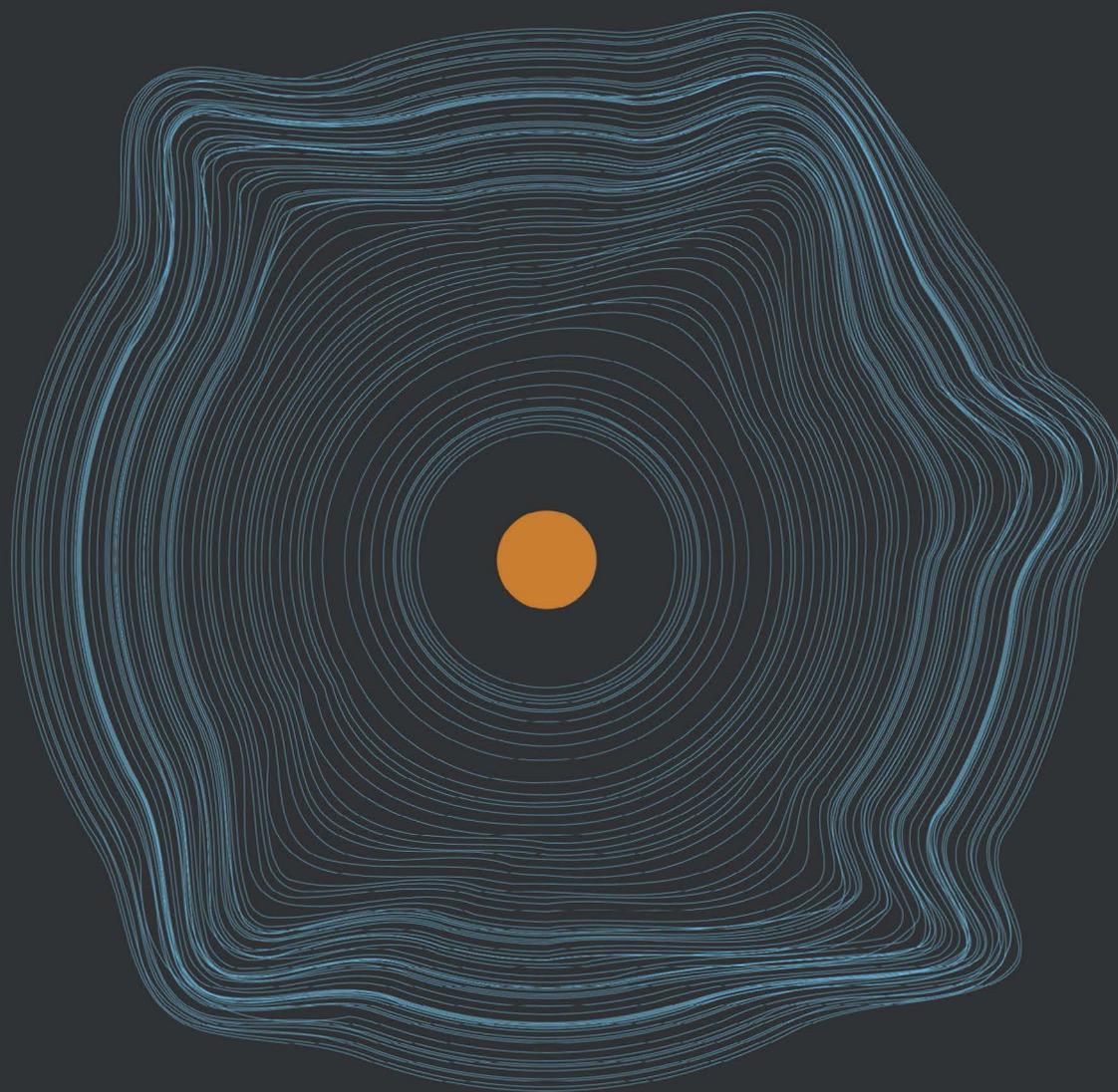


IMPACTO ECONÓMICO DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

2018



EN LA CIUDAD DE ALICANTE

Este proyecto se enmarca en la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado "EDUSI ALICANTE - Área Las Cigarreras", cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el marco del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible 2014-2020. Una manera de hacer Europa.



Impacto Económico de los Sectores Culturales y Creativos
en la Ciudad de Alicante.
Año 2018.

