

Informe sobre las artes escénicas para la infancia y la juventud

Un proyecto realizado por **datocultural**

Dirección del proyecto: **Nines Carrascal**

Diseño y análisis: **José María Barea, Sergio Casado, Carlos Gil Company**

Explotación de datos: **Clara Baquero**

Captación de datos: **José Antonio Farfán e Irene Lombardo**

Asesoría especializada: **Lola Lara**

Financiado por:



En colaboración con:



Ámbito SECTORIAL: Artes escénicas para la infancia y la juventud

Ámbito TERRITORIAL: Nacional

Ámbito TEMPORAL: Años 2009 y 2011

Objetivo fundamental

Elaborar un informe que describa la situación por la que atraviesa el sector en la actual coyuntura de disminución notable de la capacidad de contratación, con la finalidad última de proponer acciones que protejan la supervivencia de las artes escénicas para la infancia y la juventud, sector aquejado de cierta debilidad histórica.

Planteamiento de partida

Las soluciones que se pueden estar barajando para paliar la falta de contratación no son viables para un sector que trabaja a precios muy bajos de taquilla y aforos reducidos. Ello puede significar la posible desaparición en un corto espacio de tiempo de gran parte de la exhibición y de la creación en el sector para la infancia y la juventud.

Universo objeto de estudio

El campo de objeto de estudio son las artes escénicas para la infancia y la juventud a nivel nacional.

Ámbitos de estudio

1.- En el ámbito de la exhibición:

- a. Festivales
- b. Ferias
- c. Circuitos y redes
- d. Espacios de exhibición

2.- En el ámbito de la creación:

- e. Compañías

Metodología

La metodología utilizada para este estudio es de tipo cuantitativo y descriptivo, basada en el análisis y explotación de cinco cuestionarios distintos, uno para cada uno de los ámbitos del estudio, que recogen las variables predefinidas en los objetivos, adaptadas a las necesidades de la investigación y a las

características de la muestra: variables de texto, categóricas, numéricas y mixtas, y las relaciones tanto de dependencia como de interdependencia que se generan entre ellas.

La metodología empleada engloba, por tanto, las tres tareas básicas de la investigación social y de mercados, es decir: el diseño de cuestionarios, la entrada de datos y el análisis estadístico de los mismos.

El último paso ha consistido en la realización de este informe final que en ningún caso es un plan de acción, sino el resultado concluyente de un estudio que responde a los objetivos que lo motivaron, de manera que confirme o refute las hipótesis de partida.

Fases ejecutadas en la realización del presente informe

1.- Organización del universo consultado

La falta de bases de datos actualizadas, estudios del sector e informes objetivos de actividad, impiden y dificultan el conocimiento objetivo del universo en activo que opera en el ámbito de las artes escénicas para la infancia y la juventud en todo el estado.

Para conformar el universo del estudio se ha creado una base de datos específica resultado del volcado y cribado de bases de datos y directorios de distintos agentes, principalmente: Centro de documentación teatral dependiente del INAEM, Red nacional de teatros y auditorios, Red de teatros alternativos y las bases de datos de las tres principales asociaciones del sector que trabajan para la infancia y juventud: Unima, Assitej y Te Veo.

Universo del estudio por tipología

	Frecuencia	Porcentaje
Festivales	129	14,5%
Ferias	9	1,0%
Circuitos y redes	18	2,0%
Espacios de exhibición	179	20,0%
Compañías	559	62,5%
Total	894	100%

Universo del estudio por procedencia

	Frecuencia	Porcentaje
Andalucía	129	14,4%
Aragón	29	3,2%
Asturias	31	3,5%
Baleares	14	1,6%
Canarias	16	1,8%
Cantabria	8	0,9%
Castilla La Mancha	46	5,1%
Castilla y León	46	5,1%
Cataluña	172	19,2%
Ceuta	1	0,1%
Euskadi	66	7,4%
Extremadura	13	1,5%
Galicia	45	5,0%
La Rioja	5	0,6%
Madrid	133	14,9%
Murcia	31	3,5%
Navarra	17	1,9%
Valencia	92	10,3%
Total	894	100%

2.- Construcción de los cuestionarios en función de los objetivos de la investigación

El método escogido para la recogida de datos ha sido el cuestionario por ser el instrumento que mejor se adapta a los objetivos de esta investigación.

El paso previo a la elaboración de estos cuestionarios fue describir, con el mayor detalle posible, los objetivos de la investigación para desglosarlos en subjetivos y, por último, en contenidos comunes.

Los cinco cuestionarios elaborados son de tipo estructurado, formados en su mayoría por preguntas cerradas y de elección de categorías.

3.- Envío del cuestionario y recogida de los datos

La siguiente etapa consistió en el envío de los cuestionarios al universo objeto del estudio para que fuera completado por la persona más adecuada. Los envíos se realizaron por correo electrónico mediante Mailchimp, una herramienta de cloud-computing que cumple con todos los requisitos en materia legal de protección de datos en el marco de la Unión Europea y con la cual se pueden gestionar listas de distribución y campañas de emailing de manera completamente profesional.

El envío y recepción de los cuestionarios se complementa con la realización de cientos de llamadas telefónicas. Para llevarlas a cabo se elabora previamente una estrategia diseñada con los datos obtenidos de Mailchimp.

3.1.- Procedimiento

Se planifican tres envíos (inicial, recordatorio y final) en tres semanas consecutivas durante las mañanas de tres días laborales distintos.

Se segmentan los envíos según la tipología, de forma que cada organización recibe solo el cuestionario que le corresponde.

Informe envío 13/09/12

	Correos enviados	Correos rebotados	Apertura correo	Descarga cuestionario
Redes y circuitos	37	7	36,60%	13,30%
Ferías	17	1	18,80%	12,50%
Festivales	151	27	24,10%	10,40%
Espacios escénicos	274	22	26,60%	10,30%
Compañías	695	100	37,60%	13,60%
Totales / Medias	1174	157	28,74%	12,02%

Informe envío 19/09/12

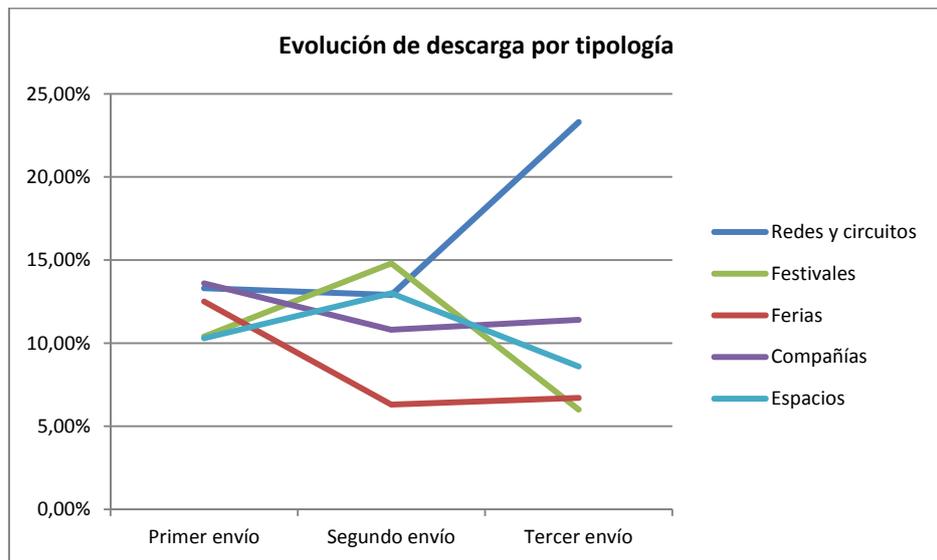
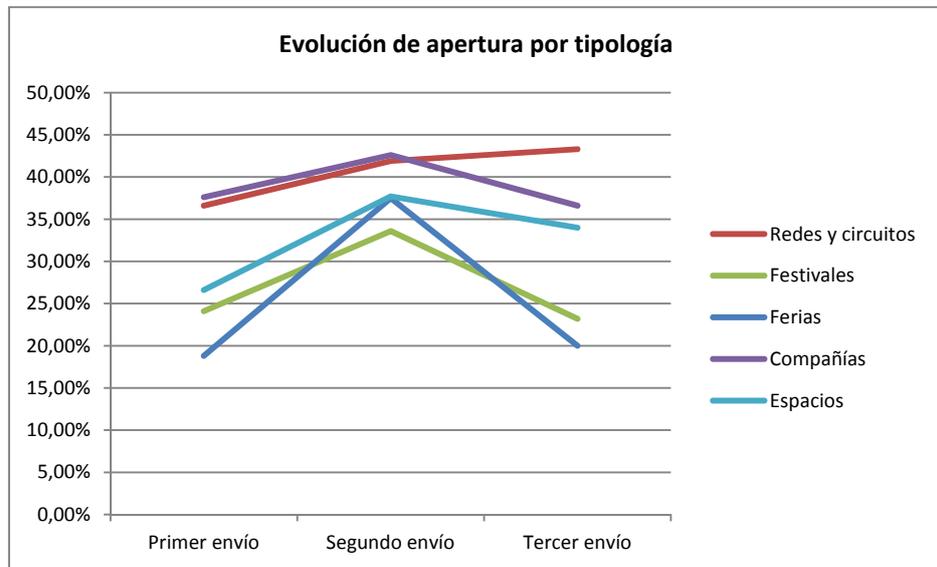
	Correos enviados	Correos rebotados	Apertura correo	Descarga cuestionario
Redes y circuitos	34	3	41,90%	12,90%
Ferías	17	1	37,50%	6,30%
Festivales	139	11	33,60%	14,80%
Espacios escénicos	268	8	37,70%	13,00%
Compañías	621	30	42,60%	10,80%
Totales / Medias	1079	53	38,66%	11,56%

Informe envío 25/09/12

	Correos enviados	Correos rebotados	Apertura correo	Descarga cuestionario
Redes y circuitos	35	5	43,30%	23,30%
Ferías	16	1	20%	6,70%
Festivales	128	12	23,20%	6%
Espacios escénicos	254	10	34%	8,60%
Compañías	577	34	36,60%	11,40%
Totales / Medias	1010	62	31,42%	11,20%

Notas:

- Los porcentajes de apertura y descarga se refieren a los correos entregados, no se incluyen los rebotados (que pueden ser, principalmente, por dirección inexistente/incorrecta –*hard bounce*– o por ‘buzón lleno’ –*soft bounce*–).
- El número de correos no se corresponde con el número de organizaciones consultadas puesto que de bastantes organizaciones existe más de un correo electrónico de contacto. Por tanto, el número de entidades consultadas es menor que el número de correos enviados.
- En el segundo y tercer envíos se añaden nuevos correos obtenidos de las llamadas telefónicas y se suprimen los de las organizaciones que hasta ese momento han enviado el cuestionario y los *hard bounce*.



4.- Codificación y tabulación de los resultados

Los cuestionarios recibidos aportan una gran cantidad de datos e información sin agrupar, en muchos casos carente de significado por sí mismos.

Por ello, el siguiente paso consistió en la codificación de los datos, es decir, se procedió a la *traducción* de cada respuesta en códigos e indicadores numéricos que facilitarían su tabulación. La codificación permite concretar en números y signos todos y cada uno de los datos del cuestionario.

5.- Creación de hojas de datos con los resultados codificados

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

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

6.- Explotación y análisis de los datos

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

Se realizó un análisis descriptivo de las variables: se aportaron valores de medias, se ejecutaron análisis porcentuales de las variables y comparaciones entre las variables para observar porcentajes de aumento y/o disminución en función del criterio seleccionado.

7.- Realización de tablas y gráficos

El siguiente paso ha consistido en estructurar todos los resultados estadísticos mediante la construcción de tablas que ayuden a la interpretación de los resultados, observarlos y corregirlos. También se realizan gráficos de aquellas tablas que necesitan un apoyo visual para su mejor comprensión o para facilitar su interpretación.

