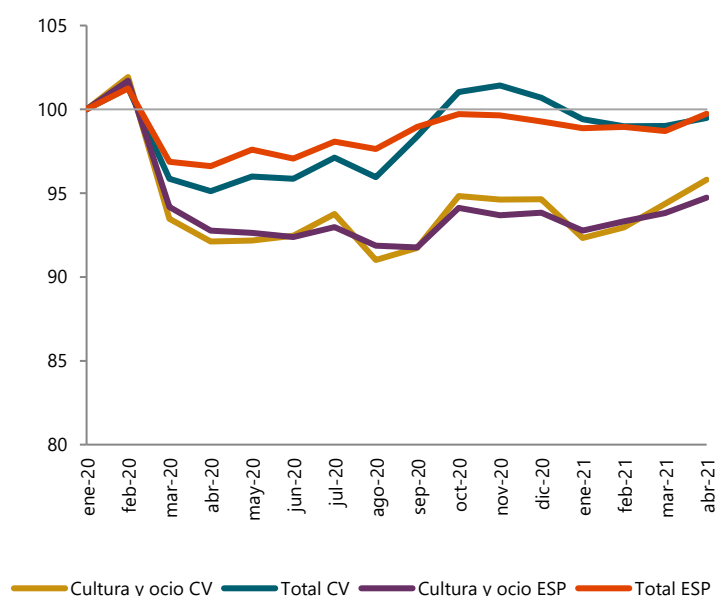
Desafortunadamente todavía no se dispone, ni se puede estimar, el impacto en el VAB del sector de la Comunitat Valenciana. La única comparación posible dentro del marco de la Contabilidad Nacional es utilizar la información de la afiliación de la Seguridad Social para estimar la información sectorial del empleo con el nivel de detalle suficiente como para conocer los dominios culturales y de ocio. Sin embargo, la aproximación del empleo subestima el impacto, pues los ERTE han contribuido a mantener los niveles de ocupación pese a la caída tan intensa del VAB. El gráfico 6.1 muestra también la tasa

de variación con los datos del empleo en términos de Contabilidad Nacional para España y para la Comunitat Valenciana. En primer lugar, la reducción del empleo tanto en el conjunto de la economía (valenciana y española) ha sido inferior a la del valor añadido, gracias a las medidas de apoyo. El impacto sobre el SCO en España y la Comunitat Valenciana fue similar (-6,2% y -6,1%, respectivamente), superior al del conjunto de ambas economías (-4,1% y -4,4%). Los dominios más afectados fueron, al igual que en VAB, aquellos en los que mayor presencialidad era necesaria para realizar las actividades y en los que las restricciones tuvieron más efecto. En la Comunitat Valenciana el empleo en el sector de Patrimonio cultural y natural se redujo un 11,2%, en Artesanía un 10,7%, en Ocio un 9,9%, y en Artes plásticas y escénicas un 8,1%. En Medios de comunicación, Libros y prensa y en la Arquitectura el descenso se situó entre el 3,4% y el 1,7%. Por último, dos dominios aumentaron el empleo: Publicidad (3,8%) y Diseño (4,8%).

Una fuente estadística alternativa que permite valorar también el efecto de la crisis sobre el

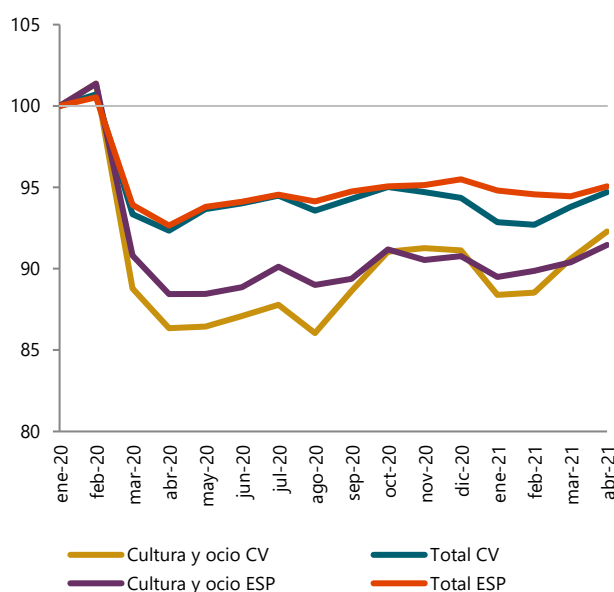
SCO son los directamente los datos de la afiliación a la Seguridad Social. El **gráfico 6.2** muestra la evolución del número mensual de afiliados a la Seguridad Social en el SCO valenciano y español entre enero de 2020 y abril de 2021 como un número índice que toma el valor de 100 en enero de 2020. Como se comprueba, la variación en el empleo es menor que la que se advertía anteriormente en términos de valor añadido debido a la inclusión de los trabajadores en ERTE en los datos de afiliación. Sin embargo, lo que sí que se observa de nuevo es el mayor impacto que la crisis del COVID-19 ha tenido en el SCO que en el conjunto de la economía. Con el comienzo de la crisis en marzo de 2020 la afiliación disminuyó un 7% en el SCO valenciano y un 6% en el español, el doble que en el conjunto de la economía. El mínimo en la afiliación se produjo en el SCO en agosto de 2020 con una reducción del 9%. Posteriormente volvieron a mejorar los niveles de actividad, salvo por los meses asociados a la ola de contagios de los primeros meses del 2021. En general existen pocas diferencias entre la evolución de la afiliación en el SCO en España y en la Comunitat Valenciana.

Gráfico 6.2. Evolución de la afiliación a la Seguridad Social del sector Cultura y ocio. Comunitat Valenciana y España, enero 2020- abril 2021 (enero 2020 = 100)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Gráfico 6.3. Evolución de las empresas inscritas en la Seguridad Social del sector Cultura y ocio. Comunitat Valenciana y España, enero 2020-abril 2021 (enero 2020 = 100)



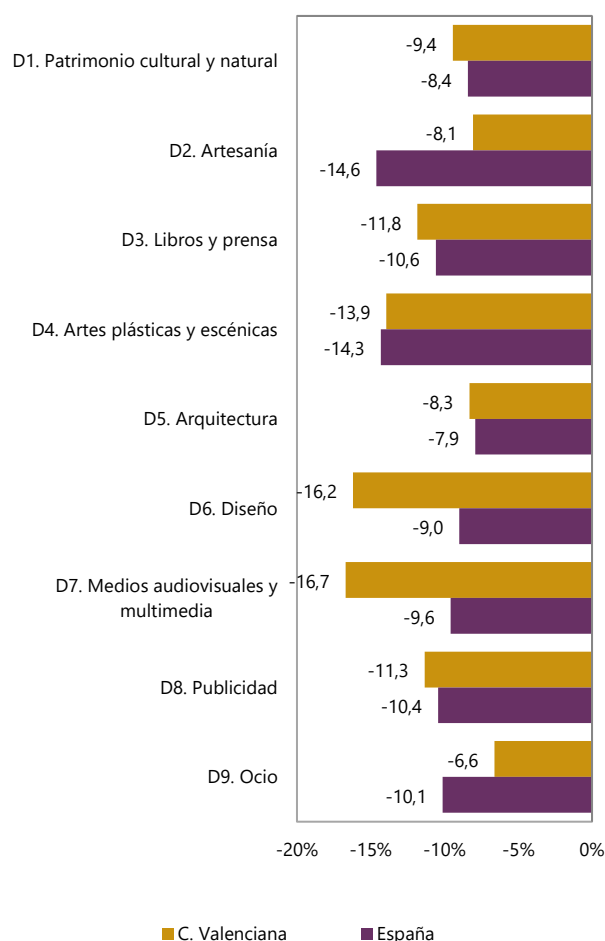
Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

¿Cómo ha resistido el tejido empresarial del SCO a la crisis? ¿Cuántas empresas han desaparecido?

Los datos de la Seguridad social también permiten también tener una imagen del impacto de la crisis en función de la evolución del número de empresas. El **gráfico 6.3** muestra la evolución del número de empresas tomando como base enero 2020. El número de empresas en el SCO valenciano se redujo un 13,6% entre febrero y mayo de 2020. Hasta agosto, el número de empresas se mantuvo constante, y desde ese momento el perfil siguió el de las olas de contagios: crecimiento hasta final de año, reducción hasta febrero, y posterior crecimiento. En abril de 2021 el número de empresas de alta en la Seguridad social era un 8% inferior al que existían en enero de 2020.

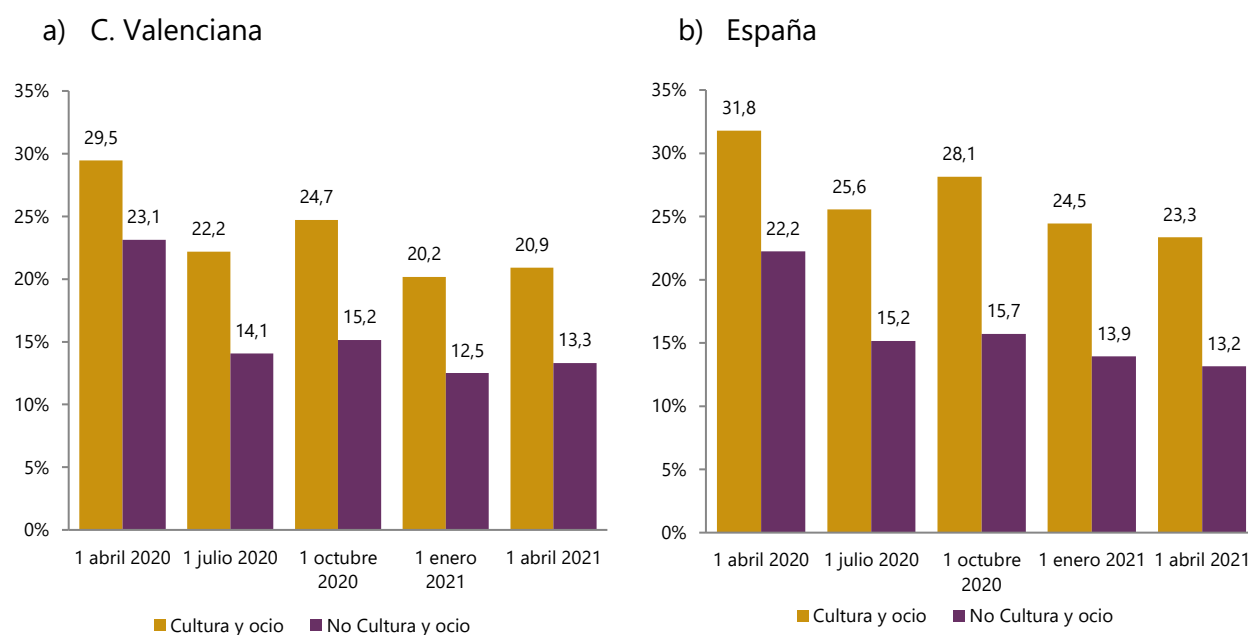
El número de empresas disminuyó en todos los dominios (**gráfico 6.4**), a diferencia del número de afiliados a la seguridad social. En los Medios audiovisuales y multimedia (16,7%), el Diseño (16,2%), las Artes plásticas y escénicas (13,9%), Libros y prensa (11,8%) y en la Publicidad (11,3%) se observa la mayor reducción del número de empresas. La menor reducción en el número de empresas se da en el Ocio (-6,6%), mientras que en el resto de los dominios, oscila entre el 9,4% y el 8,3%.

Gráfico 6.4. Tasa de variación del número de empresas a la Seguridad Social del sector Cultura y ocio por dominios. C.Valenciana y España, 31 de diciembre 2019 – 31 diciembre 2020 (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Gráfico 6.5. Peso de las empresas con ERTE del sector Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2020-2021 (porcentaje)



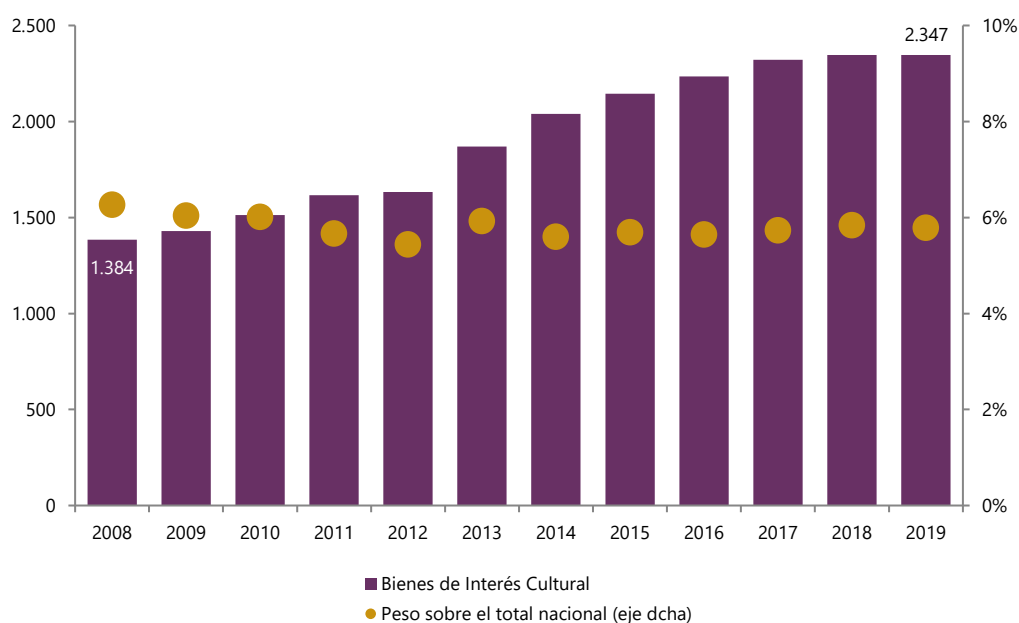
Fuente: INE (Coyuntura demográfica de empresas) y elaboración propia a partir de datos facilitados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones bajo petición.

Por tanto, el impacto del COVID-19 ha sido superior en el SCO que en el conjunto de la economía, y en la Comunitat Valenciana que en España. Como se ha señalado, esto se debe, en parte, a la mayor dependencia de la presencialidad en algunas de las actividades del SCO, como en exposiciones, espectáculos visuales o plásticos, y su difícil sustitución por la digitalización. Pero también es el reflejo de la mayor precariedad del sector. En la medida que, en algunos de los dominios, como en las artes escénicas, la contratación de trabajadores se produce por el régimen laboral por proyectos o incluso por actuaciones (por el día de la actuación), imposibilitó que los trabajadores pudieran acogerse a las ayudas a autónomos y que no pudieran ser incluidos en ERTE. Muchas producciones y actividades se paralizaron por la incertidumbre sobre las posibilidades de desarrollar la actividad y de la afluencia de público, y como consecuencia la actividad del sector se contrajo más intensamente. En otros subsectores, en los que existen empresas de mayor dimensión y que están menos atomizadas, las medidas de soporte a la actividad económica fueron más efectivas. En otros términos, los trabajadores más precarios fueron precisamente los que se encontraron

más desprotegidos durante los primeros momentos de la crisis.

Por tanto, la estructura más atomizada del SCO y el mayor grado de precariedad ha limitado la participación en las ayudas que el SCO ha recibido en comparación a las de otras actividades. La posibilidad de acogerse a los ERTE depende de que efectivamente la empresa tuviese empleados en plantilla, pero al dominar el trabajo autónomo, la utilización de los ERTE como instrumento de soporte de la actividad económica ha estado más limitada. Pese esto, la mayor dureza de la crisis en el sector ha supuesto que sea el porcentaje de empresas en ERTE en el SCO sea superior al del resto de la economía (**gráfico 6.5**). En la Comunitat Valenciana en abril de 2021 el 20,9% de las empresas valencianas de la cultura y el ocio estaban con ERTE, frente al 13,3% de los sectores que no son de la cultura y el ocio. La proporción de empresas con ERTE en la Comunitat Valenciana es inferior a España (23,3%). Como se ha comentado, la menor intensidad en el uso de los ERTE en el SCO es el reflejo de un mayor impacto de la pandemia en él, aunque un porcentaje relevante de trabajadores del mismo no pudieran acogerse a esta figura de apoyo.

Gráfico 6.6. Evolución del número de Bienes de Interés Cultural. C. Valenciana y España, 2008-2019 (número de bienes y porcentaje sobre el total nacional)



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase 2021a) y elaboración propia.

6.2. Impacto del COVID-19 en segmentos culturales y de ocio

Los indicadores derivados de estadísticas de Contabilidad Nacional, y de otras estadísticas oficiales como las de demografía empresarial dan una imagen precisa de la evolución del sector en cuanto a su capacidad de generación rentas, empleo y de la evolución del número de empresas. Esta información se puede complementar con la visión que ofrecen estadísticas de diversos dominios. Aunque son visiones no estrictamente comparables entre ellas. En esta sección se ofrece esta información mostrando la situación en 2020, pero también la tendencia de más largo plazo, pues en algunos casos la crisis sanitaria ha profundizado alguna de las debilidades estructurales del sector. No se dispone de información de todos los dominios, y, de la que está disponible, se ha seleccionado aquella que se considera particularmente relevante para la Comunitat Valenciana o incluso, incluso si está referida al total nacional si la información o la tendencia es extrapolable. Además, el análisis se centra en aquellos dominios que en las secciones previas mayores debilidades han mostrado, no ofreciendo información de aquellos (Arquitectura, Diseño, y Publicidad) que han podido resistir mejor la crisis por la combinación de

estructura más empresarial del dominio, y por estar menos afectado por la presencialidad y haber podido utilizado los canales digitales para mantener la actividad.

¿Qué especificidades ha tenido el impacto de la crisis sanitaria en cada dominio cultural y creativo?

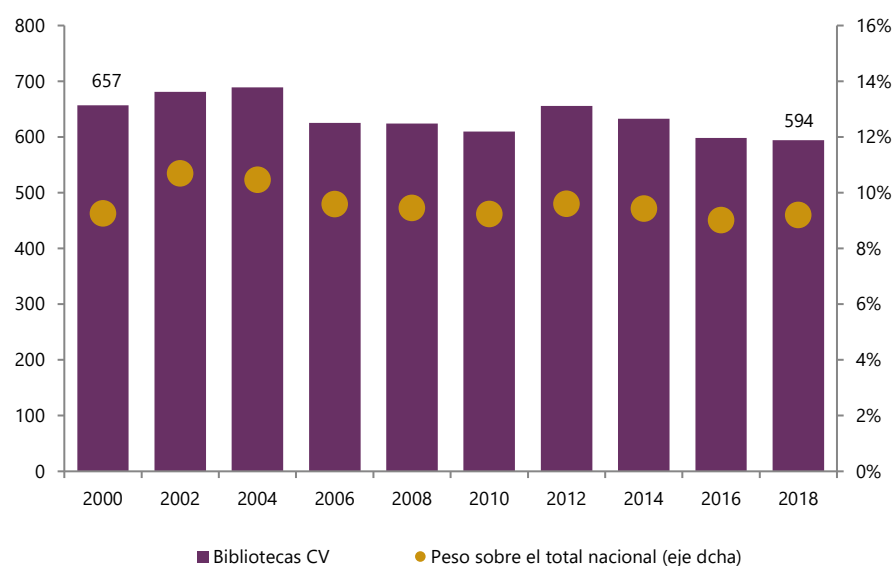
Patrimonio cultural y natural

Este dominio, junto con el Ocio, es en el que la información estadística menos permite valorar el efecto del impacto del COVID-19, pues el año 2020 a fecha de cierre de este informe todavía no está disponible, y porque la que habitualmente se publica suele hacer referencia más a la oferta o al *stock* de bienes culturales y del patrimonio natural. Por lo tanto, se muestran algunos indicadores de las tendencias de largo plazo de este dominio, fechados incluso en 2018.

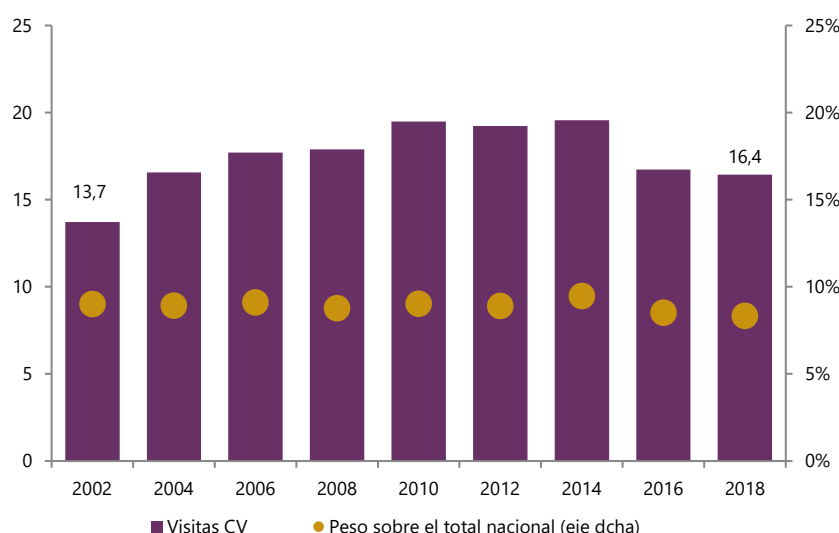
El **gráfico 6.6** muestra la evolución del número de bienes de interés cultural en la Comunitat Valenciana y el porcentaje que representan sobre el total nacional. En 2019 había 2.347 bienes de interés cultural en la Comunitat Valenciana,

Gráfico 6.7. Evolución del número de bibliotecas y de visitantes. C. Valenciana y España, 2000-2018

a) Número de bibliotecas y porcentaje sobre el total nacional



b) Millones de visitantes y porcentaje sobre el total nacional



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase 2021a) y elaboración propia.

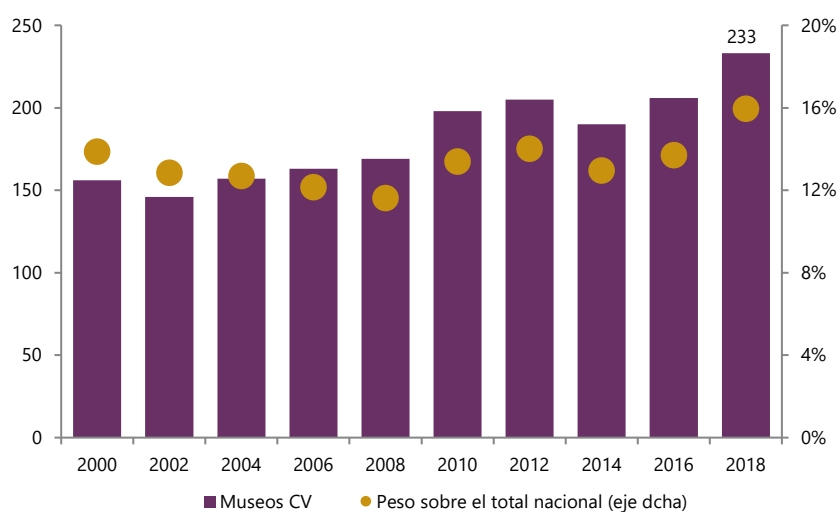
lo que representa el 5,8% del total nacional, por debajo del 10% que más o menos representa la Comunitat Valenciana en el total nacional en términos de población. Desde 2013 se ha realizado un importante esfuerzo por incrementar el *stock* de bienes catalogados como patrimonio cultural, con un crecimiento del 44% entre 2012 y 2019. Sin embargo, este aumento tan importante simplemente ha servido para frenar el peso decreciente que el patrimonio cultural valenciano tenía en el conjunto nacional, y estabilizarlo en el entorno del 6%.

El número de bibliotecas, en cambio, no ha tenido una evolución similar, siendo estable su

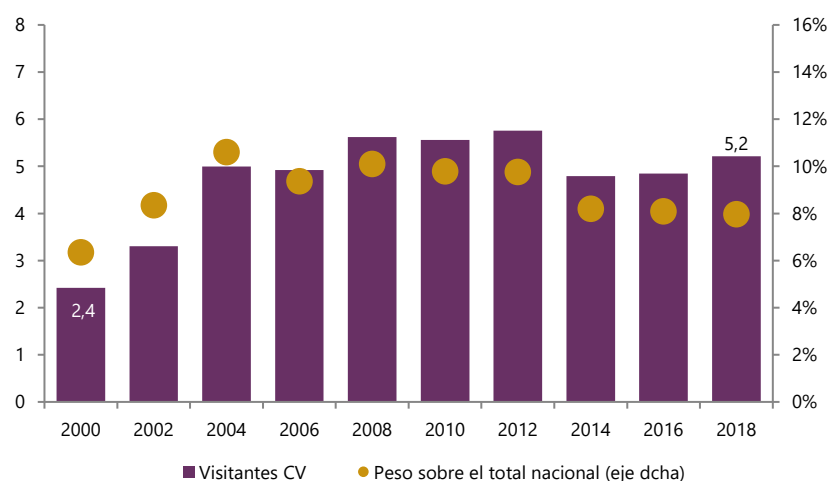
número a lo largo de la última década (**gráfico 6.7a**), e incluso reduciéndose en los últimos años. Las 594 bibliotecas existentes en la Comunitat Valenciana en 2018 representan el 9,1% de las existentes en España. Pese a la reducción en el número de bibliotecas, el peso en el total nacional se ha mantenido. El número de visitantes a las bibliotecas valencianas aumentó desde 2002 hasta 2014, donde alcanzó el máximo de 19,6 millones, pero desde entonces se ha reducido un 15,9% (**gráfico 6.7b**). El uso de bibliotecas en la Comunitat Valenciana es menos intenso que en el conjunto nacional, pues las visitas representan únicamente el 8,3% del total nacional.