Proyecto impulsado por:



Realizado por:



EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Luis Moreno Izquierdo (Coordinador)

Contacto: luis.moreno@ua.es

Álvaro Guijarro Marín
Miriam Ibiza Guijarro
Jesús Navarro Navarro
Adrián Más Ferrando
Carolina Rueda Orozco
Alexandre Peretó Rovira
José Francisco Perles Ribes
Ana Clara Rucci
Elena Serna Escolano
Leticia Serrano Estrada

CONTENIDO

1. Presentación e introducción.....	7
2. Las industrias culturales y creativas. Una mirada global al sector ...	8
2.1. Efectos del sector cultural en el desarrollo de las ciudades.....	8
2.2. Impacto de las industrias culturales a nivel global.....	11
2.3. Los SCC en España y la Comunidad Valenciana.....	15
3. Aproximación al sector cultural alicantino.....	19
3.1. Apuntes metodológicos.....	19
3.2. Instituciones públicas.....	20
i. Ayuntamiento de Alicante.....	20
ii. Diputación de Alicante.....	25
iii. Generalitat Valenciana.....	26
3.3. Empresas culturales y creativas.....	28
i. Distribución y características.....	28
4. Análisis del impacto cultural por sectores.....	38
4.1. Apuntes metodológicos.....	38
i. Estimación del impacto cultural en empleo y riqueza.....	38
4.2. Distribución del impacto cultural en sectores.....	39
4.3. Un análisis geolocalizado del impacto cultural.....	42
4.4. Resultados detallados por sectores de actividad cultural.....	45
i. Patrimonio cultural.....	47
ii. Archivos y bibliotecas.....	48
iii. Libros y prensa.....	49
iv. Artes plásticas.....	50
v. Artes escénicas.....	51
vi. Audiovisual y multimedia.....	52
5. Conclusiones y recomendaciones.....	53
5.1. Transparencia y apuesta por el open data.....	54
5.2. La cultura como factor de atracción turística.....	56
5.3. Modernización y digitalización empresarial.....	58
5.4. Impulsar sectores emergentes y la educación de futuro.....	59
Anexos metodológicos.....	61
Anexo 1. Apuntes metodológicos del apartado 3.....	61
Anexo 2. Apuntes metodológicos del apartado 4.....	62
Anexo 3. Actividades según el código CNAE (2009).....	67



FIGURAS

Figura 1. Tipos de impactos económicos generados por el sector cultural.

Figura 2. Diagrama de efectos directos, indirectos e inducidos de las industrias culturales.

Figura 3. Peso relativo del empleo por industrias culturales y creativas en Europa (2016).

Figura 4. Tasa de crecimiento de importaciones y exportaciones culturales entre 2003 y 2015.

Figura 5. Evolución del empleo cultural (2006-2016).

Figura 6. Distribución del empleo cultural en España en función del nivel de estudios.

Figura 7. Peso del empleo cultural sobre el total del trabajo en las regiones españolas.

Figura 8. Volumen de empresas culturales y creativas respecto al total nacional.

Figura 9. Asistencia a actividades culturales (% población).

Figura 10. Gasto en cultura de las administraciones autonómicas por habitante (2015).

Figura 11. Distribución del presupuesto cultural del Ayuntamiento de Alicante.

Figura 12. Ubicación y usuarios de los programas y actividades culturales impulsadas por el Ayuntamiento de Alicante.

Figura 13. Volumen de usuarios y eventos en los centros culturales del Ayto. de Alicante.

Figura 14. Presupuesto de los principales equipamientos culturales del Ayto. de Alicante.

Figura 15. Distribución del presupuesto cultural de la Diputación de Alicante.

Figura 16. Distribución de las partidas de cultura en el presupuesto de la Consellería de Educación, Investigación, Cultura y Deporte (en miles).

Figura 17. Gasto liquidado en cultura por la Generalitat Valenciana por destino del gasto y naturaleza económica en 2015 (miles de euros)

Figura 18. Empresas culturales y creativas respecto al total de empresas en las capitales de provincia.

Figura 19. Empresas culturales y creativas por cada mil habitantes en las capitales de provincia.

Figura 20. Distribución de empresas culturales por tipo de actividad en la ciudad de Alicante.

Figura 21. Comparativa entre el conjunto de empresas culturales alicantinas y nacionales por tipo de actividad.