INTRODUCCIÓN GENERAL AL INFORME

En los últimos años, el sector cultural, al igual que otros tantos sectores de la economía, está experimentando cambios estructurales de calado que serán decisivos a la hora de medir su supervivencia y sostenibilidad en años venideros.

El contexto actual de incertidumbre dificulta que se tracen caminos o estrategias a medio/largo plazo. La adopción de medidas de carácter estructural como es la eliminación de instituciones y organismos que trabajaban para el fomento y el desarrollo de las artes escénicas son de difícil reversibilidad.

Desde el convencimiento de que los cambios en la acción pública y privada son necesarios, se elabora este informe que trata de describir los procesos que han tenido lugar en los últimos años en el sector escénico que desarrolla su actividad en el ámbito de la infancia y juventud.

DICIEMBRE DE 2012

A.- Festivales

A.1.- Introducción

Bajo el título “Festivales y Muestras” se agrupa una gran variedad de eventos: además de festivales y muestras propiamente dichos, podemos encontrar jornadas, semanas del teatro, ciclos, programaciones durante las fiestas de la localidad, certámenes... De ahora en adelante, utilizaremos la denominación ‘festival’ para referirnos a todos ellos.

A.2.- Estudio

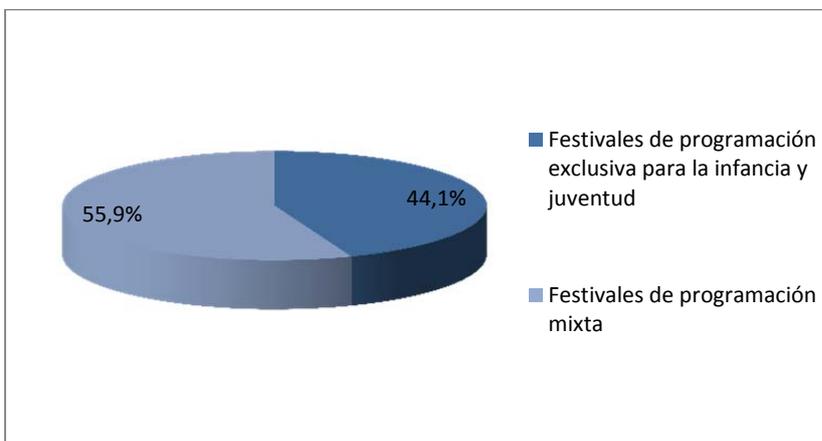
Se ha recabado información y datos de un total de 34 festivales:

1. FITTA. Festival Internacional de teatro de títeres de Alcázar de San Juan. Ciudad Real
2. Festival de Títeres del Ayuntamiento de la Rinconada. Sevilla
3. Festival de Títeres Fundación María José Jové. A Coruña
4. Festival de teatro infantil de Extremadura. Festival Maravillas. Badajoz
5. Encuentros Te Veo. Zamora
6. Festival Internacional de Títeres de Redondela. Pontevedra
7. Festitítere. Alicante
8. Festival de Títeres Las Cruces. Alicante
9. Festival Iberoamericano de Teatro de Cádiz
10. Festival Titirijai. Tolosa (Guipúzcoa)
11. Muestra Internacional Teatro Infantil Hada. Ciudad Real
12. Mostra Internacional de titelles a la Vall D'Albaida. Valencia
13. Titeremurcia. Murcia
14. Encuentro de Teatro Europeo para la Primera infancia Baby Planet. Cantabria
15. Festival de Almagro. Ciudad Real
16. Festival de Invierno La Puntual. Barcelona
17. Festival de Teatro Clásico de Olite. Navarra
18. Festival Internacional de títeres de Sestao. Vizcaya
19. Teatralia. Madrid
20. Festival de Artes Escénicas en la calle Las 3 noches de Lastres. Asturias
21. Casa de los títeres de Abizanda. Huesca
22. Ciclo Enfamilia. Granada
23. Festival de Cazalla de la Sierra. Sevilla
24. Menudo Teatro Festival. Huesca
25. Festival Internacional del títere de Sevilla
26. Titirilandia. Madrid
27. Festival Internacional de Circo Magdalena Circus. Castellón
28. Acción Educativa. Madrid
29. Festival Pequeña Escena. Álava
30. Mostra Internacional de Mim a Sueca. Valencia
31. Festival Mucho Infantil. El Ejido (Almería)
32. Festival El Rinconcillo de Cristobica. Granada
33. Muestra del Puerto de Santa María. Cádiz
34. Titirimundi. Segovia

A.2.1.- Tipos de festivales en función del público al que va destinada su programación

Clasificamos los festivales teniendo en cuenta el tipo de público al que va destinada la programación. En base a esta clasificación tenemos dos grupos: festivales que programan exclusivamente para la infancia y juventud y festivales de programación mixta.

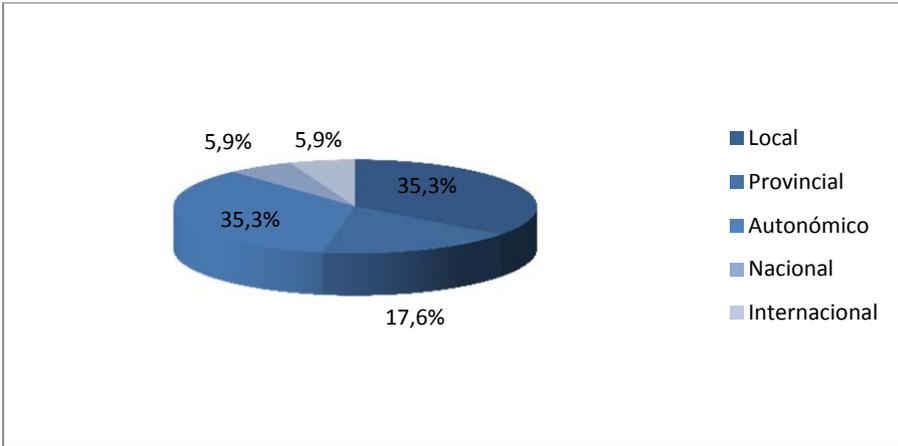
	Porcentaje
Festivales de programación exclusiva para la infancia y juventud	44,1%
Festivales de programación mixta	55,9%



A.2.2.- Ámbito geográfico

Los festivales se convierten en muchos casos en buques insignia de la vida cultural de un municipio, de una ciudad o de un territorio en concreto. Por su atractivo o por su capacidad de convocatoria pueden llegar a traspasar las fronteras geográficas del propio lugar en el que se celebran y generarse extensiones.

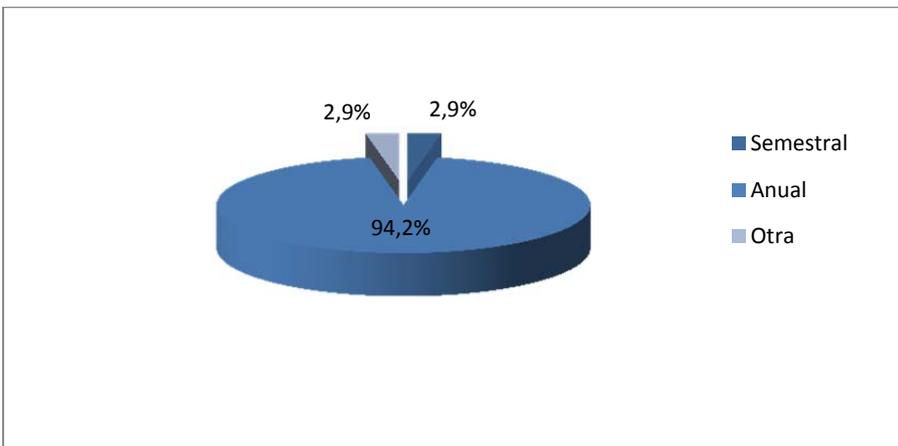
	Porcentaje
Local	35,3%
Provincial	17,6%
Autonómico	35,3%
Nacional	5,9%
Internacional	5,9%



A.2.3.- Periodicidad

Un 94,2% de los festivales se celebran anualmente.

	Porcentaje
Semestral	2,9%
Anual	94,2%
Otra	2,9%

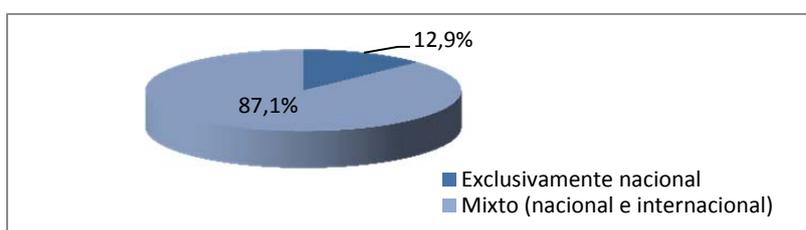


A.2.4.- Procedencia de las compañías programadas

En general, las programaciones de los festivales persiguen una cierta exclusividad en la oferta, una distinción y un atractivo que les permita diferenciarse de las programaciones continuadas y atraer al mayor público posible.

Podemos observarlo en la siguiente tabla que muestra de dónde proceden las compañías programadas.

	Porcentaje
Exclusivamente nacional	12,9%
Mixto (nacional e internacional)	87,1%



Según los datos obtenidos, un 87,1% de los festivales elabora su oferta con espectáculos nacionales e internacionales, aunque en muchas ocasiones la presencia de compañías extranjeras es más bien testimonial y se utiliza como reclamo.

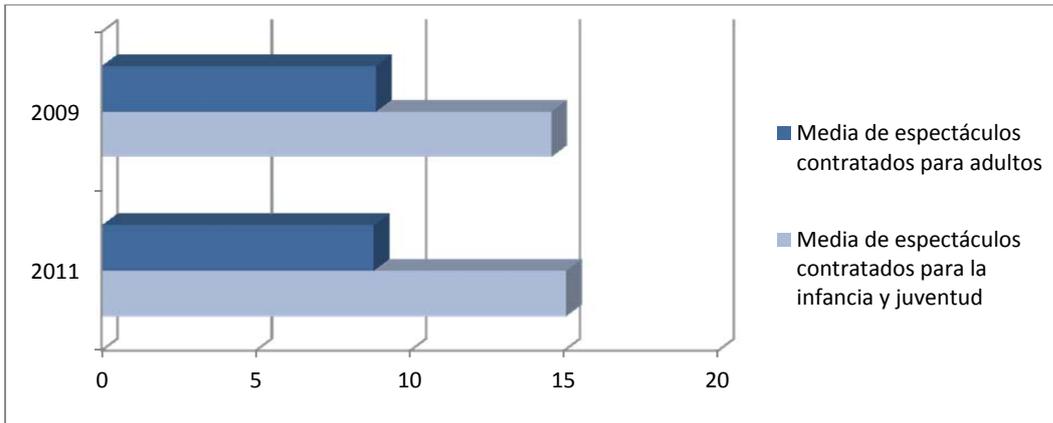
A.2.5.- Festivales de programación mixta

Festivales con programación para la infancia y juventud, pero también para adultos.