Gráfico 6.8. Evolución del número de museos y de visitantes. C. Valenciana y España, 2000-2018

a) Número de museos y porcentaje sobre el total nacional



b) Millones de visitantes y porcentaje sobre el total nacional



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase 2021a) y elaboración propia.

De acuerdo con la información transmitida por el sector del libro, las bibliotecas tienen un papel fundamental para la dinamización del sector editorial valenciano. Las bibliotecas deben ser el canal fundamental para evitar la exclusión cultural en la Comunitat Valenciana, favoreciendo el acceso a fondos suficientes para que la población, especialmente aquella que tiene menos recursos, pueda acceder a ella. Pero para que las bibliotecas puedan realizar esta labor, el ritmo al que se actualizan sus fondos debería ser elevado. De acuerdo con las Estadísticas de Bibliotecas del INE, el número en 2018 se renovó en promedio (ratio nuevos libros sobre el *stock* existente) el 4% de los libros en las bibliotecas valencianas. Aunque es un cálculo simplista, este ritmo implica que el total de fondos de la biblioteca se renovaría completamente cada 16

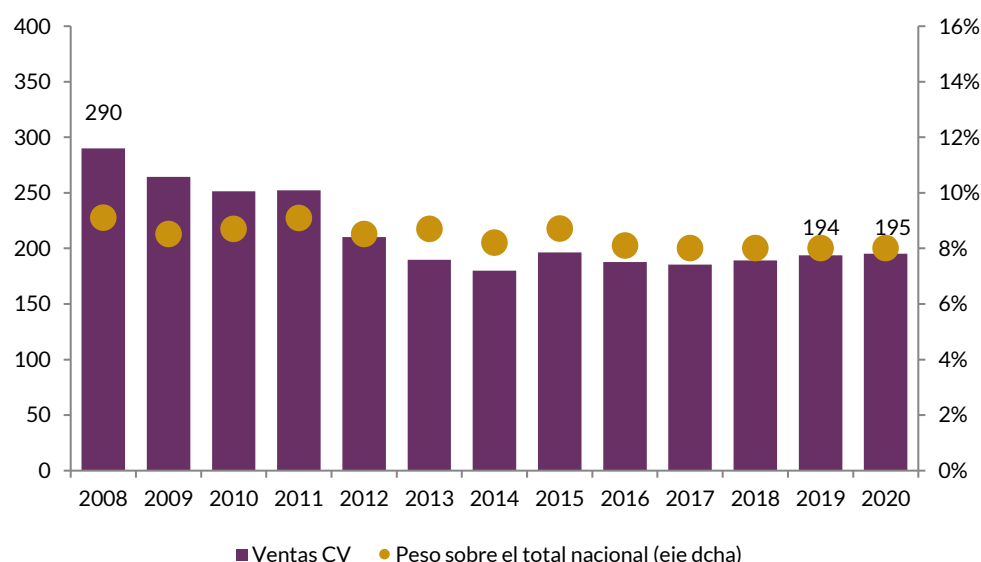
años. Pese a que desde 2014 el ritmo de renovación ha aumentado, todavía es menor al que existía antes de la gran recesión.

La dotación de museos en la Comunitat Valenciana se ha incrementado un 49,4% desde principios de los años 2000 hasta llegar a los 233 museos existentes en 2018, último año disponible en las estadísticas de CULTURABase, lo que representa el 16% de los museos españoles (**gráfico 6.8**). Sin embargo, esto no ha significado un incremento de visitantes en la misma proporción, pues durante todo el periodo se ha mantenido constante en el entorno de los 5 millones de visitantes. Esta evolución implica que el peso de las visitas a los museos valencianos se ha reducido en el total nacional, pasando del 10,4% al 8,0%.

Cuadro 6.1. Visitantes a los museos de la C. Valenciana, 2017-2020 (número y porcentaje)

	2017	2018	2019	2020	Var. 2019-2020
Centre del Carme Cultura Contemporània	182.658	343.284	267.898	126.271	-52,9%
Ciudad de las Artes y las Ciencias	2.529.636	2.711.969	2.982.832	250.000	-91,6%
MuVIM	208.812	213.500	178.000	54.000	-69,7%
Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias González Martí	176.249	-	185.000	61.000	-67,0%
IVAM	135.748	170.730	188.235	74.173	-60,6%
Museo de Bellas Artes	139.638	147.672	177.000	65.000	-63,3%
Bombas Gens	-	-	53.000	25.400	-52,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por el Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana bajo petición.

Gráfico 6.9. Evolución de las ventas de libros (comercio interior). C. Valenciana y España, 2008-2020 (millones de euros y porcentaje sobre el total nacional)

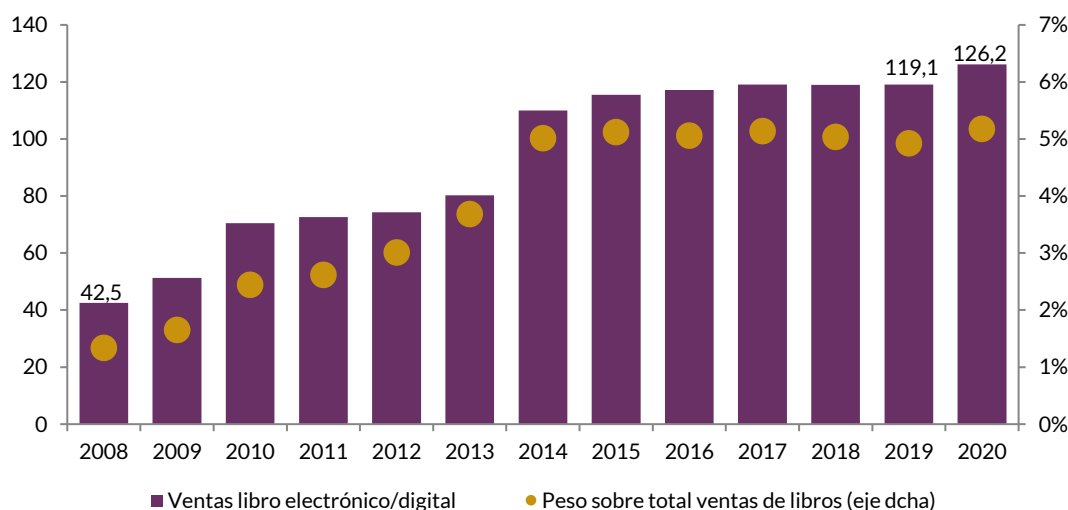
Fuente: Federación de Gremios de Editores de España (2021) y elaboración propia.

El **cuadro 6.1** muestra la información de las visitas a los principales museos de la ciudad de Valencia entre 2017 y 2020, por lo que se puede valorar la reducción del número de visitantes derivadas del COVID-19. La reducción del número de visitantes ha oscilado entre el 52,1% de Bombas Gens y el 91,6% de la Ciudad de las Artes y las Ciencias. La reducción del turismo por las restricciones de la movilidad ha sido fundamental para la reducción de esta actividad, especialmente en el caso de la Ciudad de las Artes y las Ciencias. En las visitas a museos en la Comunitat Valenciana pesa mucho precisamente la Ciudad de las Artes y las Ciencias, que en 2018 representaba más de la mitad de las visitas a museos valencianos.

Libros y prensa

El **gráfico 6.9** muestra la evolución de la facturación (ventas) de libros en la Comunitat Valenciana entre 2008 y 2020. Merece la pena destacar que la crisis del COVID-19 no ha supuesto una reducción en la facturación del sector valenciano de libros. La facturación de 2020, 195 millones, fue un 0,5% superior a la del año anterior. El peso que el sector valenciano representa en el conjunto nacional se mantiene ya desde hace años en el entorno del 8%. Por lo tanto, como ya se advertía anteriormente, el sector del libro a finales de 2020 habría conseguido resistir, por lo menos en términos agregado. Sin embargo, esto no implica que

Gráfico 6.10. Evolución de las ventas de libros electrónicos (comercio interior). España, 2008-2020 (millones de euros y porcentaje sobre el total nacional)



Fuente: Federación de Gremios de Editores de España (2021) y elaboración propia.

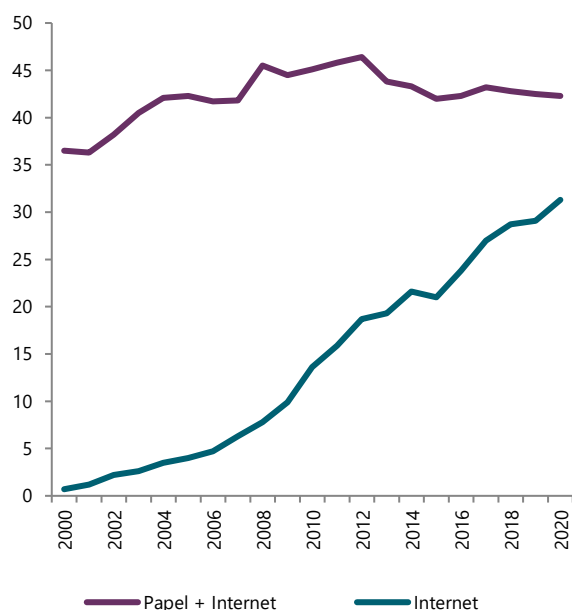
esté sometido a amenazas importantes. En primer lugar, de acuerdo con la información del gráfico la evolución del mercado del libro está estabilizado en un nivel de facturación estable desde 2013, donde se redujo considerablemente. La crisis financiera supuso una reducción del tamaño del sector editorial valenciano de la que todavía no se ha recuperado.

Pero, además, el sector del libro está sufriendo importantes transformaciones relacionadas con la digitalización. En primer lugar, los sistemas de distribución han cambiado, tanto por los canales, como por la emergencia del libro electrónico. En el **gráfico 6.10** se muestra la penetración en España del libro digital. El libro digital en España en 2020 representaba el 5,2% del total de ventas en España. Las ventas de libro electrónico se estabilizaron en 2014 en el entorno del 5%, después de unos años de intenso crecimiento, ya que en 2008 representaban únicamente el 1,3% del total de libros. Aunque la penetración en términos del libro electrónico en España es reducida, supone una amenaza para el canal de distribución tradicional de la librería, tanto por el propio formato electrónico como por la piratería. De hecho, de acuerdo con las observaciones recabadas, el sector editorial valenciano no está apostando por el formato digital en sus títulos precisamente por la amenaza de la piratería.

Un segundo efecto de la tecnología sobre los canales de distribución se deriva de la emergencia de las plataformas de distribución de libros fuera del canal de las librerías tradicionales. Eso sí, como respuesta a la pandemia, el sector de distribución del libro en la Comunitat Valenciana tuvo que acelerar la distribución de libros por canales a distancia (mensajería, etc.) para poder seguir con la actividad. El reto es continuar con esta estrategia mixta de distribución que combina el servicio de proximidad y cercanía con la distribución online y a distancia, y poder competir con las grandes plataformas.

En el sector de la prensa, se podría pensar que la crisis no ha tenido efecto en su audiencia, pues de acuerdo con los datos de la AIMC la penetración total de los medios de la prensa escrita en España pasó del 42,5% de la población en 2019 al 42,3% en 2020 (**gráfico 6.11**). Sin embargo, el mantenimiento de la audiencia esconde las dificultades que ha pasado el sector derivadas de la reducción de los ingresos de los medios escritos por dos vías. En primer lugar, el parón en todos los sectores de actividad generó que se resintiesen los ingresos por publicidad. Pero, además, los ingresos por venta de periódicos en papel se resintieron notablemente, tanto por el hecho de que los particulares redujeron el consumo, como por el cierre de la hostelería, cliente habitual de los medios impresos (30% de la facturación en papel).

Gráfico 6.11. Evolución de las audiencias de diarios según tipo de lector (papel/internet). España, 2000-2020 (porcentaje)



Fuente: AIMC.

La pandemia ha acelerado la tendencia que ya se percibía de reducción de la difusión en papel en los medios impresos en post de la digital. De acuerdo con AIMC la penetración en la población de los diarios desde 2008 apenas se ha reducido, pues ha pasado del 45,5% al 42,3%. Sin embargo, esto responde a una dinámica muy distinta entre la difusión en papel, que ha pasado de representar el 84,3% de la difusión de diarios a tan solo el 35,7% actualmente, y la digital a través de los muros en Internet. Por tanto, la digitalización también está suponiendo un cambio en los procedimientos de distribución del producto y en la misma estructura productiva de los medios impresos. La reducción de los ingresos por el canal tradicional de difusión y publicitarios ha supuesto que prácticamente la totalidad de la prensa haya cambiado su modelo de negocio digital hacia muros de pago en lugar del sistema *online* gratuito que dominaba hace unos años. En esta dinámica, las

empresas periodísticas tradicionales tienen que asumir una transformación profunda de su modelo de negocio al tener que soportar una estructura heredada del pasado en la que dominaba el canal tradicional en papel, a otro modelo donde la alimentación de los contenidos digitales tiene que ser constante. Los medios nativos digitales, en cambio, tienen la ventaja de tener su estructura ya adaptada a esta nueva realidad.

Artes plásticas y escénicas

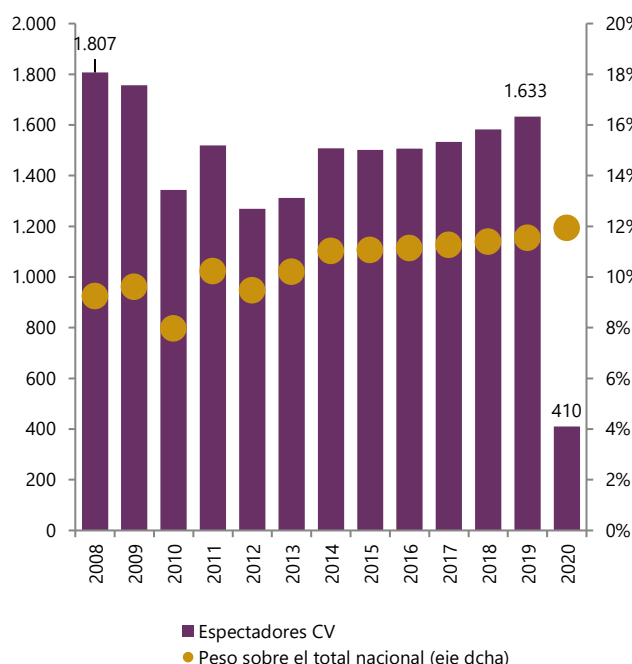
Las artes plásticas y escénicas es uno de los dominios que más perjudicado ha resultado de la crisis sanitaria, tanto por el efecto del parón de actividad, por las restricciones de aforo y por la propia precariedad del sector. Una muestra de la dureza del impacto del COVID-19 sobre este dominio fue que en el conjunto de las artes escénicas la reducción del número de espectadores en 2020 fue del 75% y de la recaudación del 78,2% (**gráfico 6.12**)¹⁰. La crisis sanitaria llegó en un momento en el que el sector de las artes escénicas llevaba unos años de ligero crecimiento, tanto de espectadores como de recaudación, después la Gran Recesión que empezó en 2008. Un hecho importante a tener en cuenta es que el sector de las artes escénicas valenciano representa el 12% del total de espectadores españoles –porcentaje superior al que la Comunitat Valenciana representa en población en España–, pero tan solo el 5% de los ingresos antes de la crisis, y por debajo del 4% en 2020. Esto indica que el sector es capaz de atraer al público de forma similar al conjunto nacional, pero tiene un modelo de explotación en el que la fuente principal de financiación no proviene de la taquilla sino de las medidas de apoyo al sector por parte de las AA. PP. Precisamente, esta característica de la promoción escénica valenciana que depende de las ayudas públicas se analiza con más detalle en la próxima sección.

¹⁰ La reducción de la facturación en las artes escénicas, y en las siguientes actividades que se mostrarán a continuación han sido muy superiores a la reducción del VAB que se mostraba anteriormente. Esto se debe al distinto concepto de ambos indicadores. A la facturación (output o producción en terminología de la Contabilidad Nacional) hay que detracer los consumos intermedios para llegar al

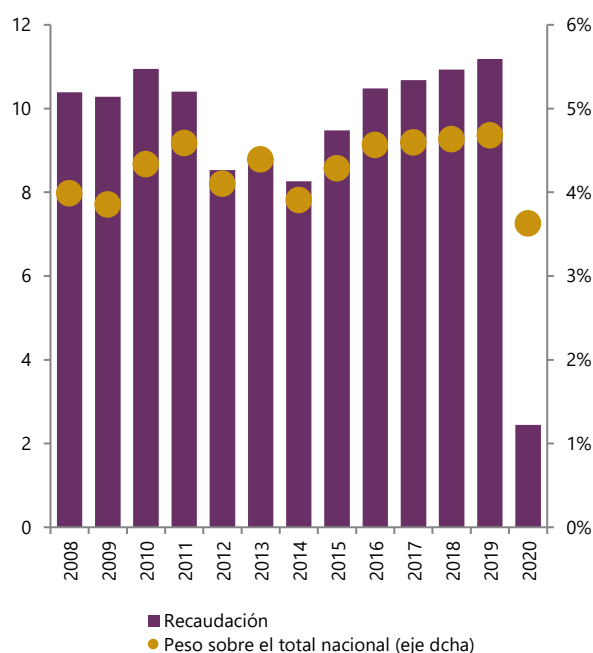
valor añadido, que es la suma de la remuneración de los asalariados y el beneficio. Por tanto, la reducción que se indica de la facturación es compatible con la del valor añadido señalada anteriormente, particularmente si las medidas de apoyo recibidas por el sector, y por la propia gestión de las empresas, permiten minorar pérdidas y/o reducir los gastos de personal (por los ERTE, por ejemplo).

Gráfico 6.12. Evolución del número de espectadores y de la recaudación de artes escénicas. C. Valenciana y España, 2008-2020

a) Espectadores (miles y porcentaje sobre el total nacional)



b) Recaudación (millones de euros y porcentaje sobre el total nacional)



Fuente: Fundación SGAE (Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales).

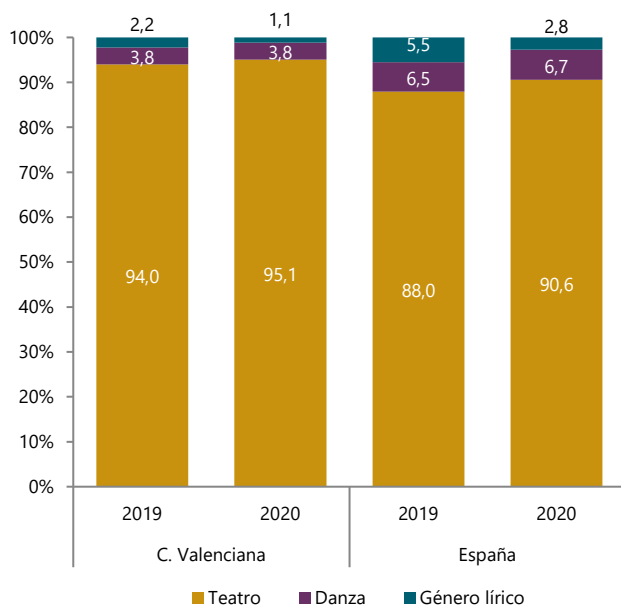
El teatro es el principal componente de las artes escénicas en la Comunitat Valenciana, pues representa el 95,1% del total de espectadores, 5 puntos porcentuales más que en España, y el 91,9% de la recaudación, porcentaje similar a España (**gráfico 6.13**). En la Comunitat Valenciana el peso del número de espectadores y recaudación del género lírico y la danza es inferior al español, aunque en esta última no en recaudación. La reducción en espectadores fue muy elevada en los tres tipos de artes plásticas mostradas, tanto en teatro, danza, pero sobre todo en el género lírico. La reducción en la recaudación de la Comunitat Valenciana fue superior a la española en todas las dimensiones (**gráfico 6.14**).

La imagen de la situación de los espectadores y recaudación en los espectáculos musicales es similar a la de las artes escénicas (**gráfico 6.15**). El número de espectadores pasó de 3,2 millones en la Comunitat Valenciana en 2019 a tan solo

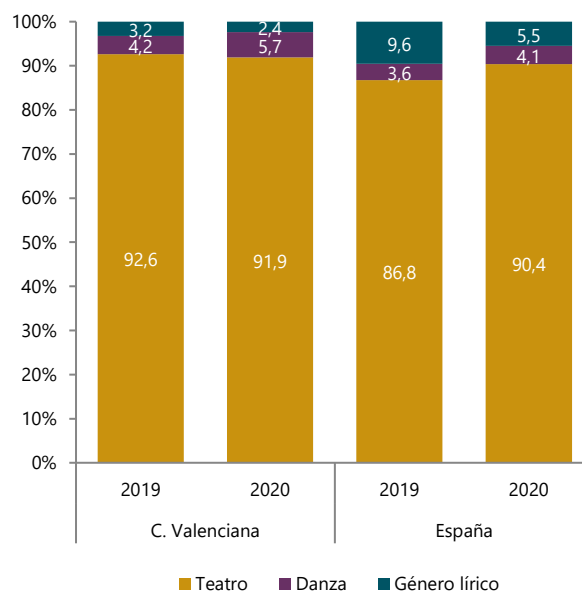
0,5 millones en 2020 (reducción del 84,4%), mientras que la recaudación se redujo de los 60 millones euros a tan solo 8 millones (reducción del 86%). Al igual que en el caso anterior, desde 2013 la recuperación de la actividad musical había sido intensa. El número de espectadores y recaudación creció un 5% y 19%, respectivamente. Este crecimiento es importante porque refleja una dinámica en el mundo de la música que se produjo a raíz de la emergencia del formato de música digital, de la piratería y de las plataformas online. En la nueva estructura del mundo de la música las ventas directas de canciones o CDs ya no es el componente más relevante de los ingresos. Por ejemplo, como se muestra en el **gráfico 6.16** las descargas de música de pago en España están estancadas, si no decrecientes, y son superadas por las descargas que no son de pago. En cambio, el contenido de música y audiovisuales *online* tienen un crecimiento robusto, y que incluso se aceleró con la crisis (**gráfico 6.17**).

Gráfico 6.13. Distribución de los espectadores y la recaudación de artes escénicas por tipo. C. Valenciana y España, 2019-2020 (porcentaje sobre el total nacional)

a) Espectadores

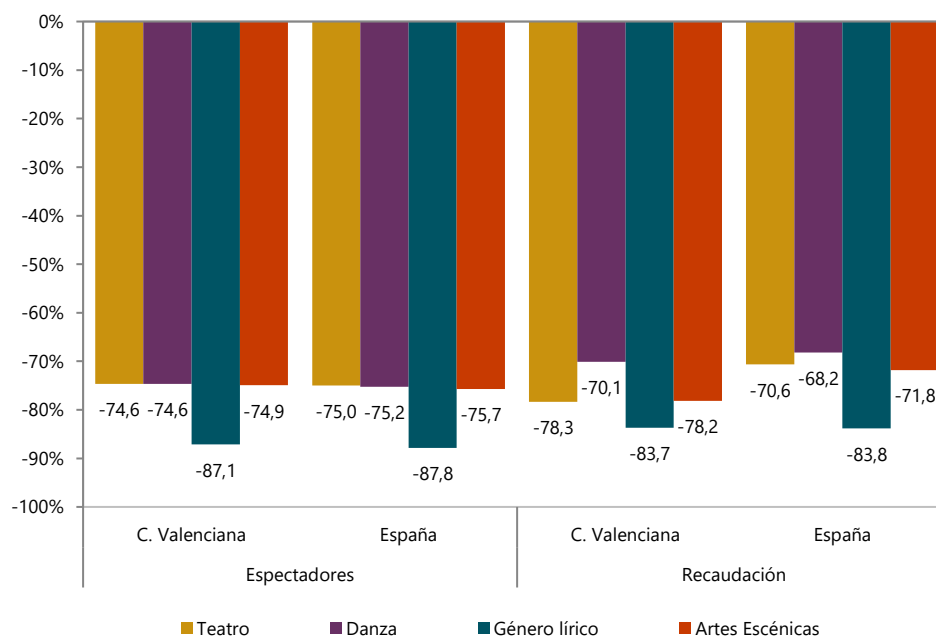


b) Recaudación



Fuente: Fundación SGAE (Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales).