Figura 22. Comparativa entre el conjunto de empresas culturales alicantinas y regionales por tipo de actividad.

Figura 23. Clasificación de empresas culturales por personalidad jurídica en Alicante.

Figura 24. Empresas por tipo de personalidad jurídica según actividad. Comparativa Alicante con la media española.

Figura 25. Tamaño de las empresas culturales y creativas en Alicante.

Figura 26. Volumen de empresas culturales según empleados en la ciudad de Alicante.

Figura 27. Volumen de empresas culturales según facturación en la ciudad de Alicante.

Figura 28. Empleo e inversión pública de los activos e infraestructuras culturales.

Figura 29. Valor estimado de cada actividad cultural a partir de las medias de los rangos

Figura 30. Mapa de empleo generado por los SCC en la ciudad de Alicante.

Figura 31. Mapa de riqueza generada por los SCC en la ciudad de Alicante.

Figura 32. Mapa de calor de los sectores culturales y creativos.

Figura 33. Mapa de calor de empleo creado por los sectores culturales y creativos.

Figura 34. Impacto estimado por sectores culturales y creativos en la ciudad de Alicante.

Figura A1. Datos culturales a nivel nacional, regional y local.

Figura A2. Rangos de distribución de empleo y facturación de las empresas culturales.

Figura A3. Valor estimado de cada actividad cultural a partir de las medias de los rangos

1. PRESENTACIÓN E INTRODUCCIÓN.

Términos como 'inteligencia', 'sostenibilidad' o 'conocimiento' son frecuentemente utilizados para caracterizar modelos de ciudades de vanguardia en nuestra era, enclavadas en un entorno global con habitantes hiperconectados. Ciudades que compiten por la atracción de empresas, estudiantes, profesionales, inversiones y turistas en un momento de completo cambio en el que las nuevas tendencias de trabajo 'nómada', la educación online, o la economía colaborativa permiten que un ordenador o un terminal móvil sustituyan a infraestructuras de coste millonario.

En la configuración de estos modelos competitivos de ciudad, la apuesta por los sectores culturales y creativos (SCC) toma cada vez un mayor valor por tratarse de actividades identificadas con la participación ciudadana, la distribución de la riqueza, el empleo igualitario, la multiculturalidad y una mejora en el atractivo de las urbes que pueden suponer un efecto llamada de visitantes y futuros residentes.

Pero para atender a los criterios de 'inteligencia' y 'conocimiento', el desarrollo de los SCC debe acompañarse de una decidida apuesta por la innovación, trabajada desde la base cultural y creativa que nos diferencia y nos define. La tecnología es, en la actualidad, uno de los principales soportes de comunicación y creación cultural, y sería un error obviar esta estrecha relación, como veremos en este documento.

Potenciar este acercamiento entre *cultura e innovación* puede

suponer el primer paso necesario hacia un sector sostenible y generador de riqueza, que invite a la participación coral de toda la comunidad.

Este estudio parte de un planteamiento expuesto y defendido por muchos autores previos: la cultura debe entenderse como una actividad transversal que afecta a todo cuanto rodea. Una ciudad que no apuesta por los SCC se abandona al futuro, porque potenciar la cultura no solo favorece la generación de riqueza y empleo en actividades relacionadas con las artes escénicas, con nuestro patrimonio, o con las artes plásticas; los SCC ayudan a definir por completo nuestro espacio vital, así como a los ciudadanos, instituciones y empresas que en ella conviven. En definitiva, apostar por la cultura es defender nuestra historia, es concienciar a los ciudadanos, es formación y conocimiento, es oportunidad de negocio, atracción turística, creación de empleo y competitividad.

“La apuesta por los SCC es un paso necesario en la nueva configuración de las ciudades del siglo XXI”

Con esta idea en mente, en este trabajo se lleva a cabo un estudio minucioso del impacto económico de los SCC en la ciudad de Alicante, sabiendo que sus efectos no acaban en las cifras presentadas, sino que tendrán una continuidad económica y social de forma indirecta e inducida. Estudio que se plantea también buscando identificar debilidades y oportunidades para las actuaciones de los

próximos años, como también se ha hecho en el reciente trabajo “Fes Cultura”, el Plan Estratégico Cultural Valenciano para el periodo 2016 - 2020.

