



El sector de las industrias culturales de Málaga en el contexto andaluz y sus perspectivas de futuro

Informe de Síntesis

organiza



financian



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO

colabora





INDICE

	Pág.
1. PRESENTACIÓN	2
2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	4
3. ASPECTOS METODOLÓGICOS	6
4. PRINCIPALES RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
4.1. Empleabilidad y valores económicos	12
4.2. Perfiles profesionales y necesidades formativas	19
4.3. Principales tendencias de las ocupaciones	27
4.4. Reflexiones sobre la situación actual y factores de cambio en las Industrias Culturales en Andalucía	30
5. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES DE MÁLAGA.	40



1. PRESENTACIÓN.

El sector de las **Industrias Culturales** juega un papel importante en el desarrollo económico y social de Andalucía, configurándose cada vez más como un sector clave en la economía regional y con claras tendencias de crecimiento debido, entre otros factores, a los nuevos patrones de consumo.

Andalucía se configura como la tercera Comunidad Autónoma, justo por detrás de Madrid y Barcelona, en cuanto al número de empresas culturales, representando un porcentaje del 13% respecto al total nacional, según datos del Instituto Nacional de Estadística. La denominada *economía de la cultura*, ha experimentado en la región andaluza tasas de crecimiento superiores a las del PIB, ascendiendo desde el 1% en el año 1993 a casi el 6% en 2010.

Este hecho se evidencia en el número de empleos generados, ocupando nuevamente Andalucía el tercer puesto, con 35.069 empleos, lo que supone el 14,43%, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Adentrándonos en la provincia de Málaga, puede afirmarse que el sector de las Industrias Culturales se conforma cada vez más como un sector con elevada potencialidad, no sólo a nivel provincial, sino que también regional, consecuencia de la decidida apuesta existente en la actualidad y que se evidencia en los importantes avances acaecidos en cuanto a la oferta, tales como el Festival de Cine Español de Málaga, el Museo Picasso, así como todo un conjunto de proyectos de elevada envergadura, sin olvidar su fuerte vinculación a otros sectores, como el turismo.

No obstante, nos encontramos ante un sector caracterizado por su elevada complejidad, tanto en lo que se refiere a su delimitación conceptual, existiendo numerosas clasificaciones en relación a las actividades y ocupaciones que lo conforman, como en cuanto a la propia diversidad de actividades y perfiles profesionales que lo integran, generando escaso sentimiento de pertenencia al mismo por parte de muchos de los actores principales, y dificultando enormemente el análisis del sector en su conjunto.



Asimismo, es un sector que se está viendo afectado enormemente por los cambios acaecidos en los últimos tiempos, tales como la coyuntura económica actual, y la presencia de las nuevas tecnologías, que está conllevando al surgimiento de nuevos patrones de consumo y nuevas relaciones de la población con la cultura.

Todo esto está afectando a los recursos humanos que ejercen su labor profesional en el sector, y que están sufriendo una demanda cada vez mayor por incrementar sus competencias profesionales ante el nuevo panorama sociolaboral, y ante el surgimiento de nuevas ocupaciones.

Es en este contexto en el que se plantea la elaboración del presente estudio, con el objeto de conocer la realidad global del sector en Andalucía y, concretamente, en la provincia de Málaga, tanto desde el punto de vista de la situación socioeconómica, como en relación a las ocupaciones emergentes del sector y las principales necesidades formativas requeridas en un contexto económico y social de continuos cambios y transformaciones.

Dada la relevancia que el sector cultural y de industrias culturales representa para Andalucía y, concretamente, para la provincia de Málaga, la **Confederación de Empresarios de Málaga** (CEM), promueve el presente Estudio, en su afán de trabajo por la investigación y prospección en temas relacionados con la formación y el empleo cualificado en nuestra Comunidad. Dicho estudio está incluido en la línea de acciones de prospección y análisis de la convocatoria de acciones de investigación e innovación de 2010, subvencionado por el Servicio Andaluz de Empleo.

Para la ejecución de este proyecto, CEM ha contado con la colaboración de GDT Asesoramiento Empresarial, S.L. (en adelante, GDT), empresa andaluza especializada en la asistencia técnica integral a instituciones y empresas, tanto públicas como privadas, en gestión empresarial, diagnósticos de situación, estudios de detección de necesidades formativas y propuestas de soluciones tecnológicas, especialmente aplicadas al área de formación.



2. OBJETIVOS.

La Confederación de Empresarios de Málaga, junto con la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía, en constante esfuerzo por el desarrollo de la mejora de la competitividad de las empresas andaluzas, como parte fundamental para fomentar el crecimiento económico, mejorar el bienestar colectivo e impulsar la cohesión social de nuestra Comunidad, han impulsado el presente *Estudio sobre Sector de las Industrias Culturales de Málaga en el Contexto Andaluz y sus perspectivas de futuro*, cuyo objetivo general consiste en...

Desarrollar un estudio que defina las principales características que presenta en la actualidad el sector cultural y de las industrias culturales de la provincia de Málaga en el contexto andaluz, referidas principalmente a las necesidades formativas y de cualificación de los recursos humanos que desempeñan su trabajo en las actividades que éste abarca, abordando asimismo las perspectivas futuras de evolución de dicho sector en los próximos años.



Este objetivo general puede desglosarse en los siguientes **objetivos específicos**:



- ✓ Identificar las distintas actividades o dimensiones culturales que abarca el sector desde el punto de vista del empleo.
- ✓ Estudiar las ocupaciones del sector, las necesidades de cualificación y contrastarlas con la formación profesional actual, definiendo el gap formativo existente como consecuencia de la diferencia entre la oferta formativa actual y las demandas formativas de los profesionales.
- ✓ Elaborar una metodología y su aplicación práctica para la detección de necesidades formativas del sector según los nuevos requerimientos, aportando información de utilidad tanto a las empresas como a los propios trabajadores.
- ✓ Vislumbrar las expectativas, oportunidades y necesidades del sector económico en los próximos años desde el punto de vista económico del empleo y los recursos humanos.
- ✓ Determinar los perfiles profesionales emergentes en el sector así como las cualificaciones exigidas para el desempeño de las nuevas ocupaciones y perfiles emergentes.
- ✓ Analizar la repercusión de la adaptación y actualización de la formación profesional para el empleo en la cualificación y productividad de los trabajadores, así como en la competitividad de las empresas del sector.



3. ASPECTOS METODOLÓGICOS.

El modelo metodológico aplicado y adaptado a la realidad del sector de las **Industrias Culturales** en Andalucía ha seguido la siguiente lógica metodológica, basada en la orientación de las necesidades de formación a los cambios que se puedan producir en un futuro, y de los cuales podrían derivarse modificaciones en los contenidos asociados al desempeño laboral:



Asimismo, el desarrollo del proceso Metodológico empleado para la elaboración del estudio ha sido organizado en las siguientes etapas:



Al estar constituido el sector de las **Industrias Culturales** por una elevada variedad de subsectores de actividad, para la delimitación sectorial del presente estudio se ha tomado como referencia los considerados por el Observatorio Argos y el Servicio Andaluz de Empleo de la Junta de Andalucía, quedando definido por los siguientes tres subsectores:

1. **Edición, artes gráficas, visuales y plásticas de fotografía.**
2. **Archivos, museos y bibliotecas.**
3. **Radio, cine, televisión y espectáculos.**

El **proceso de investigación** para la captación de información primaria seguido en el presente estudio se ha basado en la aplicación de las siguientes técnicas de recogida de información cuantitativas y cualitativas:

- ✓ **Encuesta telefónica**, a un conjunto muestral de trabajadores del sector de las industrias culturales de Andalucía.
- ✓ **Entrevistas personales**, a mandos intermedios, responsables de formación o de recursos humanos de empresas del sector cultural de Andalucía.
- ✓ **Grupo de discusión**, en los que han participado expertos y expertas en formación empleo, así como representantes de asociaciones y de colectivos e instituciones públicas relacionadas con el sector de las Industrias Culturales.



CUESTIONARIO

A través de la **encuesta o cuestionario** se ha obtenido información sobre las personas que trabajan en el sector de industrias culturales relativa a su formación y cualificación y a sus necesidades formativas.

Notas Metodológicas Encuestación

Ámbito de ejecución	Comunidad Autónoma de Andalucía
Tamaño de la muestra	382
Criterios de selección de la muestra	Muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional por estratos (provincias)
Margen de error y grado de fiabilidad	Nivel de confianza 95%, margen de error del 5%. Variabilidad positiva 50%
Colectivo a encuestar	Conjunto de trabajadores y trabajadoras del sector de las industrias culturales de Andalucía
Información que se ha pretendido obtener	-Caracterización sociodemográfica del trabajador ocupado en el sector cultural - Situación sociolaboral - Necesidades formativas
Período de ejecución	Mayo-Julio 2011



ENTREVISTAS

Las **entrevistas** han permitido obtener información sobre el papel de la formación y cualificación en el sector y la detección de necesidades formativas en función de la evolución futura prevista en el mismo. La información de carácter cualitativo se encuentra implementada a lo largo del presente documento, si bien se resumen a continuación la información más destacada.

Notas Metodológicas Entrevistas

Ámbito de ejecución	Comunidad Autónoma de Andalucía
Tamaño de la muestra	30
Criterios de selección de la muestra	Provincial Subsectorial de actividad
Colectivo a encuestar	Mandos intermedios, responsables de formación o de recursos humanos de empresas públicas y privadas del sector cultural
Metodología	Entrevista personal con guión estructurado conformado por preguntas abiertas
Duración	30 minutos
Información que se ha pretendido obtener	Nivel de uso y valoración de la formación para el empleo entre las empresas del sector y necesidades formativas emergentes.
Período de ejecución	Junio 2011



GRUPOS DE EXPERTOS/AS

Por último, a través de los **grupos de expertos y expertas** se ha obtenido información relativa a la evolución y perspectivas de futuro del sector, necesidades formativas y de cualificación de sus profesionales y la oferta formativa necesaria para conseguir la máxima adaptación a las futuras tendencias. Esta información se encuentra implementada a lo largo del presente documento.

Notas Metodológicas Grupos de Expertos/as

Ámbito de ejecución	Comunidad Autónoma de Andalucía
Número de Grupos	4
Número total de participantes	40
Criterios de selección de la muestra	Elección de un conjunto de profesionales con elevada experiencia en el sector cultural, así como representantes de asociaciones, colectivos e instituciones públicas y expertos en formación y empleo.
Colectivo a encuestar	Mandos intermedios, responsables de formación o de recursos humanos de empresas públicas y privadas del sector cultural
Metodología	Guión estructurado (power point), utilizando como apoyo la técnica del power vote, a través del cual los participantes votan sobre el guión las diversas opciones que se les plantea, de manera anónima.
Duración	120 minutos



Información que se ha pretendido obtener

Valoración general y discusión en torno a la situación actual de los trabajadores del sector cultural en Andalucía con respecto a las tendencias del sector y a las necesidades formativas de los trabajadores.

Período de ejecución

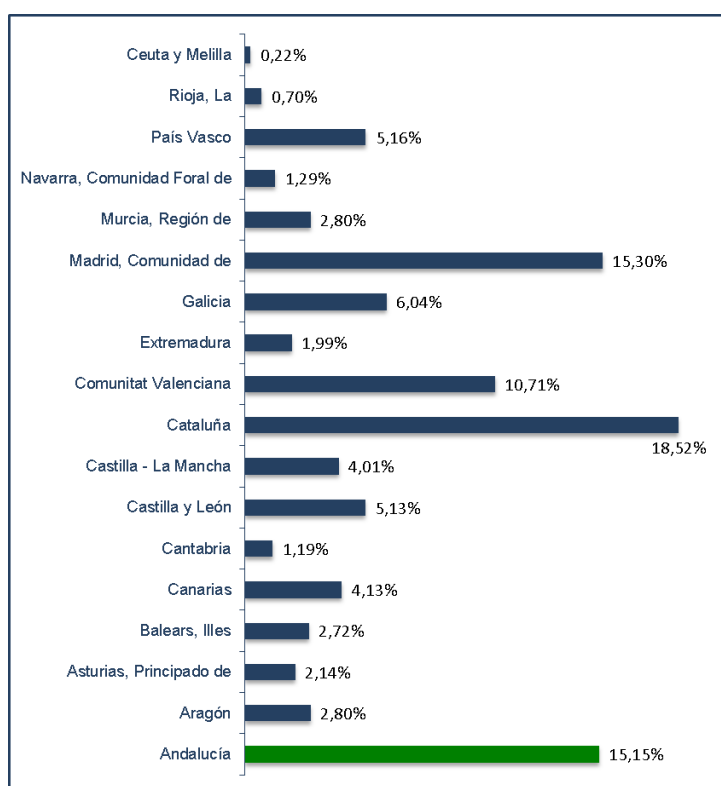
Junio-Julio 2011

4. PRINCIPALES RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1. EMPLEABILIDAD Y VALORES ECONÓMICOS

A continuación se destacan los principales datos y resultados de la investigación realizada y que muestran la realidad del sector de las Industrias Culturales en Andalucía:

Fig.1: Número de empresas en el sector de industrias culturales por CCAA (porcentajes). 1 de enero de 2010.