A.2.5.1.- Contratación de espectáculos en función del público al que van dirigidos

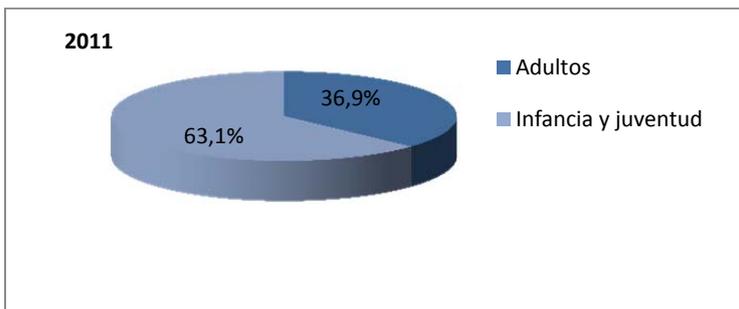
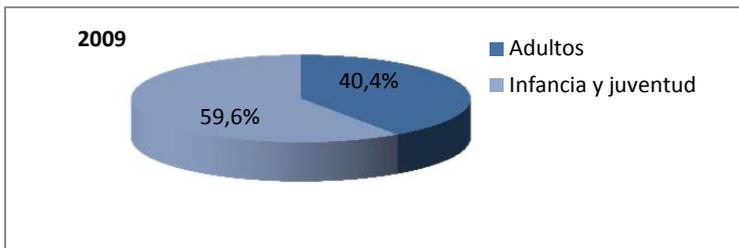
Media de espectáculos contratados:

	2009	2011
Media espectáculos contratados para adultos	9,89	8,81
Media espectáculos contratados para la infancia y juventud	14,58	15,06



Porcentaje de espectáculos contratados:

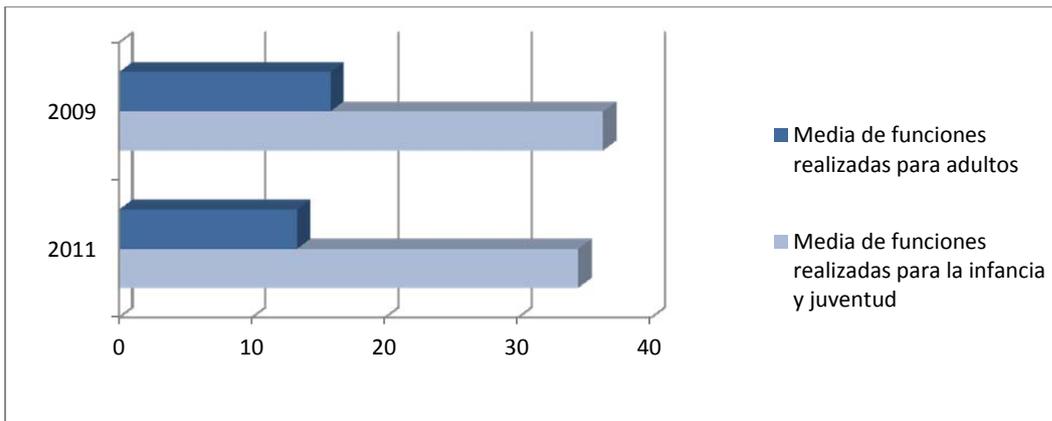
	2009	2011	% Variación
% de espectáculos contratados para adultos respecto al total	40,4%	36,9%	-8,68%
% de espectáculos contratados para la infancia y juventud respecto al total	59,6%	63,1%	5,89%



A.2.5.2.-Funciones realizadas en función del público al que van dirigidas

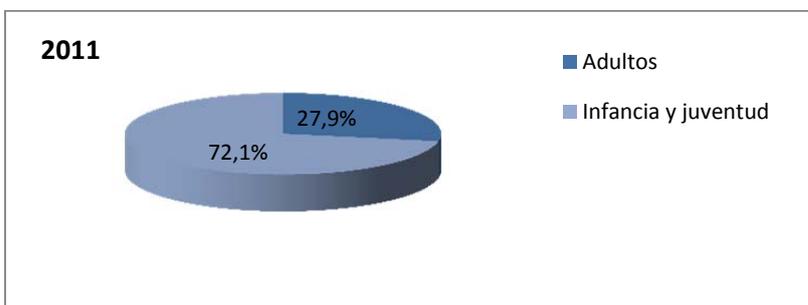
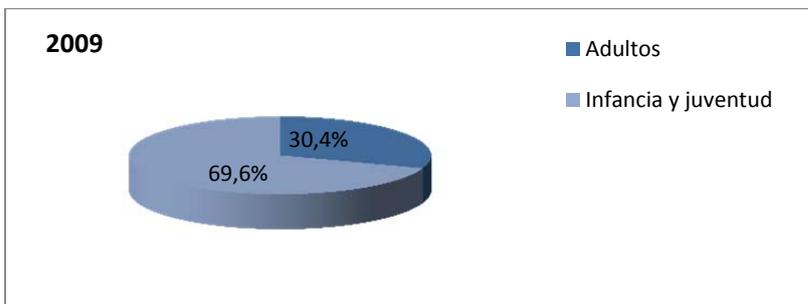
Media de funciones:

	2009	2011
Media de funciones realizadas para adultos	15,89	13,38
Media de funciones realizadas para la infancia y juventud	36,37	34,50



Porcentaje de funciones:

	2009	2011	% Variación
% de funciones realizadas para adultos	30,41%	27,94%	-8,12%
% de funciones realizadas para la infancia y juventud	69,59%	72,06%	3,55%



A.2.6.- Festivales con programación exclusiva para la infancia y juventud

	2009	2011	% Variación
Media del número de espectáculos	13,58	11,33	-16,56%
Media del número de funciones	34,37	29,87	-13,09%

A.2.7.- Costes, financiación y precios

Nota: Excepcionalmente, la explotación de datos de los apartados A.2.7.1 y A.2.7.2.1 está realizada sobre un total de 33 festivales. Se ha excluido el Festival de Almagro, que no dispone de datos del coste total y presupuesto para contratación de compañías en 2009.

A.2.7.1.- Coste medio de un festival

	2009	2011	% Variación
Coste medio	154.064,83€	130.445,36€	-15,33%

En 2011 se produjo, de media, una rebaja del 15,33% en el presupuesto de los festivales. Al detectarse una importante polaridad los costes de los distintos festivales, establecemos tres grupos:

- Grupo a (0 – 200.000€)
- Grupo b (200.001 – 500.000€)
- Grupo c (más de 500.000€)

Veamos cómo ha evolucionado el coste medio en cada grupo:

Grupos	Carácter	2009	2011	% Variación
a) 0–200.000€ (79,4% de los festivales en 2009; 84,8% de los festivales en 2011)	Exclusivo para infancia y juventud	33.422,98€	31.697,61€	-5,16%
	Programación mixta	70.177,38€	62.517,56€	-10,91%
b) 200.001–500.000€ (11,8% de los festivales en 2009; 6,1% de los festivales en 2011)	Exclusivo para infancia y juventud	215.291,88€	--	--
	Programación mixta	296.981,33€	330.940,50€	11,43%
c) Más de 500.000€ (8,8% de los festivales en 2009; 9,1% de los festivales en 2011)	Exclusivo para infancia y juventud	993.385,80€	791.259,70€	-20,35%
	Programación mixta	818.856,50€	732.308,00€	-10,57%

A.2.7.2.- Presupuesto que destinan los festivales a contratación de compañías (cachés)**A.2.7.2.1.- Festivales de programación mixta**

Festivales de programación mixta	2009	2011	% Variación
Media del presupuesto destinado a cachés de espectáculos para adultos	32.111,94€	34.208,07€	6,53%
Media de funciones realizadas de espectáculos para adultos	15,89	13,38	-15,79%
Media del presupuesto destinado a cachés de espectáculos para la infancia y juventud	42.433,05€	39.930,00€	-5,89%
Media de funciones realizadas de espectáculos para la infancia y juventud	36,37	34,50	-5,14%

A.2.7.2.2.- Festivales de programación exclusiva para la infancia y juventud

Festivales de programación exclusiva para la infancia y juventud	2009	2011	% Variación
Media de presupuesto destinado a cachés	66.948,43€	53.821,81€	-19,61%
Media de funciones realizadas	36,20	30,87	-14,72%

A.2.7.3.- Financiación

	Carácter	2009	2011
Financiación pública	Programación exclusiva para la infancia y juventud	30,86%	32,95%
	Programación mixta	35,91%	34,98%
Financiación privada (patrocinios, etc.)	Programación exclusiva para la infancia y juventud	11,24%	8,94%
	Programación mixta	6,23%	6,05%
Ingresos por taquilla	Programación exclusiva para la infancia y juventud	10,32%	9,95%
	Programación mixta	5,44%	7,13%

La dependencia de la aportación pública sigue siendo alta, con variaciones muy poco significativas entre los años 2009 y 2011.

A.2.7.4.- Precio de las entradas

A la pregunta *¿El festival fue gratuito para los espectadores?*, la respuesta fue:

	2009	2011
No	79,4%	79,4%
Si	20,6%	20,6%

Hay un 20,6% de festivales gratuitos en 2009 que lo siguen siendo en 2011.

A.2.7.4.1.- Festivales de programación mixta: media, máximos y mínimos del precio de la entrada

	2009	2011	% Variación
Precio medio de la entrada en espectáculos para adultos	7,18€ (mínimo 1,5€, máximo 17,6€)	8,44€ (mínimo 1,2€, máximo 22,6€)	17,54%
Precio medio de la entrada en espectáculos para la infancia y juventud	4,07€ (mínimo 1,2€, máximo 8€)	4,71€ (mínimo 1,2€, máximo 16€)	15,72%

A.2.7.4.2.- Festivales de programación exclusiva para la infancia y juventud: media, máximos y mínimos del precio de la entrada

	2009	2011	% Variación
Precio medio de la entrada	4,67€ (mínimo 3€, máximo 8€)	5,33€ (mínimo 3€, máximo 8€)	14,13%

B.- Ferias

B.1.- Introducción

Las ferias de artes escénicas son plataformas de exhibición ligadas al concepto de industria cultural y con un objetivo fundamental, convertirse en un mercado en el que se encuentren representados todos los profesionales: productores, distribuidores, creadores, etc.

B.2.- Estudio

Se ha recabado información y datos de 6 ferias:

1. Feria de Teatro de Títeres de Lleida. (Cataluña)	4. Feria Contaria. (Valencia)
2. Fira de Teatre infantil i juvenil de les Illes Balears. (Balears)	5. Feria Internacional de Artes Escénicas de Aragón. (Aragón)
3. Fira Tárrega. (Cataluña)	6. Fetén. (Asturias)

B.2.1.- Carácter de las ferias, según el público destinatario

Atendiendo al público destinatario, el 50% de las ferias analizadas programan en exclusiva espectáculos para la infancia y la juventud. El otro 50% presentan una oferta mixta de espectáculos para adultos y de espectáculos para niños y jóvenes.

B.2.2.- Periodicidad y duración de las ferias

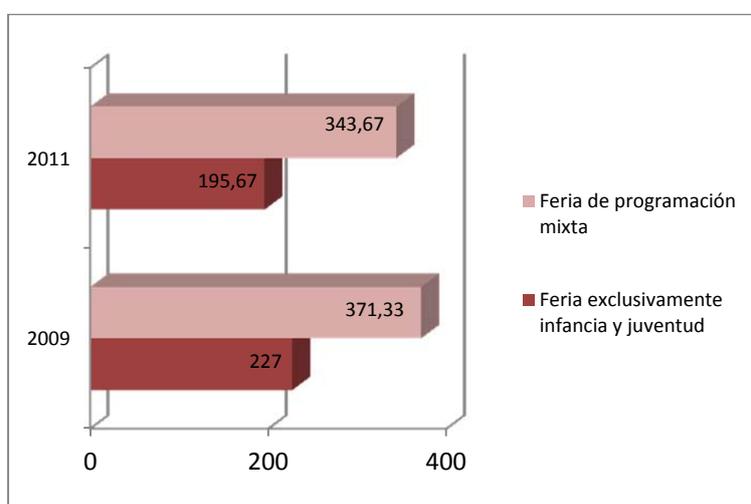
Todas las ferias estudiadas se han celebrado anualmente.

La duración media en 2009 fue de 5,3 días, mientras que en 2011 fue de 5,6 días.