Pero acercarnos a la realidad alicantina no es sencillo, ya que las estadísticas oficiales nos facilitan datos principalmente a nivel nacional y regional, lo que supone llevar a cabo diferentes ejercicios hasta poder estimar los valores y efectos sobre riqueza y empleo buscados.

Además hemos de tener en consideración que los criterios 'competitivos' o de 'atracción' se refieren a cuestiones relativas a las que afectan tanto las políticas de desarrollo de la ciudad en cuestión, como la actuación de los agentes complementarios y las ciudades 'rivales'. Por ello, el desarrollo de este trabajo comienza en el **apartado 2** con una comparativa de los SCC a nivel global, centrándonos en el espacio europeo, y continúa con una mirada crítica a la realidad nacional y de la Comunidad Valenciana en comparación con el resto de regiones.

Al buscar una perspectiva amplia y multilateral de la cultura, en las primeras páginas podremos advertir ciertos márgenes de mejora de nuestros SCC (en especial su explotación como foco de atracción turística y generación de empleo) al compararnos con las buenas prácticas ejecutadas en diferentes ciudades y regiones europeas.

En el **apartado 3**, y una vez establecido el marco cultural global y nacional, nos adentramos en la descripción de los SCC de Alicante, mediante un análisis de las cuentas públicas de la Generalitat Valenciana, la Diputación de Alicante y el



Ayuntamiento de Alicante a partir de las inversiones directas realizadas en la rama cultural. A este análisis del sector público le sigue el estudio del conjunto de empresas culturales y creativas existentes en Alicante, a partir de la metodología empleada por el Ministerio de Educación y Cultura en su Anuario Estadístico Cultural de 2017.

Con este ejercicio se ha buscado responder a dos cuestiones clave: qué papel juegan las instituciones públicas en el desarrollo cultural de la ciudad de Alicante, y cómo se estructuran las empresas de los SCC (tamaño, número de empleados, facturación, rama de actividad, etcétera). En base a ello podemos adelantar que la capitalidad de Alicante en la provincia beneficia las inversiones por parte de la diputación, mientras que se observa el efecto contrario en la distribución del gasto de la Generalitat Valenciana, con un desembolso en la ciudad inferior al que le correspondería por tamaño. También se aprecia una estructura empresarial con algunas diferencias respecto al conjunto nacional y regional, con un claro predominio de pequeñas empresas.

En el **apartado 4**, y a partir de toda esta información (inversión pública y estructura empresarial) y la productividad del sector cultural, estimaremos la riqueza y empleos generados por los SCC en Alicante, mediante una aproximación de los resultados de la base de datos de la Cámara de Comercio a la media nacional y regional, que nos servirán para calcular su valor. Con ello, podemos establecer un impacto económico aproximado de **109 millones de euros (un 1,9% del PIB) y 1.976 trabajadores (un 2,4% del empleo total)** en las diferentes ramas de actividades culturales y creativas definidas

por el Anuario de Estadísticas Culturales, y que identifica seis sectores: patrimonio, libros y prensa, artes escénicas, artes plásticas, bibliotecas y archivos, y multimedia.

“El impacto de los SCC en Alicante se estima en un 1,90% de su PIB, y un 2,40% de la creación total de empleo”

Esta categorización no sigue la forma lógica de entender la cultura en grupos más amplios como la “música”, la “literatura” o el “cine”, pero es la más lógica si partimos de las actividades definidas por la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 2009). Además, nos permite trabajar con un estándar de cara a realizar una comparativa con los resultados nacionales y regionales.

En el mismo apartado 4 se ha realizado una breve caracterización de cada uno de los sectores, sus activos y actividades más representativas, así como sus mapas de distribución de empleo y generación de riqueza, que podrían ayudar a empresas y organismos públicos en su toma de decisiones.

Para evitar distorsiones y focalizar en los sectores culturales y sus profesionales, así como en las instituciones competentes, durante todo el documento se ha trabajado únicamente con actividades directamente relacionadas con los SCC. No obstante, para calcular los efectos indirectos e inducidos en futuros trabajos podría emplearse la recomendada metodología de tablas *input-output* tal y como se mencionará en este documento.