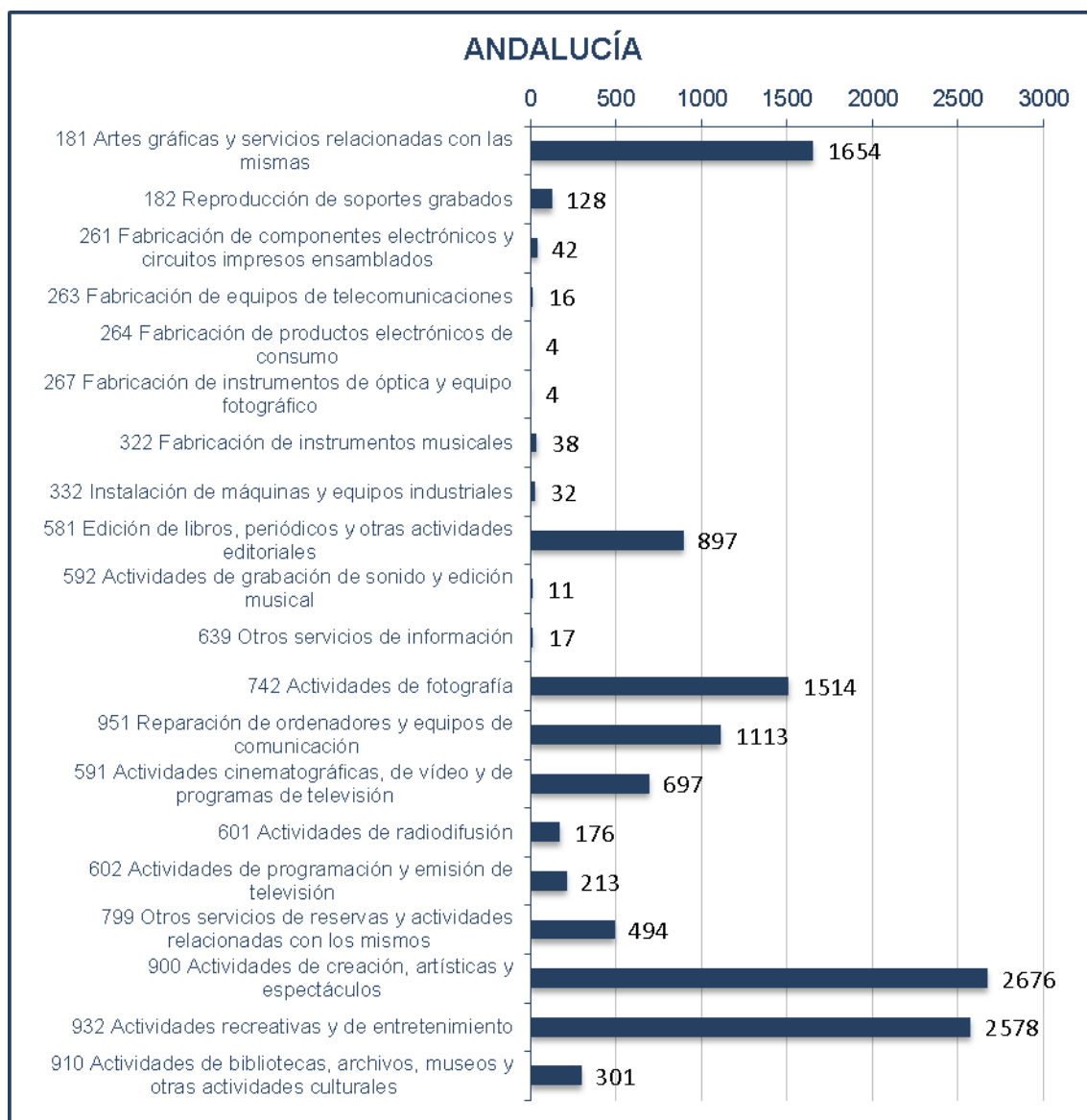


Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del DIRCE. Instituto Nacional de Estadística.*



Andalucía se sitúa en tercera posición en cuanto al número de empresas pertenecientes al sector de las Industrias Culturales, con el **15,5%** sobre el total de empresas de España, situándose en la tercera posición tras Cataluña y Madrid, con el 18,52% y 15,30% respectivamente, lo cual refleja que posee un tejido empresarial relevante dedicado al sector respecto al total nacional.

Fig. 2: Número de empresas en Andalucía del sector de Industrias Culturales por actividad según el CNAE 2009. 1 de enero de 2010.

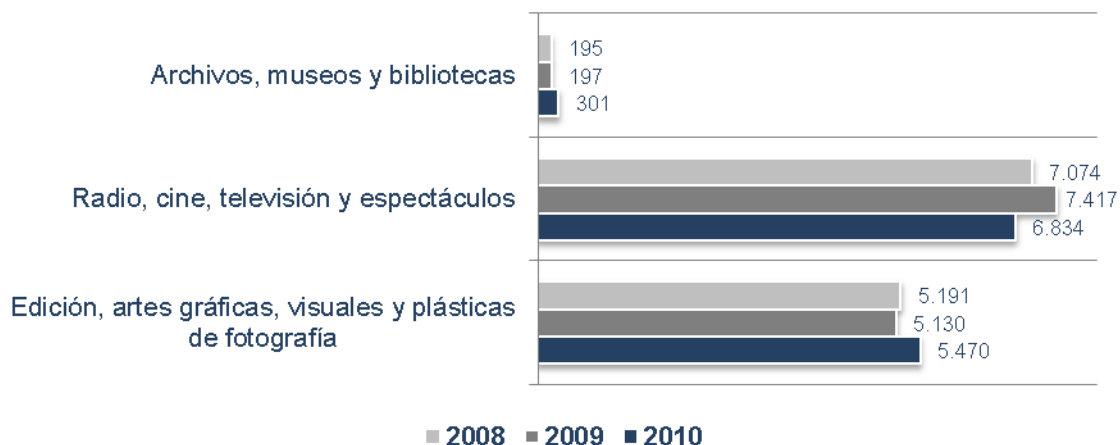


Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del DIRCE. Instituto Nacional de Estadística.*



Atendiendo al número de empresas según su actividad económica en Andalucía, destacan aquellas relacionadas con *Actividades de creación, artísticas y espectáculos* y las *Actividades recreativas y de entretenimiento*. Les siguen las actividades de *Artes gráficas y servicios relacionados con las mismas*, es decir, actividades ligadas al auge de las nuevas tecnologías aplicadas a las industrias culturales.

Fig.3: Evolución del número de empresas del sector de industrias culturales en Andalucía según subsectores. 1 de enero de 2010.

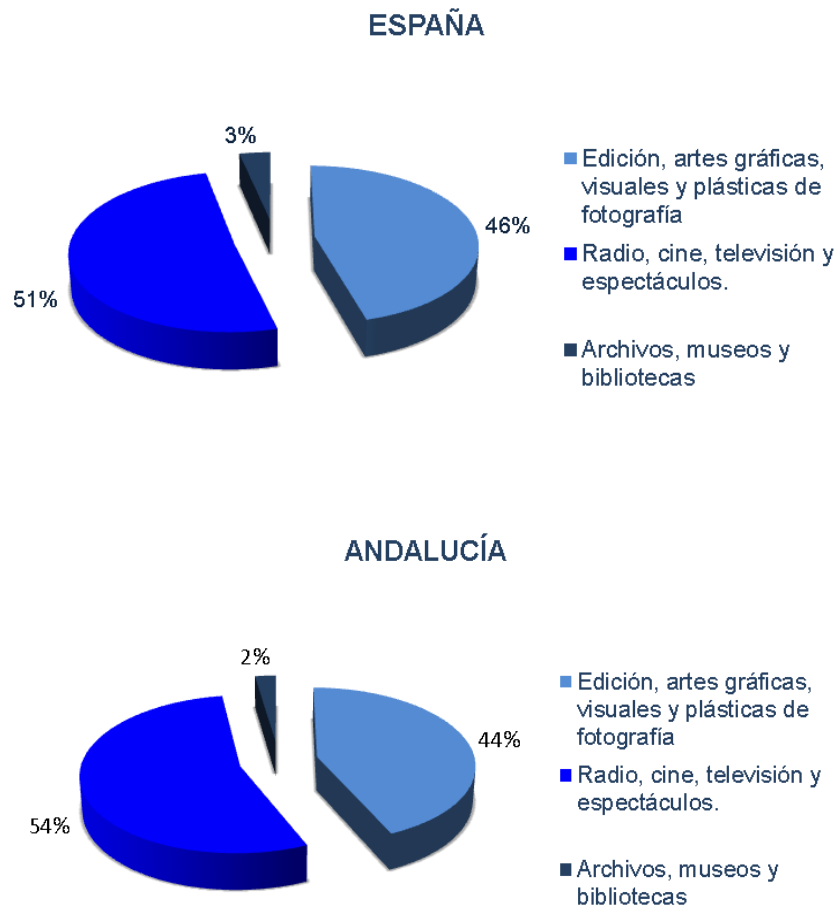


Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del DIRCE. Instituto Nacional de Estadística.*

La evolución del número de empresas del sector de industrias culturales no es homogénea si atendemos a los tres subsectores. El único subsector que experimenta un descenso en el número de empresas ha sido el de *Radio, cine, televisión y espectáculos*. Los otros dos subsectores, a pesar de la crisis económica global, aumentan su número de empresas.



Fig.4: Empresas por subsectores de las industrias culturales en España y Andalucía. 1 de enero de 2010.

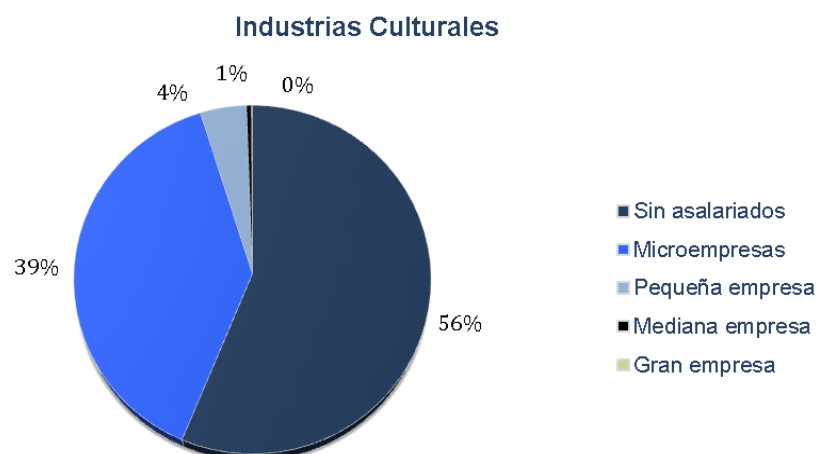


Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del DIRCE. Instituto Nacional de Estadística.*

La distribución por subsectores se comprueba que es similar en Andalucía y en España, si bien en Andalucía el porcentaje del subsector *Radio, cine, televisión y espectáculos* es ligeramente mayor que en España.



Fig.5: Total de empresas en el sector de industrias culturales en Andalucía según el número de personas empleadas. 1 de enero de 2010.



Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del DIRCE. Instituto Nacional de Estadística.*

Clasificación:

- Sin empleo asalariado.
- Microempresas: menos de 10 personas empleadas.
- Pequeña empresa: entre 10 y 50 personas empleadas.
- Mediana empresa: entre 50 y 250 personas empleadas.
- Gran empresa: más de 250 personas empleadas.

El sector de industrias culturales en Andalucía sigue la tendencia del resto de sectores en esta Comunidad, representando las empresas sin asalariados el 56% del total de las empresas del sector, si bien en este sector destaca el aumento de esta tipología de empresas conformadas por una única persona, por encima de otros sectores. Por tanto, un rasgo característico del tejido empresarial andaluz de industrias culturales es que en una elevada proporción está conformado por una única persona o microempresa, dato significativo y que explica muchas de las particularidades que posee este sector en otros ámbitos.



Fig.6: Empresas del sector de industrias culturales por subsectores y número de personas empleadas en Andalucía en el año 2010.