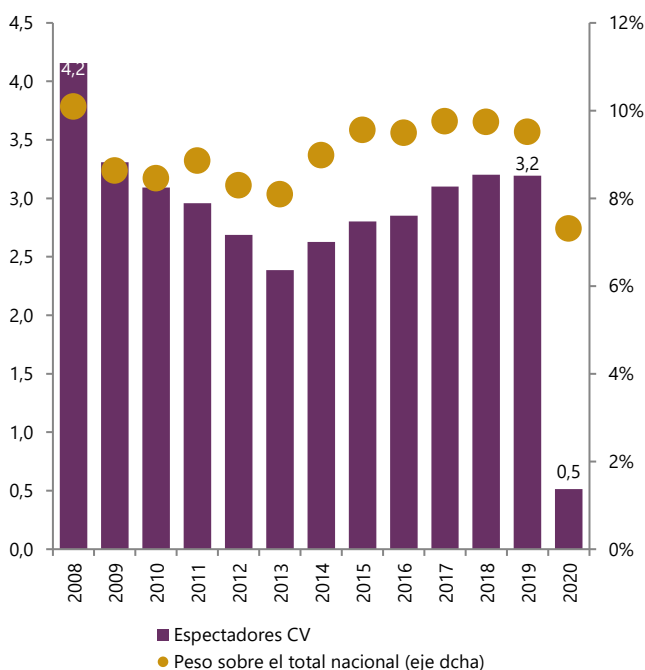
Gráfico 6.14. Variación de los espectadores y la recaudación de las artes escénicas por tipo. C. Valenciana y España, 2019-2020 (porcentaje)



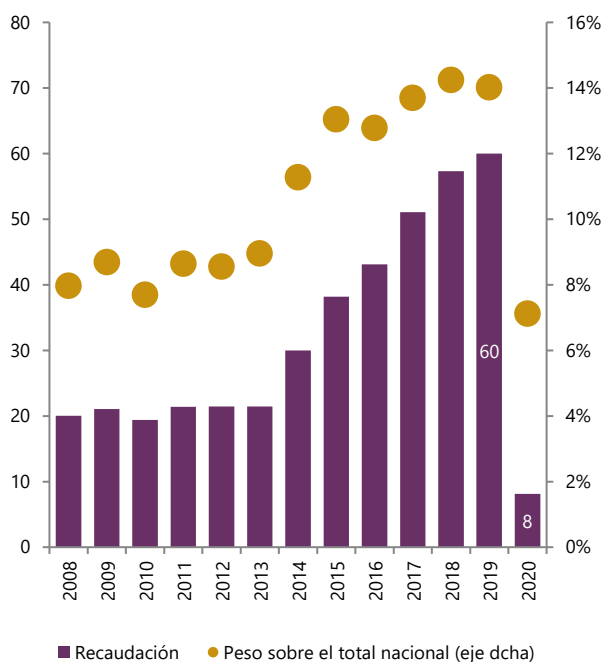
Fuente: Fundación SGAE (Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales).

Gráfico 6.15. Evolución del número de espectadores y de la recaudación de los conciertos de música. C. Valenciana y España, 2008-2020

a) Espectadores (millones y porcentaje sobre el total nacional)



b) Recaudación (millones de euros y porcentaje sobre el total nacional)



Fuente: Fundación SGAE (Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales).

Gráfico 6.16. Evolución del total de descargas de música. España, 2008-2020 (Millones de archivos de música)

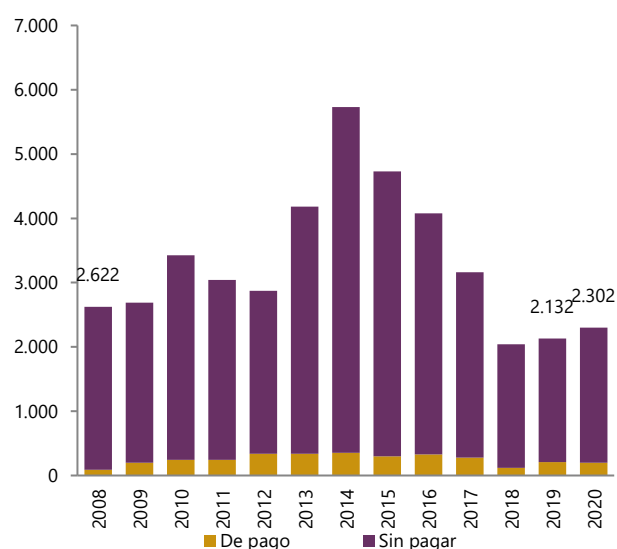
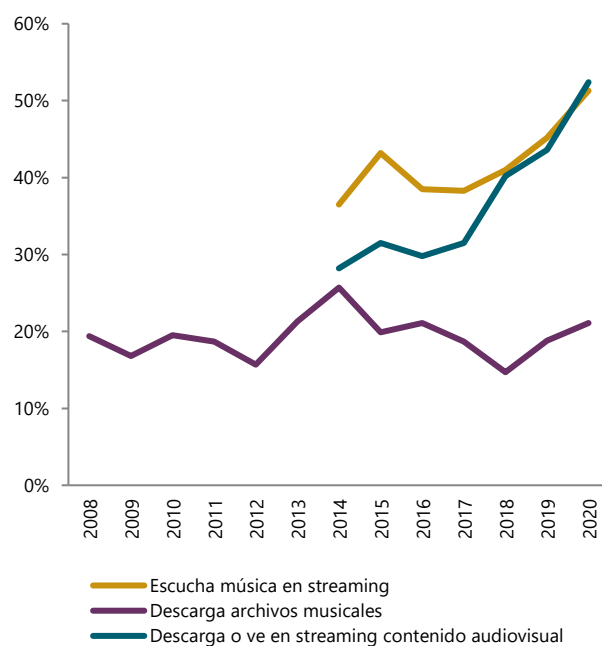
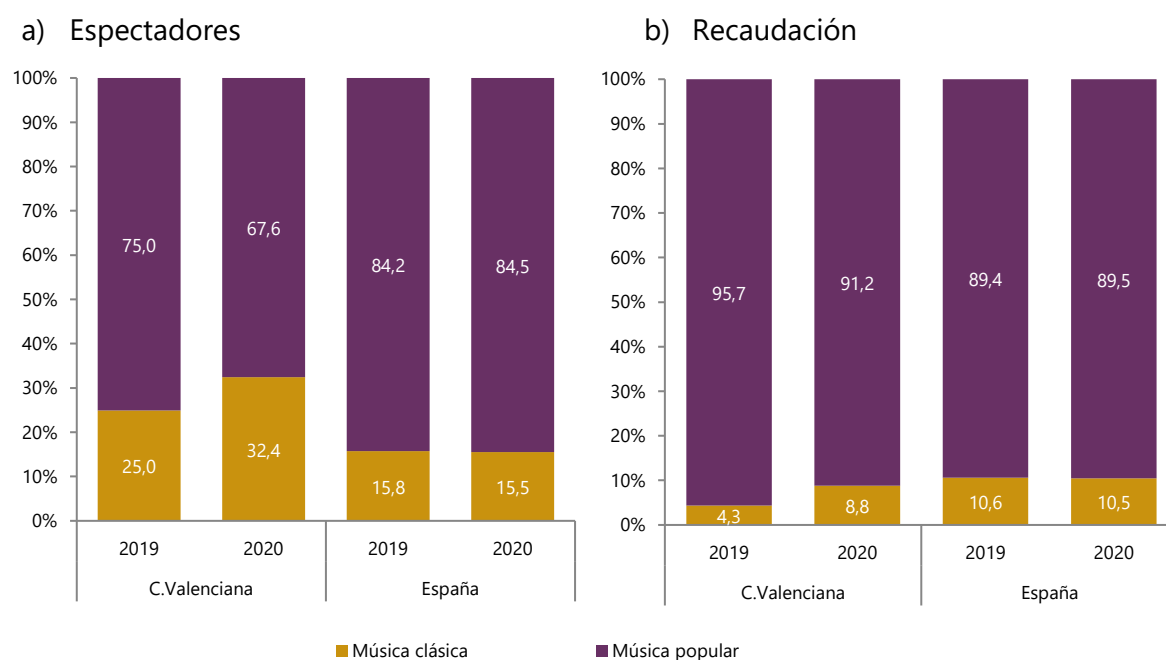


Gráfico 6.17. Evolución del total que descargó/ escuchó/vio en streaming. España, 2008-2020 (Porcentaje de individuos de 14 a 70 años)



Fuente: Fundación SGAE (Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales).

Gráfico 6.18. Distribución de los espectadores y la recaudación de los conciertos de música por tipo. C. Valenciana y España, 2019-2020 (porcentaje)



Fuente: Fundación SGAE (Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales).

Por tanto, en el nuevo mundo digital, la venta de música grabada ya no es la principal fuente de ingresos del negocio musical, siendo más relevante la explotación de los ingresos de la propiedad intelectual de los artistas –venta de licencias para la explotación de composiciones, etc.– y la música en directo. El negocio de la música en directo creció rápidamente, como se observa en el gráfico. Por tanto, el parón en la música en directo tiene importancia en el negocio de la música por ser actualmente una de sus principales fuentes de ingresos. En el caso de las artes escénicas, la principal fuente de ingresos era, en cambio, la financiación pública.

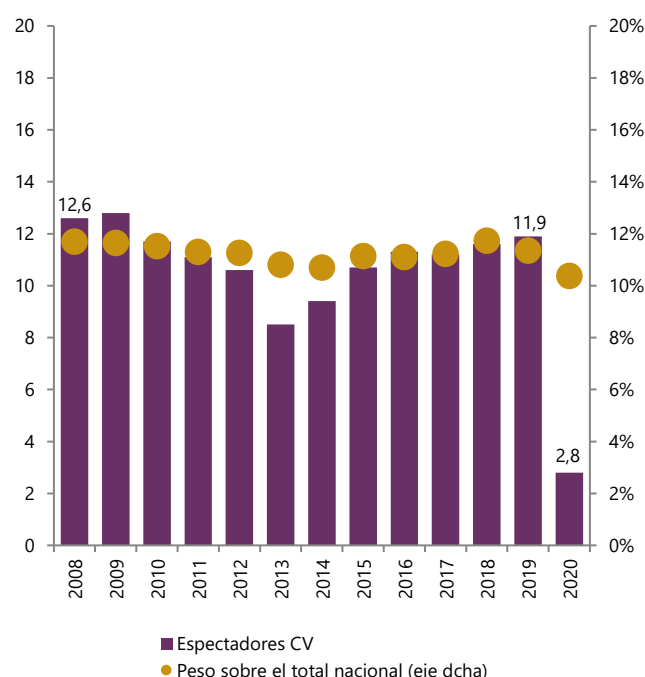
El peso de los espectadores de música en directo en la Comunitat Valenciana rondaba el 10% del español antes de la crisis y se redujo hasta el 7,3% en 2020. El peso de la recaudación, en cambio, era superior, llegando al 14% en 2019, aunque en 2020 se redujo hasta el 7,1%. El principal subsector de la música en directo es la música popular, que aglutinaba en 2019 el 75% de los espectadores, pero el 96% de la recaudación (**gráfico 6.18**). De nuevo, esta diferencia en la recaudación refleja el mayor peso del mercado frente a lo público en los ingresos de la música según sea música popular o música en clásica.

Medios audiovisuales y multimedia

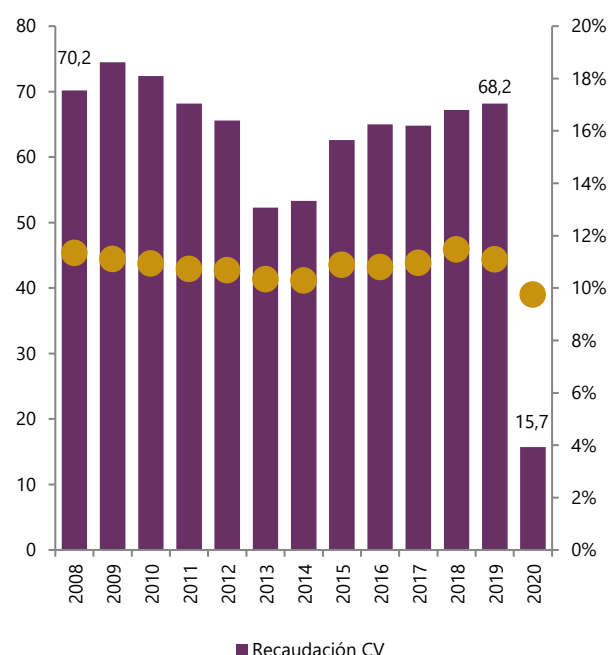
Comenzando por el cine, la reducción de espectadores (-76,5%) y la recaudación (-77,0%) fue muy elevada, al igual que en los casos anteriores (**gráfico 6.19**). Al igual que en otros dominios del SCO, la pauta desde mitad de la década pasada fue de crecimiento, llegándose, en 2019 prácticamente a recuperar el número de espectadores y visitantes de antes de la Gran Recesión en 2008. Las restricciones y la incertidumbre sobre los aforos y sobre la seguridad de la asistencia al cine de los espectadores generó esta caída en la recaudación y en los espectadores, pero la propia situación de incertidumbre generó efectos negativos, pues muchos estrenos que deberían haber sido realizados a lo largo de 2020 fueron aplazados a 2021, por lo que además de la merma de espectadores por motivos sanitarios hay que considerar también la falta de títulos que atrajesen al público a las salas.

Gráfico 6.19. Evolución del número de espectadores y de la recaudación de cine. C. Valenciana y España, 2008-2020

a) Espectadores (millones y porcentaje sobre el total nacional)



b) Recaudación (millones de euros y porcentaje sobre el total nacional)



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase 2021a).

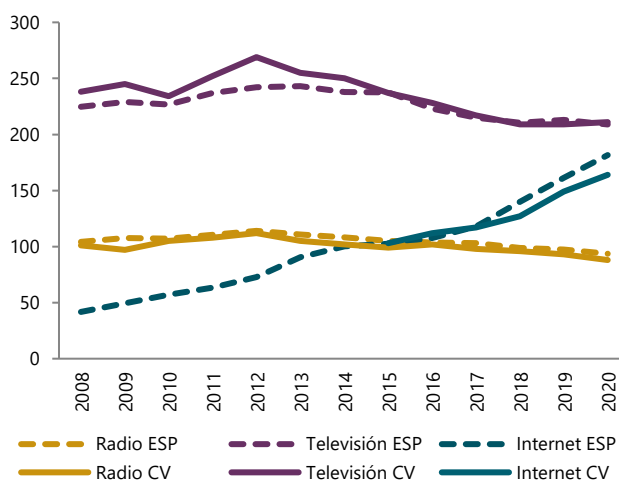
El **gráfico 6.20** muestra la evolución del consumo de radio, televisión y de internet en España desde 2018. La información para la Comunidad Valenciana no está disponible. En cualquier caso, la información muestra que la audiencia de televisión y radio disminuyó en el año de la pandemia, reduciéndose un 3,8% y un 1,9%, respectivamente. Sin embargo, esta reducción obedece más a una tendencia general a la reducción de la utilización de estos canales de comunicación, pues ya desde años atrás se ha reducido su consumo. Desde valores máximos históricos¹¹, 2012 en radio y 2013 en televisión, las audiencias se han reducido un 17,9% y un 14,1%, respectivamente. Esta reducción en los tiempos de audiencia a los medios de comunicación tradicionales tiene por origen el mayor consumo audiovisual proveniente de Internet

(legal o no –piratería–), como muestran tanto el tiempo de uso de Internet, como el crecimiento rápido de contenido audiovisual en *streaming* (gráfico 6.17).

Como consecuencia de la reducción de audiencia, el mercado de la publicidad en televisión y radio también se ha resentido. El **gráfico 6.21** muestra la evolución de los ingresos publicitarios en radio y televisión en España. La Gran recesión supuso un retroceso en los ingresos publicitarios, que alcanzaron un mínimo en 2013. La mejoría económica supuso que se recuperase parte de los ingresos, pero sin llegar a los niveles previos a la crisis. De hecho, en 2019 ya se detectó una desaceleración de los ingresos publicitarios que se acentuó por la crisis del COVID-19.

¹¹ La serie histórica del consumo de televisión y radio se inicia en 1997.

Gráfico 6.20. Evolución del consumo diario en radio, televisión e internet. C. Valenciana y España, 2008-2020 (minutos)

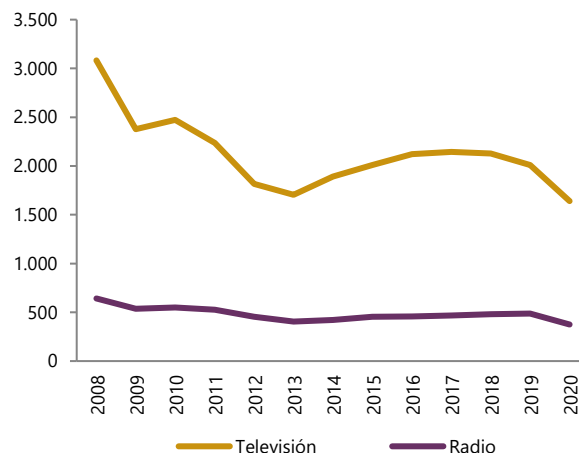


Fuente: AIMC.

En esta transformación que se está produciendo en el consumo de productos audiovisuales, la emergencia de las grandes plataformas de contenidos por *streaming* está jugando un papel esencial. El **gráfico 6.22** muestra la gran penetración que las grandes plataformas han adquirido desde el año 2017. En pocos años Netflix ha pasado de tener una penetración del 6,6% de los hogares a estar presente en el 35,8% de ellos en 2020. HBO y Amazon Prime han pasado de estar disponible en el 1,7% y 0,4% de los hogares en 2017 al 10,8% y el 16,7%, respectivamente. Del mismo modo, se observa un cambio en la estructura de la penetración de las plataformas de contenidos audiovisuales. En 2017 la penetración de plataformas estaba asociada al proveedor de conexión de teléfono e internet, pues Movistar +, Ono/Vodafone y Orange estaban a la cabeza. En tan solo cuatro años, estas plataformas han mantenido, o solo incrementado ligeramente su penetración, y han sido superadas por las plataformas en *streaming*.

Este cambio en la estructura del consumo de contenidos supone un reto para las empresas de audiovisuales locales. Las nuevas plataformas emergentes son multinacionales, donde sus decisiones y producciones son globales y no se encuentran necesariamente ligadas al territorio. Es por ello que la competencia para el desarrollo de este sector es más difícil. Del mismo

Gráfico 6.21. Evolución de los ingresos publicitarios en radio y televisión. España, 2008-2020 (millones de euros)



Fuente: Fundación SGAE (Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales).

modo, las empresas de comunicación audiovisual más tradicional –radio y televisión– se enfrentan al reto de sobrevivir en un entorno donde no aumentan los ingresos por publicidad.

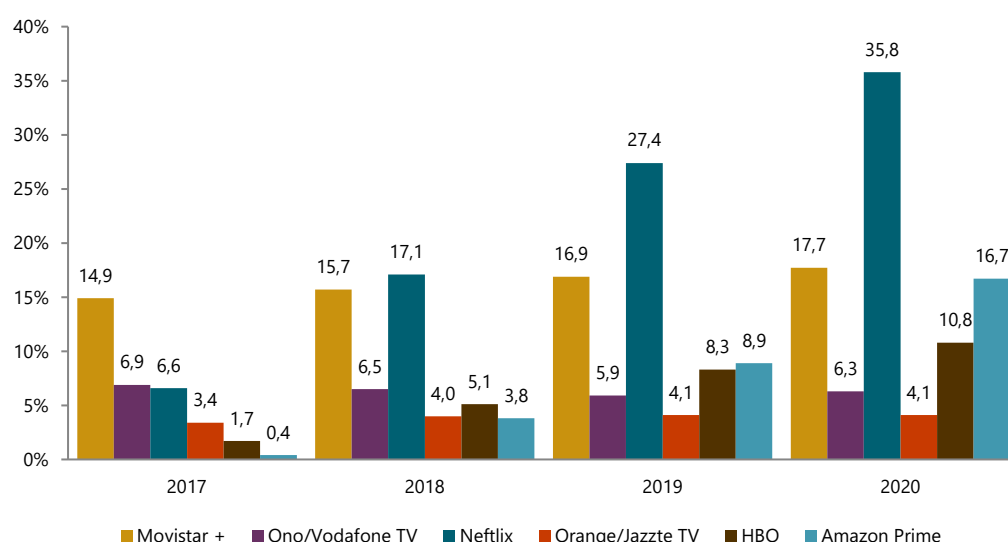
Ocio

La medición del impacto en el dominio del Ocio es particularmente complicada por el ecosistema de actividades tan amplio que existe, incluyendo actividades deportivas en todas sus variantes (gimnasios, clubes deportivos de toda la variedad de deportes, piscinas, deporte federado, etc.), parques de atracciones, ferias, etc. El impacto ha sido muy acusado, pues en general las restricciones en este ámbito han sido más intensas que en otros ámbitos. Por ejemplo, como se muestra en el **cuadro 6.2** los parques de atracciones no abrieron hasta abril de 2021 y con una limitación de aforo del 75%, y lo mismo sucedió con las actividades de ferias, y atracciones. En todas estas actividades, las facturaciones durante el ejercicio 2020 fueron nulas al no poder realizar actividad.

Las restricciones a la actividad de gimnasios y piscinas también han sido más intensas que en el resto de las actividades de cultura y ocio, con el agravante de la obligatoriedad del uso de la mascarilla durante la realización de la actividad deportiva desde marzo de 2021 después del segundo cierre. Existen pocas estimaciones sobre el impacto del COVID-19 sobre estos sectores. Por ejemplo, la Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas en un informe sobre el impacto del COVID-19 (Valcarce y García Fernández 2021) estiman que la

facturación anual de los gimnasios se redujo un 64% desde el inicio de la pandemia. Además, se estimaba que en abril de 2021, se había perdido un 37,4% de la clientela. En los avances del Ministerio de Cultura y Deporte (2020) indican que la reducción del empleo asociado al deporte en el cuarto trimestre de 2020 frente al mismo trimestre del año anterior ha sido del 7,1% en España¹², reducción en orden de magnitud similar a lo ofrecido anteriormente en la sección anterior. En otros segmentos del ocio apenas existe información.

Gráfico 6.22. Evolución de los hogares abonados a plataformas de contenidos audiovisuales/televisión de pago. España, 2017-2020 (porcentaje sobre total de hogares)



Fuente: Fundación SGAE (Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales).

¹² En la información ofrecida por el Ministerio se utiliza la Encuesta de Población Activa del INE para la estimación de los trabajadores asociados al deporte. No es conveniente utilizar esta encuesta para obtener esa misma información

para la Comunitat Valenciana, por los problemas de muestreo cuando se desciende a un nivel elevado en la clasificación de actividad y por regiones.

Cuadro 6.2. Restricciones en el sector de Cultura y ocio durante la pandemia del COVID-19

		Fase 0. Confinamiento	Fase 1 Desesca- lada	Fase 2 Desesca- lada	Fase 3 Desesca- lada	Nuevas medidas											
		14 mar. 20 - 17 may. 20	18 may. 20 - 31 may.20	1 jun. 20 - 14 jun. 20	Desde 15 jun. 20	21 ene. 21 - 14 mar.21	15 mar. 21 - 12 abr.21	12 abr. 21 - 25 abr. 21	25 abr. 21 - 9 may. 21	9 may. 21 - 24 may. 21	24 may. 21 - 7 jun. 21	8 jun. 21 - 30 jun. 21	1 jul. 21 - 25 jul. 21	26 jul. 21 - 16 ago. 21	16 ago. 21 - 6 sept. 21	7 sept. 21 - 8 oct. 21	
Bibliotecas	Apertura	No	Sí		Sí	No	Sí										
	Limitaciones de aforo	-	33%		75%	-	50%		75%	100%							
	Otras restricciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Museos	Apertura	No	Sí		Sí	No	Sí										
	Limitaciones de aforo	-	33%		75%	-	50%		75%	100%							
	Otras restricciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Actos y actividades culturales	Apertura	No	Sí			No	Sí										
	Limitaciones de aforo	-	33% (máx. 30 perso- nas)	33%	75%	-	50%		75%	100%							
	Otras restricciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Salas de exposicio- nes, monumentos y equipamientos culturales	Apertura	No	Sí			No	Sí										
	Limitaciones de aforo	-	33% (máx. 30 perso- nas)	33%	75%	-	50%		75%	100%							
	Otras restricciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Artes escénicas	Apertura	No	No	Sí		No	Sí										
	Limitaciones de aforo	-	-	33%	75%	-	50%		75%							100%	
	Otras restricciones	-	-	Con butacas preasigna- das	Con butacas preasigna- das	-	Solo actos incluidos en la programación ordinaria		Entradas numeradas y preasignada (registro de asistentes)							Asiento libre entre personas no convivien- tes	
Cine y teatro	Apertura	No	No	Sí		No	Sí										
	Limitaciones de aforo	-	-	33%	75%	-	50%		75%							100%	
	Otras restricciones	-	-	Con butacas preasigna- das	Con butacas preasigna- das	-	Solo actos incluidos en la programación ordinaria		Entradas numeradas y preasignada (registro de asistentes)							Asiento libre entre personas no convivien- tes	
Actividades depor- tivas. Gimnasios	Apertura	No	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí		Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
	Limitaciones de aforo	-	Individual (cita previa)	30%	Máx. 30 personas (aire libre)/ 20 personas (cerrados)	-	30%		50%	50%							75%
	Otras restricciones	-	-	Se podrán utilizar vestua- rios		Sin contacto físico e individual				-	-	-	-	-	-	-	
Actividades depor- tivas. Piscinas	Apertura	No	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí		Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
	Limitaciones de aforo	-	Individual (cita previa)	30%	75%	-	30%	30%	50%		75%	75%	75%	75%	75%	75%	
	Otras restricciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Ocio. Música en vivo	Apertura	No	No	No	No	No	No	No	Sí								
	Limitaciones de aforo	-	-	-	-	-	-	-	75% (máx. 500/1.000 per- sonas)	75% (máx. 1.000/2.000 personas)		50% (máx. 1.000 personas) 75% (máx. 2.000 personas)		75%/50%			
	Otras restricciones	-	-	-	-	-	-	-	Todos los asistentes sentados en butacas preasignadas								
Ocio nocturno	Apertura	No	No	No	Sí	No			Sí								
	Limitaciones de aforo	-	-	-	33%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75%	
	Otras restricciones	-	-	-	-	-	-	-	Actividades de restauración y hostelería. Consumo en mesa y no se permite el baile							-	
Parques de atrac- ciones	Apertura	No	No	No	No	No	No	No	Sí								
	Limitaciones de aforo	-	-	-	-	-	-	-	75%								
	Otras restricciones	-	-	-	-	-	-	-	Sin distancia mínima entre personas, aforo del 50%								

Fuente: Generalitat Valenciana (2021b) y elaboración propia.