Finalmente, en el **apartado 5** se han incluido veinte recomendaciones concisas para la mejora de la actuación pública y privada en los SCC, que buscan incrementar competitividad en el entorno de cambio que caracteriza la actual era digital. Estas recomendaciones sintetizan gran parte de las ideas de mejora y posibilidades de desarrollo de los SCC en la ciudad de Alicante expuestos durante todo este documento, y que quedan distribuidas en cuatro bloques distintos: *transparencia y apuesta por el open data, la cultura como factor de atracción turística, modernización y digitalización empresarial, y por último el impulso de sectores emergentes y la educación de futuro.*

2. LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS. UNA MIRADA GLOBAL AL SECTOR

2.1. Efectos del sector cultural en el desarrollo de las ciudades

Los sectores culturales y creativos (SCC), en su más amplia definición, son un componente fundamental para el desarrollo económico, y que tal y como declara la propia UNESCO, sirven como fuente de creatividad, innovación e identidad para las regiones. Frente a algunas voces críticas que se han opuesto a la inversión y financiación pública de según qué manifestaciones culturales, la apuesta por los SCC ha ganado cada vez más adeptos, y de hecho la unión entre “cultura” y “desarrollo” es asumida desde los años 70, con una fuerte expansión de políticas proactivas durante los años 80 y especialmente los 90, tal y como

se expone en el informe *Culture and Development* realizado por el Gobierno Vasco y la UNESCO¹. En el mismo informe se apunta, además, que la 'sostenibilidad' es el principal valedor de los SCC.

En las últimas décadas, el trabajo de diferentes investigadores y el resultado positivo y palpable de

¹ *Culture and Development: Evolution and Prospects* (2011). Colección "UNESCO Etxea", Working Paper N° 1 elaborado por Maider Maraña. Disponible en: ehu.eus

actuaciones públicas y privadas ejecutadas han permitido integrar paulatinamente el impulso cultural en los planes de desarrollo sociales y económicos a nivel local, regional y nacional, e incluso supranacional en el caso de la Unión Europea. Todo ello a pesar de que no existe una identificación precisa de qué industrias se incluyen en los SCC. Sin embargo, podríamos aventurarnos a identificar (según establece la ONU²) a aquellas 'actividades relacionadas con las artes tradicionales como la

literatura, el cine, la pintura, la música o los festivales artísticos, pero también con el diseño digital, la fotografía o incluso los videojuegos'.

Todos estos sectores, por muchas de las características que los definen (demandan patentes, que

² *Creative Economy Outlook And Country Profiles: Trends in international trade in creative industries* (2015), Elaborado por la United Nations Conference On Trade And Development. Disponible en: unctad.org/creative-economy

Figura 1: Tipos de impactos económicos generados por el sector cultural.

Impacto económico directo

Conjunto de acciones que tendrán lugar como consecuencia de la realización de la actividad cultural en cuestión, como puede ser la contratación de personal, la facturación generada por las empresas o instituciones culturales -como la venta de entradas, o la inversión/subvenciones realizadas por organismos públicos y privados en eventos culturales.

También se incluye el gasto directo en terceras empresas o proveedores necesarios para realizar la actividad, como transportistas, compra de materias primas, montajes, etcétera.

Impacto económico indirecto

Riqueza derivada en actividades o sectores no vinculados directamente con el sector cultural, pero que se aprovechan de su desarrollo puntual o permanente.

Pueden beneficiarse, por ejemplo, de la cercanía de un evento en la ciudad o barrio (restaurantes, cafeterías u hoteles), del movimiento de personas que se desplazan a una actividad cultural (transporte público o las gasolineras), o de la creación de infraestructuras y servicios creados para dar cobertura a recintos culturales (líneas de bus o metro, peatonalización de calles, limpieza, seguridad, etcétera).

También los proveedores de estas actividades no culturales estarían contabilizadas en el impacto indirecto.

Impacto económico inducido

Se entiende como impacto inducido aquel que generan las personas y empresas que mejoran su nivel de riqueza gracias a las actividades culturales y creativas.

Por ejemplo, los trabajadores asalariados en los SCC o que resultan beneficiados de forma indirecta de sus actividades, realizarán compras en empresas de otros sectores y comercios de su entorno, suponiendo un último impacto en la cadena.

Fuente: Elaboración propia



impulsa la inversión en innovación; son altamente inclusivos, con un papel fundamental de la mujer en el desarrollo artístico; desarrollan actividades diferenciadas frente a la tendencia globalizadora, que revaloriza la competitividad en el comercio internacional; etcétera) son esenciales en ciudades que apuestan por la sostenibilidad, la vanguardia y la especialización.