	Sin asalariados	Microempresas	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran empresa
Edición, artes gráficas, visuales y plásticas de fotografía	53,35%	42,03%	4,06%	0,48%	0,09%
Radio, cine, televisión y espectáculos	59,00%	36,22%	4,30%	0,41%	0,07%
Archivos, museos y bibliotecas	46,51%	42,52%	9,30%	1,33%	0,33%

Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del DIRCE. Instituto Nacional de Estadística.*

Por subsectores, es el de *Radio, cine, televisión y espectáculos* el que cuenta con un mayor porcentaje de empresas sin asalariados, concretamente con el 59%; mientras que el subsector de *Archivos, museos y bibliotecas* es el que cuenta con un mayor porcentaje de pequeñas empresas, siendo del 9%.

En relación a los datos de **empleo**, destacan los siguientes:

Fig.7: Contratos registrados en el sector de industrias culturales andaluz. Año 2010.

	Contratos Industrias Culturales 2010	Variación absoluta respecto a 2009	Variación relativa respecto a 2009	Representación del subsector en el total de contratos de industrias culturales	Representación del subsector en el total de contratos
Edición, artes gráficas, visuales y plásticas y fotografía	12.484	511	4,3	33,8%	0,4%
Archivos, museos y bibliotecas	1.353	-82	-5,7	3,7%	0,0%



Radio, cine, televisión y espectáculos	23.131	4.035	21,1	62,6%	0,7%
Total Industrias Culturales	36.968	4.464	13,7		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio Argos. Servicio Andaluz de Empleo.

El único subsector de industrias culturales que ha experimentado un descenso en el número de contratos en el año 2010 en Andalucía ha sido el de *Archivos, museos y bibliotecas*. El total de contratos de este sector en relación al total de sectores económicos en Andalucía apenas sobrepasa el 1%. Una vez más se visualiza la situación minoritaria en la que se encuentra el subsector de *Archivos, museos y bibliotecas*, representando tan solo el 3,7% de los contratos en industrias culturales andaluzas.

En general, a pesar de la situación económica desfavorable, la variación relativa del número de contratos en el año 2010 respecto al año anterior es positiva, con un aumento del 13,7%, debido en su mayoría al subsector de *Radio, cine, televisión y espectáculos*.

Fig.8: Tipo de contrato según temporalidad en el sector de industrias culturales en Andalucía en el año 2010.

	%Indefinido	% Temporal
Edición, artes gráficas, visuales y plásticas y fotografía	5,6%	94,4%
Archivos, museos y bibliotecas	5,5%	94,5%
Radio, cine, televisión y espectáculos	1,4%	98,6%
Total Industrias Culturales	3,0%	97,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio Argos. Servicio Andaluz de Empleo.

Se advierte que la duración de los contratos en el año 2010 en Andalucía sigue la tendencia general a otros sectores, siendo la mayoría, concretamente el 97%, contratos de carácter temporal. Este hecho se ve reforzado por las características propias de una parte importante de los trabajos, productos y producciones generados en este sector.

4.2. PERFILES PROFESIONALES Y NECESIDADES FORMATIVAS

✓ Perfiles Profesionales:

En Andalucía para los subsectores objeto de análisis en el presente estudio, esto es, **edición, artes gráficas, visuales y plásticas y fotografía; archivos museos y bibliotecas; y radio, cine, televisión y espectáculos**, se recogen una serie de perfiles profesionales incluidos dentro de las familias de Artes Gráficas, Imagen y Sonido y Servicios Socioculturales y a la Comunidad, que se destacan a continuación, diferenciando por subsector de actividad:

CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD. SUBSECTOR DE EDICIÓN, ARTES GRÁFICAS, VISUALES Y PLÁSTICAS Y FOTOGRAFÍA

Programas de retoque digital y escaneado de imágenes

Grafista/maquetista

Infografista de prensa

Impresión en offset

Preimpresor

Encuadernador industrial

Edición y postproducción en televisión digital

Ayudante de documentación de medios de comunicación

Edición de fotografía digital

Diseñador gráfico digital

Infografista de medios audiovisuales

Técnico de subtítulado de programas de TV y cine

Técnicas audiodescriptivas para TV y cine

Técnico auxiliar en diseño gráfico

Producción editorial

Técnico editor

CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD. SUBSECTOR DE ARCHIVOS, MUSEOS Y BIBLIOTECAS

Auxiliar de bibliotecas y centros de documentación



CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD. SUBSECTOR DE RADIO, CINE, TELEVISIÓN Y ESPECTÁCULOS
<i>Decorador de escenarios</i>
<i>Caracterizador</i>
<i>Luminotécnico</i>
<i>Asistencia a la realización en televisión</i>
<i>Asistencia a la producción en televisión</i>
<i>Procesos de elaboración de contenidos en televisión digital</i>
<i>Control de realización televisión digital</i>
<i>Técnico de iluminación</i>
<i>Locución, presentación y control de sonido en radio</i>
<i>Operador de equipos de televisión</i>
<i>Técnico de sonido</i>
<i>Asistencia a la dirección cinematográfica y de obras audiovisuales</i>
<i>Asistencia a la producción cinematográfica y de obras audiovisuales</i>
<i>Cámara de cine, video y televisión</i>
<i>Operador de equipos audiovisuales</i>

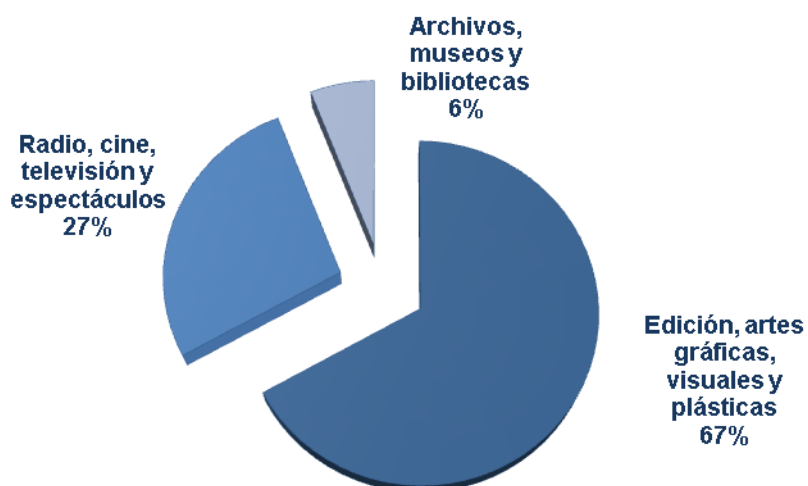
Como se advierte, nos encontramos ante una diversidad de perfiles profesionales existiendo sólo uno asociado al subsector de **Archivos, Museos y Bibliotecas**.

En relación a la participación de alumnos en los cursos de **Formación Profesional para el Empleo** desarrollados en Andalucía, según datos del Servicio Andaluz de Empleo, un porcentaje del **2,6%** del total, lo hicieron en cursos relacionados con el sector cultural, al objeto de mejorar su empleabilidad. Esta cifra en datos numéricos, significó un total de 2.558 personas.

A continuación se muestra la participación de este conjunto de alumnos a los diversos cursos relacionados con el sector cultural, diferenciando por subsector de actividad:



Fig.9: Distribución de alumnos a cursos de FPE con especialidades culturales por subsectores de actividad. Año 2010



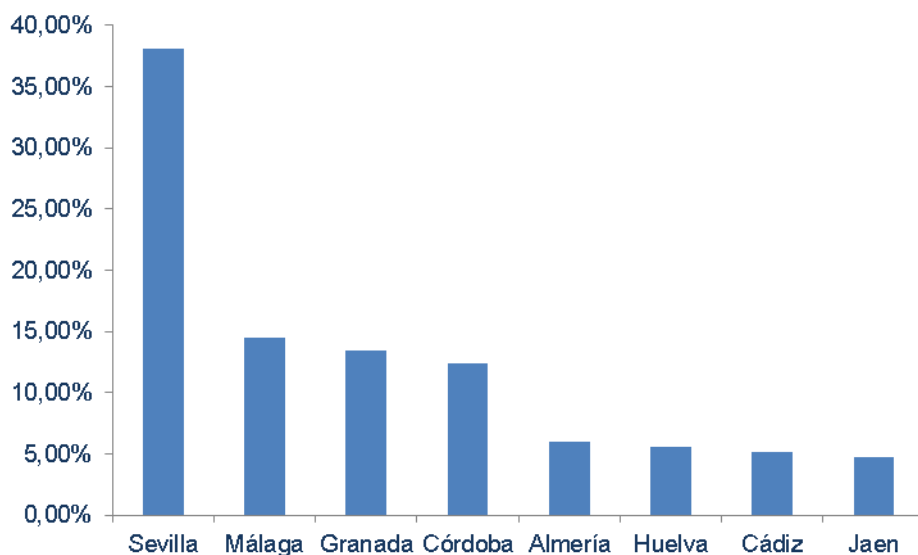
Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del Servicio Andaluz de Empleo*

Atendiendo a la especialidad formativa, los cursos más demandados para el caso del subsector de edición, artes gráficas, visuales y plásticas, han sido los de *Técnico Auxiliar en Diseño Gráfico*, realizado por el 30,06% de los alumnos, seguido por el de *Programas de Retoque Digital y Escaneado de Imágenes*, efectuado por un total del 11,85% alumnos.

Para el caso del subsector de radio, cine, televisión y espectáculos, el porcentaje de alumnos se encuentra más repartido entre el conjunto de especialidades, destacando el curso de *Técnico de Sonido*, demandado por un 5,04% del total de alumnos de este subsector.



Fig.10: Distribución de alumnos a cursos de FPE con especialidades culturales por provincias. Año 2010



Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del Servicio Andaluz de Empleo*

En relación a la distribución provincial de alumnos, destaca Sevilla como la provincia en la que ha habido una mayor participación de alumnado en FPE en especialidades culturales, alcanzando el 38% del total, seguida de Málaga, con un 14,54%. Granada y Córdoba se mantienen en cifras muy cercanas a Málaga, con porcentajes del 13,49% y 12,43% respectivamente. Es la provincia de Jaén la que ha contado con menor cantidad de alumnado en especialidades culturales.

En cuanto a las principales características relacionadas con la formación y obtenidas a través del **proceso de encuestación** llevado a cabo en el marco del presente proyecto, se destacan las siguientes:

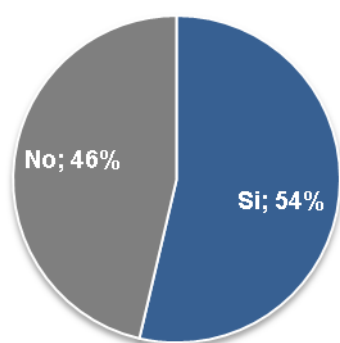


Fig.11: Formación específica por subsectores

	Subsector			Total
	Edición, artes gráficas, visuales, plásticas y fotografía	Archivos, museos y bibliotecas	Radio, cine, TV y espectáculos	
Si	22,0%	29,6%	32,6%	27,2%
No	78,0%	70,4%	67,4%	72,8%

En el subsector de *Radio, cine, TV y espectáculos*, aquellas personas que no cuentan con formación específica es menor en más de 10 puntos (67%) respecto al de *Edición, artes plásticas, visuales y fotografía* (78%).