B.2.3.- Acreditación de profesionales

La evolución del número de profesionales acreditados atendiendo al tipo de programación de la feria es la siguiente:

Profesionales acreditados	2009	2011	% Variación
Feria exclusivamente infancia y juventud	227	195,67	-13,8%
Feria de programación mixta	371,33	343,67	-7,44%
Media total	299,17	269,67	-9,86%
Mínimo	85	10	
Máximo	828	759	



B.2.4.- Costes y financiación

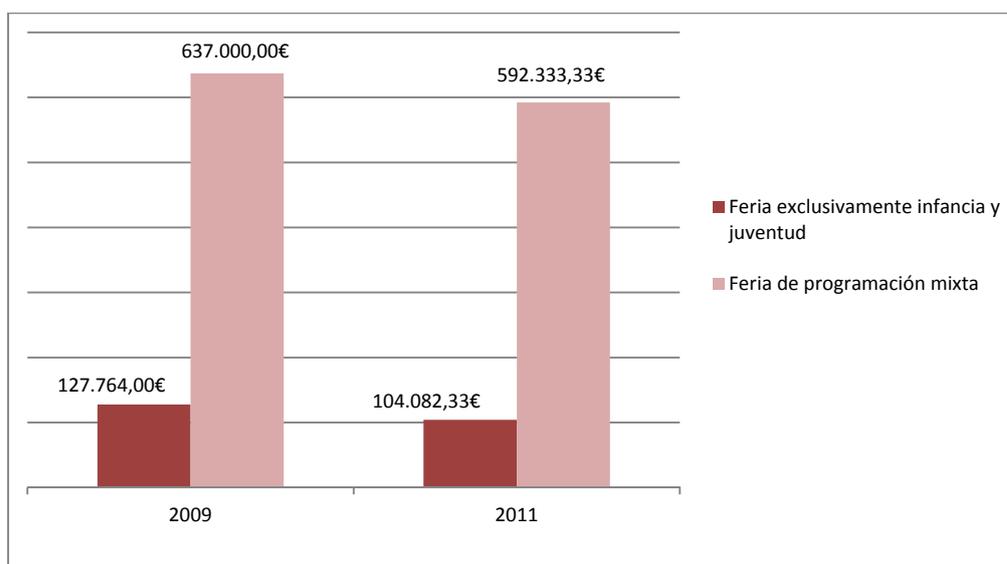
B.2.4.1.- Coste medio del evento

	2009	2011	% Variación
Media -sin IVA-	382.382€	348.207€	-8,93%
Mínimo	70.000€	15.747€	
Máximo	1.560.000€	1.498.000€	

Nota: Se detecta que algunas ferias no contabilizan en los costes generales el capítulo de personal, al pertenecer este o parte de este a la plantilla fija de la organización.

B.2.4.1.1.- Coste medio del evento, según destinatario

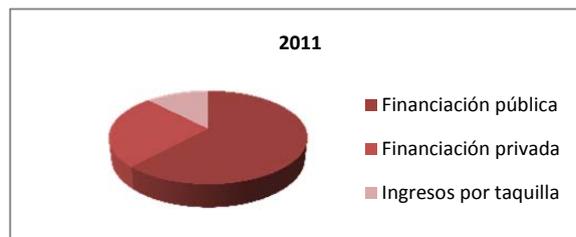
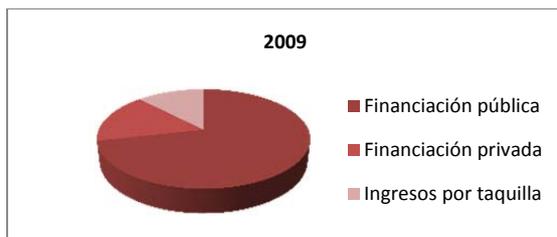
	2009	2011	% Variación
Feria exclusivamente infancia y juventud	127.764€	104.082,33€	-18,54%
Feria de programación mixta	637.000€	592.333,33€	-7,01%



Obsérvese la notable diferencia presupuestaria entre las ferias de artes escénicas específicas para niños y jóvenes y las de programación mixta. A esta desigualdad de partida se añade el hecho de que el descenso presupuestario durante los años estudiados (2009 y 2011), en los que ya se aprecia el envite de la crisis, es mucho mayor en las ferias dedicadas exclusivamente a la infancia y juventud, 11 puntos porcentuales más con respecto a las ferias de programación mixta. Es decir, la brecha de la desigualdad aumenta.

B.2.4.2.- Origen de la financiación

	2009	2011	% Variación
Financiación pública	71,43%	61,88%	-13,37%
Financiación privada (patrocinios, etc.)	16,38%	25,85%	57,81%
Ingresos por taquilla	12,19%	12,27%	0,65%



B.2.5.- Contratación de compañías, cachés y funciones realizadas

B.2.5.1.- Compañías contratadas, según carácter de la feria

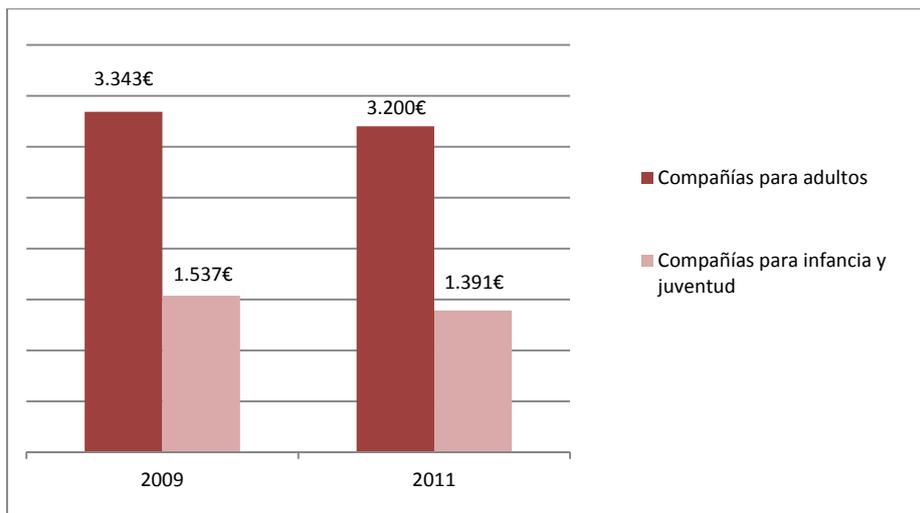
Compañías contratadas	2009	2011	% Variación
Feria exclusivamente infancia y juventud	37,3	36,3	-2,68%
Feria de programación mixta	41,6	33,3	-19,95%
Media total	39,45	34,8	-11,78%

Obsérvese que el decrecimiento es menor en el programa de las ferias exclusivas para infancia y juventud que en las de programación mixta.

B.2.5.2.- Media de los cachés

	2009	2011	% Variación
Espectáculos para adultos	3.343€	3.200€	-4,27%
Espectáculos para infancia y juventud	1.537€	1.391€	-9,5%
% Variación	-54,02%	-56,53%	

Volvemos a la misma situación en que la desigualdad de partida se va agudizando (en 2009, el caché medio de los espectáculos para niños era un 54,02% inferior al caché medio de los espectáculos para adultos). Puede observarse cómo los cachés medios de los espectáculos para adultos contratados en ferias han bajado un 4,27% en dos años, mientras que el mismo plazo los cachés de los espectáculos para niños y jóvenes han bajado un 9,5%.



B.2.5.3.- Media de funciones realizadas

	2009	2011	% Variación
Funciones para adultos	16	13	-18,75%
Funciones para infancia y juventud	53	57	7,54%

B.2.5.3.1.- Media de funciones realizadas en función del carácter de la feria

	Carácter	2009	2011
Funciones para adultos	Feria de programación mixta	16	17
	Feria exclusiva para infancia y juventud	53,33	60,67
Funciones para infancia y juventud	Feria de programación mixta	52,67	53,33

C.- Redes y circuitos

C.1.- Introducción

A partir de la década de los 90 surgen estructuras coordinadas de exhibición, llamadas redes o circuitos de artes escénicas con un objetivo fundamental: posibilitar las giras y coordinar la exhibición de espectáculos. Este proceso de coordinación prendió sobre todo en las autonomías que edificaron un sistema en red de programación liderado principalmente por organismos públicos.

C.2.- Estudio

Se ha recabado información y datos de 14 redes/circuitos:

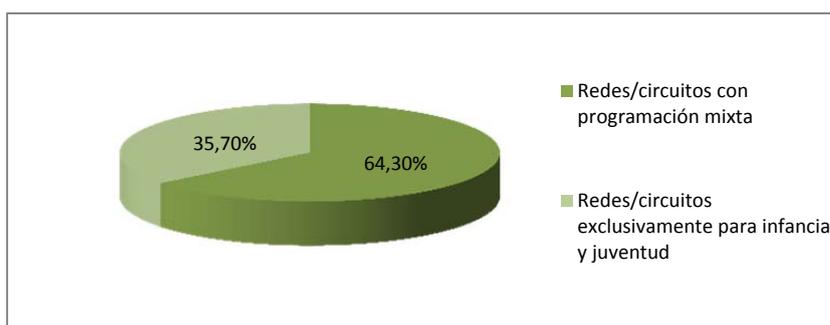
Nombre	Ámbito	Comunidad
1. Circuito Profesional Artes Escénicas y Música Murcia	Autonómico	Murcia
2. Circuitos Escénicos de Castilla y León	Autonómico	Castilla y León
3. Circuito Abecedaria	Autonómico	Andalucía
4. Anem al Teatre	Provincial	Valencia
5. Circuito Diputación Barcelona-ODA	Provincial	Cataluña
6. Rialles	Autonómico	Cataluña
7. Circuito Diputación de Barcelona- Anem al Teatre	Provincial	Cataluña
8. Red Aragonesa de Espacios Escénicos	Autonómico	Aragón
9. Red de Teatros de Castilla y León	Autonómico	Castilla y León
10. Rede Galega de Teatros e auditorios AGADIC	Autonómico	Galicia
11. Red Sarea	Autonómico	Euskadi
12. Novacaixa Galicia	Autonómico	Galicia
13. Ibercaja	Nacional	
14. Xarxa	Autonómico	Cataluña

C.2.1.- Datos generales

C.2.1.1.- Ámbito territorial y carácter de la programación en función del público al que se dirigen

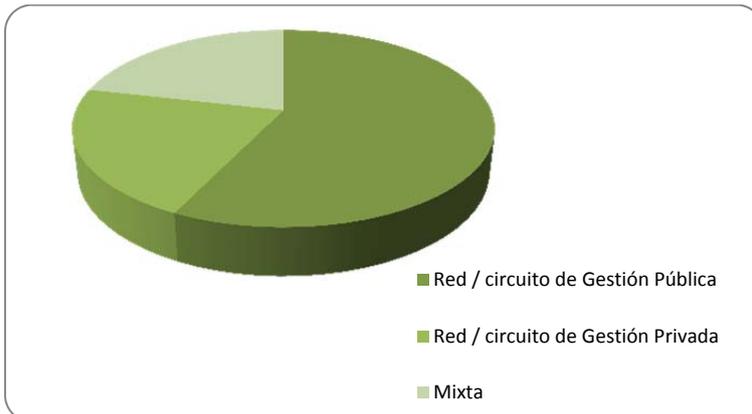
Nombre	Ámbito	Carácter de la programación
Circuito Profesional Artes Escénicas y Música Murcia	Autonómico	Programación Mixta
Circuitos Escénicos de Castilla y León	Autonómico	Programación Mixta
Circuito Abecedaria (Andalucía)	Autonómico	Exclusiva para infancia y juventud
Anem al Teatre (Valencia)	Provincial	Exclusiva para infancia y juventud
Circuito Diputación Barcelona-ODA	Provincial	Programación Mixta
Rialles (Cataluña)	Autonómico	Exclusiva para infancia y juventud
Circuito Diputación de Barcelona- Anem al Teatre (Cataluña)	Provincial	Exclusiva para infancia y juventud
Red Aragonesa de Espacios Escénicos	Autonómico	Programación Mixta
Red de Teatros de Castilla y León	Autonómico	Programación Mixta
Rede Galega de Teatros e auditorios AGADIC (Galicia)	Autonómico	Programación Mixta
Red Sarea (Euskadi)	Autonómico	Programación Mixta
Novacaixa Galicia	Autonómico	Programación Mixta
Ibercaja	Nacional	Programación Mixta
Xarxa (Cataluña)	Autonómico	Exclusiva para infancia y juventud

El 64,3% de las redes/circuitos analizados son de programación mixta, mientras que el 35,7% son redes/circuitos cuya programación se dirige exclusivamente a la infancia y juventud.