“Los SCC sirven como fuente de identidad, innovación y creatividad para las regiones”

Diferentes estudios realizados en todo el mundo durante las últimas décadas han demostrado además que los SCC generan un muy importante efecto arrastre. Por ello es normal que sus impactos se categoricen en directos, indirectos e inducidos (Figura 1).

Estos tres impactos comentados tienen un valor incalculable en la configuración urbana y el empoderamiento social a largo plazo, que pueden ser divididos en cinco tipos:

1. **Actuaciones referidas al rescate de edificios y la ordenación urbana**, derivadas de acciones como la restauración o remodelación de edificios con cierto valor histórico para su uso como museos o galerías, o la construcción de nuevos centros culturales.

2. **Revalorización de barrios o zonas de las ciudades**, dadas por las mejoras que suele conllevar las inversiones públicas y privadas en cultura. Incluye tanto estrategias con grandes desembolsos -como el acercamiento del transporte

público a zonas donde exista una amplia acción cultural- o de menor coste -como la mejora de calles incorporando elementos creativos o artísticos. Esta revalorización, sin embargo, puede acompañarse de un incremento en el precio del suelo, y en una tendencia a la masificación en zonas urbanas con alto valor turístico.

3. **Mejora general en los niveles educativos y creativos y generación de empleo**, derivados de un incremento en la demanda de mano de obra cualificada, relacionada con los SCC y su mayor profesionalización.

4. **Aumento de la competitividad del resto de sectores económicos**, gracias al efecto arrastre y la propagación de la identificación cultural en industrias como el turismo, la gastronomía, el textil, la construcción, etcétera, que se aprovechan en sus creaciones de la diferenciación cultural de su entorno, así como de la capacidad

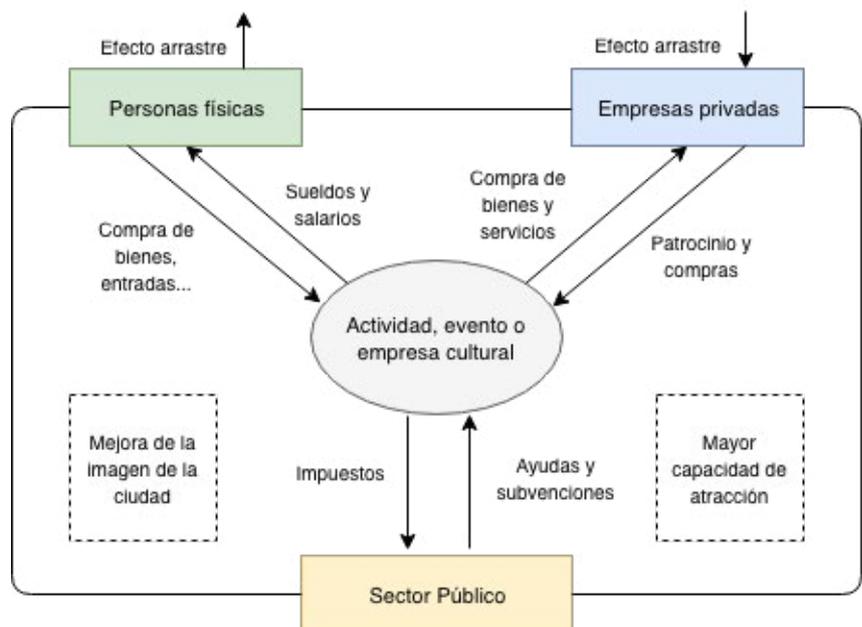
de atracción de los eventos culturales.

5. **Efectos sociales intangibles** como un aumento del sentimiento de pertenencia a una localidad o región, el uso de la cultura para la educación cívica, mayor cohesión social, el respeto por lo autóctono, o el fomento de la participación social, entre otros.

“El impacto de la cultura en una ciudad debe entenderse desde una perspectiva transversal, no solo económica”

Estos impactos directos, indirectos e inducidos, y sus efectos sobre la configuración urbana, tendrían cabida en el diagrama de la **Figura 2**, creado a partir del originalmente

Figura 2: Diagrama de efectos directos, indirectos e inducidos de las industrias culturales.