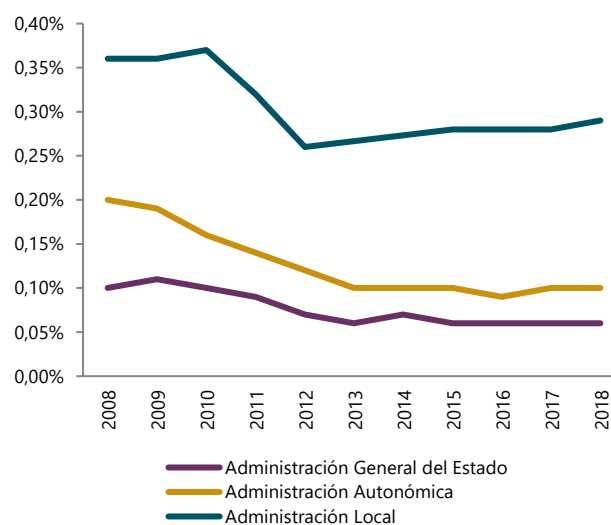
7. LA FINANCIACIÓN PÚBLICA

¿Cuál es la contribución de la financiación pública para el SCO? ¿Cómo se distribuye entre AA. PP.? ¿Son eficientes los procedimientos administrativos de gasto?

En general, todas las actividades del SCO tienen como esencia la creatividad y la innovación, y toma forma en diversos formatos: actividades escénicas, plásticas, el diseño, la arquitectura, etc. Las actividades de ocio, incluyendo el deporte, favorecen la salud y contribuyen a la cohesión social. Es por ello que desde el punto de vista del sector público sean unas actividades que deban ser potenciadas y protegidas. Como se ha justificado en la introducción a este informe, las externalidades que se generan en el sector desbordan al resto de la economía, generando efectos positivos para la innovación, el desarrollo, y el bienestar social. De hecho, como se afirma en Idea Consult et al. (2021), el sector de la cultura ha sido decisivo durante la pandemia como elemento de cohesión social.

Por tanto, el apoyo público al SCO es una cuestión que, como principio, no suele cuestionarse. Sin embargo, sí que es importante la forma en la que este apoyo se materializa, tanto en relación con la cuantía del mismo (los presupuestos públicos para cultura), como los objetivos de la planificación cultural, los instrumentos que se emplean y su diseño. En suma, tan importante como la magnitud del apoyo público es la continuidad, la visión de futuro y la eficacia de la implementación.

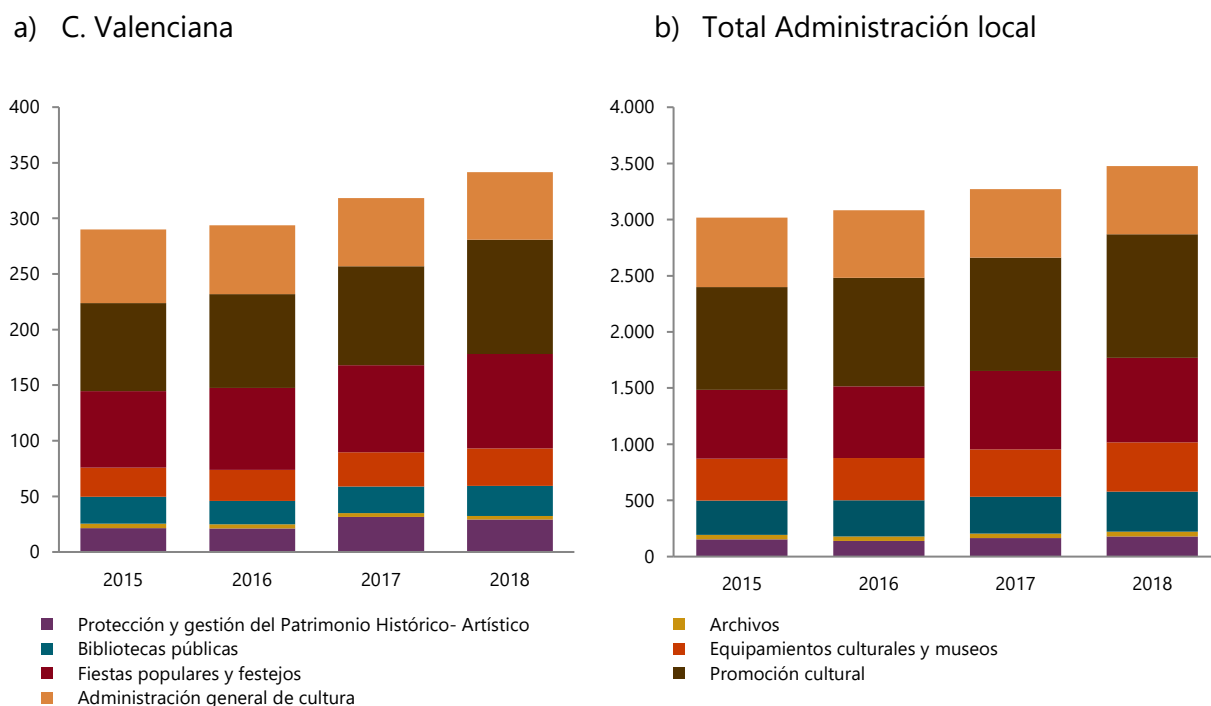
Gráfico 7.1. Gasto liquidado en cultura por tipo de Administración. España, 2008-2018 (porcentaje del PIB)



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase 2021b).

En relación con los fondos públicos destinados al SCO hay que tener en cuenta varias cuestiones. En primer lugar, en una economía descentralizada como la española en tres niveles (nacional, autonómico y local), el principal agente en términos de gasto cultural (**gráfico 7.1**) es la administración local –fundamentalmente ayuntamientos– (65% del gasto liquidado en 2018), seguidos de las Comunidades Autónomas (22%) y de la Administración General del Estado (13%). En todos los ámbitos administrativos el perfil temporal del gasto indica que la crisis financiera y la Gran Depresión posterior supuso un ajuste drástico en el gasto en cultura,

Gráfico 7.2. Gasto liquidado en cultura de la Administración local. C. Valenciana y total de la Administración local, 2015-2018 (millones de euros)

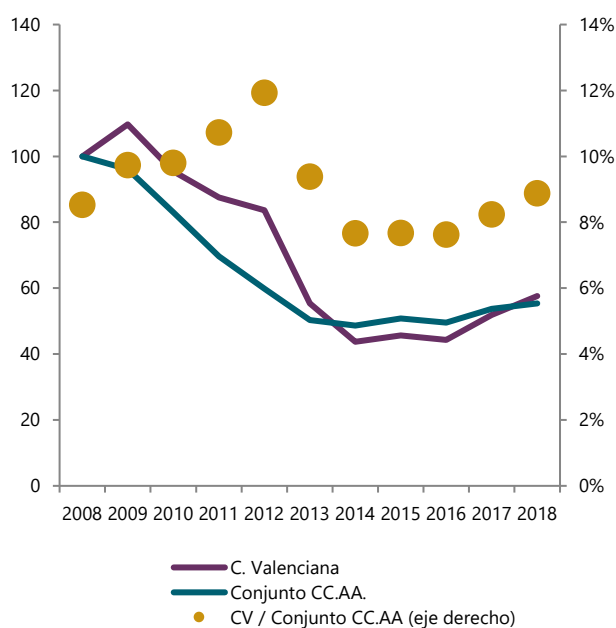


Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase 2021b).

que ha permanecido estable salvo en las corporaciones locales, donde ha aumentado. El **gráfico 7.2** muestra la evolución del gasto de las corporaciones locales y en el conjunto de España. El gasto liquidado de las corporaciones locales valencianas en 2018, último año disponible, fue de 341 millones de euros, el 9,8% del total nacional. La distribución del gasto en la Comunitat Valenciana es similar a la nacional. Los dos principales conceptos de gasto son la promoción cultural (30,1% en la Comunitat Valenciana y 31,6% en España en 2018), creciendo en importancia desde 2015, y en fiestas populares y festejos (24,8% y 21,6%). La administración general de la cultura en las corporaciones locales representa en torno al 17%-18%, descendiendo su peso desde 2015. Los equipamientos culturales y museos (9,9%), la Protección y gestión del Patrimonio Histórico- Artístico (8,6%) y las Bibliotecas públicas (7,9%) tienen menor relevancia en comparación con las otras tres grandes rúbricas de gasto. De estos tres conceptos de gasto, el presupuesto dedicado a bibliotecas fue el único que se redujo tanto en el valor absoluto del gasto, como en el porcentaje que representa.

En 2018 el gasto en cultura por parte de la Generalitat Valenciana era de 104 millones de euros, lo que representa el 8,9% del total de comunidades autónomas. En el **gráfico 7.3** se muestra la evolución nominal como número índice del gasto público liquidado en cultura realizado por la Generalitat Valenciana y el conjunto de las CC. AA. españolas entre 2008 y 2018, último año disponible en CULTURABase. Claramente se ven dos periodos diferenciados. En primer lugar, la Gran Depresión, con los recortes presupuestarios generalizados derivados de la restricción presupuestaria y la caída de ingresos públicos, implicó una reducción del 56% del gasto público en cultura por parte de la Generalitat Valenciana. Desde 2015 hasta 2018 se revierte esta tendencia, por la vocación de mejorar el gasto en cultura, por las menores restricciones presupuestarias y por las mejoras en los ingresos públicos. Sin embargo, pese este esfuerzo, el gasto público en cultura de la Generalitat Valenciana era en 2018 todavía un 42% inferior al de 2008.

Gráfico 7.3. Gasto liquidado en cultura de la Administración autonómica. C. Valenciana y conjunto de CC.AA., 2008-2018 (2008=100 y porcentaje)



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase 2021b).

CULTURABase también permite conocer la distribución del gasto en cultura de las administraciones autonómicas distinguiendo por tipos de bienes (**gráfico 7.4**). La estructura del gasto en cultura de la Generalitat Valenciana es diferente a la del conjunto de CC. AA. En la Comunitat, Valenciana el gasto en cultura se concentra en las artes plásticas, escénicas y musicales. En 2012 alcanzó el 39,7%, pero especialmente desde 2014 ha alcanzado más de la mitad del gasto público liquidado (52,7%) en 2018. Este crecimiento del peso del gasto en estos servicios culturales se realiza fundamentalmente a costa del gasto interdisciplinar¹³ y no distribuido. En el conjunto de CC. AA. españolas la distribución del gasto público autonómico en cultura es estable en el tiempo y se reparte fundamentalmente entre bienes y servicios culturales 38,3% en 2018 y en gastos interdisciplinarios y no distribuidos (35,2%), seguido de las Artes plásticas, escénicas y musicales.

En lugar de la información de CULTURABase se puede acudir directamente a los datos de la

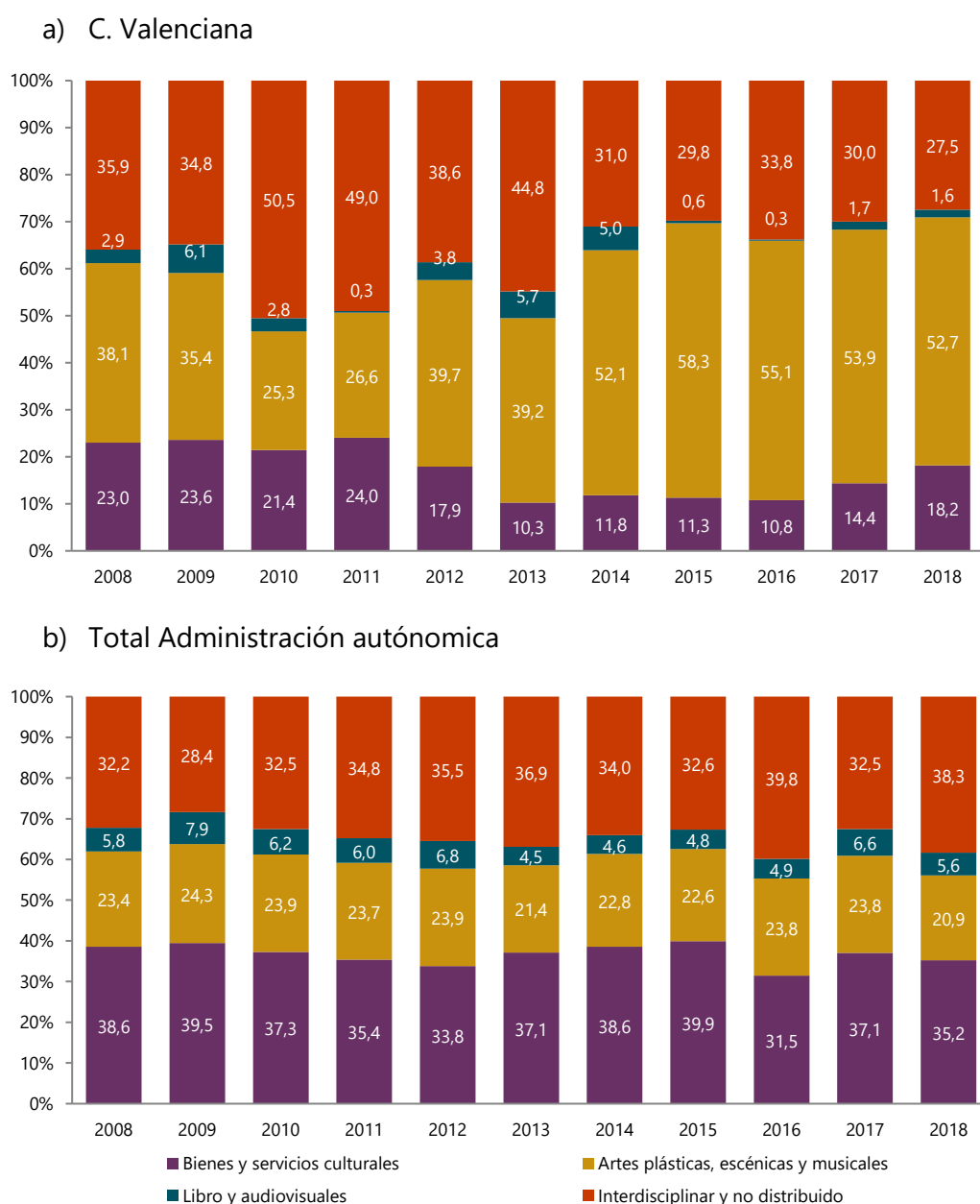
liquidación presupuestaria de la Generalitat Valenciana para evaluar dos aspectos adicionales: la respuesta de la Generalitat Valenciana a la pandemia, y la importancia de la cultura en su presupuesto (**gráfico 7.5**). En primer lugar, el gasto en cultura¹⁴ dentro del conjunto de gastos no financieros de la Generalitat Valenciana representa el 0,81% del presupuesto, habiendo crecido desde el 0,71% de 2015. Este aumento de peso de la cultura en el presupuesto se debe a que desde 2017 ha crecido en tasas nominales superiores al 9% todos los años. En 2020, con la crisis del COVID-19 el gasto nominal en cultura volvió a crecer a tasas del 17,7%. A priori, el gasto en cultura puede parecer reducido, pero téngase en cuenta que un porcentaje muy relevante del presupuesto público autonómico se encuentra comprometido por el gasto social (fundamentalmente educación y sanidad). Si se descuentan estos dos conceptos, el gasto en cultura representa el 5% del gasto no financiero y no social de la Generalitat Valenciana. En 2020, pese al fuerte crecimiento del gasto cultural, redujo su participación en el gasto no social, debido al todavía mayor esfuerzo realizado en otras áreas para hacer frente a la situación sanitaria y económica.

Como se ha comentado, la característica de bien público de las actividades culturales y su capacidad de generar externalidades sociales y económicas justifica la necesidad de apoyarlo y dotar presupuestariamente ayudas al sector. En muchas ocasiones se pone el énfasis en la magnitud del presupuesto de las ayudas como principal indicador del apoyo público. Siendo el importe efectivamente relevante, la eficiencia en los procedimientos administrativos, los objetivos perseguidos y el grado de eficacia en su consecución son fundamentales. Un primer indicador de la existencia de ineficiencias en los procedimientos de gasto en el ámbito cultural se deriva de la comparación entre el presupuesto disponible y el gasto efectivamente ejecutado.

¹³ La categoría Interdisciplinar en CulturBase incluye la Promoción, difusión y cooperación cultural, la Difusión cultural en el exterior; la Administración y servicios generales; la Política lingüística, y otros conceptos.

¹⁴ Se ha considerado como gasto en cultura el capítulo 45 de los presupuestos de la Generalitat Valenciana.

Gráfico 7.4. Distribución del gasto liquidado en cultura de la Administración autonómica por tipo de gasto. C. Valenciana y total de Administración autonómica, 2008-2018 (porcentaje)

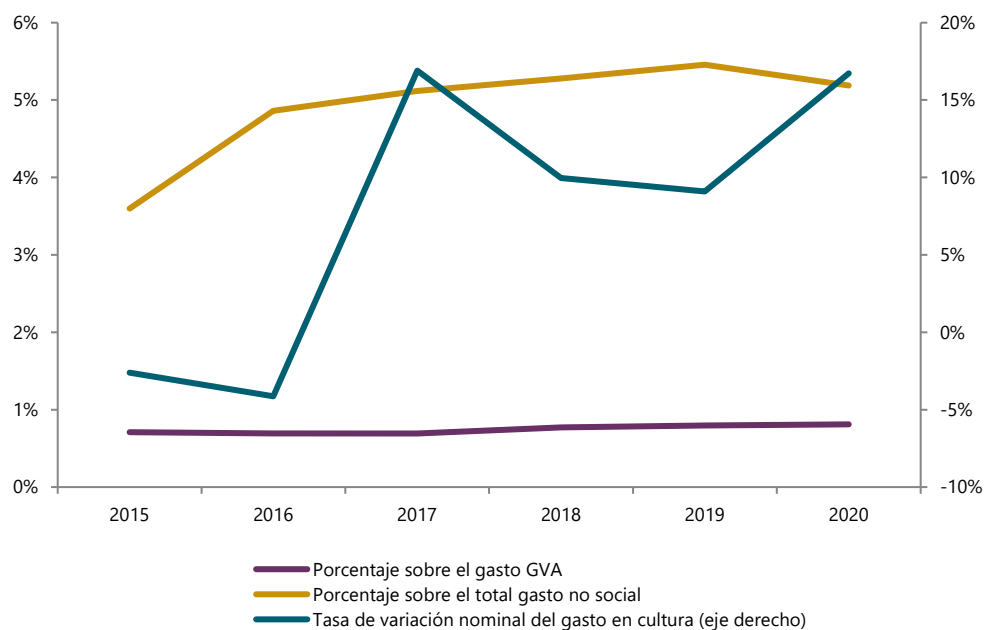


Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase 2021b).

En el **gráfico 7.6** se muestra la ratio entre el presupuesto final dedicado a cultura en la Generalitat Valenciana y las obligaciones reconocidas. Esto es, la relación entre el presupuesto disponible para el apoyo a la cultura y lo realmente ejecutado. Es sorprendente que entre 2015 y 2019 aproximadamente una cuarta parte del presupuesto para cultura quedó sin ejecutarse. Incluso en 2020 este porcentaje fue del

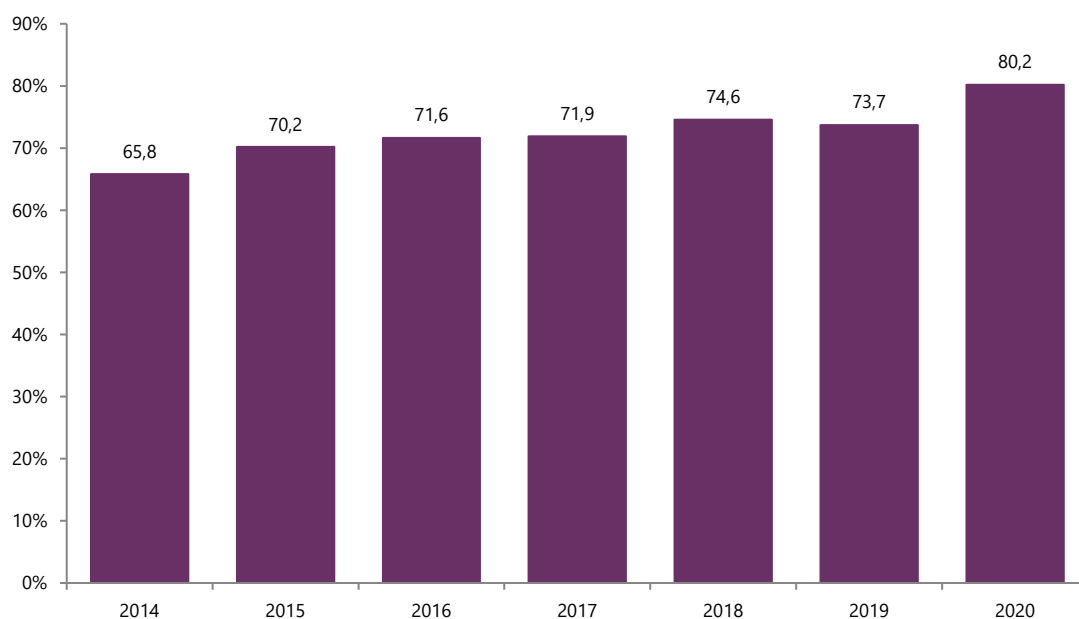
20%. Aunque es cierto que se observa una reducción del porcentaje del gasto presupuestado que no es ejecutado, el porcentaje es elevado y esto señala a la existencia de ineficiencias en los procesos de gasto y de las ayudas que deberían ser atendidas. En la sección siguiente se realizan algunos comentarios relativos a esta cuestión.

Gráfico 7.5. Evolución del gasto en cultura de la Generalitat Valenciana, 2015-2020 (porcentaje)



Fuente: Generalitat Valenciana (GVA Oberta. Visor presupuestario).

Gráfico 7.6. Gasto liquidado en cultura. Generalitat Valenciana, 2014-2020 (porcentaje sobre el presupuesto)



Fuente: Generalitat Valenciana (GVA Oberta. Visor presupuestario).



8. DEBILIDADES Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

La crisis del COVID-19 ha golpeado al sector de la cultura y el ocio en un momento en el que algunos de los subsectores que lo conforman ya adolecía de forma estructural de unas características lo hacían especialmente vulnerable ante *shocks* externos. Como ya se ha comentado, la reducción en los ingresos ha sido muy sustancial. Además de los ceses de actividad y las restricciones de aforo, la incertidumbre generaba que la planificación de las distintas actividades asociadas al SCO no fuese fácil. La vacunación ha servido para reducir la incidencia del virus y que la situación empiece a normalizarse en una nueva realidad en la que los bienes y servicios culturales vuelven a poder ser ofrecidos. Sin embargo, no se trata de una vuelta a la vieja normalidad, sino una nueva situación en la que hay que saber adaptarse y hacer frente a las debilidades que ya existían, y que han quedado al descubierto más que nunca.