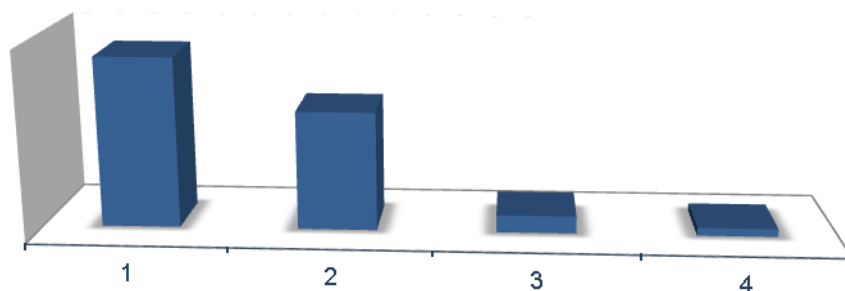
Fig.12: Formación en los últimos tres años



En los últimos tres años ha recibido formación el 54% de las personas encuestadas, frente al 46% que afirma no haber recibido ningún tipo de curso de formación, dato bastante significativo

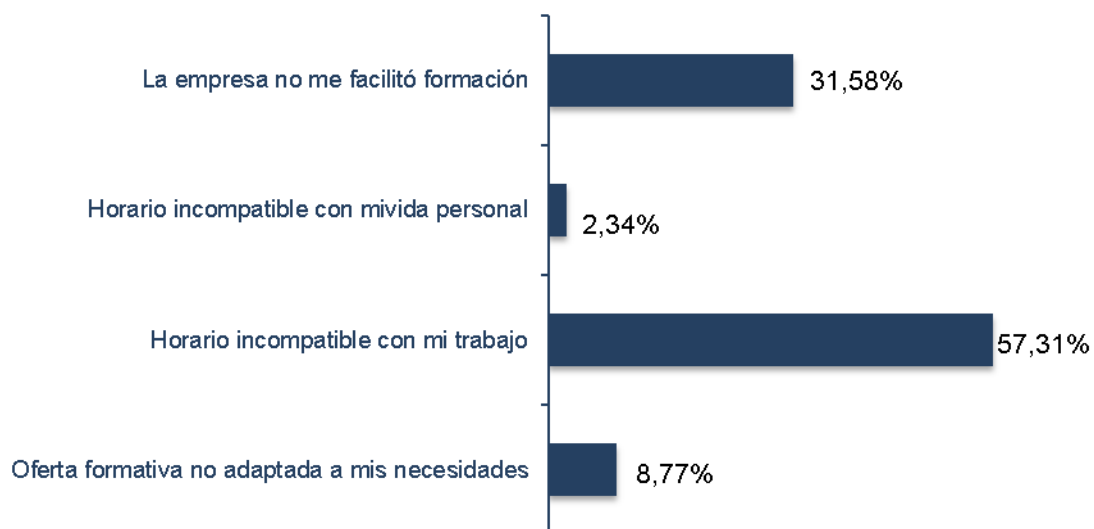


Fig.13: Número de cursos realizados en los tres últimos años



Del grupo de personas encuestadas que afirman haber realizado algún tipo de formación en los últimos años, el 54% ha realizado tan solo un curso, frente el 38% ha realizado dos. La media de cursos realizados es la de 1,56.

Fig.14: Principales motivos por los que no se realiza formación



En relación a los principales motivos por los que no se realiza la formación, llama la atención cómo más de la mitad de las personas encuestadas, concretamente el 57,31%, manifiestan que no realizan formación debido a que el horario de la misma es incompatible con su horario de trabajo. Por otro lado, también se “culpa” a la empresa de la desinformación sobre formación en más del 30% de los casos.



Fig.15: Carencias formativas actuales

Materias formativas	Porcentaje
Maquetas	4,35%
Metodología	1,63%
Turismo	1,09%
Seguridad	1,09%
Nuevas técnicas fotografía	3,80%
Informática	23,91%
Telemática	3,26%
Admon y gestión	5,43%
Ofimática	0,54%
Técnicas cámara	1,63%
Comunicación	1,63%
Programación	3,80%
Producción	3,80%
Marketing	5,43%
Biblioteconomía	5,98%
Nuevas técnicas aplicadas	12,50%
Recursos humanos	3,26%
Imagen y sonido	7,07%
Museografía	3,26%
Impresión digital	1,09%
Atención cliente	0,54%
Digitalización	4,89%

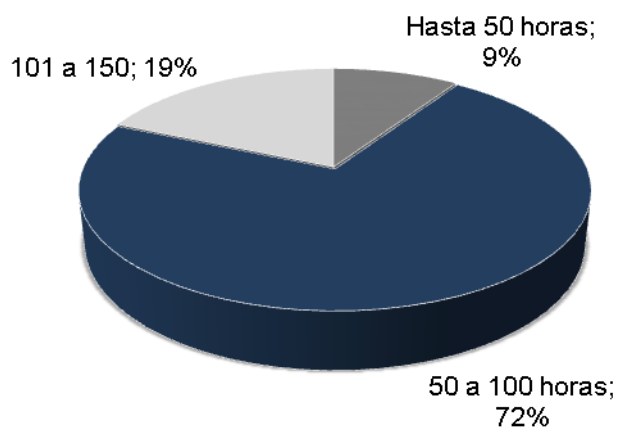
En cuanto a las materias formativas en la que se manifiesta contar con mayores carencias formativas, están ligadas, en su mayoría, a aquellas que aplican las nuevas tecnologías en las tareas del puesto de trabajo. Concretamente, más de un 20% de los encuestados, afirma poseer carencias formativas en informática, seguido de un 12,50%, que manifiesta en las nuevas técnicas aplicadas a su puesto de trabajo.



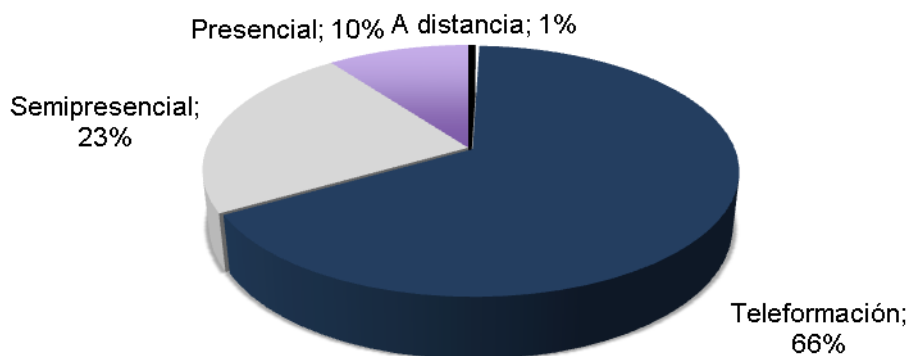
Por tanto, se percibe que las carencias formativas van unidas a la aplicación de *nuevas tecnologías* en las tareas requeridas en los puestos de trabajo, actuales y futuros. También se detecta una alta heterogeneidad de materias – que pueden observarse en la tabla anterior – debido a los requerimientos actuales de multidisciplinariedad, que conlleva la necesidad de formación en más de una materia.

Lo anteriormente comentado en relación a la diversidad de materias sobre las que se manifiestan necesidades formativas por parte del sector de industrias culturales, provoca una dificultad añadida a la hora de localizar una oferta formativa adaptada a los trabajadores y trabajadoras del sector. Se debe, por tanto, articular una oferta formativa que responda a estas necesidades de formación, así como de versatilidad y multidisciplinar, a las personas que así la demanden

Fig.16: Preferencias relativas a las características de actividades formativas



La mayoría de las personas encuestadas, específicamente el 72%, prefiere actividades formativas con una duración de entre 50 a 100 horas. Tan solo el 9% optaría por actividades de corta duración, inferior a las 50 horas.



En relación a la modalidad de la formación, se advierte claramente como la teleformación se muestra como la favorita, con un porcentaje del 66% que la manifiestan como su opción preferida, seguida de la semipresencial con el 23%. Por tanto, la formación presencial se convierte en una opción minoritaria con tan solo el 10%. De este modo, se solventaría en gran medida las barreras de incompatibilidad horaria en el acceso a formación. En los grupos de profesionales se ha manifestado que la formación demandada es susceptible de ser impartida mediante la modalidad de teleformación.

4.3. PRINCIPALES TENDENCIAS EN CUANTO A OCUPACIONES

En relación a las ocupaciones, una opinión muy generalizada entre los profesionales del sector, y constatada tras el análisis efectuado, es el hecho que las **ocupaciones o perfiles profesionales** ya existen, lo que se necesita en muchas ocasiones es especializar más determinadas profesiones, incorporándoles un perfil más “cultural” (como por ejemplo, la necesidad existente en el sector de “abogados especializados en propiedad intelectual, o “especialistas en temas editoriales”).

En relación a las nuevas ocupaciones u **ocupaciones emergentes**, puede afirmarse que se han detectado dos grandes características o tendencias en el sector de las industrias culturales de Andalucía:



1. No se advierte la aparición de un número significativo de *ocupaciones emergentes* características de los diversos subsectores analizados, sino que la tendencia fundamental es el surgimiento de ocupaciones comunes a otros sectores o actividades económicas, muy relacionados con las **Nuevas Tecnologías**. Es decir, la aparición de nuevas ocupaciones vinculadas principalmente con las Nuevas Tecnologías y que, por tanto, son ocupaciones comunes a otros sectores de actividad, pero que, para el caso que nos ocupa, están centradas en aplicación a la cultura.
2. Relacionado con el apartado anterior, destaca el hecho de que el mercado laboral requiere **nuevas cualificaciones o competencias profesionales** para las ocupaciones ya existentes. Se requiere fundamentalmente la actualización de competencias técnicas en muchas de las ocupaciones existentes, fundamentalmente en el manejo de nuevas tecnologías, así como en otros aspectos, dirigidos a la adquisición de mayores habilidades personales, generando perfiles más versátiles y multidisciplinarios. Existe un fuerte demanda porque la polivalencia entre tecnología y creatividad.

El sector de las Industrias Culturales, al igual que el resto de sectores de actividades económicas, se está viendo afectado plenamente por el desarrollo de las TIC, que están modificando sustancialmente el modelo de oferta y demanda de bienes y servicios, así como las cadenas de valor existentes y los perfiles de los agentes que operan en los mercados. En este sentido y, como consecuencia de lo anterior, se está produciendo una necesidad de *nuevas competencias y cualificaciones profesionales* que están afectando a perfiles profesionales ya existentes, caracterizados fundamentalmente por la necesidad de adaptación y de una innovación constante en los contenidos de sus conocimientos. A esto hay que unirle el cambio del modelo económico y cultural, que está comportando transformaciones constantes en el mercado laboral, demandando nuevas competencias que permitan la adaptación a dichas transformaciones, requiriéndose perfiles profesionales más versátiles, capaces de gestionar el cambio y con predisposición ante un continuo reciclaje profesional.

En relación a las cualificaciones o competencias que actualmente se están requiriendo en los diversos perfiles profesionales que ya existen y que ejercen su labor profesional en las diversas actividades del sector; tras la investigación efectuada y basada en la recogida de información de las entrevistas realizadas a empresarios del sector, mandos intermedios y responsables de formación y recursos humanos, así como tras las conclusiones obtenidas de los workshops,



puede afirmarse que existe unanimidad en relación a un conjunto de competencias que, tanto los empresarios como los responsables de recursos humanos de las empresas del sector, están requiriendo a los trabajadores y trabajadoras, y entre las que destacan las siguientes:

NUEVAS COMPETENCIAS
Administración y gestión, económica y empresarial
Multidisciplinariedad y polivalencia
Marketing
Informática: Nuevas Tecnologías
Contenidos Web: Redes Sociales
Comunicación
Idiomas
Atención al cliente
Habilidades comerciales
Flexibilidad
Adaptación

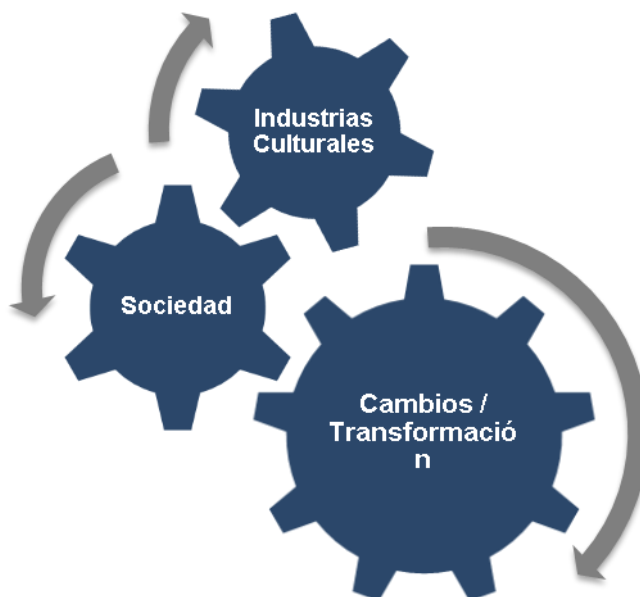
Por tanto, puede afirmarse que la principal tendencia o necesidad del sector es la **recualificación** de los profesionales que ejercen su labor profesional en el mismo, ante las transformaciones que se están desarrollando en el mercado laboral.

En este sentido, se han detectado el surgimiento de perfiles profesionales emergentes, vinculados fundamentalmente a tres áreas específicas:

- ⇒ ***Nuevas tecnologías aplicadas a la cultura y el ocio. Cultura virtual.***
- ⇒ ***Gestión económica aplicada a la cultura.***
- ⇒ ***Técnicas de marketing y estudios de mercado aplicados a la cultura.***

4.4. REFLEXIONES SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL Y FACTORES DE CAMBIO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN ANDALUCÍA

La evolución del sector de las industrias culturales y sus principales factores de cambio vienen de la mano de la propia transformación que vive la sociedad en sus diferentes ámbitos. Esta transformación se ha caracterizado en los últimos años por la aceleración vertiginosa de los cambios que, en épocas anteriores, se han producido de manera más lenta y con un mayor plazo para su interiorización por parte de la sociedad.