C.2.1.2.- Modalidad de gestión

	Porcentaje
Red/circuito de gestión pública	57,2%
Red/circuito de gestión privada	21,4%
Gestión mixta	21,4%



En su mayor parte, un 57,2% son redes/circuitos de gestión pública.

C.2.1.3.- Función que realiza el circuito/red

	Porcentaje
Solo recomendación e información (no contratan directamente)	14,30%
Contratación directa y coordinada	71,40%
Mixta	14,30%



C.2.1.4.- Carácter temporal de la programación

	Porcentaje
Anual	57,1%
Semestral	21,4%
Trimestral	14,3%
Otros	7,2%

Un 57,1% de las redes/circuitos tienen carácter anual, aunque generalmente se dividen en semestres.

C.2.1.5.- Media de miembros que integran las redes/circuitos en función de la programación

Tipo de programación	2009	2011
Mixta (para todos los públicos)	45,56	39,33
Exclusiva para infancia y juventud	64,40	61,80
Media	52,29	47,36

C.2.2.- Costes, financiación y fórmulas de pago**C.2.2.1.- Coste total de la programación**

	2009	2011	% Variación
Media del coste	1.732.596,46€	1.440.233,18€	-16,87%

C.2.2.1.1.- Coste total de la programación en función del carácter de la programación

	2009	2011	% Variación
Programación mixta	2.264.690,62€	1.966.896,63€	-13,14%
Programación exclusiva para infancia y juventud	881.245,80€	702.904,36€	-20,23%

C.2.2.2.- En cuanto al origen de los fondos, ¿cuál fue el reparto porcentual de su financiación?

	Porcentaje
Financiación pública	52,40%
Financiación privada (patrocinios, etc.)	31,16%
Ingresos por taquilla	16,44%

C.2.2.3.- Fórmulas de pago

	Porcentaje
Solo caché	40%
Solo taquilla	0%
Ambos	60%

Ninguno de los circuitos/redes financia los costes de las representaciones exclusivamente con los ingresos de taquilla. Los porcentajes se reparten claramente entre el caché, que supone un 40%, y la unión de caché más taquilla, que representa el 60%.

C.2.2.3.1.- Reparto del coste en las redes/circuitos que pagan a caché

	Porcentaje
50% del coste cada parte	13,34%
40% del coste cada municipio, 60% del coste por la red/circuito	13,34%
Otro	73,32%

Son variadas y difíciles de unificar las fórmulas que se utilizan para el pago de las representaciones. Es frecuente que se establezca un reparto porcentual del coste, puede darse el caso de que sea un solo organismo el que asuma la totalidad del coste o que se repartan porcentualmente el coste.

C.2.3.- Exhibición**C.2.3.1.- Tabla resumen de exhibición: medias de compañías, representaciones y espectadores en 2009 y 2011****C.2.3.1.1.- General**

Medias	2009	2011
Media total de compañías contratadas	139,92	172,46
Media de las que fueron para infancia y juventud	50,42	87,17
Media total de representaciones realizadas	595	586,46
Media de las que fueron para infancia y juventud	316,67	271,38
Media total espectadores	137.512,08	141.895,92
Media de espectadores de espectáculos para infancia y juventud	113.485,36	72.554,18

C.2.3.1.2.- Redes/circuitos de programación mixta

Medias	2009	2011
Media total de compañías contratadas	194,25	248,38
Media de las que fueron para infancia y juventud	48,57	113,00
Media total de representaciones realizadas	648,67	712,00
Media de las que fueron para infancia y juventud	186,86	200,00
Media total espectadores	164.356,43	189.115,14
Media de espectadores de espectáculos para infancia y juventud	124.781,50	69.725,17

C.2.3.1.3.- Redes/circuitos de programación exclusiva para la infancia y juventud

Medias	2009	2011
Media de compañías contratadas	53,00	51,00
Media de representaciones realizadas	498,40	385,60
Media de espectadores	99.930,00	75.949,00

C.3.- Anexo

Los datos que siguen no han formado parte de la muestra analizada y corresponden concretamente al programa “Danza a Escena” de la Red Española de Teatros, Auditorios y Circuitos de Titularidad Pública, y al Circuito de la Red de Teatros Alternativos. Todos los datos son exclusivamente del ejercicio 2011.

C.3.1.- Red Española de Teatros, Auditorios y Circuitos de Titularidad Pública. Programa “Danza a Escena”

C.3.1.1.- Porcentaje de compañías según el público al que dirigían sus espectáculos

	Porcentaje
Compañías específicas para la infancia y juventud	27,78%
Resto de compañías	72,22%

C.3.1.2.- Número total de funciones

	Núm. total de funciones realizadas en <i>Danza Escena</i>	Núm. de funciones para adultos	Núm. de funciones para la infancia y juventud	Porcentaje de funciones realizadas para la infancia y juventud respecto del total
2011	172	108	64	37,21%

Del total de funciones, el 37,21 % corresponde a funciones realizadas para la infancia y juventud.

C.3.1.3.- Media de funciones realizadas (por compañía)

	Media de funciones realizadas (por compañía) para la infancia y juventud	Media de funciones realizadas (por compañía) para adultos
2011	12,8	8,3

La media de funciones realizadas para la infancia y juventud suponen un 54,22% más respecto a la media de funciones realizadas para adultos.

C.3.1.3.- Media de cachés (sin IVA)

	Media de caché espectáculos para la infancia y juventud	Media de caché espectáculos para adultos	% de Variación
2011	3.777,05€	5.523,08€	-31.61%

C.3.2.- Circuito de la Red de Teatros Alternativos

C.3.2.1.- Porcentaje de salas de la Red de teatros alternativos que programan para la infancia y juventud

	Porcentaje
Salas que SÍ programan para la infancia y juventud	81%
Salas que NO programan para la infancia y juventud	19%

C.3.2.2.- Número de funciones totales realizadas en 2011 en las salas de la Red de teatros alternativos que programan para la infancia y juventud

	Funciones totales	Funciones realizadas para la infancia y juventud	Porcentaje
2011	5620	1445	25,71%

Del total de funciones, el 25,71 % son funciones realizadas para la infancia y juventud.

C.3.2.3.- Media de funciones realizadas (por sala) en 2011

	Media de funciones totales	Media de funciones realizadas para la infancia y juventud
2011	160,57	51,61

C.3.2.4.- Media de taquilla recaudada (por sala) en 2011 en espectáculos para la infancia y juventud

Media de taquilla de espectáculos para la infancia y juventud	
2011	19.969,69€

C.3.2.5.- Media de espectadores (por sala) de las funciones realizadas para la infancia y juventud

Media de espectadores en espectáculos para la infancia y juventud	
2011	4.095,57

C.3.2.6.- Precio medio de las entradas de espectáculos para la infancia y juventud

Precio medio	
2011	4,41€

D.- Espacios de exhibición

D.1.- Introducción

Los teatros y salas tanto públicas como privadas constituyen uno de los grandes activos del sector de las artes escénicas de este país. Si bien hace 30 años el déficit en infraestructuras culturales destinadas a la exhibición era evidente, el esfuerzo realizado para la rehabilitación o construcción de espacios de nueva planta queda patente a lo largo y ancho de todo el territorio nacional.

Saber cómo es el funcionamiento de los espacios que exhiben artes escénicas para niños y/o jóvenes, cuál es su financiación y qué rendimiento tienen es vital para poder diagnosticar y trazar líneas de acción futura con el máximo de garantías.

D.2.- Estudio

Se ha recabado información y datos de un total de 42 espacios escénicos:

1. Teatro Bergidum. Ayto. de Ponferrada (León)	22. Teatro Jovellanos. Ayto. de Gijón
2. Teatro del Andamio. A Coruña	23. Casa de Cultura Jaime Pastor. Ayto. de Calpe (Alicante)
3. Auditorio. Ayto. de Zizur la Mayor (Navarra)	24. Auditorio. Ayto. de Barañain (Navarra)
4. Sala Guirigai. Los Santos de Maimona (Badajoz)	25. Getxo Antzokia. Ayto. de Getxo (Vizcaya)
5. Teatro F. García Lorca. Ayto. de Arganda del Rey (Madrid)	26. Teatro de Rojas. Ayto. de Toledo
6. Teatro Barakaldo. Ayto. de Barakaldo (Vizcaya)	27. Zornotza Aretoa. Ayto. de Amorebieta (Vizcaya)
7. San Agustín Kultur Gunea. Ayto. de Durango (Vizcaya)	28. Teatro Alameda. Ayto. de Sevilla
8. Centro Internacional del títere. Tolosa (Guipúzcoa)	29. Teatro Municipal. Ayto. de Girona
9. Sala Gurdulú. Ayto. de Leganés (Madrid)	30. Teatro Serantes Kultur Aretoa. Ayto. de Santurce (Vizcaya)
10. La nave de Cambaleo. Aranjuez (Madrid)	31. Social Antzokia. Ayto. de Basauri (Vizcaya)
11. Sala Cero. Sevilla	32. Sala Tramoia. Elche (Alicante)
12. Teatro Auditorio. Ayto. de Alcobendas (Madrid)	33. Sat & Spai Dansat. Barcelona
13. Auditorio Víctor Jara. Ayto. de Arganda (Madrid)	34. Teatro Chapí. Ayto. de Villena. (Alicante)
14. Teatro Auditorio. Ayto. de Revellín. (Ceuta)	35. Teatro La Laboral. Asturias
15. La Puntual. Barcelona	36. Casa Cultural. Ayto. de Chiclana (Cádiz)
16. Teatro del Raval. Barcelona	37. Teatro Beñat Etxepare. Vitoria. (Álava)
17. Teatro del Mercado. Ayto. de Zaragoza	38. Centro Cultural de la Villa. Ayto. de La Rinconada (Sevilla)
18. Teatro Principal. Ayto. de Zaragoza	39. Teatro Auditorio. Ayto. de El Ejido (Almería)
19. Centro Cívico. Ayto. de Villanueva de la Cañada (Madrid)	40. Centro Cultural Fernández de los Ríos. Ayto. de Albolote (Granada)
20. Palau Altea. Ayto. de Altea (Valencia)	41. Casa de Cultura de Lugaritz. Ayto. de Donosti (Guipúzcoa)
21. Sala Lienzo Norte. Ávila	42. Sala La Escalante. Diputación de Valencia

D.2.1.- Características generales

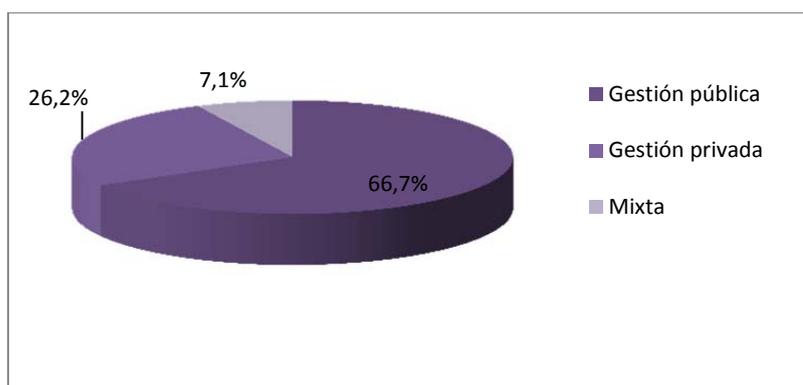
El 100% de los espacios encuestados declaran tener programación para la infancia y juventud. Dicha programación se distribuye de la siguiente manera:

Tipo de programación	% de espacios
Programan para la infancia/juventud exclusivamente fuera del ámbito escolar	19%
Programan para la infancia/juventud exclusivamente en campaña escolar	7,2%
Desarrollan tanto campañas escolares como funciones para público familiar fuera del ámbito escolar	73,8%

D.2.1.2.- Modelo de gestión

	Porcentaje
Gestión pública	66,7%
Gestión privada	26,2%
Mixta	7,1%

Un 66,7% de los espacios analizados están gestionados directamente por la administración pública y solo un 26,2% de los mismos son espacios de gestión privada, lo que no excluye que su financiación o parte de ella sea con fondos públicos provenientes de ayudas o subvenciones.