Esta sección sintetiza evidencia adicional en algunas dimensiones de las respuestas del SCO y se complementa con la visión del propio SCO recabadas mediante entrevistas personales. Para ello se ha contactado con representantes de asociaciones y colectivos del sector para conocer sus impresiones sobre la situación del sector tras el impacto de la pandemia, los retos a los que se enfrentan en el medio y largo plazo, y sobre el impacto de aspectos como los de la transformación digital. De todos los contactos recibidos, 13 agentes del sector estuvieron dispuestos a colaborar. Se realizaron entrevistas

personales, telefónicas o por videoconferencia (según las preferencias de cada entrevistado) que duraron entre una hora y dos horas y media. **El cuadro 8.1** muestra el listado de personas entrevistadas.

Cuadro 8.1. Representantes y agentes del sector entrevistados

Amador, Carlos	Sindicato Actors i Actrius Professionals Valencians.
Bodí-Pérez, Pere	Bailarín Danza contemporánea y miembro de la plataforma cultural Hort Art en Moviment.
Bullón, José María	AGCPV. Associació Valenciana de Professionals de la Cultura.
Gómez-Pantoja, Juan Carlos	Asociación Empresarial Valenciana de Centro Deportivos.
Martínez, José María	Ecelsior Producciones. Promotor musical.
Martínez, A	ADCV Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana.
Monreal, Julio	Levante-EMV.
Pérez Pont, José Luis	Centre del Carme Cultura Contemporània en Consorci de Museus CMCV.
Romero, Manel	Associació d'Editorials del País Valencià.
Santacreu, Chelo	ARTEVAL. Asociación de Artesanos Valencianos.
Santos, Rosa	Consortio de Galerías de Arte Contemporáneo.
Sorio-Medina, Emilio	Exjuagdor profesional y entrenador de tenis.
Such, Antonio	AVECINE. Asociación de empresarios del Cine.

8.1. Respuesta inicial del SCO a la crisis del COVID-19

¿Cuál fue la respuesta inicial del SCO al COVID-19? ¿Qué instrumentos se utilizaron? ¿Fue muy diferente a la de otros sectores de actividad?

La respuesta inicial del SCO a la crisis se basó en hacer frente al parón inicial de actividad, encajando el descenso de ingresos correspondiente y con una gran incertidumbre sobre la duración del *shock*. Abeledo (ed.) (2020) realizó una encuesta entre el 16 de abril y el 17 de mayo de 2020 a 784 organizaciones y agentes culturales españoles de las que más de la mitad (410, el 52%) eran valencianas. La definición sectorial no se corresponde con la que aquí se emplea, pero se incluyen¹⁵ buena parte de las actividades consideradas en este informe. En el sector cultural la respuesta mayoritaria en los primeros meses de crisis fue el teletrabajo (48,5% de las organizaciones), y se redujo la actividad a mínimos hasta el final del confinamiento (42,8%), aunque prácticamente una cuarta parte de las organizaciones (23,9%) realizaron esfuerzos para digitalizar su actividad. El 12,8% de las organizaciones se vieron obligadas a ajustar su plantilla durante los primeros meses del COVID-19 (**gráfico 8.1**).

Por ámbitos culturales, hay diferencias importantes en la respuesta al *shock* inicial. En el Diseño y artes aplicadas (69%), Patrimonio cultural (62%), en la Gestión cultural y la mediación (61%) y en los Otros sectores culturales (59%) pudieron adaptarse al teletrabajo en mayor

proporción, siendo la estrategia dominante. En cambio, en las Artes escénicas y en las Artes visuales (35% y 42%, respectivamente) el teletrabajo fue la opción menos relevante, por la propia naturaleza de las actividades. La acción mayoritaria en las Artes escénicas (50%), Artes visuales (47%), Libros, literatura y lectura (51%) y en las organizaciones Multidisciplinares (62%) fue la reducción de actividad. El 42% de las organizaciones del Patrimonio cultural, el 32% de Libros, literatura y lectura, y el 29% de las de gestión cultural redujeron empleo. Es destacable que en el Diseño (19%), pero también en otras dimensiones en las que la estrategia dominante fue la reducción de la actividad, el porcentaje de empresas que redujo empleo fue reducido, como en las Artes escénicas (18%) o en las organizaciones Multidisciplinares (17%). De acuerdo con la información transmitida por representantes del sector, esto se debió en parte a las medidas de apoyo como los ERTE, las ayudas a los autónomos, pero también a la propia precariedad del sector, en el que muchos de los profesionales afectados no tuvieron actividad económica, pero no se podían acogerse a ERTE, al estar contratados en regímenes laborales por días o por funciones, a las ayudas a autónomos, ni siquiera a los subsidios de desempleo. Es decir, la precariedad del sector se tradujo en que ante el *shock* sanitario, muchos profesionales simplemente dejaran su actividad sin ningún tipo de ayuda y sin contar en las estadísticas. Las ayudas se fueron a las compañías si tenían forma jurídica societaria o si se trataba de autónomos, pero no para los artistas unipersonales.

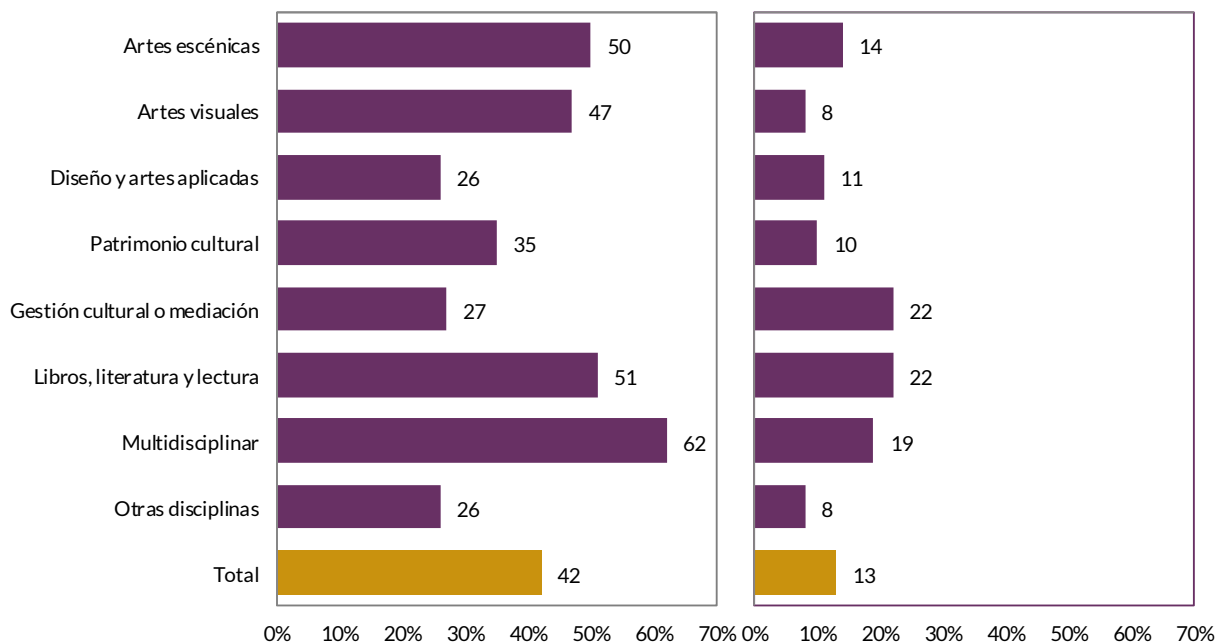
¹⁵ En la encuesta de Abeledo-Sanchis incluyen las Artes escénicas, Artes visuales, Diseño y artes aplicadas, Patrimonio cultural, Gestión cultural o mediación, Libros, literatura

y lectura, organizaciones multidisciplinares, y otros sectores (Arquitectura, Comunicación cultural, Formación e investigación e Industrias auxiliares).

Gráfico 8.1. Acciones realizadas por los agentes culturales para adaptarse al impacto del COVID-19 (porcentaje de empresas)

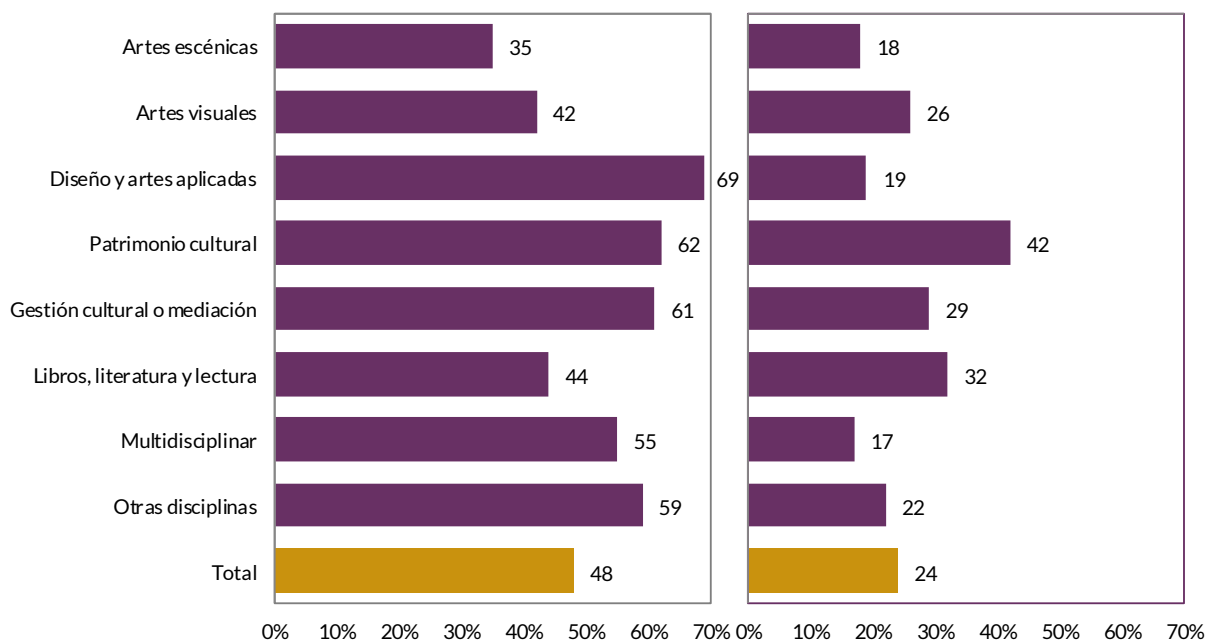
a) La organización ha reducido su actividad al mínimo hasta el final del confinamiento

b) La organización se ha visto obligada a ajustar su plantilla



c) La organización ha comenzado a implementar el trabajo desde casa

d) La organización ha incrementado sus esfuerzos e inversiones en la digitalización de su actividad



Fuente: Abeledo (ed.) (2020).

Gráfico 8.2. Acciones realizadas por los agentes culturales durante el confinamiento



Nota: Escala de 1 a 5, siendo 1 la asignación mínima de tiempo y 5 la asignación máxima de tiempo.

Fuente: Abeledo (ed.) (2020).

Durante el tiempo de confinamiento y parón, las empresas realizaron acciones para adaptarse al nuevo entorno en el que se encontraban. En el **gráfico 8.2** se muestran las acciones más relevantes realizadas por los agentes culturales durante el confinamiento recogidas por Abeledo-Sanchis (2020). El indicador toma valores comprendidos entre 1 y 5, valores más altos correspondiéndose a mayor dedicación del tiempo a dicha tarea. Los agentes culturales se dedicaron con mayor intensidad a la creación de nuevas ideas, productos o proyectos, a repensar el modelo de negocio, pero también a la gestión, incluyendo las tareas burocráticas para acceder a las ayudas.

La respuesta de los agentes culturales durante la pandemia, en suma, no es muy distinta a la de otros sectores que también dependen de la presencialidad: reducir al mínimo posible su actividad buscando mantener las fuentes de ingresos en aquellos subsectores donde la digitalización era posible, apoyándose en la ayuda financiera que ofrecían las ayudas de los préstamos avalados por el Instituto de Crédito Oficial (ICO) o reduciendo costes vía renegociaciones con proveedores, acogiendo a ERTE, etc. También se tuvieron que asumir los costes asociados a la adaptación de los espacios para garantizar la seguridad sanitaria. Sin embargo, la crisis va a generar heridas y consecuencias que tendrán que ser cicatrizadas durante bastante tiempo.

En todos los dominios se produjo una reducción en los ingresos por el confinamiento, pero incluso cuando se reinició la actividad, la reducción de los ingresos fue notable. Por ejemplo, en el dominio de la Artesanía, de acuerdo con la información transmitida, que es un sector formado por empresas pequeñas y familiares, una vez pudieron abrir al público de nuevo las tiendas dedicadas a la artesanía no había demanda, pues es un sector altamente dependiente del turismo. Por lo tanto, continuaron con un nivel de ingresos muy reducido, pero teniendo que asumir los costes de los establecimientos otra vez en funcionamiento, y con menores ayudas al haber retomado la actividad. Desde el sector se ha transmitido que la política de aperturas y cierres han sido muy perjudiciales.

En el sector de los medios de comunicación, aunque no hubo directamente un cese de actividad, al ser consideradas actividades esenciales, sí que hubo una reducción significativa de los ingresos publicitarios tradicionales. Sin embargo, la publicidad en la web de los medios se mantuvo, pues la que tiene modalidad por visión de la web resistió mejor. En el caso de la prensa los ingresos también se redujeron por el cierre de quioscos (se estima que ha cerrado un 10%) y de la hostelería (que representa un 30% de la venta de ejemplares). La crisis del COVID-19 obligó a los medios de comunicación escritos la aceleración de la transición a los muros de pago a través del canal digital.

El incremento del endeudamiento ha sido uno de los resultados de la crisis financiera. Por ejemplo, en el sector de la distribución audiovisual (cines), el incremento del endeudamiento ha sido generalizado, cuando tradicionalmente había sido un sector saneado. Además de las ayudas directas y los ERTE, las condiciones favorables de los créditos ICO, las moratorias, etc. fueron una ventaja fundamental para poder hacer frente a los costes fijos, pero supone una carga para el futuro. Los meses de reapertura después del confinamiento no supusieron un incremento de los ingresos, pues al miedo al contagio por ser una actividad en recinto cerrado (salvo los cines de verano, que funcionaron muy bien) y por la falta de títulos en cartel. Dada la debilidad de la demanda, las distribuidoras retuvieron títulos para su estreno. La cuestión ahora es si el público volverá a las salas y si se podrá digerir el endeudamiento.

En los centros deportivos, especialmente en los gimnasios, el aumento del endeudamiento ha sido también importante. Sin embargo, a diferencia de otros sectores, el endeudamiento de partida antes del comienzo de la crisis ya era elevado. En los años previos a la crisis se expandieron nuevas cadenas de centros deportivos con estrategias de precios bajos y aperturas masivas de centros. La crisis ha puesto en dificultad a estas cadenas que ya antes de la crisis tenían una estructura financiera muy endeudada. En estos casos se han producido fusiones de algunas de estas cadenas y cierres de centros.

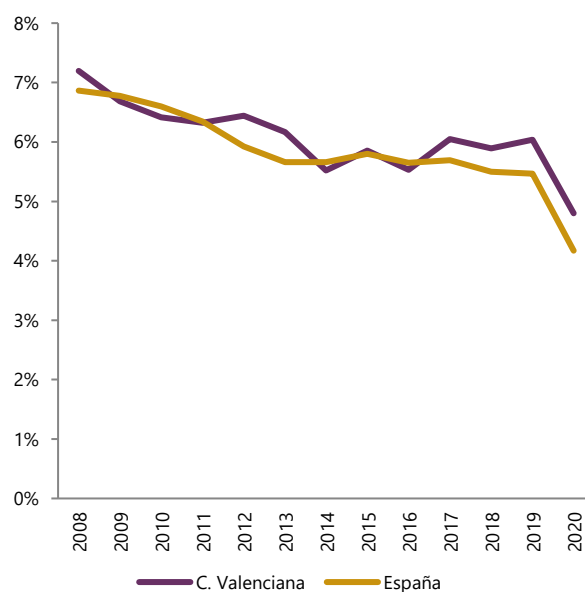
8.2. El problema de la demanda de productos culturales

¿Cómo es la demanda de productos culturales? ¿Cómo se puede incentivar?

Muchos de los segmentos culturales y creativos tienen una demanda reducida. En el **gráfico 8.3** se muestra la evolución del gasto de los hogares en bienes y servicios culturales. Claramente, el gasto en cultura representa cada vez un porcentaje menor del presupuesto familiar. Durante la Gran Depresión, entre 2008 y 2013, el gasto en cultura y ocio de las familias valencianas se redujo un punto porcentual, pasando del entorno del 7% del gasto total familiar al 6% desde ese momento. La crisis del COVID-19

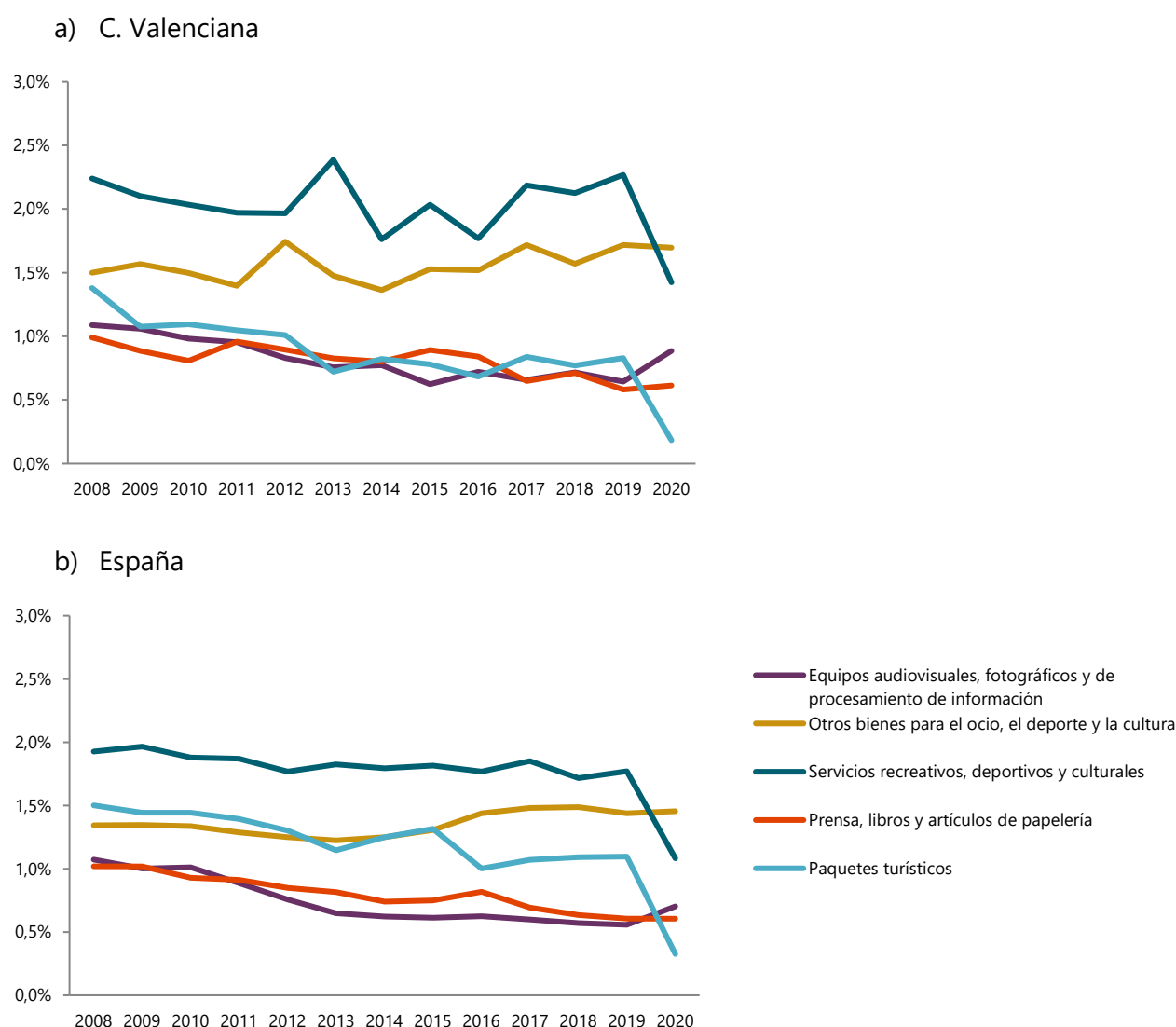
supuso una reducción acusada en el consumo de este tipo de bienes, situándose en el 5%. En el **gráfico 8.4** se muestra el peso sobre el total de gasto familiar de los distintos componentes que integran el gasto en cultura y ocio en la Comunitat Valenciana y en España. En todos los conceptos de gasto, ha habido una reducción paulatina del importe que se dedica a estas actividades, salvo en Otros bienes para el ocio, el deporte y la cultura. Esta rúbrica incluye ítems tan variados como gasto en mascotas, instrumentos musicales, equipo para el deporte, acampada y ocio, etc. El incremento del consumo productos culturales online durante la pandemia generó un aumento del gasto en Equipos audiovisuales, fotográficos y de procesamiento de la información. En sentido contrario, el consumo de Prensa, libros y artículos de papelería mantuvo con la crisis la tendencia decreciente que arrastraba durante todo el periodo. El consumo de Servicios recreativos, deportivos y culturales en la Comunitat Valenciana ha permanecido relativamente estable en valores ligeramente superiores al 2% del gasto en consumo total desde 2008, pero se redujo hasta prácticamente el 1,5% en 2020.

Gráfico 8.3. Peso del gasto de las familias en Cultura y ocio. C. Valenciana y España, 2008-2020 (porcentaje sobre el gasto total)



Fuente: INE (EPF).

Gráfico 8.4. Peso del gasto de las familias en Cultura y ocio por tipo de gasto. C. Valenciana y España, 2008-2020 (porcentaje sobre el gasto total)



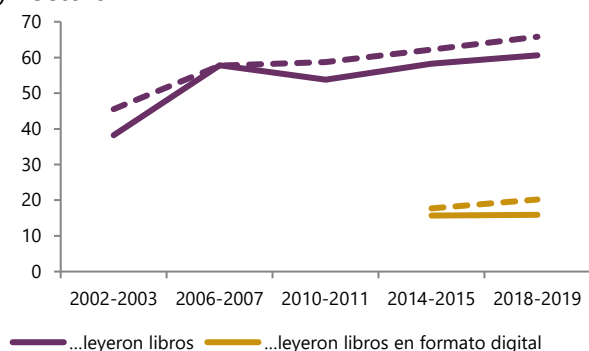
Fuente: INE (EPF).

De acuerdo con la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales del INE (**gráfico 8.5**), las prácticas culturales más extendidas entre los valencianos antes del comienzo de la pandemia eran la lectura (el 60,6% de las personas encuestadas habían leído libros en 2018-2019), el cine (58,9%) y escuchar música todos los días (58,5%). Con menor frecuencia, los valencianos visitaron monumentos (40,2%), visitaron museos (39,5%), asistieron a ferias (37,6%), a espectáculos deportivos (31,5%), y a conciertos en el último año (29,3%). En sentido contrario, solo una pequeña fracción de la población asistieron a la zarzuela, ópera, *ballet* o danza (12,1%) y sólo el 13% visitaron galerías de arte o el 19% acudieron al teatro. También llama la

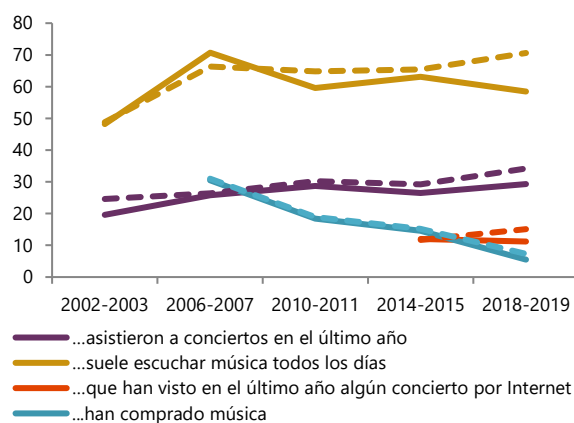
atención que tan sólo el 5,5% de los valencianos compraron música. En general, los hábitos culturales suelen ser bastante estables. Por ejemplo, entre 2006 y 2019 los hábitos culturales que más crecieron fueron la visita a museos (5,2 pp), la asistencia a conciertos (3,5 pp). En cambio, la mayor reducción en los hábitos se encuentra la compra de música (-25 pp) y su escucha todos los días (-12 pp). El caso de la música resulta llamativo, y está en línea de lo comentado anteriormente. La venta de música se ha reducido fundamentalmente y ya no es el pilar de este negocio, y en cambio ha aumentado la asistencia a música en directo.