Tal y como señala el Libro Verde¹, *si Europa quiere seguir siendo competitiva en este entorno global en transformación, debe establecer las condiciones adecuadas para que la creatividad y la innovación florezcan en una nueva cultura empresarial.*

Tras el análisis de la variada planificación del sector realizada por las diversas administraciones públicas, hay una característica común a todas ellas y es el reconocimiento del potencial socio – económico de las industrias culturales en pro del desarrollo del territorio, desde el punto de vista del desarrollo local sostenible. A este hecho de desarrollo colectivo gracias a las industrias culturales, se une el desarrollo individual de cada una de las personas que viven en este territorio.

¹ Libro Verde. Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas. Comisión Europea. 2010.



El concepto de Cultura, así como la propia Sociedad, no deja de ser un concepto dinámico, en constante evolución y desarrollo, difícil de acotar y de conseguir unanimidad en cuanto a su definición, aunque sí es posible un cierto consenso. La dificultad de consenso puede derivar en la subestimación social y económica de la Cultura.

Además de la rapidez de las transformaciones sociales en las que se desarrollan las industrias culturales, hay que destacar la implantación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

diversidad **sostenibilidad** participación **educación** **derecho**
igualdad **sociedad de la información y del**
conocimiento **nuevas tecnologías** universalidad **comercio**
exterior **formación** **colaboración público/privada** **financiación**
mecenazgo **alfabetización tecnológica**

La necesidad de internacionalización de las empresas andaluzas es un hecho reconocido. Las industrias culturales andaluzas no son ajenas a esta necesidad, si bien se reclama que primero sean capaces de “salir de la Comunidad”, traspasar las fronteras de Andalucía y llegar a otras Comunidades (la comparación con los motores existentes en el sector en las ciudades de Madrid y Barcelona son inevitables).

✓ **Cambios en el modelo de financiación**

Hasta ahora, el motor de la Cultura en Andalucía ha sido fundamentalmente público, si bien este hecho se prevé que cambiará en los próximos años. Se reclama por parte de profesionales – debido a la necesidad detectada – una transformación del modelo de financiación de la Cultura, en definitiva, se trata de acercarse a un modelo con un sistema de funcionamiento más cercano al modelo anglosajón, donde el sector privado adquiera progresivamente un mayor protagonismo. Llegados a este punto, es fundamental tener en cuenta que un giro hacia la financiación privada conlleva la exigencia de una mayor rentabilidad de las empresas del sector de industrias culturales.



Al mismo tiempo, en el momento en el que nos encontramos, la propia Administración Pública está redefiniendo su papel en todos los sectores económicos (aunque, en ocasiones, se manifieste que determinados sectores, como la educación y la sanidad, son *intocables*).

Este cambio del modelo de financiación lleva, a su vez, a una transformación en la relación que mantiene la industria cultural con el público.

Si bien en España las administraciones públicas que más contribuyen económicamente en el desarrollo de las industrias culturales son las administraciones locales, la percepción en los ámbitos profesionales es otra: se percibe a la administración autonómica como aquella que mayores aportaciones económicas realiza y, por otro lado, es a la administración que más se le *exige* su implicación.

A pesar de que el concepto de industria cultural conlleve un importante componente económico, esto es, que se considere su aspecto empresarial, no se debe olvidar el sentido transformador, dinamizador y de desarrollo colectivo e individual.

Puede afirmarse que un indicador del tipo de sociedad, es el consumo cultural o consumo en cultura. A su vez, este consumo permite visualizar las relaciones entre la cultura y su aspecto económico y, por tanto, de desarrollo.

En cuanto al consumo cultural, según la *Encuesta sobre consumo y hábitos culturales de los andaluces* (HABICU 2010)², la crisis económica afecta al consumo cultural de manera significativa. De hecho, se afirma que “la mayoría de las personas que conocen gastan menos en cultura a causa de la crisis”, en concreto el 47,5%. Estos datos se agravan más aún en el caso de la población joven.

Igualmente, dicha encuesta resalta que el bajo consumo cultural en algunas actividades se debe más a una cuestión de preferencias o desinterés que a cuestiones económicas.

✓ ***Cambios que afectan a profesionales del sector. Sinergias con otros sectores.***

² Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA). Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).



El reducido tamaño de estas empresas hace necesario o, al menos, interesante, la creación de una dinámica de trabajo en red, formal o informal, que facilite el intercambio, desarrollo y enriquecimiento mutuo.

Para conseguir un trabajo en red eficaz es aconsejable reforzar el sentimiento colectivo de “sector”, esto es, el sector de industrias culturales es tan heterogéneo que se detecta una “falta de pertenencia” al mismo por parte de aquellas personas involucradas en él.

Previo a este sentimiento de pertenencia a un sector, es fundamental contar con un concepto unívoco en relación a las actividades, ocupaciones y profesiones que forman parte del sector de industrias culturales. Este concepto unívoco debería contemplarse desde la administración europea, para poder así descender en su tratamiento – siempre desde la homogeneidad de conceptos – hasta la administración local. De hecho, ha sido uno de los aspectos destacados en los foros de profesionales realizados: determinar qué es industria cultural y qué no lo es.

La consideración social y económica del sector de industrias culturales se vería reforzada con la “visibilización” del mismo, es decir, a su reconocimiento, a lo que contribuye lo anteriormente comentado; contar con una definición de industria cultural que huya de la ambigüedad.

La situación económica actual ha provocado la necesidad de profesionales multidisciplinares en las empresas. Este hecho conlleva una formación permanente, perjudicando a aquellas personas que no han podido o no han querido seguir formándose a lo largo de su vida laboral.

Actualmente, en las empresas, se requiere una diversificación de tareas a personas empleadas que hasta hace poco tiempo se limitaban a una tarea. Hay determinados colectivos de personas trabajadoras que no se han reciclado desde el punto de vista formativo y que, ahora, deben hacerlo, no solo para adaptarse a los nuevos requerimientos de su puesto de trabajo sino, incluso, para poder desempeñarlo.

Están surgiendo nuevas profesiones, muchas de ellas derivadas de las sinergias entre las industrias culturales con otros sectores económicos.

Según el Balance del Año Turístico en Andalucía (BATA) 2010, tanto entre turistas españoles como extranjeros, el 35,8% se decanta por la visita a monumentos y museos, a lo que se añade el 4,2% que asiste a eventos u otro tipo de actividades culturales.



Uno de los principales factores de cambio viene derivado de las sinergias que mantiene el sector de industrias culturales con el de las tecnologías de la información y comunicación y con el turismo. Estas sinergias producen cambios en tres líneas principales de actuación:

- ✓ *Interacción con las nuevas tecnologías.* No sólo su adaptación, ya que algunas nuevas tecnologías surgirán del propio desarrollo de las actividades culturales.
- ✓ *Colaboración con el sector turístico.*
- ✓ *Nuevos espacios y ámbitos de consumo,* participación y disfrute, así como nuevo personal derivado de la difusión interior y exterior (internacionalización).

Aunque la Educación no se suele relacionar directamente con el sector de industrias culturales, si deben producirse colaboraciones entre ambos sectores, siempre uniéndolos con el de la nueva sociedad de la información y el conocimiento. La Educación marca tanto la evolución, desarrollo y producción, como el posterior consumo y disfrute de los bienes, productos y servicios culturales.

Las sinergias de los diversos sectores económicos y sociales provocan que la planificación política y económica de la Cultura deba coordinarse entre estos sectores.





Algo común que se comparte con otros sectores es la denominada “fuga de cerebros” que se está produciendo actualmente (fuga entendida tanto de Andalucía a Madrid y Barcelona, como de España a otro país). Se llama la atención sobre la necesidad de retener talento, más aún en una sociedad de la información y el conocimiento en la que nos movemos actualmente, donde el conocimiento es el capital o recurso máspreciado.

En cuanto a la vinculación de las industrias culturales con el Turismo, se puede decir que es cada vez mayor. Una de las tendencias en los últimos años es precisamente esta vinculación, aumentando el consumo cultural procedente del Turismo. Además, el Turismo, en su búsqueda de nuevos mercados, está apostando por el turismo cultural como uno de los puntos fuertes en Andalucía. Entre algunos profesionales se detecta cierta reticencia hacia esta vinculación debido a lo que ellos denominan “banalización de la cultura”. Pero la relación Cultura – Turismo es un hecho innegable, por lo que se debe trabajar con la finalidad de reforzar los nexos de unión y cooperación.

✓ ***Cambios que afectan a la relación con el público. Nuevas tecnologías.***

Tras la implementación del Plan Estratégico para la Cultura en Andalucía en los años 2007 a 2011, *donde se han puesto de manifiesto las múltiples vertientes que tiene la Cultura en la sociedad actual de la información y del conocimiento*, comienza una nueva etapa para afrontar los retos de la nueva situación económica y social de la sociedad andaluza.

Las múltiples realidades culturales hacen que se tenga en cuenta la diversidad cultural a la hora de realizar una planificación estratégica y de comunicación desde las diversas administraciones públicas. Pero no solo desde las administraciones, sino que también se producen cambios en la relación industria cultural – público, necesitándose mayor profesionalización de aquellas personas que identifican tendencias, preferencias, posibilidades de consumo, etc., del público.

Cada vez más, se reclama una mayor profesionalización para analizar las necesidades y demandas culturales del mercado, entrando aquí en juego de manera crucial el aprovechamiento de las nuevas tecnologías. Estas nuevas tecnologías no son una herramienta más, sino que forman parte de la propia Cultura y de sus manifestaciones al formar parte de la misma como creadoras, soportes, distribuidoras, expositoras, etc.



Por tanto, la evolución de las industrias culturales se encuentra cada vez más vinculada a las nuevas tecnologías, cuestión que, unido a la globalización, permite la difusión y circulación de bienes, servicios y productos culturales a nivel internacional.

Así mismo, estas nuevas tecnologías han contribuido a nuevas formas de relación con el público, mediante una relación más participativa, tanto en las fases de creación como en la difusión. La demanda de mayor participación de la sociedad se extiende a otras áreas de creación y decisión colectiva, es por tanto, un cambio que trasciende al mero contexto cultural.

Cuando se habla de cambios en la relación con el público, se habla también de innovación. Ésta no sólo está vinculada a las nuevas tecnologías, sino que innovar hace referencia a la innovación en: la búsqueda de tendencias, escenarios, públicos, formatos, oferta, demanda, etc. Un ejemplo se encuentra actualmente en la ciudad de Málaga: se ofertan obras de teatro representadas en un domicilio particular a las cuales se accede mediante internet. Este último caso se ha visto reforzado, en gran medida, por los cambios en los hábitos de consumo en los que se ha reducido el gasto en cultura y ocio debido a la crisis económica.

Uno de los peligros a los que se enfrentan las industrias culturales es su vinculación, en algunos subsectores, de manera exclusiva al ocio. Para evitar que este vínculo no elimine a su componente de desarrollo social y personal, se debe apostar por una Cultura accesible desde el punto de vista físico, social y económico.

Las nuevas tecnologías también están favoreciendo el intrusismo en profesiones del sector, lo que puede derivar en una peor calidad de la producción final.

En definitiva, igual que se habla de “nueva sociedad” tras la irrupción de las nuevas tecnologías aplicadas a nuestra vida cotidiana, se habla también de “nueva cultura”, haciendo referencia a un cambio radical en su concepción.

✓ ***Cambios que afectan a las necesidades formativas.***

En los diversos foros profesionales que se han empleado para la recopilación de información, éstos manifiestan la conveniencia de que la propia Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía ofrezca formación, no como hasta ahora, que se encuentra centralizada – la dirigida a este sector – fundamentalmente en la Consejería de Educación (formación reglada) y la Consejería de Empleo (formación no reglada).



El cambio hacia profesionales multidisciplinares conlleva también un cambio en el modelo formativo. Este cambio de modelo formativo puede venir de la mano de los Certificados de Profesionalidad, a través de los cuales se pretende unificar el sistema de Formación Profesional dentro de la Unión Europea, mediante el reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia profesional o de vías no formales de formación. Con este nuevo sistema se reforzaría el objetivo de la movilidad intracomunitaria a nivel profesional.

Además, la formación en el sector de industrias culturales cuenta con un componente importante de prácticas, “se aprende haciendo”, por lo que en la actualidad hay en el mercado laboral, profesionales con experiencia pero sin formación específica y/o reglada.