D.2.1.3.- ¿Dispone el espacio escénico de un centro de creación, residencia y/o formación?

	Porcentaje
No	57,1%
Si	42,9%

Son muchos los espacios, sobre todo los de última generación, que se han provisto de salas de ensayo, espacios multifuncionales, etc. que les permiten acoger grupos de teatro aficionado o profesionales, talleres de música, teatro y danza, etc. Representan un 42,9% del total analizado. Sin embargo, un porcentaje alto, el 57,1% de los espacios, no han implementado programas de creación, residencia y/o formación.

D.2.1.4.- Coste de la programación para la infancia y/o la juventud

Preguntados los espacios sobre la inversión media en programación para la infancia y juventud, se obtienen los siguientes valores:

	2009	2011	% Variación
Media del coste de la programación para la infancia y la juventud	69.232,22€	65.798,54€	-4,95%

D.2.1.5.- Origen de los fondos para la financiación de la programación para la infancia/juventud

	2009	2011
Exclusivamente público	65,8%	62,5%
Mixto: público-privado	34,2%	37,5%

En su mayor parte la financiación de las programaciones se realizó con fondos públicos. Solo un 34,2% de los espacios contaron en 2009 con financiación mixta, porcentaje que sube en un 3,3% en 2011. Ningún espacio se financió exclusivamente con fondos privados.

D.2.1.5.1.- Espacios que contaron con financiación privada

La siguiente tabla muestra el porcentaje que supuso la aportación privada en el total del coste de la programación:

	2009	2011
Porcentaje que supone la aportación privada	25,72%	22,15%

En general esta aportación privada fue exclusivamente económica, tal como muestra la siguiente tabla:

Aportación privada	2009	2011
No exclusivamente económica	27,3%	23,1%
Sí exclusivamente económica	72,7%	76,9%

La práctica más habitual es que se aporte una cantidad determinada de dinero a cambio de imagen.

D.2.2.- Programaciones estables para público familiar**D.2.2.1.- Representaciones realizadas**

	2009	2011	% Variación
Media	33,37	31,69	-5,03%

D.2.2.2.- Número de compañías y procedencia

Media de compañías contratadas	En total	De la propia provincia	De la propia CCAA	De otras CCAA	De otros países
2009	14,66	5,84	6,06	5,69	2,15
2011	14,92	5,93	6,37	6,60	2,42

Los datos corroboran la movilidad y el intercambio artístico intercomunitario que han promovido las ayudas del INAEM en los últimos años.

D.2.2.3.- Modalidad de contratación

En la siguiente tabla se analizan las diferentes modalidades de contratación detectadas y su división porcentual en los años 2009 y 2011:

	2009	2011
A caché	69,4%	71,8%
A taquilla exclusivamente	16,7%	15,4%
Fijo más taquilla	13,9%	12,8%

D.2.2.3.1.- En las contrataciones a caché, ¿cuál fue el caché?

	Media del caché	Mínimo	Máximo
2009	2.401,27€	350€	3.700€
2011	2.296,75€	400€	4.797,7€

Se observa una bajada del caché medio del 4,34%.

D.2.2.3.2.- En las contrataciones a taquilla exclusivamente, ¿cómo se reparten los porcentajes?

	Media compañía	Media espacio escénico
2009	77,65%	22,35%
2011	71,60%	28,40%

Como se puede observar, el reparto habitual tiende a situarse en cifras cercanas al 70% para la compañía y el 30% para la sala.

D.2.2.3.3.- En las contrataciones ‘fijo más taquilla’, ¿cuál fue el importe del ‘fijo’?

	2009	2011	% Variación
Media del ‘fijo’	814,28€	825,00€	1,31%

El importe del ‘fijo’ apenas ha sufrido variación entre los años 2009 y 2011.

D.2.2.4.- Precios de las entradas y recaudación de taquilla

Prácticamente en todos los casos -un 97% de media- se cobra entrada.

	Media precio entrada del niño/joven	Media precio entrada para adulto	% Diferencia entre precios
2009	4,7€	5,71€	21,4%
2011	5,0€	6,29€	25,8%
% Variación entre años	6,3%	10,1%	

D.2.2.4.1.- Recaudación de taquilla

	2009	2011	% Variación
Media	861,00€	1.024,51€	18,99%

D.2.3.- Campañas escolares**D.2.3.1.- Organización de la campaña**

¿Quién se encargó de la organización de la campaña?

	2009	2011
El propio espacio escénico	78,6%	81,8%
Empresa gestión externa	21,4%	18,2%

D.2.3.2.- Duración y número de representaciones

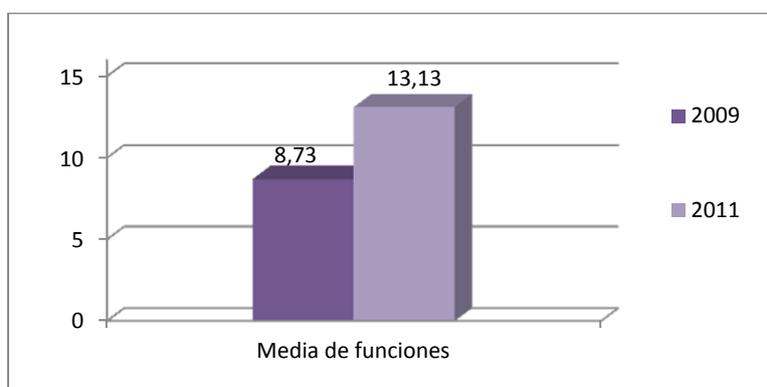
	Media de duración	Media de representaciones realizadas
2009	12,24 semanas	41,06
2011	10,82 semanas	34,14
% Variación	-11,5%	-17%

D.2.3.3.- Número de compañías participantes

	Media total	Media de compañías que procedían de la propia CCAA	Media de compañías que procedían de otra CCAA	Media de compañías que procedían de otros países
2009	8,04	5,60	4,19	1,50
2011	7,53	3,55	3,86	1,33

D.2.3.4.- Funciones por compañía en campaña escolar

	2009	2011	% Variación
Media de funciones por compañía	8,73	13,13	50,40%



D.2.3.5.- Financiación y coste de la campaña escolar

	2009	2011
No contaron con financiación pública	38,5%	35,5%
Sí contaron con financiación pública	61,5%	64,5%

D.2.3.5.1.- Campañas que contaron con financiación pública

Porcentaje que supuso la financiación pública en el coste de la campaña escolar:

2009	2011
44,3%	47,2%

D.2.3.6.- Modalidad de contratación

	2009	2011
A caché	76,0%	76,7%
A taquilla exclusivamente	16,0%	13,3%
Fijo más taquilla	8,0%	10,0%

D.2.3.6.1.- En las contrataciones a caché, ¿cuál fue el caché?

Media del caché	
2009	1.849,88€
2011	1.840,77€

Los cachés en campaña escolar son, de media, un 27% inferiores a los cachés de los espectáculos programados para público familiar.

D.2.3.6.2.- En las contrataciones a taquilla exclusivamente, ¿cómo se reparten los porcentajes?

	Media compañía	Media espacio escénico
2009	73,91%	26,09%
2011	70,21%	29,79%

D.2.3.6.3.- En las contrataciones 'fijo más taquilla', ¿cuál fue el importe del 'fijo'?

	2009	2011	% Variación
Media del 'fijo'	700,00€	766,66€	9,5%

El importe del 'fijo' en campañas escolares, cuando se ha utilizado esta forma de contratación, se incrementó cerca del 10% entre los años 2009 y 2011, reduciéndose así la diferencia con la media del fijo de las contrataciones realizadas para programaciones de público familiar.

E.- Compañías

E.1.- Introducción

Este último apartado del estudio se centra en la actividad de las compañías que tienen algún tipo de entidad jurídica de empresa y que dedican su producción, exclusivamente o en parte, a la infancia y juventud.

E.2.- Estudio

Se ha recabado información y datos de un total de 108 compañías:

1. A la sombra Teatro	37. Fábula Teatro	73. Peter Roberts
2. A saco Producciones	38. Fabularia Teatro	74. Pluja Teatre
3. Aaiún Producciones	39. Factoría Teatro	75. Producciones Candilejas
4. Acuario Teatro	40. Fernán Cárdama	76. Producciones Circulares Sala Cero
5. Alauda Teatro	41. Guirigai	77. Producciones Escénicas Clapso
6. Alfonbra Majikoa	42. Gurugú Producciones - Danthea Teatro	78. Producciones Quiquilimón
7. Anem Anant Teatre	43. Hilando Títeres	79. Rah-mon
8. Arden Producciones	44. Jácara Teatro	80. Rocamore Teatre
9. Artea Iniciativas Aragón	45. Kamaru Teatro	81. Susana Toscano Producciones
10. Artristras Teatre	46. Kaos Teatro	82. Taeco
11. Axioma Teatre	47. La Bicicleta	83. Teatre Deja-Vú
12. Azar Teatro	48. La Canela Teatro de Títeres	84. Teatro Babaluva
13. Bambalina	49. La Canica Teatro de Títeres	85. Teatro Cambaleo
14. Bihar Teatro de Títeres	50. La Fanfarra	86. Teatro de Sombras Nicolas Mallo
15. Búho & Maravillas	51. La Gotera de la Azotea	87. Teatro de Títeres Figurarte
16. Cachivache	52. La Machina Teatro	88. Teatro Edmundo Chacour
17. Caleidoscopio	53. La Mar de Marionetas	89. Teatro La Sonrisa
18. Cándido Producciones	54. La Nube Teatro Títeres	90. Teatro Paraíso
19. Caracol Teatro	55. La Pera Limonera	91. Teatro Sin Fin
20. Colectivo Humo	56. La Puntual	92. Teloncillo
21. Compañía Farrés Brothers	57. La Rous	93. Títeres Albero
22. Compañía Jordi Beltrán	58. La sonrisa del lagarto	94. Títeres Caracartón
23. Compañía Teatral + Tumacat	59. La Tal	95. Títeres La Cácara Musa
24. Cristóforo Colombo	60. La Tranfulla	96. Títeres Sol y Tierra
25. Cubi Ex-Producciones	61. La Troupe CIA	97. Títeres Tragaluz
26. Date Danza	62. Lavi e Bel	98. Titirimundi
27. El Duende del Globo La Fabrica de Sueños SL	63. Legolas	99. Titiriteros de Binéfar
28. El Espejo Negro	64. Mamu Txikiak	100. Toni la Sal
29. El Retablo	65. Marcel Gros	101. Tras la Puerta Títeres
30. El Teatre de L'Home Dibuxat	66. Marie Teatro	102. Ultramarinos de Lucas
31. Engrata	67. Markeliñe	103. Vafalume
32. Engruna Teatre	68. Miman Teatro	104. Vaivén Producciones
33. Enric Magoo	69. Monicreques	105. Xabi Larrea
34. Escena Miriñaque	70. Nun Tris Producciones	106. Xicana
35. Escenalia	71. P.T.V. Clowns	107. Yheppa
36. Escenoteca	72. Pep Lopez i Sopars de Duro	108. Zum Zum Teatre

Se distribuyen territorialmente de la siguiente manera:

	Porcentaje
Andalucía	21,3%
Aragón	2,8%
Asturias	5,6%
Canarias	1,9%
Cantabria	1,9%
Castilla y León	7,4%
Castilla La Mancha	3,7%
Cataluña	15,7%
Comunidad Valenciana	7,4%
Euskadi	10,2%
Extremadura	3,7%
Galicia	2,8%
Madrid	13,0%
Murcia	1,9%
Navarra	0,9%

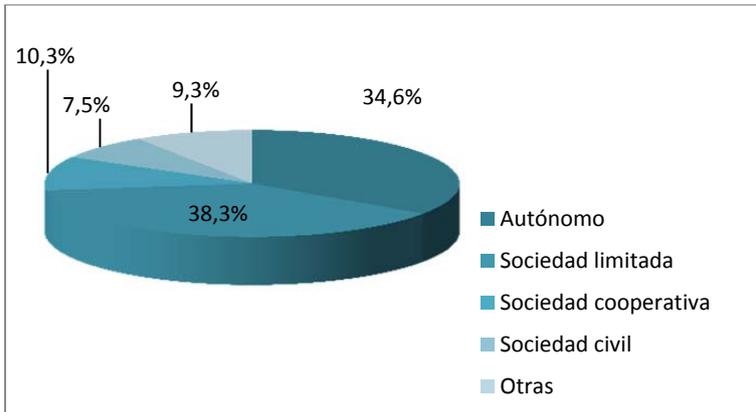
E.2.1.- Datos generales

E.2.1.1.- Antigüedad de las empresas

	Mínimo	Máximo	Media
Antigüedad en años	3	41	19,74

E.2.1.2.- Figura jurídica

	Porcentaje
Autónomo	34,6%
Sociedad limitada	38,3%
Sociedad cooperativa	10,3%
Sociedad civil	7,5%
Otras	9,3%

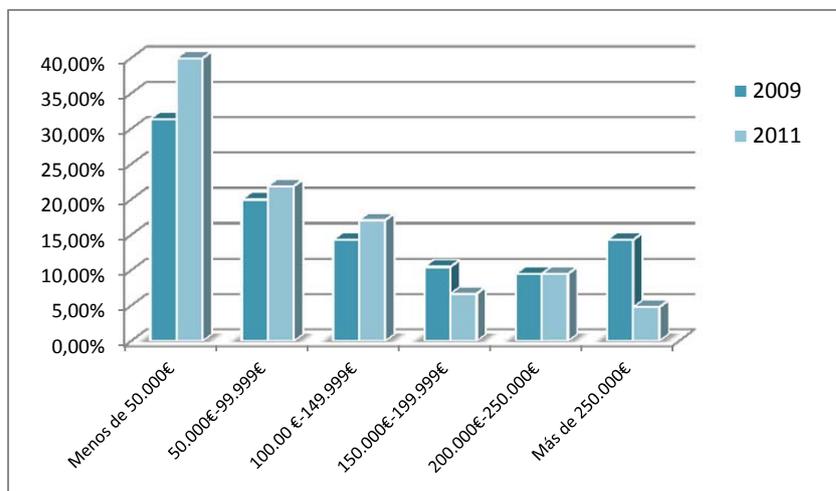


La forma jurídica con mayor implantación en nuestro país es la sociedad limitada, seguida de los autónomos.

E.2.1.3.- Facturación

Tramos de facturación	Porcentaje de empresas en 2009	Porcentaje de empresas en 2011
Menos de 50.000€	31,4%	40,0%
50.000€-99.999€	20,0%	21,9%
100.00€-149.999€	14,3%	17,1%
150.000€-199.999€	10,5%	6,7%
200.000€-250.000€	9,5%	9,5%
Más de 250.000€	14,3%	4,8%

Se observa en líneas generales un movimiento en cascada negativo especialmente importante entre las empresas que más facturaban en 2009. Se produce en 2011 un importante aumento porcentual de las empresas que menos facturan.



E.2.1.4.- Actividades**E.2.1.4.1.- ¿La compañía se dedica exclusivamente a las artes escénicas para la infancia y juventud?**

Dedica su producción en exclusiva a la infancia y juventud	Porcentaje de compañías
No	50%
Si	50%

La mitad de las empresas que han respondido declaran dedicarse en exclusiva a las artes escénicas para la infancia y/o juventud. El otro 50% alterna las producciones para la infancia y/o juventud con otras para adultos.

E.2.1.4.2.- ¿La compañía participa en la gestión u organización de algún programa / campaña / festival / muestra de artes escénicas para la infancia y juventud?

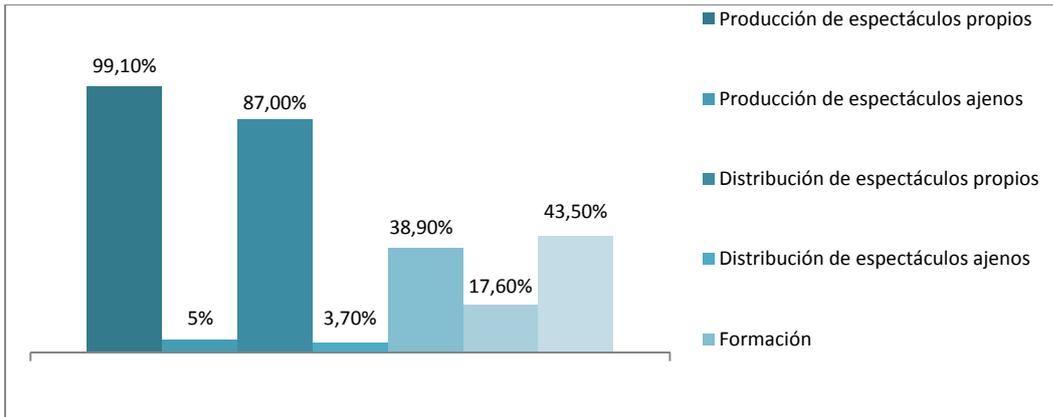
Participa en gestión u organización	Porcentaje de compañías
No	49,5%
Si	50,5%

El 50,5% de las compañías encuestadas declaran participar activamente en la gestión y/o la organización de algún tipo de evento relacionado con la exhibición de las artes escénicas para la infancia y/o juventud.

E.2.1.4.3.- Actividades principales a las que se dedica la compañía

Porcentaje	Actividades
99,1%	Producción de espectáculos propios
4,6%	Producción de espectáculos ajenos
87%	Distribución de espectáculos propios
3,7%	Distribución de espectáculos ajenos
38,9%	Formación
17,6%	Gestión/programación de sala de exhibición
43,5%	Gestión/organización de programas o eventos para entidades públicas o privadas

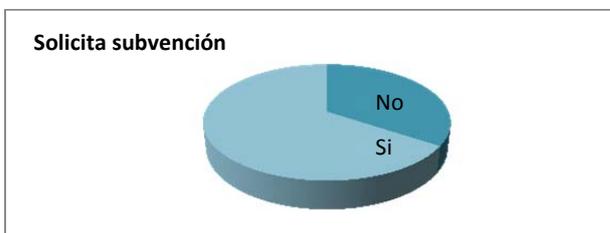
La gran mayoría de las empresas se dedican a la producción y distribución de sus propios espectáculos. Un alto porcentaje de estas empresas tiene alguna otra actividad, principalmente la gestión/organización de programas o eventos para entidades públicas o privadas y la formación.



E.2.1.5.- Subvenciones y patrocinios

E.2.1.5.1.- ¿Se solicitaron subvenciones en 2011?

Se solicitó subvención	Porcentaje de compañías
No	34,3%
Si	65,7%



El 65,7% de las empresas solicitaron ayudas y/o subvenciones, distribuyéndose de la siguiente manera en función del territorio:

Instituciones	Porcentaje
Instituciones de ámbito local/provincial	25%
Instituciones de ámbito autonómico	52,8%
Instituciones de ámbito nacional	37%

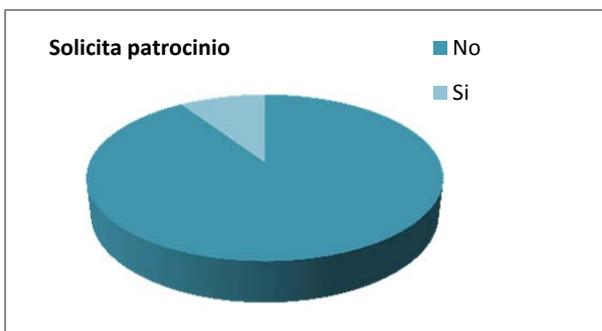
Es el ámbito autonómico el que más solicitudes de subvenciones recibe.

E.2.1.5.2.- En caso de tener concedidas subvenciones, ¿qué porcentaje representan sobre la facturación de 2011?

Las subvenciones representan una media del 18,91% de los ingresos de las empresas.

E.2.1.5.3.- ¿Se solicitaron patrocinios durante 2011?

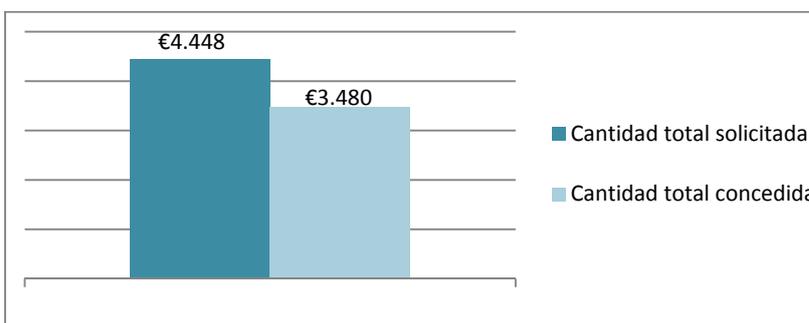
Se solicitó patrocinio	Porcentaje de compañías
No	90,7%
Si	9,3%



El 90,7% de las empresas no solicitaron ningún tipo de patrocinio. Del porcentaje que sí lo hicieron, la media concedida estuvo en torno al 78% de lo solicitado.

Cantidad media solicitada: 4.448€

Cantidad media concedida: 3.480€



E.2.1.6.- Activos

A continuación se muestran los porcentajes de empresas que disponen en propiedad de cada uno de los siguientes activos:

Activo	% que poseen
Oficina	36,31%
Local de ensayo	38%
Vehículo/s de carga y transporte	79,6%
Equipamiento técnico	88,9%

El 93,5% de las empresas declara tener al menos uno de los cuatro activos señalados.

E.2.1.7.- Contratación de personal**E.2.1.7.1.- Media de contratación durante 2011 tanto en régimen general como en régimen de artistas**

	Media trabajadores/as contratados en el régimen general	Media de trabajadores/as contratados en el régimen de artistas
Compañías que NO producen en exclusiva para la infancia y juventud	4,88	14,86
Compañías que SÍ producen en exclusiva para infancia y juventud	4,72	4,30

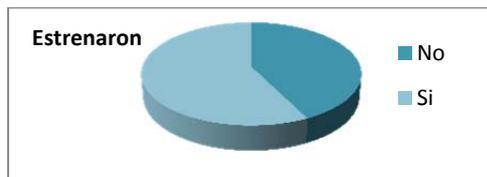
Las compañías que trabajan en exclusiva para la infancia y juventud contratan menos trabajadores/as, por lo tanto su elenco es más pequeño y los formatos de sus espectáculos también.

Nota: El dato de media de trabajadores/as contratadas en régimen de artistas en compañías que NO producen en exclusiva para la infancia y juventud llama la atención al ser muy superior a los otros tres valores. Se debe a que hay una empresa que declara haber contratado 183 trabajadores.