Gráfico 8.5. Prácticas y hábitos culturales. C. Valenciana y España, 2002-2003/2018-2019

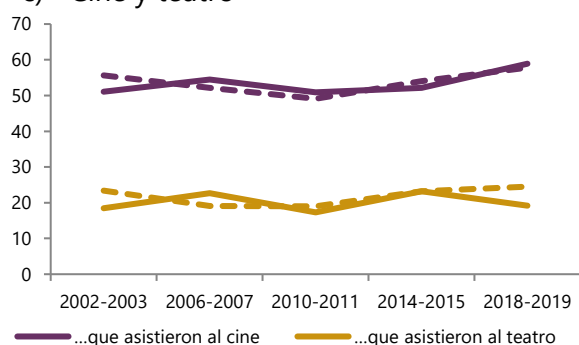
a) Lectura



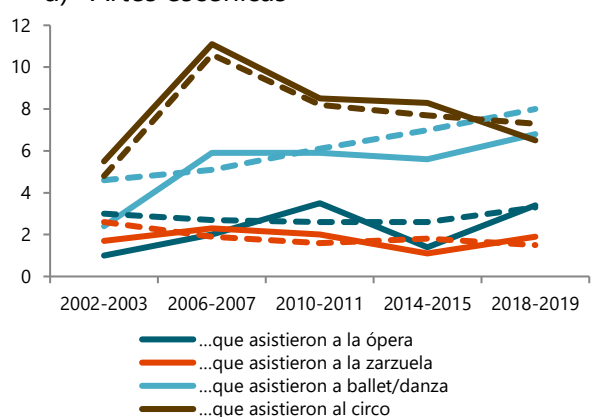
b) Música



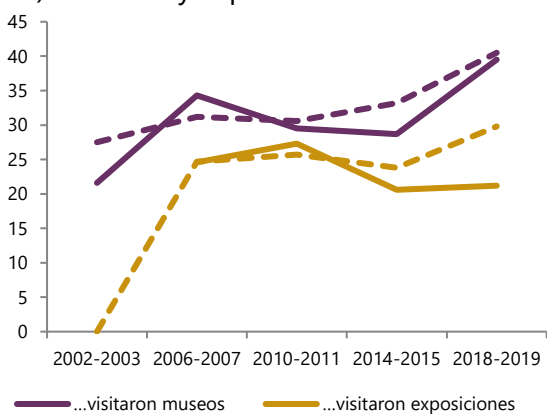
c) Cine y teatro



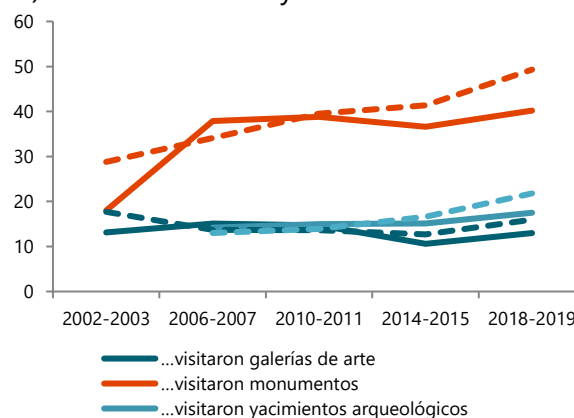
d) Artes escénicas



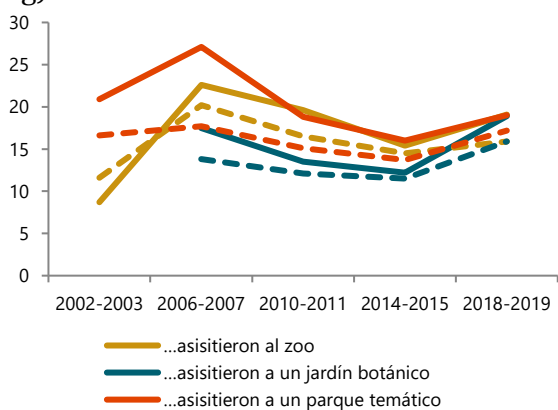
e) Museos y exposiciones



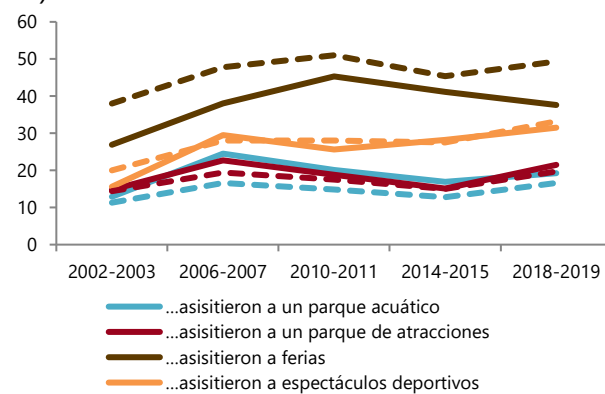
f) Galerías de arte y monumentos



g) Otras actividades culturales



h) Otras actividades culturales



Nota: Línea continua para la Comunitat Valenciana y línea discontinua para España.

Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (CULTURABase 2021c).

Por lo tanto, en muchos segmentos culturales la demanda es reducida, pues tienen un público objetivo limitado. Esto no quiere decir que se justifique una reducción del tamaño de los SCO, sino que debería haber políticas activas de educación para fomentar la demanda en el largo plazo, particularmente en los currículos escolares, al tiempo que se debería innovar en las medidas de promoción de la actividad cultural y de ocio, para que cada vez llegue a más segmentos de la población. La cultura no ha de trabajar solo para los especialistas, sino que se debe abrir a toda la sociedad. Son necesarias estrategias innovadoras (de tipos de productos culturales, de marketing, comunicación, etc.) que consigan acercar la cultura a los ciudadanos y que se cree un vínculo para que los espacios culturales sean centros de vida ciudadana. Se ha de poner en valor las actividades culturales como la sensación de experiencia en vivo, que es una diferencia sustancial con respecto a otras actividades, especialmente las digitales. Una propuesta recurrente para esto es el uso de bonos mixtos para el consumo de bienes culturales, por los que por cada euro del bono que el ciudadano paga, la administración contribuye con otra cantidad. Las galerías de arte son también espacios públicos para la difusión de la cultura, que en muchos casos son considerados como entornos elitistas. Mayor apoyo para potenciar su labor de difusión y de espacio abierto de cultura también debería ser potenciado. En el caso del deporte, desde el sector se reclama una medida sencilla y que no necesitaría ni siquiera dotación presupuestaria, dada la oferta deportiva a bajo coste, como es la receta deportiva en el sistema sanitario. La idea es inducir o potenciar que los profesionales sanitarios prescriban en caso necesario directamente la necesidad de realizar ejercicio físico, además de campañas de concienciación sobre la importancia del deporte. Por último, es una demanda generalizada el IVA cultural reducido en todos los ámbitos.

8.3. Modelos de negocio

¿Qué formas de generación de ingresos existen en el SCO? ¿Qué implicaciones tiene la mayor orientación a los ingresos del sector público frente al mercado? ¿Es relevante esta distinción?

Un elemento que determina las diferencias entre los dominios son los modelos de negocio, o de la estructura de ingresos. En términos muy generales, se pueden clasificar los dominios culturales en tres bloques dependiendo de las fuentes de ingresos en las que basan su actividad: 1) aquellos orientados a actividades profesionales del sector de mercado (diseño, arquitectura, publicidad, ocio); 2) dominios en los que las ayudas públicas son la fuente de ingresos más importante (artes visuales, artes plásticas y escénicas, patrimonio cultural y natural, etc.); 3) dominios mixtos, en los que los ingresos de los usuarios son una parte importante, pero también se apoyan en las ayudas públicas (libros, medios audiovisuales y multimedia, o la música). Por ejemplo, la música tiene unos ingresos derivados de la venta directa, que se ha reducido sensiblemente, como ya se mostró, de la venta de derechos de propiedad y de las actuaciones en directo. Los dos primeros componentes dependen del mercado, pero en el tercero la contratación de ayuntamientos, fundamentalmente etc. es importante también.

Los sectores más orientados a actividades profesionales y al mercado, y en los que la tecnología ha penetrado más, se encontraban con mejor salud económica y financiera antes de la crisis, el tamaño empresarial era algo más elevado, dentro de lo que suele caracterizar al SCO, y la temporalidad y precariedad menor. De hecho, algunos de ellos, como ya se comentó, lograron niveles de actividad a finales de 2020 superiores a los de 2019. Por ejemplo, en el sector del libro o del diseño, particularmente en los ámbitos de diseño gráfico de producto digital, han conseguido superar la crisis con niveles de actividad superiores a antes de la pandemia. El sector del diseño, la arquitectura y la publicidad son sectores de demanda fuerte por la necesidad de mejorar la innovación de productos, procesos e imagen de las empresas, el diseño de servicios, así como por la emergencia de la

sostenibilidad y el desarrollo de la economía circular. En este tipo de sectores la crisis sanitaria, pese al reto fenomenal que ha supuesto, ha sido un catalizador de la transformación digital. El sector del diseño valenciano es un ejemplo de una dimensión de las actividades culturales y creativas en las que la Comunitat Valenciana es un referente. El sector está también conformado por pequeñas empresas, pero que no son trabajadores autónomos, sino formas jurídicas societarias. Es un sector solvente, no excesivamente endeudado al requerir reducidas inversiones para su funcionamiento (local y equipos informáticos). Tiene su principal hándicap en las habilidades directivas y de gestión empresarial, en línea con lo que más adelante se describe como un problema genérico de todo el SCO. De acuerdo con la información recabada, en muchos casos no se aspira a crecer por voluntad de los diseñadores de no separarse de la esencia del trabajo (diseño) y pasar a dedicarse de la gestión. La internacionalización también es un reto, aunque el sector se encuentra ante una excepcional oportunidad con la capitalidad del diseño. Las ayudas para la participación en ferias, y el contacto con prescriptores (profesionales que conocen el mercado del diseño en países objetivo) son fundamentales.

Sin embargo, entre los sectores que más han sufrido la crisis dentro del SCO se encuentran los que dependen de la presencialidad y de los ingresos públicos: sector de la música, artes plásticas y escénicas. Las administraciones públicas han actuado para intentar mantener los ingresos de los profesionales de estos sectores, pero fue una tarea difícil y complicada de gestionar. En primer lugar, porque no existía información sobre el número de personas perteneciente al sector. La intermitencia de los contratos, la temporalidad y la atomización característica del sector hacía que no se supiese el total de personas afectadas, por lo que fue complicado valorar la cuantía del apoyo que se necesitaba. De hecho, no había constancia de la dimensión del sector, al no existir ningún censo de profesionales. Las estadísticas relativas a la dimensión del sector cultural y creativa son escasas y con importantes retrasos en su publicación. La disponibilidad de buenos datos es el primer paso para guiar buenas políticas, ya que permiten la

identificación de los problemas (OVC 2021, con datos que incluyen información generalmente hasta 2018).

En segundo lugar, estos sectores dependen de las exposiciones, obras y montajes contratados con instituciones, y de las ayudas públicas, por ejemplo, de la Generalitat Valenciana y ayuntamientos. La Mesa de Artes Escénicas y la Música COVID-19, agrupación que aglutinó al sector en España durante la pandemia, realizó una propuesta de actuación reclamando medidas extraordinarias para salvaguardar las artes escénicas y la música. Entre estas medidas destacaban que no se cancelasen las actuaciones contratadas o acordadas entre partes pendientes de formalizar, y que no se perdiesen las consignaciones presupuestarias, entre otras. Legalmente, esto es complicado, pues si no se realiza la actividad, la administración pública no puede hacer efectivo el pago de un trabajo o prestación de servicio que no ha existido.

En general, las distintas administraciones públicas sí que implementaron mecanismos para garantizar que las ayudas que estaban comprometidas llegasen al sector. Por ejemplo, la Generalitat Valenciana anticipó los importes de las subvenciones, permitió incrementar ayudas hasta los máximos de la convocatoria, y flexibilizó los procedimientos de ejecución y justificación (Generalitat Valenciana 2020). Sin embargo, para las corporaciones locales, que ya se mostró que son la principal administración pública en cuanto al gasto en cultura y ocio, no siempre fue así, y dependió de cada municipio. En algunos casos se aplazaron las actividades programadas, mientras que en muchos fueron canceladas directamente, con el perjuicio económico para los profesionales del sector. Como se comenta a continuación, con mucha frecuencia, particularmente en el ámbito local, los acuerdos para la realización de actividades son informales y no se sustancian contractual o laboralmente hasta el momento concreto de la realización del evento, por lo que muchas actividades no fueron realizadas. En el caso de la danza, por ejemplo, esto fue la norma general. En cambio, en las artes plásticas, el Consorci de Museus de la Generalitat Valenciana convocó un programa de ayudas públicas para la

regeneración de los trabajadores digitales (*Cultura online*), se pospusieron las actividades y no se canceló ninguna actividad contratada.

A nivel autonómico se mantuvieron reuniones para implementar medidas para dar soporte al sector. Los profesionales de las artes escénicas, plásticas y de la música podrían acogerse a las ayudas genéricas para todos los sectores: créditos ICO para soporte financiero, ERTE para el mantenimiento del empleo, así como las ayudas para los autónomos. Sin embargo, finalmente se optó por continuar con el esquema de apoyo al sector basado en las subvenciones públicas competitivas a través del Institut Valencià de Cultura con la publicación en junio de 2020 de la convocatoria anual de este tipo de ayudas. Aunque desde el sector se reconoce la importancia capital de estas ayudas para la existencia de un sector de artes escénicas en la Comunitat Valenciana, pues son las que realmente vertebran el sector, se reconoce que la implementación de estas ayudas no está alineada con los requisitos del sector para poder crecer y desarrollar una industria sólida a largo plazo, y menos en el periodo de crisis que se ha vivido.

El motivo principal para esto es el diseño administrativo de las ayudas. De forma muy sintética estas ayudas se convocan a principio de año, en 2020 fue en junio, para financiar las actividades artísticas objeto de la convocatoria. El proceso de solicitud, tramitación, evaluación y concesión hace que hasta bien entrado el ejercicio no se conozcan los beneficiarios de las ayudas. Sin embargo, en la convocatoria se establece que la actividad tiene que realizarse antes de final de año (30 de noviembre en el 2020). La realización de la actividad, por ejemplo, en artes escénicas, implica estrenar en teatro la obra. Durante todo el periodo de pandemia las restricciones a actividades culturales implicaron que no se pudiera estrenar las producciones. Ahora bien, la flexibilización de las formas de justificación palió esto. Por ejemplo, se permitió como justificación la grabación en video de la obra.

Sin embargo, el principal problema asociado al procedimiento de las ayudas es que genera un periodo muy breve entre que se concede la subvención y la implementación de esta. Esto

significa que la realización de la actividad cultural tiene que ser llevada a cabo con cargo a la financiación de los productores y con la incertidumbre relativa a si finalmente se recibirá o no la ayuda. Por lo tanto, las compañías culturales tienen que autofinanciar las promociones. Como se ha justificado en secciones anteriores del informe, existen motivos estructurales por los que este sector tiene dificultades para el acceso a la financiación ajena (información asimétrica, reducido tamaño de las empresas, incertidumbre sobre el éxito de la actividad, etc.) y que existe un porcentaje elevado de empresas financieramente restringidas. Por lo tanto, la financiación de las nuevas actividades depende fundamentalmente de la capacidad de las empresas del sector de haber generado recursos internos en obras o espectáculos anteriores que permitan financiar nuevas propuestas, o del acceso a fuentes alternativas de financiación (*family, friends and fools, crowdfunding*, etc.). Téngase en cuenta que la rentabilidad en general de las SCO elevada en las grandes empresas o en las más competitivas, pero no en la mayoría de ellas, por lo que la autofinanciación tampoco permite afrontar grandes retos.

Existen problemas adicionales en relación con el sistema actual de ayudas derivadas del uso de factores que priman la objetividad en la adjudicación de las mismas. En la medida que la calidad de una propuesta cultural no siempre es objetivable, se generan problemas varios. Por ejemplo, un criterio de valoración de las ayudas es el número de actores en la obra. Otras consideraciones más subjetivas son difíciles de valorar, pero pueden ser más indicativas de la calidad de la propuesta. La profesionalización de las comisiones de concesión de las ayudas sería un gran avance.

Por tanto, el mecanismo por el que se desarrollan las ayudas contribuye a la perpetuación de una estructura de pequeñas empresas a las que le cuesta crecer y desarrollar una actividad continuada en el tiempo. Incluso, en el caso de que una determinada propuesta artística finalmente no reciba la ayuda, significa pérdida del patrimonio personal de los promotores, contribuyendo a la precariedad en el mundo cultural. Para paliar este efecto, desde el sector se

reclama la programación de las ayudas a plazo más largos y no únicamente anual. También se reclama que desarrollen los mecanismos de ayuda teniendo en cuenta las peculiaridades del sector cultural, y no con los mismos mecanismos de convocatoria, concesión y ejecución de ayudas de otros sectores de actividad.

Por lo tanto, determinados sectores, como en el caso de las artes escénicas, artes plásticas, etc. necesitan la ayuda y el apoyo del sector público. Sin embargo, muchas veces se considera que este apoyo tiene que basarse en incrementar las dotaciones presupuestarias al sector. Sin duda, mejorar el presupuesto asignado siempre será bien recibido, pero también hay que mejorar los procesos de ejecución presupuestaria y el diseño de las ayudas. En el primer caso, se tiene que garantizar que existe capacidad administrativa para ejecutar el presupuesto asignado, y que no se quede, como sucede actualmente, entre una cuarta parte y un quinto presupuesto por asignar. Los mecanismos de ayuda también deberían alinearse a las necesidades del sector con una visión de largo plazo y una planificación estratégica conociendo y determinando que tipo de sector cultural se desea. La reducción de la atomización, el aumento del tamaño de los agentes culturales, y la creación de una base de empresas financieramente solventes en el largo plazo debería ser un objetivo.

Las ineficiencias en los procesos administrativos y las dificultades de agotar el presupuesto comprometido quedan patentes en un ejemplo transmitido por el sector de las editoriales. La Generalitat concede subvenciones para la adquisición de libros por parte de los ayuntamientos (bibliotecas, etc.). Esta ayuda, según argumentan suele quedarse entre un 30% y un 50% sin ejecutar por tres motivos: 1) son solo ayudas para la red de bibliotecas públicas, por lo que instituciones públicas o privadas que no pertenecen a la red no pueden acceder; 2) porque los ayuntamientos no son conscientes de la convocatoria de la ayuda; 3) pero también porque no cumplen el requisito mínimo de un 30% de los libros en valenciano. Los ayuntamientos, por no actuar estratégicamente pierden el 100% de la ayuda en lugar de optar únicamente al porcentaje que permitiría según la petición de libros en

valenciano, o la Generalitat Valenciana no ejecuta toda la ayuda por el importe que correspondería a la petición de libros en valenciano.

La propia legislación de contratación administrativa genera problemas para la potenciación del sector de distribución minorista de la cultura, de acuerdo con los profesionales del sector. La legislación de contratación pública impide que se puedan hacer compras recurrentes en, por ejemplo, librerías locales al ser consideradas como fragmentación de contratos si se superan determinados umbrales. En el caso de entornos rurales, donde apenas hay librerías locales, se obliga a realizar compras en otras librerías de fuera del municipio para nutrir las bibliotecas. Por tanto, no siempre se puede favorecer desde la administración pública la existencia de comercios locales de productos culturales.

En las entrevistas mantenidas con el sector también se ha insistido en la importancia de una mayor coordinación entre administraciones públicas. Crear un mercado con dimensión relevante para que puedan desarrollarse las iniciativas culturales es fundamental, como por ejemplo, la potenciación y desarrollo de iniciativas como el *Circuit Cultural Valencià*. Actualmente el Circuit cuenta con una red de dos universidades y 89 ayuntamientos, de los 542 valencianos (243 mayores de 2.000 habitantes y 157 mayores de 5.000 habitantes). Además del efecto de ampliación y coordinación del mercado, la red también debería ser un instrumento para evitar la exclusión cultural. La actividad cultural se concentra en los grandes núcleos urbanos de la Comunitat Valenciana, y no llega por igual los municipios de dimensión más reducida. La potenciación y la extensión de la red permitiría, además, establecer criterios que garantizaran las buenas prácticas en la relación con los artistas y que se redujera su precariedad.

Para que el funcionamiento de esta red sea efectivo, tiene que servir de coordinación de las actividades culturales, al tiempo que garantiza la autonomía y capacidad de decisión de sus miembros. Aquí tienen relevancia dos aspectos. Primero, un consenso político a nivel de la Comunitat Valenciana que determine las

directrices básicas que debería guiar la política cultural en la Comunitat Valenciana para que pueda ser transversal en todo el territorio y se unan un mayor número de municipios, independientemente del partido político que lo gobierne. La coordinación entre administraciones públicas es fundamental.

Debería darse más protagonismo en la programación a los gestores culturales profesionales. Desde el sector, tanto de los gestores culturales, como desde los propios profesionales del SCO, suele ser una crítica habitual la injerencia política en las decisiones del ámbito cultural. Se insiste en que la gestión cultural no debe haber injerencia personal de los políticos o de los directores de los museos, centros culturales, etc. Se tiene que dejar a los profesionales la selección de actividades, evaluación de las ayudas, etc. Se tiene que garantizar la igualdad de oportunidades bajo criterios estrictos de profesionalidad. Eso sí, las directrices que deben ser estos deben estar alineadas con la potenciación y desarrollo estratégico del sector. A la hora de programar siempre está la diatriba de contratar a quién se sabe que va a llenar un teatro (gran compañía en gira nacional, por ejemplo), frente a la programación de compañías emergentes. Lograr un equilibrio adecuado en estos aspectos es la labor precisamente de los gestores culturales profesionales.

También hay margen de trabajo en el desarrollo de nuevas estrategias de marketing, o de micro-marketing aprovechando las nuevas tecnologías y las redes sociales. El Centre Cultural del Carmen-Consorci de Museus, por ejemplo, ya ha trabajado con nuevas estrategias de micromarketing para atraer a jóvenes a sus actividades con resultados muy positivos. Desde los distintos sectores se señala que las instituciones públicas se impliquen más en la promoción y publicidad de las actividades. Las compañías intentan realizar sus propias campañas, pero dada su reducida dimensión, en general, no tienen demasiado alcance. Las instituciones públicas, en especial si están agrupadas en red, podrían tener un rol más activo en la promoción. En muchas ocasiones quedan en manos de las propias compañías, que dada su escasa dimensión no tienen capacidad real.

En el sector editorial hay necesidades del apoyo público e incremento de las dotaciones presupuestarias. Desde el sector se detecta una falta de colecciones didácticas en valenciano, orientada a un público juvenil que permitiría aumentar la base de lectura y la difusión del valenciano. También se apunta que la renovación de fondos en bibliotecas públicas sería un aliciente para las editoriales.

8.4. Fragmentación, heterogeneidad y precariedad en el sector

¿Cómo se puede reducir la fragmentación y la precariedad del sector?

Como se ha mostrado ya, en los dominios SCO dominan las pequeñas empresas, los trabajadores autónomos, los falsos autónomos y los trabajadores laborales de muy corta duración (trabajadores en régimen laboral, temporales que son contratados por cortos periodos de tiempo en actuaciones, montajes o giras). La estructura tan atomizada genera una gran debilidad en el sector como un todo, y una acusada precariedad en los trabajadores, incluso en aquellos dominios donde el principal demandante de los servicios culturales es la administración pública. De hecho, como se mostró anteriormente, incluso antes de la crisis sanitaria, el porcentaje de empresas financieramente vulnerable y con problemas de liquidez era elevado. Los ritmos de entrada y salida de empresas también son muy elevados en este sector.

Las relaciones laborales en el sector suelen ser en muchos casos por la duración del proyecto y/o a tiempo parcial, e incluye una serie de servicios como iluminación, sonido, etc. que son realizados por profesionales externos y que son también contratados a tiempo parcial. Por tanto, esta temporalidad y elevado porcentaje a tiempo parcial en los proyectos genera un flujo de ingresos intermitentes, por varios pagadores, etc. Los trabajadores no tienen garantizado un flujo estable de ingresos y suelen estar gravados fiscalmente como si fuesen permanentes, por lo que suele ser un sector el que existen muchos trabajadores que tienen que realizar otra actividad para poder subsistir. La pandemia ha supuesto un revés en este tipo de trabajadores, pues se ha reducido su flujo de ingresos e

incluso se puede estar produciendo una fuga de talento del sector. Las dificultades para prosperar en el SCO actualmente posiblemente hayan generado que agentes culturales con proyección hayan tenido que salir sector.

Tanto por el amplio abanico de actividades culturales, como por la variedad de profesionales que participan en los proyectos culturales y creativos (creadores, artistas, iluminación, músicos, guionistas, técnicos de sonido, de imagen, etc.) existen multitud de interlocutores y asociaciones profesionales. Esta dispersión genera que sea complicado defender los derechos del sector de forma unitaria. Los problemas de representatividad en algunos de los subsectores son también relevantes. Otro problema adicional es la del intrusismo en el sector por parte de trabajadores que no se dedican profesionalmente a estas actividades (que, por ejemplo, es su segundo trabajo), pero que contribuyen al mantenimiento de los salarios bajos. En el caso del deporte es un problema muy habitual, pues existen muchos entrenadores, monitores, etc. que realizan actividades a tiempo parcial y están dispuestos a reducir su sueldo o incluso a trabajar en la economía sumergida. Esto presiona a la baja el salario de los trabajadores profesionales del sector. Del mismo modo, en la Artesanía, existe un problema de competencia desleal por parte de empresas no artesanales o de importadores que reducen la calidad del producto, y el precio, y compiten directamente con el producto artesanal que está minando el futuro del sector.