Al ser la mayoría de las industrias culturales andaluzas empresas sin personas asalariadas o microempresas, se demanda una mejor formación en cuestiones de gestión empresarial adaptadas a este sector. En una economía cada vez más competitiva, se hace necesario contar con conocimientos de gestión y este sector no es ninguna excepción, como se comenta en los grupos profesionales: “no basta con tener talento, también hay que saber cómo gestionarlo”. Además, se requiere realizar estudios de impacto económico de la política y gestión cultural por parte de las administraciones públicas.

Algunas de las necesidades formativas detectadas no son “nuevas”, sino que se reclama una adaptación de determinados conocimientos al sector de industrias culturales, como es en el campo de la gestión, la informática y el derecho.

Por tanto, se reclama una formación flexible que se adapte a la realidad laboral. Esta realidad laboral ha cambiado vertiginosamente en los últimos años, dirigiéndose hacia la multidisciplinariedad de los y las profesionales, por lo que el cambio en la formación para que cumpla su objetivo de adaptación a la realidad debe ser ágil y rápido, cuestión difícil de cumplir en la formación reglada.

La situación actual de la formación en las industrias culturales andaluzas se encuentra íntimamente unida a la realidad del sector, caracterizado por la gran variedad de perfiles y ocupaciones, muy diversos entre sí. Esto conlleva, entre otros aspectos, que la actual oferta formativa se encuentre dispersa, existiendo un conjunto de perfiles u ocupaciones para los que dicha oferta es bastante limitada.



En este aspecto, llama la atención la existencia de elevado número de perfiles profesionales para los subsectores objeto de análisis en el presente estudio, esto es, **edición, artes gráficas, visuales y plásticas y fotografía, y radio, cine, televisión y espectáculos**; excepto para el subsector de **Archivos, museos y bibliotecas**, que para el caso andaluz, se recoge únicamente el perfil de “*auxiliar de bibliotecas y centros de documentación*”.

Adentrándonos en la oferta formativa existente en la actualidad, se advierte una elevada oferta de cursos dirigidos a desempleados, muchos de ellos para los desempleados preferiblemente menores de 30 años, al objeto de formarles y cualificarles para una profesión. Dentro de este ámbito se encuentran una variedad de cursos relacionados con los subsectores objeto de análisis.

En relación a la participación de los alumnos en las iniciativas de Formación Profesional para el Empleo, sólo un 2,6% del total de alumnos que en el año 2010 participaron en esta formación lo hicieron en cursos relacionados con el sector cultural, siendo los relacionados con el subsector de edición, artes gráficas, visuales y plásticas y fotografía los que mayor participación tuvieron, concretamente del 67%. Dentro de este sector, es el curso de “*técnico auxiliar en diseño gráfico*” el que mayor demanda de alumnos tiene.

Por el contrario, la oferta formativa dirigida prioritariamente a trabajadores ocupados dentro de los subsectores analizados, se caracteriza por el reducido número de cursos, siendo ofertada en la mayoría de los casos por Asociaciones Empresariales o la Confederación de Empresarios de Andalucía.

Este hecho puede unirse claramente con uno de los resultados del trabajo de campo y que es el desconocimiento generalizado de los profesionales del sector sobre la oferta de Formación Profesional para el Empleo. De hecho, un elevado número de las personas entrevistadas afirman que generalmente, cuando buscan oferta formativa acuden a instituciones o entidades que ofrecen una formación muy específica de su subsector.

Igualmente, se detecta una escasa participación de los trabajadores del sector en acciones de formación. Del total de profesionales encuestados, una cifra cercana al 50%, concretamente, el 46%, afirma no haber recibido formación en los últimos tres años, porcentaje significativo. El 54% que sí ha recibido, tan sólo ha participado en un curso de formación, lo cual refleja claramente la reducida participación de los profesionales en acciones de formación.



Entre los motivos que se alegan destacan la incompatibilidad del horario, así como la escasa información sobre la oferta existente. Asimismo, entre aquellos que sí han realizado algún curso de formación en los últimos tres años, un 42% alega estar poco satisfecho tras su realización, frente al 49% que afirma estar medianamente satisfecho.


En general, se aprecia una opinión generalizada de que la formación juega un papel decisivo en el desarrollo del sector, pero aún no cuenta con la suficiente consideración dentro del mismo. Además de la necesidad de que se mejore la comunicación de la oferta, puesto que no llega a un elevado número de potenciales usuarios, se requiere una mayor adaptación de los contenidos a la diversidad de situaciones y realidades de las empresas del sector.

En relación a las carencias formativas de los profesionales del sector, puede afirmarse que la principal carencia va vinculada a las Nuevas Tecnologías aplicadas a las tareas de los puestos de trabajo. Esta necesidad está íntimamente relacionada con una de las principales tendencias del sector en los últimos años y que es la incorporación de las Nuevas Tecnologías como elemento de una *nueva cultura*.

Igualmente, se requiere que la formación reglada incluya contenidos dirigidos al *aprendizaje empresarial*, de manera que se dote de “industrialización” a un sector tradicionalmente artístico y poco vinculado a criterios comerciales, industriales y económicos. Unido a esta afirmación, se demanda mayor formación de los profesionales en la gestión en su conjunto, tanto desde el punto de vista técnico, como económico.

Por tanto, puede concluirse que en la actualidad nos encontramos ante un escenario caracterizado por una **oferta formativa para el empleo** en el sector especialmente dirigida a trabajadores desempleados, al objeto de potenciar su recualificación y su acceso al mercado de trabajo. En contraposición, existe una escasa oferta para los trabajadores del sector, lo que conlleva una reducida participación en cursos de formación. Al existir esta poca oferta, aquellos que requieren formación, suelen acudir a formación privada o por otros canales.

En general se detecta necesidades formativas vinculadas principalmente a la aplicación de las Nuevas Tecnologías, así como a materias ligadas a la gestión técnica y económica. Se requiere una oferta formativa adaptada al sector en cuanto a horarios y modalidad de formación, primándose la formación on-line por encima de otras modalidades de impartición.



5. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN MÁLAGA.

En el presente apartado se analizan las principales características del sector de las industrias culturales en la provincia de Málaga, incluyéndose los datos más relevantes del sector, en una provincia que destaca por su aportación en este tipo de actividad a la región andaluza. Se analiza el empleo en el sector, examinándose los principales datos socioeconómicos, continuando posteriormente por el análisis de las ocupaciones y de la oferta formativa existente en la actualidad, así como la información más relevante obtenida para la provincia en el trabajo de campo desarrollado en el marco del presente estudio.

Para comenzar hay que destacar que es la provincia de **Málaga** la que presenta el mayor porcentaje de personas afiliadas en el sector de *actividad R* respecto al total de actividades en cada provincia. En la provincia de Málaga, el 1,8% de las personas afiliadas a la Seguridad Social, tanto en el régimen general como en el régimen de autónomos, trabaja en el sector de *actividad R Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento*; seguidas de Sevilla y Granada, ambas con porcentajes del 1,6%.

Fig.17: Personas afiliadas en el sector de actividad R en Andalucía por provincia (Régimen General y Régimen especial de autónomos tanto de nacionales como de extranjeros). 30 de diciembre de 2010.

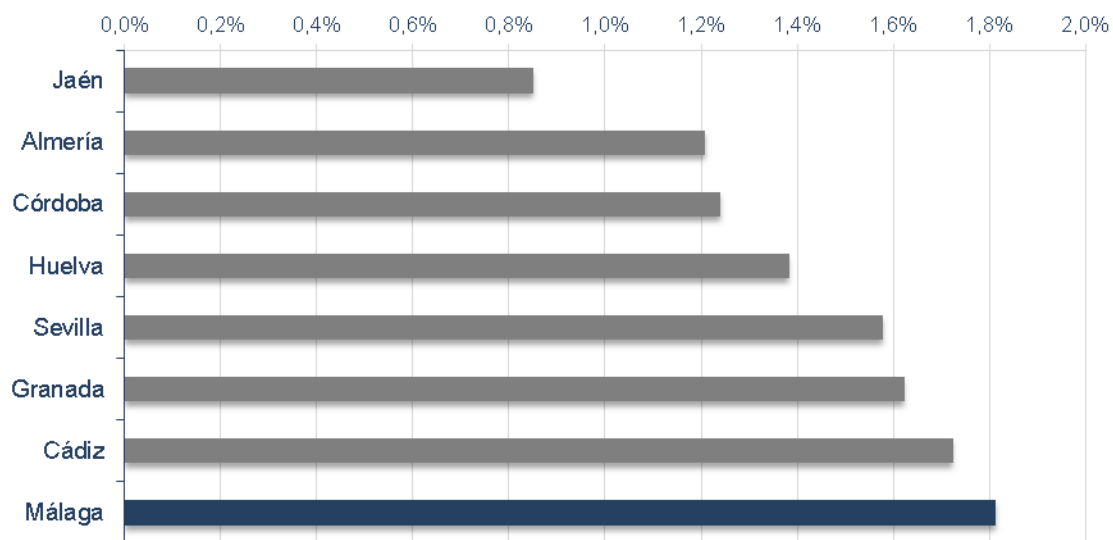
	Actv .Artis. Rec.y Entr. R	Total	% Total Activ.	% Total R Andalucía
Almería	2.724	225.449	1,2%	7,3%
Cádiz	5.553	322.254	1,7%	15,0%
Córdoba	2.699	217.687	1,2%	7,3%



Granada	4.157	256.256	1,6%	11,2%
Huelva	1.860	134.632	1,4%	5,0%
Jaén	1.445	170.026	0,8%	3,9%
Málaga	9.262	511.243	1,8%	25,0%
Sevilla	9.409	596.272	1,6%	25,4%
ANDALUCÍA	37.109	2.433.819	1,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos de la Seguridad Social. Ministerio de Trabajo e Inmigración

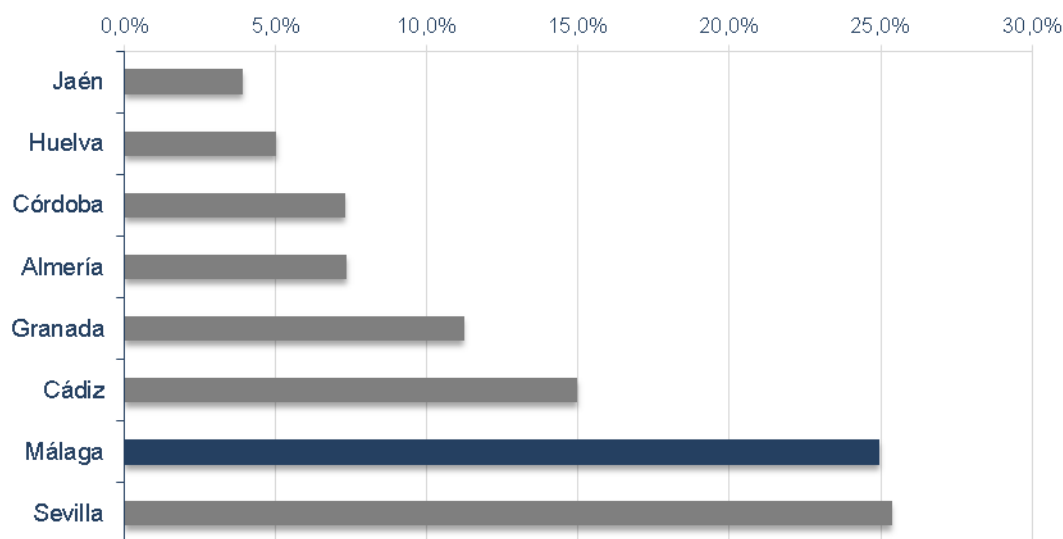
Fig.18: Porcentaje de personas afiliadas en el sector de actividad R en las provincias andaluzas respecto al total de personas afiliadas (Régimen General y Régimen especial de autónomos tanto de nacionales como de extranjeros). 30 de diciembre de 2010.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Seguridad Social. Ministerio de Trabajo e Inmigración



Fig.19: Porcentaje de personas afiliadas en el sector de actividad R en Andalucía por provincia (Régimen General y Régimen especial de autónomos tanto de nacionales como de extranjeros). 30 de diciembre de 2010.