Fuente: Elaboración propia a partir de Hierro (2010)

elaborado por Herrero Prieto (2010)³. En el mismo puede observarse cómo debe existir un circuito entre la sociedad, el sector público y el sector privado, que impulse las actividades culturales y creativas mediante diferentes actuaciones: la compra de entradas, el patrocinio, las subvenciones, etcétera. Pero también se evidencia un flujo de impuestos generados por estas actividades, el pago de salarios, o la adquisición de productos a empresas locales.

Como contraprestación, no solo tendremos unos SCC sostenibles, dinámicos y generadores de empleo, sino que además su desarrollo permitirá una mejora de la imagen de la ciudad, mayor capacidad de atracción, y un sentimiento más arraigado en los ciudadanos, entre otros efectos, y que terminarán por influir a otros sectores de forma inducida que en origen no tienen porque estar vinculados con la cultura.

De esta forma los SCC se vinculan a la idea de crecimiento económico de las ciudades. Pero debemos ir más allá, y entender que el impacto de los SCC suele tener un componente mucho más amplio que el de la rentabilidad: la imagen de marca (también de empresas privadas y sus obras sociales), la revalorización de barrios, o conseguir mayores cotas de integración e igualdad, pueden ser motivos más que suficientes para apostar por estos sectores, especialmente desde el sector público.

“Los efectos sobre barrios, la integración social o la imagen de la ciudad motivan la inversión en cultura, más allá de su rentabilidad”

Esta amplia magnitud de objetivos sociales y económicos deben incluirse en los análisis coste-beneficio de los ayuntamientos y gobiernos regionales y nacionales de manera transparente y pública, así como establecer cauces realistas de medición. Esto incluirá, sin lugar a dudas, estrategias de datos abiertos, una inversión necesaria en webs y aplicaciones usables, y por último campañas de difusión.

Con estas iniciativas se podrá tomar conciencia de que el sector cultural va más allá de resultados económicos, para presentarse como una cuestión transversal que debe ser impulsada sin discusión, con una participación activa de la sociedad, y unos resultados contrastables en forma de indicadores.

2.2. Impacto de las industrias culturales a nivel global.

Los SCC, más allá de su dimensión económica, se configuran además como potenciadores del capital humano y como catalizadores de otras actividades, entre las que queremos destacar el turismo. La importancia del sector cultural ha sido constatada de forma más que evidente en la propia Unión Europea, con diferentes estudios que nos hablan de un peso en el producto interior bruto (PIB) medio en los países de entre un 3% y un 6,6% (entre 500 y 900 mil millones de euros), incluyendo además de los sectores culturales, aquellos que les dan soporte o se benefician directamente de su actividad.

³ Herrero Prieto, L.C. (2011): La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional, *Journal of Regional Research*, n. 19, p. 177-202.

Este ‘baile’ de cifras es común cuando comparamos documentos con métodos de trabajo distintos. Como ya se comentó, no existe una definición única o precisa de las actividades incluidas en las industrias culturales y creativas, y en consecuencia podemos encontrar diferentes metodologías de estudio, todas ellas válidas. Pero pese a ello, sí existen notables diferencias en la importancia de los SCC en función de los países y regiones que tratemos.