Por tanto, el sector se caracteriza en general por los reducidos ingresos, falta de representatividad y condiciones laborales bastante precarias. En el SCO se lleva años reclamando que se apruebe el Estatuto del Artista, para adaptar la realidad laboral a las características del sector. La falta de esta legislación básica que regule la situación del artista continuará perpetuando la precariedad del sector, y potenciará la economía sumergida. Los trámites para la aprobación de este Estatuto están siendo muy lentos, pues el 20 de junio de 2018 el Boletín Oficial de las Cortes publicó el informe de la subcomisión para la elaboración del Estatuto del Artista, con una propuesta de contenido sobre el mismo,

pero no ha sido hasta el Real Decreto 639/2021 de 27 de julio cuando se creó la Comisión Interministerial para su desarrollo. La propuesta realizada por la Comisión encargada en el Congreso de los Diputados se basa en una serie de recomendaciones para garantizar que la legislación laboral, fiscal y de protección de los derechos de los artistas se adapta a la dinámica existente en el sector en lugar de tener que ser regidos por la legislación común pensada para otros sectores de actividad. Muchas de las medidas que incluye tienen como punto de partida la consideración de que el trabajo de los artistas es intermitente e irregular, ya que se generan ingresos en momentos o periodos determinados, pero que también se suceden momentos de inactividad. La propuesta ofrece algunas alternativas, como adaptar el cálculo de los ingresos de los artistas mediante procesos de medias móviles de varios años, para alisar esta irregularidad en los ingresos, promediar los tipos impositivos o exenciones a las rentas irregulares. También se incluyen medidas para ampliar los gastos fiscalmente deducibles para los artistas, la rebaja del tipo impositivo del IVA del tipo general al tipo reducido, medidas de protección laboral y de Seguridad Social con el objetivo de mejorar la representatividad sindical del sector, lucha en contra del falso autónomo, la mejora de la normativa laboral que regula la actividad de los artistas, mejorar la cobertura en materia de prestaciones, retenciones y cotizaciones, así como garantías para las artistas en caso de embarazo, entre otros aspectos.

El Estatuto del Artista debería ayudar a mejorar la situación de los profesionales del sector, pero también tiene que aumentar la concienciación del respeto hacia el trabajo del profesional cultural y creativo. En muchas ocasiones no se valora su trabajo y se considera que parte de la actividad no tiene que ser remunerada. Por ejemplo, frecuentemente, se piensa que los artistas plásticos no deberían cobrar por realizar una exposición, ya que se considera que con la publicidad que recibe de la exposición ya debería ser suficiente, o que los ayuntamientos hacen un favor a compañías de arte escénico por contratar a una determinada compañía, ofreciendo rebajas a la retribución que les ofrecen. Debería haber medidas de concienciación,

especialmente en lo referente a la contratación pública para dignificar al artista/profesional de la cultura y que fuesen retribuidos dignamente por su trabajo. De nuevo, la profesionalización de los agentes culturales es esencial en este aspecto.

8.5. Dimensión de las empresas y agentes del SCO

¿Qué barreras existen para el crecimiento empresarial del sector? ¿Cómo podría aumentar?

En general el problema del crecimiento empresarial no es exclusivo del sector cultural y creativo. Es común a la todos los sectores productivos valencianos. Generalmente en España esto suele achacarse a una excesiva regulación y a elevadas travas administrativas, a una falta de voluntad emprendedora, a la necesidad de mayor formación de los cuerpos directivos, al elevado peso de la empresa familiar y la no separación de la propiedad de la gestión de la empresa, y muy especialmente las barreras a la financiación. Pero, en esencia, en el SCO se da una baja productividad que impide el crecimiento de las empresas y de los agentes culturales.

En el caso del SCO se dan también este conjunto de situaciones. Ya se ha insistido en las dificultades de las empresas y agentes del sector para obtener la financiación necesaria, bien por la incapacidad de generar rentabilidad suficiente de su actividad, como por la posibilidad de acceder a fondos ajenos. También se ha comentado el efecto de la dependencia de la financiación pública sobre el desarrollo de actividades y el crecimiento de las empresas. En esencia se produce un círculo vicioso por el que las empresas y agentes del sector tienen dificultades para lograr una financiación estable de sus actividades en el medio y largo plazo, viéndose restringidas en muchos casos a las ayudas públicas. La dependencia de las ayudas públicas en su formato actual impide el crecimiento y la planificación a largo plazo, por lo que perpetúa las limitaciones a la obtención de financiación ajena. El acceso a la financiación es, por tanto, un problema importante para este sector. Lo ideal sería contar con financiación privada por los canales más tradicionales (sector bancario), pero también

por canales adicionales como mediante mecenazas, o por otros más alternativos como el *crowfundig*, etc.

Otra de las características del SCO es la falta de habilidades y formación en gestión empresarial por parte de los profesionales del sector. Cuando la dimensión de los agentes culturales es tan reducida no se suele disponer de departamentos que se dediquen a la realización de los trámites burocráticos para la solicitud de ayudas, para la elaboración de un plan de negocio o plan estratégico de crecimiento empresarial, o para realizar una gestión económica lo más eficiente posible. La mejora de las habilidades de gestión es un elemento que claramente limita el potencial de crecimiento de las empresas. Los agentes culturales son los que habitualmente se ponen al frente de estos aspectos sin ser especialistas, y cuando deberían estar centrados en el proceso creativo. De hecho, en prácticamente todos los ámbitos en los que se han realizado entrevistas a agentes del sector, ha habido una consideración unánime sobre la excesiva carga administrativa que conlleva la gestión y administración de proyectos culturales, tanto para los trámites administrativos del día a día, como para la gestión de subvenciones y ayudas. Por ejemplo, en el dominio de las artes escénicas cuando una pequeña compañía realiza actuaciones suele ser contratada laboralmente por parte del ayuntamiento, teatro o institución que contrate el evento, pero por el día de la actuación. Esto genera un trámite administrativo de alta y de baja en la Seguridad Social que tiene que ser realizado por el profesional.

En suma, el SCO adolece de unas características estructurales que lo hace especialmente vulnerable debido a su atomización, el reducido tamaño de las empresas y resto de agentes culturales, y la precariedad de sus trabajadores. Es por ello, que las medidas de apoyo al sector deberían promover la cultura y las actividades del ocio por sus externalidades sobre el crecimiento y la innovación, pero también por las medidas sobre el bienestar, calidad de vida y salud de los ciudadanos. Sin embargo, estas medidas no deben ser generalistas, sino que deben ir encaminadas hacia un sector cultural, creativo y del ocio en el que las empresas puedan crecer y

llegar a un tamaño con el que les sea más fácil sobrevivir y mantener un nivel de actividad. Uno de los objetivos debería ser, no tanto de disponer de lo que se conoce como campeones nacionales, o sectoriales, que también ayudaría, sino que el tejido productivo tenga una base de empresas de tamaño intermedio que garantice la continuidad de las actividades culturales. Se trata de lograr que se establezcan grupos consolidados que articulen y estructuren la actividad cultural.

Al mismo tiempo, se ha de apoyar la carrera de los artistas emergentes en todas las dimensiones (libro, artes plásticas, escénicas, etc.), para que tengan posibilidades de crecer y desarrollarse profesionalmente. El talento tiene que fluir de las nuevas generaciones, y deben tener la posibilidad de desarrollar sus carreras. Al mismo tiempo, la política cultural tiene que discriminar entre los artistas, profesionales y agentes culturales que se encuentren a media carrera los que tienen posibilidad de llegar a consolidarse en el medio plazo de los que irremediablemente terminarán saliendo del mercado. De acuerdo con algunos de los profesionales del sector entrevistados, hay que tener en cuenta la generación de excesos de capacidad en el sector, y que las subvenciones y ayudas públicas no perpetúen estructuras sin recorrido futuro y drenen recursos para otros agentes más dinámicos y con más posibilidades. Hay profesionales del sector que incluso consideraba que en el sector cultural valenciano hay, o al menos había antes de la crisis del COVID-19, un exceso de capacidad. Las ayudas no han de ser un reparto generalizado, sino deben seguir con directrices concretas para favorecer unos objetivos estratégicos de medio y largo plazo.

La subvención tradicional con la que se articula el sistema cultural valenciano es necesaria, pero tiene que complementarse con medidas adicionales. Por ejemplo, el sector audiovisual valenciano y de las artes escénicas se vería impulsado por una estrategia decidida de desarrollar películas o series de ficción de calidad. *Apunt* en esto tendría un rol fundamental, de acuerdo con los profesionales del sector. Una buena selección de unos proyectos de ficción que permitiesen aprovechar las infraestructuras y medios

técnicos (profesionales y materiales) existentes, y las ventajas de localización en la Comunitat Valenciana, permitiría desarrollar una industria audiovisual. También se propone crear una escuela de cinematografía centrada en el guion y en la dirección. Del mismo modo, en el sector editorial ha habido éxitos literarios recientes que no han traspasado las barreras del mercado valenciano. Ayudas para la traducción y distribución en otros idiomas para mercados más amplios también facilitaría el crecimiento editorial valenciano. Desde el sector también se vería positivo el impulso de un *star system* valenciano, que visibilizase y atrajese público a los espectáculos, a las librerías, etc. El papel de las políticas de marketing es importante. Desde el sector de la distribución del cine también se percibe la necesidad de buscar agrupaciones entre las salas de distribución a nivel nacional y europeo para buscar sinergias en la distribución y poder acceder a los fondos europeos disponibles.

8.6. Digitalización

¿Está preparado el SCO valenciano para la digitalización?

Buena parte de las actividades del sector se encuentran bajo los efectos de una transformación digital disruptiva. En la música, el sector audiovisual, la prensa y el sector editorial, las nuevas tecnologías y canales de distribución los están cambiando radicalmente. En todos estos sectores, las medidas de apoyo para la transformación digital son necesarias. En el sector de la prensa escrita tradicional tienen que cambiar toda su estructura para adaptarse al modelo híbrido de formato en papel y muros actualizados en Internet, donde el video tiene una mayor relevancia frente al texto escrito. En el sector del cine, los nuevos sistemas de proyección y de audio tienen vidas útiles muy cortas y las inversiones en equipos son cada vez más necesarias y frecuentes. Sin embargo, desde el sector se duda que se puedan hacer frente a estas mayores necesidades tecnológicas sin ayudas públicas, dado el incremento del endeudamiento que se ha producido en el sector.

La digitalización está llegando a todos los dominios. Existen también barreras a la adopción de

nuevas herramientas de distribución digitales por miedo a la piratería. Por ejemplo, el libro electrónico en las editoriales valencianas no termina de implantarse precisamente por las reticencias a la piratería. La pandemia ha mostrado que el mundo digital facilita la distribución de productos culturales y creativos a un público más amplio. Sin embargo, el escepticismo surge de las dudas sobre la forma de monetizar todos estos contenidos.

Uno de los retos más importantes de la digitalización se deriva del desarrollo de sistemas justos de cobro de los derechos de propiedad intelectual de los creadores. La emergencia de las grandes plataformas de contenidos genera sistemas de remuneración complicados en los que el creador se encuentra en inferioridad de condiciones en comparación con la plataforma, que goza de poder de mercado. No existe todavía una legislación clara que proteja al creador, garantice estos derechos de propiedad intelectual, que sea transparente y que no existan sesgos en los algoritmos utilizados por las plataformas. Por supuesto, la piratería es un caso externo de apropiación indebida de estos derechos e ingresos de los creadores.

En el sector del cine no se ve como amenaza las plataformas, por la experiencia del cine en vivo

es distinta a la de la pequeña pantalla en la que se ven en las plataformas. Además, los ensayos de las plataformas de estrenar simultáneamente en salas y plataformas no han sido exitosos. Sin embargo, para el sector sí que es una amenaza el poder de mercado de las grandes distribuidoras, que se llevan un porcentaje elevado, en comparación con otros países. En el sector de la prensa también se quejan del monopolio de la distribución de la prensa escrita en manos de los quioscos, que tienen la exclusiva. Esto está provocando que, con el cierre de quioscos, especialmente en entornos rurales, aumente la «exclusión periodística» de estos entornos.

En el dominio editorial y del libro la digitalización y las nuevas tecnologías también ha tenido un gran efecto disruptivo. En primer lugar, la distribución de las librerías online está afectando a las tradicionales, que tuvieron que reaccionar rápidamente con el confinamiento para ofrecer sus servicios a distancia. En este ámbito se requiere el apoyo del sector público para la transformación digital de las librerías. El papel de las editoriales también se ha visto resentido, pues los costes de edición se han reducido significativamente. Cada vez requiere menor inversión y siendo posible incluso la autoedición.

9. SÍNTESIS DE PROPUESTAS

La cultura no ha de trabajar solo para los especialistas, sino que se debe abrir a toda la sociedad. Son necesarias estrategias innovadoras (de tipos de productos culturales, de marketing, comunicación, etc.) que consigan acercar la cultura a los ciudadanos y que se cree un vínculo para que los espacios culturales sean centros de vida ciudadana. Se ha de poner en valor las actividades culturales como experiencia en vivo, que es una diferencia sustancial con respecto a otras actividades, como las plataformas. La financiación pública del SCO se fundamenta en las características de bien público que presenta, ya que ofrece unos beneficios sociales superiores a los que se derivan directamente de su implementación directa. La recuperación posterior a la crisis del COVID-19 debe venir también acompañado de una reestructuración de cómo se articulan las medidas de apoyo al sector. Es necesaria una visión más a largo plazo y con una perspectiva de la dimensión óptima de cada uno de los segmentos. Hay ejes de actuación importantes, como el planeamiento estratégico y de información precisa del sector, el incremento de la demanda, el crecimiento empresarial, la reducción de la precariedad, y la transformación digital. Se identifican problemas asociados al SCO, independientemente que sean competencia o exista margen de actuación de autoridades locales, regionales, nacionales o supranacionales. A continuación se describen las principales propuestas que emanan del análisis realizado y que se sintetizan en el **cuadro 9.1**.

Planeamiento estratégico y necesidades de información

Las autoridades, junto con los profesionales del sector, necesitan realizar una reflexión que permita el establecimiento de un planeamiento estratégico a largo plazo con unos objetivos de qué se espera que sea el SCO valenciano dentro de unos años. Este horizonte estratégico es el que tiene que guiar las políticas concretas que se implementen. Al mismo tiempo, para poder valorar las necesidades precisas del sector, planificar las estrategias y medidas, y evaluar el cumplimiento de los objetivos estratégicos es necesario que exista información precisa de la situación del sector. Es necesario que se invierta en información estadística que permita conocer mejor al sector. El *Observatori Valencià de la Cultura* lleva años sin actualizarse, y la última gran encuesta sobre los hábitos culturales de los valencianos hace referencia a 2017. La información del SCO solo se publica con bastante retraso, y no existen censos que permitan conocer la dimensión real del sector. Invertir en información y en conocimiento sobre la demografía empresarial del sector, su evolución y características permitiría facilitar la toma de decisiones. Por último, se ha de luchar contra la exclusión cultural de áreas de reducida población o entornos rurales.

Incremento de la demanda

Muchos de los segmentos culturales tienen reducida demanda. Las políticas educativas y culturales para formar y crear hábitos culturales en

la población son fundamentales. El objetivo es atraer a mayor población a la cultura. Las políticas culturales para el incremento de la demanda que abarcan desde la programación profesional de actividades, la creación de un *star system* que el público en general identifique y siga, o políticas activas de difusión por parte del sector público de las actividades culturales, por lo menos de las que él financie. Hay un margen de mejora para la utilización de técnicas innovadoras de difusión de la cultura: desde el micromarketing, la utilización de las redes sociales o la receta deportiva para aumentar los hábitos de ejercicio físico. Del mismo modo, coordinar las actividades en todos los niveles administrativos del sector público para crear un mercado integrado de actividades culturales, potenciando la red cultural ya existente, permitiría aumentar las posibilidades de desarrollo de las actividades culturales y luchar contra la exclusión cultural. La profesionalización de la gestión cultural y de los criterios de concesión de las ayudas es primordial. Por último, la oferta debe crear propia demanda: es necesaria la innovación en las propuestas y creación de contenidos interesantes para el público.

Crecimiento empresarial

Es necesario el aumento del tamaño de los agentes culturales y la creación de una base de empresas financieramente solventes y viables. Para ello es esencial la mejora de la productividad del sector en varias direcciones. En los dominios más dependientes de la financiación pública se ha de realizar una planificación estratégica que establezca los ejes o dimensiones del sector cultural en los que se aspira a crecer. Las medidas de apoyo no deben ser generalistas, sino dirigidas a los objetivos estratégicos. Tres aspectos son fundamentales: 1) mejorar los mecanismos de gestión administrativas de las ayudas, 2) desarrollar procedimientos de evaluación y adjudicación que primen la calidad y la excelencia y que sean adjudicadas con criterios profesionales, y 3) desarrollar las ayudas a las nuevas realidades del sector, y teniendo en cuenta los distintos estados de la carrera profesional: emergentes, de media carrera y ya consolidados.

Pero sin duda, tres aspectos son esenciales para lograr el aumento del tamaño del sector: 1) mejoras en la formación y habilidades de gestión económica y de administración de empresas; 2) incrementar las fuentes de financiación del sector cultural; y 3) reducir las trabas administrativas y burocráticas para el buen funcionamiento del sector. La internacionalización de algunos de los sectores culturales, como en el Diseño, también debería estar entre las prioridades de la agenda.

Reducción de la precariedad laboral

Las características de la actividad de los SCO requieren un marco laboral, fiscal y de protección social específico para que los derechos de los trabajadores estén garantizados. De otra forma, se precariza su trabajo. Es necesario que termine por aprobarse el Estatuto del Artista. Además, se ha de profesionalizar la gestión cultural tanto en el sector privado como en el público, sobre todo en los ayuntamientos. Por último, se ha de dignificar el trabajo del creador y limitar el intrusismo.

Ayudas a la transformación digital

El SCO se encuentra sometido a la disrupción de la digitalización. En esa transición son necesarios cambios que muchos de los sectores no son capaces de abordar por sí solos, especialmente después de haber salido debilitados por la crisis sanitaria. En los sectores como en el periodismo, medios audiovisuales, diseño, etc. Es fundamental el apoyo público.

La digitalización está cambiando las estructuras de negocio y las formas de generar ingresos en muchos de los dominios culturales y de ocio. Los ingresos derivados de la propiedad intelectual son cada vez más importantes. Es por ello que se debería regular y crear un marco normativo que garantice que los creadores reciban los ingresos derivados de la propiedad intelectual y se evite las consecuencias de una posible posición dominante de las grandes plataformas o distribuidoras de contenido. En el seno de la Unión Europea se está trabajando sobre esto.

Son muchos los retos a los que se enfrenta el sector, y muchas de las dimensiones en las que

hay margen de actuación son parte de la administración autonómica, en otras no, pues son competencia nacional o incluso supranacional: mejoras en el acceso a la financiación, el desarrollo del Estatuto del Artista, las garantías de los derechos de propiedad son ejemplos de ello.

En el ámbito de la Comunitat Valenciana la Conselleria d'Educació, Cultura i Esport de la Generalitat Valenciana publicó su plan estratégico (Marrades *et al.* 2021) que puede ser un buen punto de partida para la transformación digital. Este informe comparte buena parte de los diagnósticos que el Plan Estratégico aborda, como la necesidad de desarrollar el sector como palanca de transformación económica y social, o la necesidad de afrontar los retos de la reducida dimensión de los agentes culturales, su precariedad y los retos de la digitalización.

En el plan estratégico también se proponen iniciativas que se dirigen a algunos de los aspectos que aquí se han destacado como estratégicos. La implementación del *Laboratori Valencià de Capil·laritat Territorial i Cooperació Cultural*

puede tener un papel importante para el desarrollo estratégico, coordinación acciones y de actividades culturales valencianas. También hay un eje estratégico para la mejora en la formación de los agentes, y una reconfiguración de las ayudas al sector, pasando a ser convocatorias plurianuales y distintas modalidades para adaptarse a distintas realidades del sector. También se pone el énfasis en la internacionalización, en la ampliación del público de la cultura, y en la creación de redes para la gestión, investigación y mediación cultural.

Por tanto, el plan es ambicioso y, como se ha comentado, se dirige a muchos de los aspectos señalados en el seno del SCO como relevantes para la recuperación del sector. La clave y las expectativas están puestas en la plasmación del mismo en medidas concretas. Sin duda existirán costes de ajuste, y existe el riesgo de una burocratización de las medidas y de los procedimientos. De hecho, este es uno de los temores que algunos de los agentes del sector han expresado sobre el Plan.

Cuadro 9.1. Principales necesidades detectadas en el sector de Cultura y ocio

Planeamiento estratégico y necesidades de información
Planeamiento estratégico que guíe los horizontes de largo plazo
Necesidades de información: inversión en datos que permitan tener una imagen fiel y actualizada del sector
Lucha contra la exclusión cultural en núcleos de población rurales
Incremento de la demanda
Políticas educativas para formar y crear hábitos culturales de la población. Atraer a mayor población a la cultura
Mayor implicación del sector público en la difusión de la actividad cultural
Mejora de la coordinación entre administraciones públicas para incrementar la dimensión de los mercados culturales: Red de instituciones públicas
Políticas culturales innovadoras para el incremento de la demanda: <i>micromarketing</i> , redes sociales, bonos culturales, receta deportiva, etc
Innovación en las propuestas y creación de contenidos interesantes para el público. Creación de nueva demanda
Reconsideración de una rebaja del IVA cultural y en el deporte
Crecimiento empresarial basado en el aumento de la productividad
La reducción de la atomización, el aumento del tamaño de los agentes culturales, y la creación de una base de empresas financieramente solventes en el largo plazo
Mejoras en la financiación empresarial
Mejora de los procesos de decisión públicos y mejoras en el diseño de las ayudas para acercarlas a las necesidades de los agentes. Profesionalización de los criterios de concesión
Las ayudas y políticas deberían enfocarse a los distintos estadios en la carrera profesional de los artistas, diferenciando entre profesionales emergentes con proyección, profesionales de media carrera, y los ya consolidados. No deben ser medidas generalistas de apoyo al sector, sino orientadas a objetivos concretos
Inversión en formación, especialmente en materias de gestión económica y administración y dirección de empresas
Internacionalización de las actividades culturales, especialmente en aquellos aspectos en los que más se destaca, como en el diseño, por ejemplo. Para estos, la ayuda para la asistencia a ferias y la existencia de una red de prescriptores sería de ayuda
Propuestas concretas, como el desarrollo de ficción (series y películas) de calidad, potenciadas por <i>Apunt</i> , o una escuela de cinematografía
Reducción de la precariedad laboral
Aprobación del Estatuto del Artista: adaptación de la normativa, fiscal laboral y de la seguridad social a la realidad del mundo cultural
Profesionalizar la gestión cultural, sobre todo en los ayuntamientos
Dignificar el trabajo del creador y limitando el intrusismo
Ayudas a la transformación digital.
Medidas de apoyo a la transición digital: periodismo, medios audiovisuales, diseño, etc.
Regular y crear un marco normativo que garantice que los creadores reciban los ingresos derivados de la propiedad intelectual
Se deberían minimizar los riesgos de que las grandes plataformas tengan posición de dominio sobre los creadores. En el seno de la Unión Europea se está trabajando sobre esto

Fuente: Elaboración propia.

10. PRINCIPALES RESULTADOS Y CONCLUSIONES

El sector SCO genera en la Comunitat Valenciana el 3,6% del total de empleo (69,6 mil trabajadores en 2020), valor inferior al del conjunto nacional (3,9%). La mayor parte del empleo se sitúa en el dominio del Ocio (49,4% del empleo total en el SCO), Libros y Prensa (14%) y Publicidad (10,7%). En la Arquitectura, las Artes plásticas y escénicas, y los Medios audiovisuales y multimedia el peso se sitúa entre el 5,9% y el 7,8%. El sector se caracteriza por gran atomización y precariedad en el empleo: el 30% del empleo tiene contrato temporal, el 24% trabajo a jornada parcial, y el 25% trabajo autónomo.

En la Comunitat Valenciana existen 25 mil empresas en el SCO valenciano, lo que supone el 9-10% del total empresas españolas del mismo sector y el 6,7% de las empresas valencianas. Las empresas del SCO valenciano se concentran en los dominios del Ocio, y las Artes plásticas y escénicas, que conjuntamente representan aproximadamente la mitad de las empresas del sector, seguidas de las de la Publicidad, la Arquitectura y Libros y prensa. Dominan las empresas sin asalariados (el 62% de las empresas son autónomos), las micro y pequeñas empresas. La presencia de grandes empresas valencianas en el sector es inferior al total nacional. La entrada y salida de empresas es muy elevada, dado que cada año se renueva el 25% de las existentes.