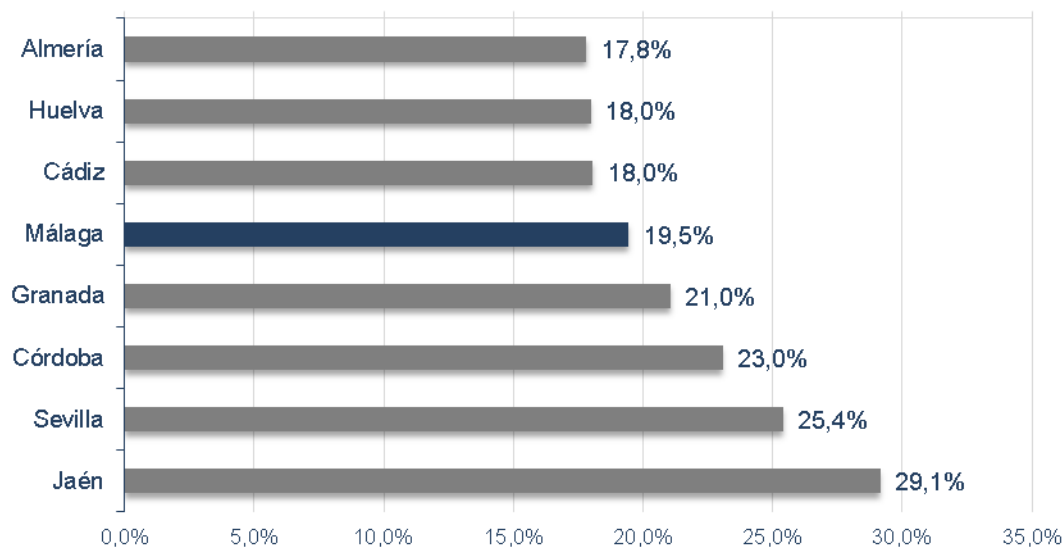


Fuente: *Elaboración propia a partir de datos de la Seguridad Social. Ministerio de Trabajo e Inmigración.*

En Andalucía, son las provincias de Sevilla y Málaga, con el 25,4% y 25,0% respectivamente, las que concentran la mitad de las personas afiliadas al sector de actividad *R Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento*, dato realmente significativo, teniendo en cuenta la menor cantidad de espacios culturales existentes en la provincia de Málaga con respecto a la capital andaluza, lo cual no es más que un claro reflejo del dinamismo del sector cultural en la provincia malagueña en el conjunto de Andalucía.



Fig.20: Porcentaje de personas afiliadas en régimen de autónomos en Andalucía en el sector de actividad R. 30 de diciembre de 2010.



Fuente: *Elaboración propia a partir de datos de la Seguridad Social. Ministerio de Trabajo e Inmigración.*

En este cuadro se observa el porcentaje de autónomos en cada provincia dentro del sector de actividad R. Como puede advertirse, en Málaga la cifra alcanza a casi el 20%, algo menos de la media en Andalucía, que se sitúa en el 21,5%, lo cual refleja que existe una elevada proporción de afiliados al sector contratados por cuenta ajena.

Según el Observatorio ARGOS, de la Consejería de empleo, en agosto de 2011 se han registrado 6.556 contratos en el sector de actividad R en Andalucía, de los cuales más del doble corresponden a hombres. La anterior cifra, representa el 2,8% del total de contratos realizados en esa misma fecha. De esos 6.556 contratos, 1.225 se realizaron en la provincia de Málaga (el 18,7%).

Estos datos reflejan la importancia del sector en la provincia, pudiéndose, por tanto, afirmar que la provincia de Málaga puede ser un motor relevante del sector de industrias culturales en Andalucía, junto a Sevilla y algo en Granada.

Fig.21: Contratos registrados por sectores de ocupación

Contratos registrados	Año 2010		Representación provincial respecto Andalucía
	Málaga	Andalucía	
Contratos en el sector cultural	4.743	36.968	12,83%
Subsector de actividad			
Edición, artes gráficas, visuales y plásticas y fotografía	1.771	12.484	14,19%
Archivos, museos y bibliotecas	243	1.353	17,96%
Radio, cine, televisión y espectáculos	2.729	23.121	11,80%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Servicio Andaluz de Empleo. Observatorio Argos.

En relación a los contratos registrados por subsectores de ocupación, se advierte que es el **subsector radio, cine, televisión y espectáculos** el que registró un mayor número de contratos para el año 2010, con un total de 2.729. Le sigue el subsector de **edición, artes gráficas, visuales y plásticas y fotografía**, con 1.771 contratos registrados.

La representación provincial respecto a Andalucía en lo que se refiere a la contratación registrada es del 12,83%, encontrándose en tercera posición, por detrás de Granada y de Sevilla, que representa el 36,43% del total de contratos registrados en el sector para Andalucía.

Llama la atención como aunque cuantitativamente para los datos provinciales el número de contratos para el subsector **de archivos, museos y bibliotecas** ha sido muy inferior al resto de subsectores, es el que mayor porcentaje ha registrado en su representación respecto al resto de provincias andaluzas.

Fig.22: Ocupaciones más contratadas en Málaga. Año 2010

Ocupaciones más contratadas en Málaga. 2010	%
Actores y directores de cine, radio, televisión y de teatro y asimilados	26,16%
Fotógrafos y operadores de equipos de grabación de imagen y sonido	14,04%
Músicos, cantantes y bailarines de espectáculos en cabarets y similares	12,44%
Decoradores y diseñadores artísticos	10,52%
Escritores, periodistas y asimilados	7,48%
Compositores, músicos y cantantes	5,52%
Coreógrafos y bailarines	4,24%
Operadores de equipos de radio y televisión y de telecomunicación	4,15%
Dirección de departamento de producción y operaciones de otras empresas no clasificadas anteriormente de 10 o más asalariados	2,51%
Operadores de máquinas para imprimir	2,17%

Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del Servicio Andaluz de Empleo. Observatorio Argos.*

Del total de ocupaciones contratadas, es la de **actores y directores de cine, radio, televisión y de teatro y asimilados** la que supuso un mayor volumen de contratación en el año 2010, concretamente del 26%. Le sigue la de **fotógrafos y operadores de equipos de grabación de imagen y sonido**, con un porcentaje del 14,04% y en tercera posición se encuentran los **músicos, cantantes y bailarines de espectáculos**, con un 12,44% de las contrataciones registradas en el sector.

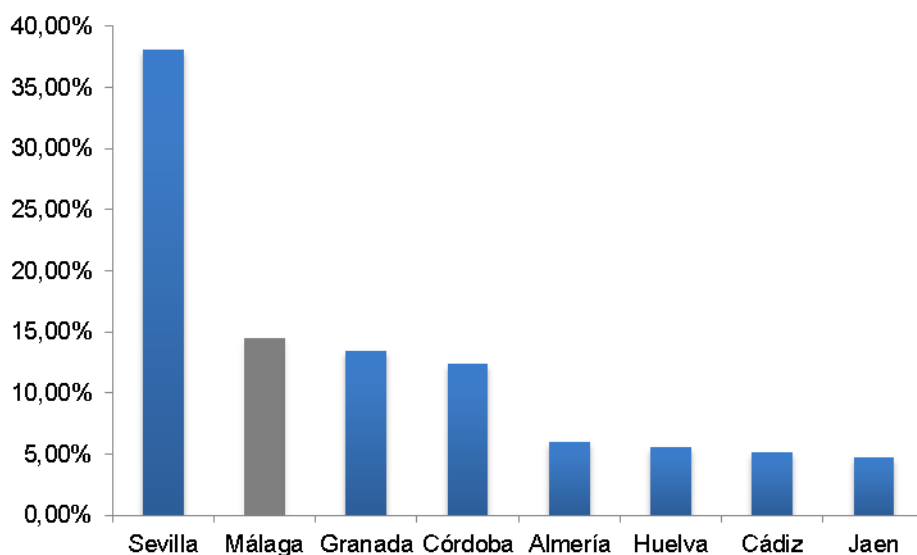
Del total de contratos realizados en la provincia para el sector objeto de estudio, la gran mayoría fue realizada a profesionales con edades comprendidas entre 25 y 44 años, concretamente el 73,84% del total, seguido de los efectuados a menores de 25 años, que representó el 16,26% de la contratación desarrollada, según datos de la Consejería de Empleo.



Asimismo, más de la mitad de estos contratos fueron a hombres, representando un porcentaje del 60,72% del total.

En relación a la **formación**, como se ha analizado anteriormente, Málaga ocupa la segunda posición a nivel andaluz en cuanto a la participación de alumnos en la **Formación Profesional para el Empleo** en especialidades culturales, representando el 14,54% del total.

Fig. 23: Participación en la formación profesional para el empleo en especialidades culturales. Año 2010

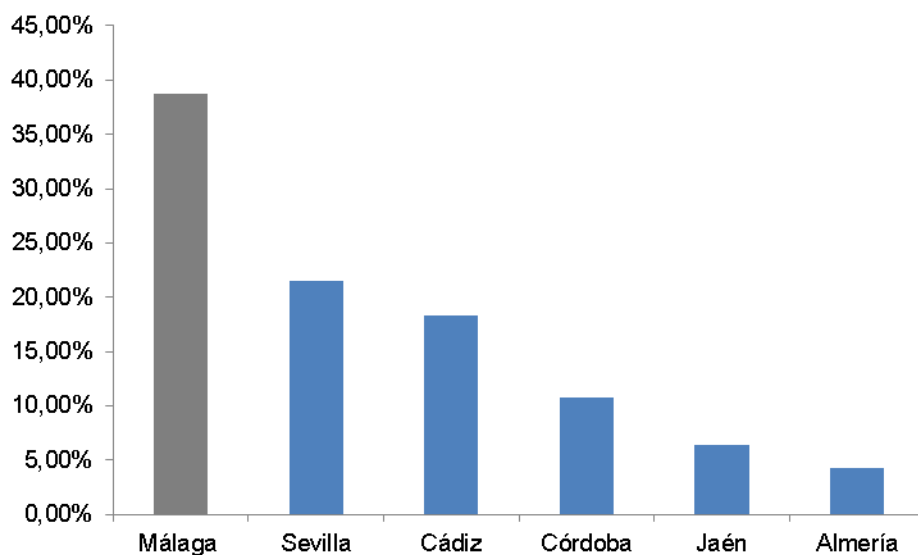


Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del Servicio Andaluz de Empleo. Observatorio Argos*

En relación a la participación en los talleres de empleo en especialidades culturales, se observa una mayor participación de este tipo de iniciativas de formación en la provincia de Málaga, representando el 38,71% del total de alumnos a nivel andaluz. Por tanto, se advierte que es la provincia en la que ha habido un mayor volumen de personas desempleadas mayores de 25 años, en actividades dirigidas al acceso a nuevas ocupaciones del sector cultural.



Fig. 24: Participación en talleres de empleo en especialidades culturales. Año 2010.



Fuente: *Elaboración propia a partir de datos del Servicio Andaluz de Empleo. Observatorio Argos*

En relación a los principales **resultados obtenidos del trabajo de campo** en la provincia de Málaga, se refleja que la formación específica de los profesionales del sector encuestados, es ligeramente superior frente a la formación específica que presentan las personas encuestadas en el total de Andalucía.

	Formación específica	
	Málaga	Andalucía
Si	29,1%	27,2%
No	70,9%	72,8%



	Formación específica	
	Málaga	Andalucía
Impresión digital	11,8%	18,7%
Administración y gestión	5,9%	1,3%
Gestión patrimonio	5,9%	4,0%
Curso revelados	0,0%	1,3%
Informática	52,9%	42,7%
Biblioteconomía	17,6%	10,7%
Arte dramático	0,0%	1,3%
Sonido	0,0%	9,3%
Ofimática	5,9%	8,0%
Programación	0,0%	1,3%
Imagen	0,0%	1,3%

La formación específica que manifiestan contar en la provincia es similar al total de datos en Andalucía, si bien en Málaga se cuenta con mayor formación en informática y biblioteconomía, a diferencia de una menor formación en impresión digital. El número de cursos recibidos en los últimos tres años en Málaga es similar a la media andaluza.

En relación a la asistencia a cursos de formación en los últimos tres años, un 58,1% de los encuestados en la provincia, afirmaron haber recibido formación, frente al 41,9% que no lo hicieron.

De aquellos que afirmaron haber participado en acciones de formación, un 54% atestiguaron haber recibido únicamente un curso de formación, frente al 38% que señalaron haber participado en dos. En este aspecto se advierte como en la provincia de Málaga los datos son similares al del resto Andalucía, en la que se advierte un elevado porcentaje de profesionales que no reciben formación.



En cuanto al motivo para no asistir a actividades formativas, al igual que los datos globales para Andalucía, más de la mitad de las personas encuestadas afirmaron como principal causa la incompatibilidad del horario con el trabajo. No obstante, comparando los datos provinciales con Andalucía, destaca como en Málaga un elevado porcentaje consideran que la oferta no se adapta a sus necesidades, concretamente el 18,2% frente al 8,8% andaluz.

	Motivo para no recibir formación	
	Málaga	Andalucía
No adaptada	18,2%	8,8%
Horario incompatible trabajo	54,5%	57,3%
Horario incompatible vida personal	3,0%	2,3%
Empresa no facilita	24,2%	31,6%

Las preferencias en relación a la duración de las actividades formativas se mantiene lo manifestado en el conjunto andaluz, la mayoría, concretamente el 72,1% prefiere actividades formativas con una duración de entre 50 y 100 horas.