E.2.2.- Producción de espectáculos en 2011 destinados a la infancia y juventud

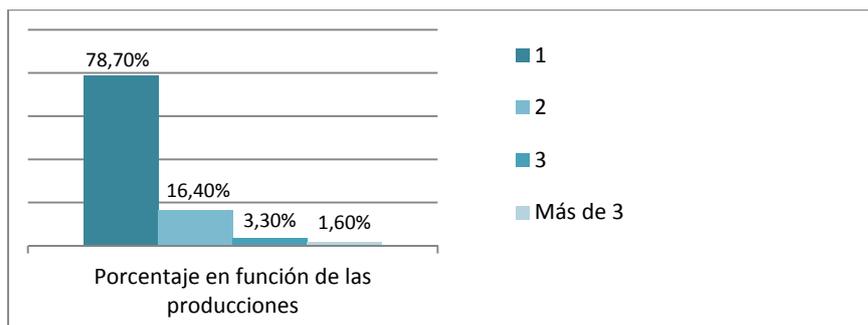
E.2.2.1.- Compañías que estrenaron al menos un espectáculo destinado a la infancia y juventud

Estrenaron	Porcentaje de compañías
No	42,6%
Si	57,4%



E.2.2.1.1.- Número de espectáculos producidos por las compañías que estrenaron al menos un espectáculo

Nº de producciones en 2011	Porcentaje de compañías
1	78,7%
2	16,4%
3	3,3%
Más de 3	1,6%



E.2.2.2.- Compañías que restrenaron algún espectáculo destinado a la infancia y juventud

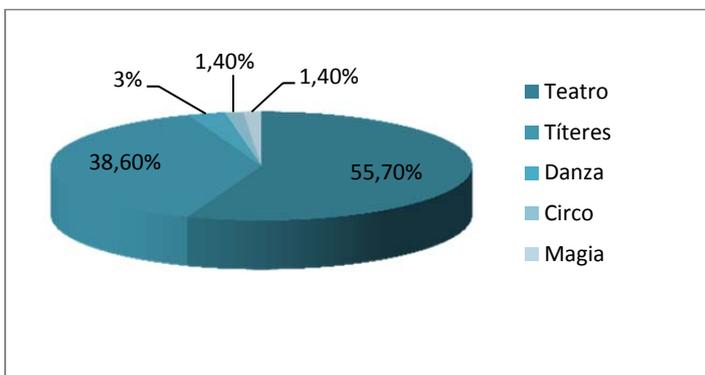
Porcentaje de compañías	
No	63,6%
Si	36,4%

Un 36,4% de las compañías restrenaron en 2011 al menos un espectáculo destinado la infancia y juventud.

E.2.2.3.- Género de los espectáculos producidos

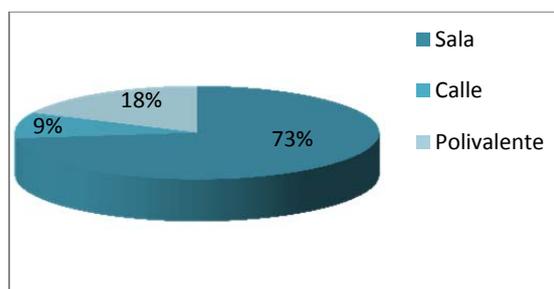
Género	Porcentaje de producciones
Teatro	55,7%
Títeres	38,6%
Danza	2,9%
Circo	1,4%
Magia	1,4%

El género mayoritario es el teatro, seguido de los títeres. La danza, el circo o la magia tienen una representación mucho menor.



E.2.2.4.- Lugar principal de exhibición

	Porcentaje de producciones
Sala	73%
Calle	9%
Polivalente	18%



La mayoría de los espectáculos para la infancia y juventud se exhiben en salas o teatros.

E.2.2.5.- Clasificación de los espectáculos en función de las edades a las que va dirigido

Edades	Porcentaje de producciones
0-2 años	6,5%
3-5 años	30,6%
6-8 años	45,4%
9-11 años	30,6%
12-15 años	14,8%
16-18 años	12%

La mayor concentración de espectáculos en líneas generales se observa en edades comprendidas entre los 3 años y los 11.

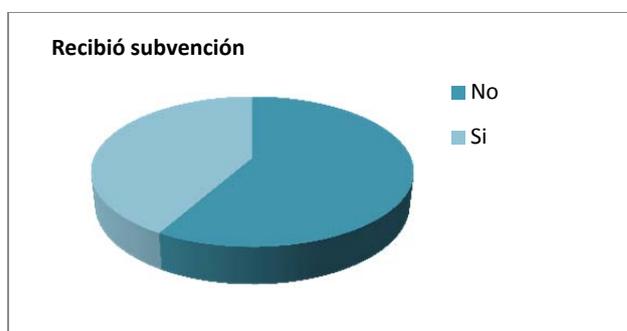
E.2.2.6.- Coste medio de la producción

Media	
Coste	26.160,49€

E.2.2.7.- Subvenciones

A continuación se muestran los porcentajes de producciones que recibieron subvención en 2011.

Recibió subvención	Porcentaje de producciones
No	58,2%
Si	41,8%



La media de la cuantía recibida se sitúa en 14.408,42€.

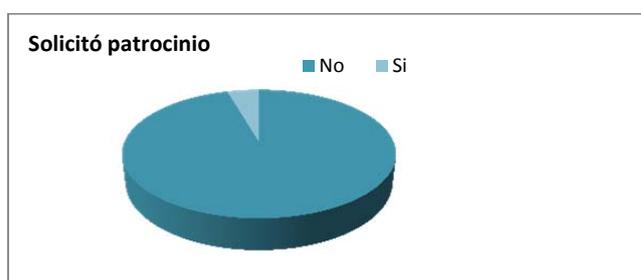
E.2.2.7.1.- Coste medio de una producción destinada a la infancia y juventud, subvención recibida y porcentaje que representa

Coste medio de la producción	Media de subvención recibida	Porcentaje que representa la subvención
26.160,49€	14.408,42€	55%

E.2.2.8.- Patrocinio o esponsorización privada

Solo el 4,5% de las compañías solicitaron fondos de procedencia privada para realizar la producción, tal como muestra la siguiente tabla:

Solicitó patrocinio	Porcentaje de producciones
No	95,5%
Si	4,5%



E.2.2.9.- Número de intérpretes en escena

Las producciones realizadas en 2011 destinadas para la infancia y la juventud se clasifican de la siguiente manera en función del número de intérpretes en escena:

Nº de intérpretes	Porcentaje de producciones
1	20,0%
2	42,9%
3	14,3%
4	5,7%
5	10,0%
6 ó más	7,1%

De las producciones para la infancia y juventud, el 62,9% tienen solo uno o dos intérpretes en escena.

E.2.2.10.- Número de técnicos en gira

En cuanto al número de técnicos necesarios en gira, las producciones realizadas en 2011 destinadas para la infancia y la juventud se clasifican como sigue:

Nº de técnicos	Porcentaje de producciones
1	68,2%
2	27,0%
3 ó más	4,8%

E.2.3.- Exhibición en 2011 de espectáculos para la infancia y juventud

E.2.3.1.- Clasificación de compañías en función del número de espectáculos en gira para la infancia y juventud en 2011

Nº de espectáculos en gira	Porcentaje de compañías
1	14,0%
2	20,6%
3	23,4%
4	12,1%
5	8,4%
Más de 5	21,5%

Como puede observarse, las compañías suelen tener en gira simultáneamente más de un espectáculo destinado a la infancia y juventud.

E.2.3.2- Representaciones realizadas por compañía

	2009	2011	% Variación
Media de representaciones realizadas	53,77	44,82	-16,64%

Se observa una caída en el número de funciones realizadas del 16,64%.

E.2.3.2.1.- Media de representaciones realizadas por compañía en circuitos/campañas escolares públicas y privadas

	Mínimo	Máximo	Media de representaciones realizadas
Funciones en circuitos/campañas escolares públicas 2011	1	80	9,86
Funciones en circuitos/campañas escolares privadas 2011	1	36	8,15

E.2.3.2.2.- Media de representaciones realizadas por compañía en función del ámbito geográfico

	Mínimo	Máximo	Media de representaciones realizadas
Nº de funciones en la comunidad de origen	1	218	28,83
Nº de funciones en el resto del estado	1	227	22,75
Nº de funciones en el extranjero	1	182	19,60

E.2.3.2.3.- Media representaciones realizadas por compañía en función de la fórmula de contratación

	Media de representaciones realizadas
Nº de funciones a caché	41,64
Nº de funciones exclusivamente 'a taquilla'	14,90
Nº de funciones con un 'fijo más taquilla'	5,17

E.2.3.3.- Cachés

E.2.3.3.1.- Media del caché por representación en función del lugar de exhibición

	Media
Caché por representación en la comunidad de origen –sin IVA-	1.474,82€
Caché por representación fuera de la comunidad de origen –sin IVA-	1.809,30€

E.2.3.3.2.- Media del caché por representación en función del lugar de exhibición en campaña escolar/gira

	Media
Caché por función en campaña escolar en la comunidad de origen –sin IVA-	1.351,45€
Caché por función en campaña escolar fuera de la comunidad de origen –sin IVA-	1.718,73€

E.2.3.4.- Taquillas

Se observa que, además del caché, hay otras dos modalidades de contratación: *a taquilla* y *a fijo más taquilla*.

E.2.3.4.1.- Media de ingresos por taquilla y media de ingresos por fijo

	Media
Ingreso por taquilla	570,63€
Ingreso por fijo	949,44€
Suma total	1.520,07€

E.2.3.5.- Circuitos/campañas escolares**E.2.3.5.1.- Circuitos/campañas escolares de gestión pública 2011**

El 57% de las compañías participó en una campaña escolar o circuito de gestión pública.

	Porcentaje de compañías
No participó	43%
Sí participó	57%

La media de funciones realizadas fue de 8,52, lo que supone alrededor del 20% de la media de funciones que una compañía realizó.

E.2.3.5.2.- Circuitos/campañas escolares de gestión privada 2011

Casi un 32% de las compañías participó en una campaña escolar o circuito de gestión privada.

Porcentaje de compañías	
No participó	68,2%
Sí participó	31,8%



La media de funciones realizadas es de 7,8, lo que supone alrededor del 17% de la media del total de las funciones realizadas por una compañía.

E.2.3.6.- Ferias, muestras y festivales 2011

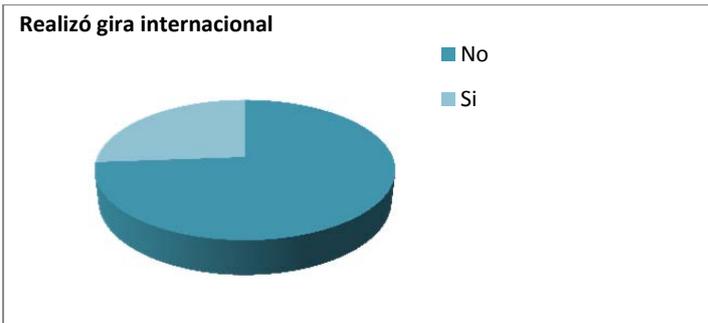
A continuación se incluye una tabla que muestra la clasificación de las compañías en función de la participación en ferias, muestras y festivales durante 2011:

	Feria, muestra o festival (global)	Feria, muestra o festival en la comunidad de origen	Feria, muestra o festival fuera de la comunidad de origen
No participó	48,6%	75,7%	57,0%
Sí participó	51,4%	24,3%	43,0%

E.2.3.7.- Gira internacional 2011

E.2.3.7.1.- Porcentaje de compañías que realizaron gira internacional en 2011

Realizó gira internacional	Porcentaje de compañías
No	73,8%
Si	26,2%



E.2.3.7.2.- Porcentaje de compañías que reciben ayuda a gira internacional

Recibió ayuda	Porcentaje de compañías
No	33,3%
Si	66,7%



La mayoría de las compañías que realizaron gira internacional recibieron ayudas públicas en 2011.

E.2.3.7.3.- Media de cuantía concedida en concepto de ayuda a gira internacional

	Mínimo	Máximo	Media
Cuantía concedida	1.300€	42.000€	6.971,30€