El SCO valenciano es frágil, y en el informe se muestra evidencia en varias direcciones: 1) existen ineficiencias asignativas, pues el 25% de las empresas más competitivas son capaces de generar únicamente el 31,0% del VAB del sector, frente 56,2% de lo que lo hace el sector en España. Las grandes empresas SCO valencianas también contribuyen menos a la generación de VAB y empleo, pues únicamente generan el 30,5% del VAB del sector, frente al 57,6% de las grandes empresas SCO españolas. 2) La reducida dimensión de las empresas del SCO es más acusada en la Comunitat Valenciana que en España. 3) Existen problemas de rentabilidad, pero no tanto porque la rentabilidad media sea reducida, sino por la situación de fragilidad de un número importante de empresas. Por ejemplo, el 50% de las empresas con menor competitividad tienen rentabilidades que oscilan entre el 1,4% de las medio-baja y el -2,2% de las de baja. 4) El SCO valenciano tiene un serio problema de productividad (34% inferior a la del SCO español), independientemente se analicen grupos de competitividad, tamaños o dominios. 5) La solvencia (24% inferior al SCO español) y la fragilidad financiera es mayor (38% superior).

La crisis del COVID-19 ha tenido mayor impacto en el SCO que en el conjunto de la economía. Si el VAB de la economía española se redujo en términos reales un 10,8%, en el sector cultural y creativo la caída fue un 24,2%, es decir, 2,2 veces mayor. El impacto ha sido más

intenso en los dominios donde la presencialidad es más importante para la actividad y donde la digitalización no ha permitido su continuidad: Patrimonio cultural y natural (-36,6%), Ocio (-34,6%), o las Artes plásticas y escénicas (-31,5%). Para la Comunitat Valenciana únicamente está disponible información del empleo. El impacto sobre el SCO en la Comunitat Valenciana y en España fue similar (-6,1% y -6,2%, respectivamente), superior al del conjunto de ambas economías (-4,4% y -4,1%).

El número de empresas en el SCO valenciano se redujo un 13,6% entre febrero y mayo de 2020. En abril de 2021 el número de empresas de alta en la Seguridad Social era un 8% inferior al que existían en enero de 2020. El número de empresas disminuyó en todos los dominios.

El impacto del COVID-19 sobre cada uno de los dominios culturales y creativos ha sido distinto debido a las particularidades de cada uno de ellos y de las propias dinámicas que mantenían previas a la crisis. La respuesta de los agentes culturales durante la pandemia no ha sido muy distinta a la de otros sectores que también dependen de la presencialidad: reducir al mínimo posible su actividad buscando mantener las fuentes de ingresos en aquellos subsectores donde la digitalización era posible, apoyándose en la ayuda financiera que ofrecían las ayudas de los préstamos avalados por el Instituto de Crédito Oficial (ICO), o reduciendo costes vía renegociaciones con proveedores, acogándose a ERTE, etc. También se tuvieron que asumir los costes asociados a la adaptación de los espacios para garantizar la seguridad sanitaria. A medida que fue volviendo a realizarse la actividad, los ingresos no retornaron en la misma medida en los sectores donde la presencialidad es necesaria. En general, aumentó el endeudamiento de todos los dominios culturales.

En el informe se indican cuatro áreas en las que el sector se enfrenta a retos importantes.

Planeamiento estratégico y necesidades de información

En primer lugar, se requiere que un planeamiento estratégico a largo plazo con unos objetivos claros que permitan delimitar el tipo y

dimensión del SCO valenciano deseado dentro de unos años. Entre los objetivos debe considerarse también evitar la exclusión cultural, especialmente en áreas rurales y alejadas de los grandes núcleos de población. Esta visión de largo plazo debería guiar las políticas concretas que se implementen. Pero para planificar y evaluar el cumplimiento de los objetivos es necesario que exista información precisa de la situación del sector.

Incremento de la demanda

Se detecta que el sector se enfrenta a un problema de estancamiento de la demanda, pues el gasto cultural cada vez representa un porcentaje más reducido del presupuesto familiar. De hecho, con la crisis del COVID-19 aún se redujo más, llegando a ser tan solo el 5% del presupuesto familiar, desde el 7% que representaba en 2013. En muchos segmentos culturales la demanda es reducida, pues tienen un público objetivo limitado. Debería haber políticas activas para aumentar su demanda: políticas educativas, incluyendo la cultura en los currículos escolares, y mayor intensidad en la promoción de la actividad cultural y de ocio. La cultura no ha de trabajar solo para los especialistas, sino que se debe abrir a toda la sociedad. Son necesarias estrategias innovadoras (de tipos de productos culturales, de marketing, comunicación, etc.) que consigan acercar la cultura a los ciudadanos y que se cree un vínculo para que los espacios culturales sean centros de vida ciudadana. Hay margen para medidas como la profesionalización de la programación de actividades; la creación de un *star system* que el público en general identifique y siga, políticas activas de difusión por parte del sector público de las actividades culturales, por lo menos de las que él financie; la utilización de técnicas innovadoras de difusión de la cultura; la aplicación de la receta deportiva; y la coordinación de las actividades en todos los niveles administrativos públicos y crear, así, un mercado integrado de actividades culturales.

Modelos de negocio

Existen tres grandes tipos de modelo de negocios en relación con la forma de producir la actividad cultural o creativa. 1) aquellas

actividades profesionales orientadas al mercado (diseño, arquitectura, publicidad, ocio); 2) actividades o dominios en los que las ayudas públicas son la fuente de ingresos más importante (artes visuales, artes plásticas y escénicas, patrimonio cultural y natural, etc.); y 3) dominios mixtos.

Los sectores más orientados a actividades profesionales de mercado han tenido mayor capacidad de resistencia a la crisis del COVID-19, tanto por la posibilidad de teletrabajar y continuar con la actividad gracias a la digitalización, y por la mejor situación de partida (mejor salud económica y financiera). Sin embargo, estos sectores tienen su principal hándicap en las habilidades directivas y de gestión empresarial, lo que lastra su productividad y capacidad de crecimiento. La falta de grandes empresas en estos sectores es por un problema de falta de vocación de crecimiento.

Los sectores con mayores dificultades en la crisis han sido aquellos que más dependen de la presencialidad para realizar su actividad y de los ingresos públicos: sector de la música, artes plásticas y escénicas. Estos sectores se caracterizan por baja productividad y gran fragilidad. Las administraciones públicas han actuado para intentar mantener los ingresos de los profesionales de estos sectores, pero esto no fue siempre posible. En primer lugar, por la falta de información concreta de su dimensión. Además, porque muchas instituciones públicas, especialmente ayuntamientos suspendieron las actuaciones concertadas al no poder realizarse. La Generalitat Valenciana anticipó los importes de las subvenciones, permitió incrementar ayudas hasta los máximos de la convocatoria y flexibilizó los procedimientos de ejecución y justificación. Sin embargo, el grueso de las ayudas a este sector vino de la convocatoria anual de las subvenciones públicas. Aunque estas ayudas constituyen un elemento de vertebración fundamental para el sector, generan, a su vez, incentivos negativos sobre el sector, pues implican que los artistas tienen que financiar las actividades hasta que se realiza el estreno y se puede cobrar la subvención. Dado que el sector cultural tiene dificultades estructurales de financiación, supone un freno a su crecimiento.

La mejora del presupuesto asignado siempre contribuirá, pero también hay que mejorar los procesos de ejecución presupuestaria y el diseño de las ayudas. En el primer caso, se tiene que garantizar que existe capacidad administrativa para ejecutar el presupuesto asignado. Los mecanismos de ayuda también deberían alinearse a las necesidades del sector con una visión de largo plazo y una planificación estratégica que determine el tipo de sector cultural se desea. La reducción de la atomización, el aumento del tamaño de los agentes culturales y la creación de una base de empresas financieramente solventes en el largo plazo debería ser un objetivo.

También se considera que, para estas actividades dependientes de la financiación pública, sería de gran utilidad la creación, o más bien la potenciación del *Circuit Cultural Valencià*, para aumentar el tamaño del mercado, y que se pueda disfrutar de economías de escala. La profesionalización de los gestores culturales, especialmente en los ayuntamientos es considerado como muy positivo, así como la realización de actividades de promoción y publicidad por parte de las AA. PP.

Fragmentación, heterogeneidad y precariedad en el sector

En el SCO dominan el trabajo precario y el elevado intrusismo. La estructura tan atomizada genera una gran debilidad en el sector como un todo. De hecho, como se mostró anteriormente, incluso antes de la crisis sanitaria, el porcentaje de empresas financieramente vulnerables y con problemas de liquidez era elevado. En el SCO se lleva años reclamando que se apruebe el Estatuto del Artista, para adaptar la realidad laboral a las características del sector. La falta de esta legislación básica continuará perpetuando la precariedad del sector, y potenciará la economía sumergida. Muchas de las medidas de la propuesta de Estatuto tienen como punto de partida la consideración de que el trabajo de los artistas es intermitente e irregular, ya que se generan ingresos en momentos o periodos determinados, pero que también se suceden momentos de inactividad. Tiene que aumentar la concienciación del respeto hacia el trabajo del profesional cultural y creativo, esto es, la dignificación del trabajo de los artistas. De nuevo, la

profesionalización de los agentes culturales es esencial en este aspecto.

Dimensión de las empresas y agentes del SCO

El aumento del tamaño del sector ha de ser un reto fundamental del sector. Pero el aumento del tamaño tiene que realizarse a partir de mejoras en la eficiencia productiva del sector, esto es, de su productividad. El problema del tamaño del SCO es en última instancia un reflejo de la baja productividad y las ineficiencias existentes.

Una parte de las dificultades para aumentar el tamaño en el SCO son compartidas con el conjunto de la economía valenciana y se asocian a una excesiva regulación y a elevadas trabas administrativas, a una falta de voluntad emprendedora, etc. Sin embargo, en el sector de la cultura y el ocio hay también factores específicos que restringen el crecimiento. En primer lugar, las dificultades para obtener financiación por parte de los agentes culturales. Se deben mejorar los canales de financiación y el acceso al crédito. Segundo, los aspectos relativos a la dependencia de ingresos de las AA. PP. y la estructura de las ayudas. Tercero, la falta de habilidades y formación en gestión empresarial por parte de los profesionales del sector. La mejora de las habilidades de gestión es un elemento que claramente limita el potencial de crecimiento de las empresas al limitar su productividad. Cuarto, se han de reducir las trabas administrativas y burocráticas para el buen funcionamiento del sector. La internacionalización de algunos de los sectores culturales, como en el Diseño, también debería estar entre las prioridades de la agenda.

El apoyo tiene que estar orientado a lograr el crecimiento de las empresas del sector, de forma que se establezcan grupos consolidados con elevada productividad, capacidad de desarrollo de proyectos y creatividad que articulen y estructuren la actividad cultural. Las medidas no deben ser generalistas, sino orientadas, por un lado, a artistas emergentes, para que fluya el talento de las nuevas generaciones y que tengan la posibilidad de desarrollar sus carreras. Pero las medidas han de discriminar entre los artistas o agentes que se encuentran a media carrera que tienen posibilidad de llegar a consolidarse

en el medio plazo, de los que irremediablemente terminarán saliendo del sector. Al tiempo que se potencia el sector, hay que evitar la creación de excesos de capacidad y que las ayudas públicas perpetúen estructuras sin recorrido futuro y drenen recursos para otros agentes más dinámicos y con más posibilidades.

Digitalización

En todos los dominios culturales las medidas de apoyo para la transformación digital son necesarias, pues están sufriendo sus efectos disruptivos. En la medida que la crisis del COVID-19 ha debilitado la situación patrimonial de un sector que tiene que hacer frente a un incremento del endeudamiento con una rentabilidad muy reducida en parte significativa de sus empresas, necesita el apoyo para afrontar el cambio digital. Además de las ayudas presupuestarias, para la adaptación de equipos en los sectores audiovisuales, de estructuras en la prensa escrita, o de adaptación al comercio electrónico en los sectores de edición de libros, por ejemplo, es necesario garantizar los derechos de propiedad de los creadores, muy dañados por la piratería, y por la posición de dominio de las grandes plataformas o distribuidoras. En los sectores de artes escénicas y plásticas, por ejemplo, a raíz del confinamiento se han realizado proyectos digitales, pero existe escepticismo sobre la forma de monetizar todos estos contenidos.

La Conselleria d'Educació, Cultura i Esport de la Generalitat Valenciana publicó recientemente su plan estratégico que puede ser un buen punto de partida pues comparte buena parte de los diagnósticos aquí realizados. La cuestión clave es la plasmación del plan en medidas concretas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABELED, R. (ed.) (2020). *Análisis del impacto del COVID-19 sobre las organizaciones y agentes culturales en España*. València: Universitat de València, ECONCULT. Disponible en: <https://adp.cat/web/wp-content/uploads/Afectacio-COVID-sector-Cultura-Esp.pdf>

AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) (varios años). *Marco General de los Medios en España*. Madrid. Disponible en: <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/marco-general/>

BAKHSHI, H., A. FREEMAN y P. HIGGS (2013). *A dynamic mapping of the UK's creative industries*. Londres: National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA). Disponible en: <https://www.nesta.org.uk/report/a-dynamic-mapping-of-the-uks-creative-industries/>

BARROWCLOUGH, D. y Z. KOZUL-WRIGHT (eds.) (2008). *Creative industries and developing countries: Voice, choice and economic growth*. Londres; Nueva York: Routledge.

BÍNA, V., P. CHANTEPIE, V. DEROIN, G. FRANK, K. KOMMEL, J. KOTÝNEK y P. ROBIN (2012). *ESS-net-CULTURE: European Statistical System Network on Culture. Final report*. Luxemburgo: Eurostat. Disponible en: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf

BOIX, R. y L. LAZZERETTI (2011). «Las industrias creativas en España: una panorámica». *Investigaciones Regionales* 22: 181-206. Disponible en: <https://investigacionesregionales.org/es/article/las-industrias-creativas-en-espana-una-panoramica/>

BUREAU VAN DIJK. Sistema de Análisis de Datos Ibéricos (SABI). Base de datos distribuida por Bureau van Dijk (Electronic Publishing). Disponible en DVD [marzo de 2021].

COMISIÓN EUROPEA (2010). *Green paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries*. Bruselas. Disponible en: <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef/language-en>

CUNNINGHAM, S. D. (2011). «Developments in measuring the “creative” workforce». *Cultural Trends* 20, n.º 1: 25-40. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/09548963.2011.540810>

CUNNINGHAM, S. D. y P. HIGGS (2009). «Measuring creative employment: Implications for innovation policy». *Innovation: Organization & Management* 11, n.º 2: 190-200. Disponible en: <https://doi.org/10.5172/impp.11.2.190>

ELLIS, S. (dir.), J. PESSOA y L. DELOUMEAUX (2009). *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. Montreal, Canadá:

UNESCO Institute for Statistic, 2009. Disponible en: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_o.pdf

EUROSTAT. Structural Business Statistics. Luxemburgo. Disponible en: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/data/database> [consulta: septiembre de 2021].

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA. El Sector Editorial Español. Documentos. Madrid. Disponible en: <https://www.federacioneditores.org/documentos.php> [consulta: octubre de 2021].

FLORIDA, R. L. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Nueva York: Basic Books.

FMI (Fondo Monetario Internacional) (2013). *Global Financial Stability Report: Transition Challenges to Stability*. Washington, DC. (World economic and financial surveys, 0258-7440).

FUNDACIÓN SGAE (varios años). *Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*. Madrid. Disponible en: <http://www.anuariosgae.com/home.html>

GENERALITAT VALENCIANA (2020). «DECRETO LEY 2/2020, de 3 de abril, de medidas urgentes, en el ámbito de la educación, de la cultura y del deporte, para paliar los efectos de la emergencia sanitaria provocada por la Covid-19». Diari Oficial de la Generalitat Valenciana n.º 8781, 6 de abril de 2020. Disponible en: https://dogv.gva.es/datos/2020/04/06/pdf/2020_2818.pdf

—. GVA Oberta. Portal de transparencia. Visor presupuestario. València. Disponible en: <http://visorpresupostari.gva.es/?lang=es> [consulta: octubre de 2021a].

—. Nuevas medidas frente al coronavirus. València: Conselleria de Sanitat Universal i Salut Pública. Disponible en:

<https://coronavirus.san.gva.es/es/consejos-desconfinamiento> [consulta: octubre de 2021b].

HIGGS, P. L., S. D. CUNNINGHAM y H. BAKSHI (2008). *Beyond the creative industries: mapping the creative economy in the United Kingdom*. Londres: National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA). Disponible en: <https://media.nesta.org.uk/documents/beyond-the-creative-industries-report.pdf>

IDEA CONSULT (2013). *Survey on access to finance for cultural and creative sectors. Evaluate the financial gap of different cultural and creative sectors to support the impact assessment of the creative Europe programme*. Bruselas: Comisión Europea. Disponible en: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d6e546f6-a284-445b-b70f-dbc9ee20ae37/language-en/format-PDF/source-62881961>

IDEA CONSULT, GOETHE-INSTITUT, S. AMANN y J. HEINSIUS (2021). *Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-COVID-19 Europe: crisis effects and policy recommendations*. Bruselas: Parlamento Europeo, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Disponible en: [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU\(2021\)652242](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2021)652242)

INE (Instituto Nacional de Estadística). Contabilidad Nacional Anual de España (CNE). Madrid. Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177057&menu=ultiDatos&idp=1254735576581 [consulta: septiembre de 2021].

—. Contabilidad Regional de España (CRE). Madrid. Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736167628&menu=ultiDatos&idp=1254735576581 [consulta: septiembre de 2021].

____. Coyuntura demográfica de empresas. Madrid. Disponible en: https://www.ine.es/experimental/codem/experimental_codem.htm [consulta: septiembre de 2021].

____. Demografía armonizada de empresas (DAE). Madrid. Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736161927&menu=ultiDatos&idp=1254735576550 [consulta: septiembre de 2021].

____. Encuesta de Población Activa (EPA). Madrid. Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595 [consulta: julio de 2021].

____. Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF). Madrid. Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176806&menu=ultiDatos&idp=1254735976608 [consulta: septiembre de 2021].

____. Encuesta trimestral de coste laboral (ETCL). Madrid: Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736045053&menu=ultiDatos&idp=1254735976596 [consulta: septiembre de 2021].

____. Encuesta trimestral de coste laboral (ETCL). Madrid: Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736045053&menu=ultiDatos&idp=1254735976596 [consulta: septiembre de 2021].

____. Estadística Estructural de Empresas (EEE). Madrid. Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576550 [consulta: julio de 2021].

____. Explotación estadística del directorio central de empresas (DIRCE). Madrid. Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736160707&menu=ultiDatos&idp=1254735576550 [consulta: julio de 2021].

IVIE (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas) y CAIXABANK. Observatorio GECE. València. Disponible en: <https://www.observatoriergece.es/> [consulta: julio de 2021].

LAZZERETTI, L., R. BOIX y F. CAPONE (2008). «Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain». *Industry and Innovation* 15, n.º 5: 549-567. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/13662710802374161>

LEE, N. y A. RODRÍGUEZ-POSE (2014a). «Creativity, cities and innovation». *Environment and Planning A: Economy and Space* 46, n.º 5: 1139-1159. Disponible en: <https://doi.org/10.1068%2Fa46202>

____ (2014b). «Innovation in creative cities: Evidence from British small firms». *Industry and Innovation* 21, n.º 6: 494-512. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/13662716.2014.983748>

LEE, N. y E. DREVER (2013). «The creative industries, creative occupations and innovation in London». *European Planning Studies* 21, n.º 12: 1977-1997. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.722969>

MARRADES, R., P. MEDINA, P. RAUSELL y C. SEGOVIA (2021). *Cultura per a la recuperació. Accions estratègiques per a l'enfortiment de l'ecosistema cultural valencià, orientades cap a la transformació social, econòmica i territorial des de la cultura*. València: Conselleria d'Educació, Cultura i Esport. Disponible en: <https://ceice.gva.es/documents/161634256/174660758/CULTURA+PER+A+LA+RECUPE-RACI%C3%93%20+PLA+ES-TRAT%C3%88GIC+CULTURAL+2021+2023>

MAS, M., J FERNÁNDEZ DE GUEVARA y J. C. RO-BLEDO (2021). *La dimensión de las actividades culturales, creativas y TIC en España*. Bilbao: Fundación BBVA, en prensa.

MECD (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte). *Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2010-2015 (Base 2010)*. Madrid: Subdirección General de Documentación y Publicaciones, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017.

MENÉNDEZ, A. GORRIS, A. y D. DEJUÁN (2017). «La evolución económica y financiera de las empresas no financieras españolas durante la crisis económica y primeros años de la recuperación. Un análisis comparado con la UEM». Boletín Económico n.º 2/2017. Madrid: Banco de España. Disponible en: <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/ArticulosAnaliticos/2017/T2/fich/beaa1702-art15.pdf>

MENÉNDEZ, A. y M. MULINO (2017a). «Evolución del grado de presión financiera soportada por las empresas no financieras españolas: 2007-2016». Notas Económicas. Madrid: Banco de España. Disponible en: <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/NotasEconomicas/T1/fich/bene1701-nec3.pdf>

MENÉNDEZ, A. y M. MULINO (2017b). «La evolución de la fragilidad financiera de las empresas no financieras españolas entre 2007 y 2015». *Revista de Estabilidad Financiera* 33: 35-53. Disponible en: <https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/RevistaEstabilidadFinanciera/17/NOV17/Articulo-Menendez-Mulino.pdf>

MESA DE ARTES ESCÉNICAS Y LA MÚSICA COVID-19 (2020). *52 medidas extraordinarias para afrontar las consecuencias de la crisis sanitaria provocada por el covid-19 en el sector de las artes escénicas y la música*. Madrid. Disponible en:

https://academiadelasartesscénicas.es/archivos/files/2020_varios/2020.04.06_52_Medidas_Covid_Artes_Escénicas_Musica_Treinta_y_tres_entidades_firmantes.pdf

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE (2020). «Impacto del COVID-19 en empleo vinculado al deporte. Avance enero-diciembre 2020». Madrid. Disponible en: <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:87778d84-f58f-4531-b29c-ea002d846d45/impacto-covid-19-empleo-deporte-2020.pdf>

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE. CULTURABase: Base de datos de estadísticas culturales. Madrid, varios años. Disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/cultura-base/portada.html> [consulta: 2021a].

— CULTURABase: Base de datos de estadísticas culturales. Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura. Resultados. Madrid. Disponible en: <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/cultura-base/gasto-publico/resultados-gasto-publico.html> [consulta: 2021b].

—. CULTURABase: Base de datos de estadísticas culturales. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España. Resultados. Madrid. Disponible en: <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/cultura-base/encuesta-de-habitos/resultados-habitos.html> [consulta: 2021c].

NACIONES UNIDAS (2008). *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making*. Nueva York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD); Ginebra, Suiza: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Disponible en: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf

— (2010). *Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option*. Nueva York: Programa de las Naciones

Unidas para el Desarrollo (PNUD); Ginebra, Suiza: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Disponible en: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf

— (2013). *Creative economy Report 2013. Special Edition: Widening Local Development Pathways*. Nueva York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD); París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>

OBSERVATORIO GECE (2021). «¿Qué comunidades autónomas están mejor posicionadas para afrontar el valle económico del COVID-19?». Análisis GECE n.º 01/2021. València: Ivie: Bankia. Disponible en: https://www.ivie.es/wp-content/uploads/2021/01/Nuevos_Analisis_GECE_012021.pdf

OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y UNESCO Institute for Statistics. Proposals concerning cultural occupations within ISCO. París. Disponible en: <https://www.oecd.org/sdd/na/38455994.doc> [consulta: febrero de 2018].

OIT (Organización Internacional del Trabajo). ISCO (International Standard Classification of Occupations). Ginebra, Suiza. Disponible en: <https://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/isco/index.htm> [consulta: enero de 2018].

OVC (Observatori Valencià de Cultura). Datos sectoriales. València: Generalitat Valenciana. Disponible en: <https://ovc.gva.es/es/dades-sectorials/> [consulta: octubre de 2021].

PÁL, R. y A. FERRANDO (2010). «Financing constraints and firms' cash policy in the euro area». *The European Journal of Finance* 16, n.º 2: 153-171. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/13518470903075748>

PEGV (Portal Estadístic de la Generalitat Valenciana). Encuesta trimestral de coste laboral (ETCL). València: Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball. Disponible en: <https://pegv.gva.es/es/temas/sociedad/trabajo/encuestatrimestraldecostelaboral> [consulta: octubre de 2021].

RINCÓN, A., J. FERNÁNDEZ DE GUEVARA (dirs.), J. FORTH, J. MAUDOS, S. MOLLÁ, F. PÉREZ, C. LLANO y S. PÉREZ-BALSALOBRE (2018). *Structural reforms in Spain. Luxemburgo: Publications Office of the European Union*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/36141/attachments/1/translations/en/renditions/native>

VALCARCE, M. y J. GARCÍA FERNÁNDEZ (2021). *3º Informe Impacto Económico COVID-19 en las Instalaciones Deportivas Fitness*. Madrid: Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas (FNEID): VALGO Investment, abril.



Ivie



GENERALITAT
VALENCIANA