	Preferencias: duración actividades formativas	
	Málaga	Andalucía
Hasta 50 horas	10,5%	9,4%
50 a 100 horas	72,1%	72,0%
101 a 150	17,4%	18,6%



	Preferencias modalidad formación	
	Málaga	Andalucía
A distancia	0,0%	0,5%
Teleformación	69,8%	66,2%
Semipresencial	19,8%	23,0%
Presencial	10,5%	10,2%

La modalidad que cuenta con mayor grado de preferencia en Málaga es la modalidad de teleformación. Esta modalidad va ganando terreno en los últimos años, lo que eliminaría la situación de no recibir formación “por incompatibilidad con el horario laboral”, ya que es una formación que permite flexibilidad en su desarrollo.

A continuación se presentan aquellos datos que muestran alguna variación significativa respecto de los datos comentados anteriormente que hacen referencia a Andalucía.

	Nivel estudios	
	Málaga	Andalucía
Licenciado	12,8%	15,6%
Diplomado	9,3%	8,5%
FP superior	27,9%	24,9%
FP medio	4,7%	6,3%
Certificado profesionalidad	2,3%	1,6%
Bachillerato	20,9%	20,9%
Secundarios	16,3%	16,7%
Primarios	5,8%	5,6%



El nivel de estudios entre las personas encuestadas en Málaga es similar a la media de Andalucía, con un porcentaje menor en tres puntos en el nivel de licenciatura y tres puntos superior en el nivel de formación profesional superior.

	Empresas según su número de personas trabajadoras	
	Málaga	Andalucía
1 a 2 trabajadores	0,0%	1,3%
3 a 5 trabajadores	25,6%	22,3%
6 a 9 trabajadores	22,1%	25,4%
10 a 19 trabajadores	20,9%	23,8%
20 a 49 trabajadores	9,3%	11,3%
50 a 99 trabajadores	4,7%	4,2%
100 a 199 trabajadores	1,2%	1,3%
500 a 999 trabajadores	2,3%	1,6%
1000 a 4999 trabajadores	9,3%	6,5%
Más 5000 trabajadores	4,7%	2,4%

En la provincia de Málaga se registra un mayor porcentaje de empresas con más de 500 personas empleadas, 16,3% frente a 10,5% en Andalucía.

A modo de *conclusión*, puede afirmarse como tras el análisis realizado se advierte que las industrias culturales en Málaga se caracterizan por ser un sector que se encuentra en crecimiento, destacando sobre el resto de provincias andaluzas tanto en el número de personas afiliadas al mismo como en número de empresas, si bien Sevilla le sigue muy de cerca.



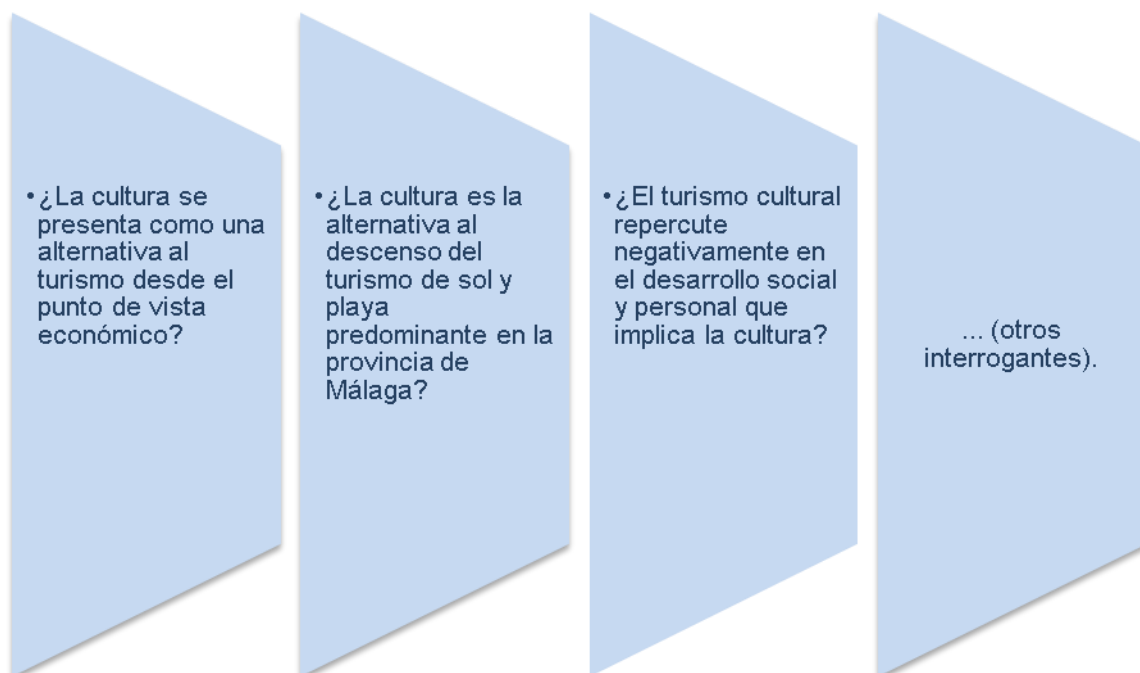
En cuanto al volumen de contratación en el sector, ocupa la tercera posición a nivel andaluz, por detrás de Sevilla y Granada. Es en el **subsector de radio, cine, televisión y espectáculos** en el que se produce una mayor contratación, fruto de determinados eventos que se realizan en la ciudad de Málaga como el Festival de Cine Español de Málaga, la Semana Internacional de Teatro, el Festival Internacional de Teatro, así como diversos ciclos de música, o ferias del libro, entre otros. Asimismo, en Málaga se celebra todos los años la Feria Internacional de Turismo Cultural, que no es más que un claro ejemplo del trabajo que se está realizando en el aprovechamiento entre ambos sectores.

Málaga cuenta con un valor añadido para el desarrollo del sector cultural, y es su fuerte vinculación al turismo, uno de los motores principales de la economía provincial, y de la economía regional. Esto le proporciona una situación en la que pueden aprovecharse los efectos positivos de su vinculación a este sector.

Si hasta ahora el Turismo es una apuesta segura y decidida por parte de las administraciones públicas competentes en el territorio de Málaga, la Cultura está acompañando a esta apuesta.

Pero si este sector está marcado por su vinculación al Turismo, es en Málaga donde esta realidad se hace más evidente, por lo que aprovechar las sinergias se plantea como la mejor opción para la evolución positiva de ambos sectores.

No obstante, se advierte una falta de consenso entre los y las profesionales que trabajan en el sector sobre los siguientes ítems:



En definitiva, no hay consenso, pero la apuesta por el **turismo cultural** en Málaga está clara. De hecho, en la actualidad, la ciudad de Málaga se configura como el primer destino andaluz en el segmento del turismo cultural.

A esto se le une que en los últimos años Málaga ha sido testigo de una gran transformación que ha modificado el panorama cultural de la ciudad, desarrollándose una proliferación de proyectos e iniciativas culturales, colectivos y redes de cooperación entre muchos creadores locales que han permitido generar una enorme riqueza cultural en la ciudad- muestras de esta proliferación se encuentra en la Asociación de Músicos de Málaga o la Asociación del Circo de Andalucía, entre otras.-

A esta realidad se le une un conjunto de infraestructuras culturales plenamente consolidadas, que han dado como resultado que la ciudad se posicione cada vez más en el panorama cultural. Claro ejemplo lo encontramos en el Museo Picasso, el Centro de Arte Contemporáneo, el Teatro Cervantes, el Cánovas o el Museo Thyssen, entre otros. Por ahora, la estrategia de comunicación de esta tendencia se está centrando en dar a conocer algunas entidades que se espera que funcionen como dinamizadoras de este segmento turístico, como pueden ser el Museo Thyssen y el Museo Picasso. Además, hay iniciativas, como “La Málaga de Picasso”,



que pretenden fomentar el turismo cultural tomando como hilo conductor a este autor malagueño.

A este conjunto de iniciativas se le suman otras muchas, como la puesta en marcha del Club de Producto Cultural “*Feel Málaga*”, resultado de la colaboración conjunta de la Confederación de Empresarios de Málaga, la Cámara de Comercio, el Ayuntamiento de Málaga y la Consejería de Cultura, y dirigido de manera específica a la capital malagueña. Entre otros, este Club pretende aunar esfuerzos para articular, promocionar y comercializar una serie de productos específicos, donde la oferta cultural malagueña es el nexo de unión entre ellos. Este *Club de Producto*, basado en una alianza público-privada, procura la creación de productos turísticos novedosos y competitivos, experienciales y temáticos que aporten valor al cliente, al mismo tiempo que generen un carácter diferencial al destino. En la actualidad se trabaja en la mejora de variedad y calidad de las actividades y servicios turísticos, en el fomento de la creación de redes de negocio entre los productores de servicios y actividades turísticas, y la utilización de canales de promoción directos y personalizables. Algunos de los productos que conforman este club son la gastronomía, el flamenco, compras, etc.

Igualmente, a nivel provincial, la Confederación de Empresarios de Málaga en colaboración con el Consorcio Qualifica, han puesto en marcha un nuevo programa dentro del *Plan Qualifica de la Costa del Sol*, dirigido a la potenciar productos turísticos temáticos y emergentes en la zona. Entre el conjunto de productos, se ha creado un *Club de Producto Cultural*, basado en todo un conjunto de recursos culturales que tienen como foco principal de atracción la Costa del Sol Occidental.

En este contexto, se considera que la producción de las industrias culturales constituye un buen canal de difusión de la oferta cultural y turística de Málaga. La “*Málaga Film Office*” representa un buen ejemplo de unión de esfuerzos con este objetivo conjunto.

De hecho, puede afirmarse que dos de las debilidades del sector de las industrias culturales, la falta de estrategia empresarial y comercial y la excesiva dependencia de financiación pública, pueden resultar solventadas, en gran medida, gracias a la experiencia del sector turístico en estos ámbitos. La transferencia del “saber-hacer” desde otros sectores con elevado grado de desarrollo, como es el turismo, así como la diversificación de las actividades, consecuencia de la crisis económica, pueden ser beneficiosos para el sector cultural. El sector turístico puede ser un importante punto de apoyo en cuanto a producción de público que ayude a crear y estabilizar la demanda de servicios, bienes y productos culturales. En este sentido, el



aprovechamiento de los esfuerzos realizados en los últimos tiempos por la segmentación y diversificación de los mercados turísticos, generando nuevos públicos nacionales y extranjeros, como son el turismo de congresos, “city breaks”, cruceros, idiomas, etc., proporcionan una oportunidad de la que se puede beneficiar el sector cultural.

Unido a lo anterior, el *turismo de experiencias* se configura, entre otras muchas, como una oportunidad para el desarrollo del sector cultural en Málaga y su provincia. Las últimas tendencias en el mercado turístico van de la mano del denominado turismo de experiencias, consecuencia de los cambios en los hábitos de consumo por parte de los turistas, que demandan cada vez más vivir experiencias diferentes y novedosas en el destino. En este sentido, el sector de las Industrias Culturales podría beneficiarse del auge del turismo creativo, rama en plena expansión del turismo cultural, que se basa, entre otros aspectos, en la colaboración creativa entre turistas y huéspedes para desarrollar experiencias participativas. Es una tipología turística que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo mediante su activa participación en cursos y experiencias características del lugar de destino. Málaga posee las condiciones para su desarrollo, dada las importantes inversiones efectuadas en infraestructuras, así como los nuevos espacios culturales y nuevas fórmulas de colaboración surgidas en el sector en los últimos años.

Este *turismo* abarca en la actualidad un amplio abanico de actividades y programas públicos y privados basados en iniciativas artísticas o culturales que comportan actividades creativas por parte del visitante y, que en muchas ocasiones, incorporan aprendizaje práctico de tipo artístico. El desarrollo de esta tipología turística, requiere de gestores de experiencias, así como de un amplio movimiento creativo, que Málaga posee.

Por tanto, las industrias culturales poseen elevadas oportunidades para vislumbrarse como un nuevo generador económico, convirtiéndose en un nicho de mercado en una provincia necesitada de hallar nuevas actividades independientes, pero al mismo tiempo ligadas, a uno de los principales sectores económicos de la provincia, el turismo.

Si a esto se le une una mayor participación de los y las profesionales del sector en acciones de formación vinculadas a las principales necesidades detectadas, fundamentalmente en nuevas tecnologías, pueden sentarse las bases para que Málaga se convierta en una provincia de referencia en el sector de las industrias culturales.