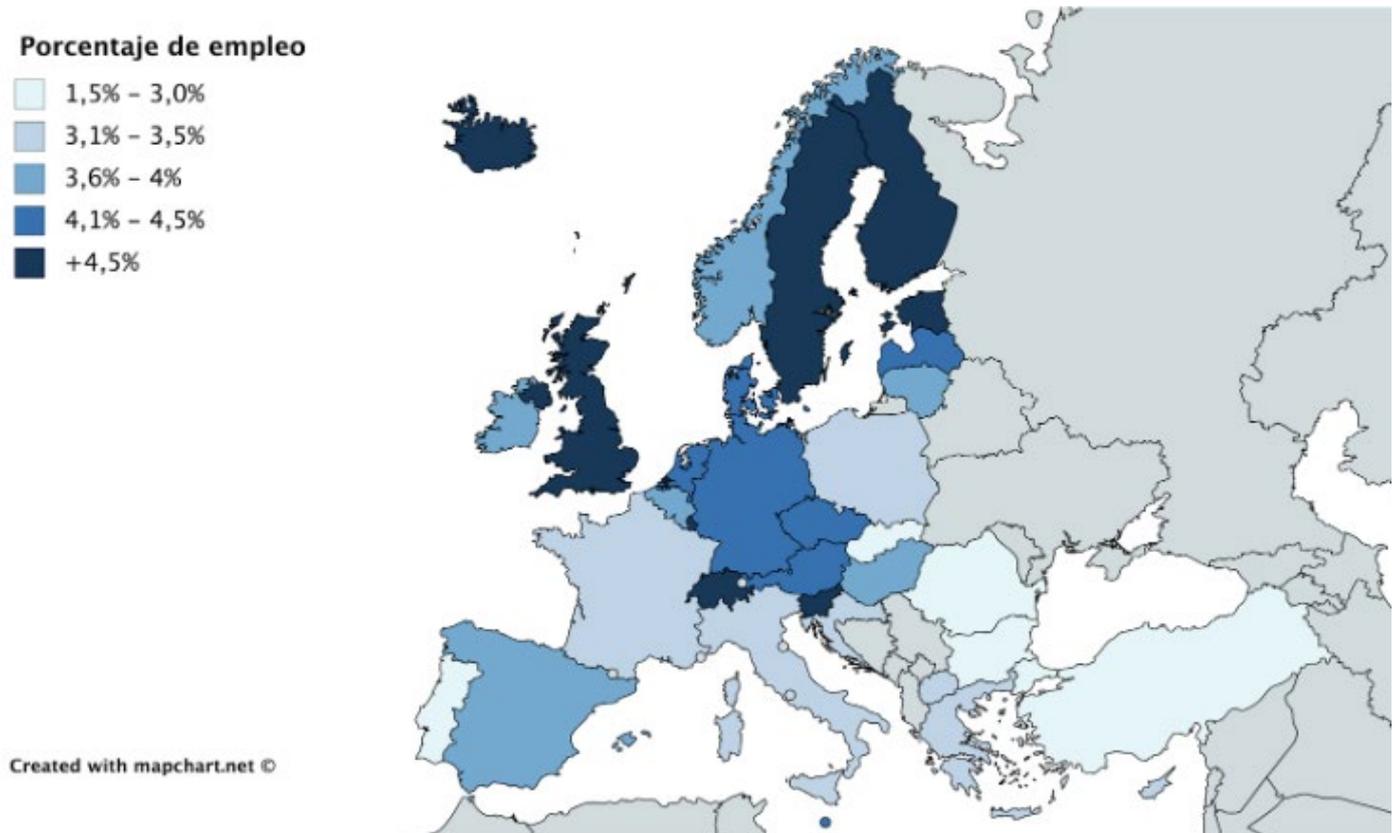
“Los diferentes estudios consultados sitúan el impacto cultural de España por debajo de otros países como Reino Unido, Francia o Italia, y similar a la media de la UE”

Por ejemplo, según el Informe *“The economic contribution of the creative industries to EU GDP and employment”* desarrollado por el Forum D’Avignon y disponible en la web de la Comisión Europea, mientras en Reino Unido el sector cultural supone más de un 9% de su PIB, en España nos encontramos con unos valores por debajo del 5%, muy similares a la media de la Unión Europea, e inferiores a países cercanos como Italia o Francia.

Con otra metodología distinta, el Gobierno de España en su Anuario de Estadísticas Culturales de 2017 cifra en un 3,2% el impacto (directo e indirecto) de las industrias culturales en nuestro PIB, dato muy similar al mostrado en el informe *“Cultural time: The first*



Figura 3. Peso relativo del empleo por industrias culturales y creativas en Europa (2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostats.

global map of cultural and creative industries" (2015) desarrollado por la UNESCO, y que de nuevo nos equipara a la media global y de la Unión Europea. En el mismo informe se señalan las diferencias entre países y regiones, mostrando por ejemplo que Estados Unidos es el país que más riqueza absoluta genera gracias a sus empresas culturales -especialmente gracias a su área audiovisual-, mientras que en el África subsahariana las industrias culturales y creativas tan solo aportan el 1% de la riqueza.

Respecto a la creación de empleo a partir de las industrias culturales cabe indicar que España está en una posición intermedia-baja respecto a los países de su entorno, con un 3,5% del empleo total derivado de estos sectores según los datos de Eurostats. Este valor es inferior a la media

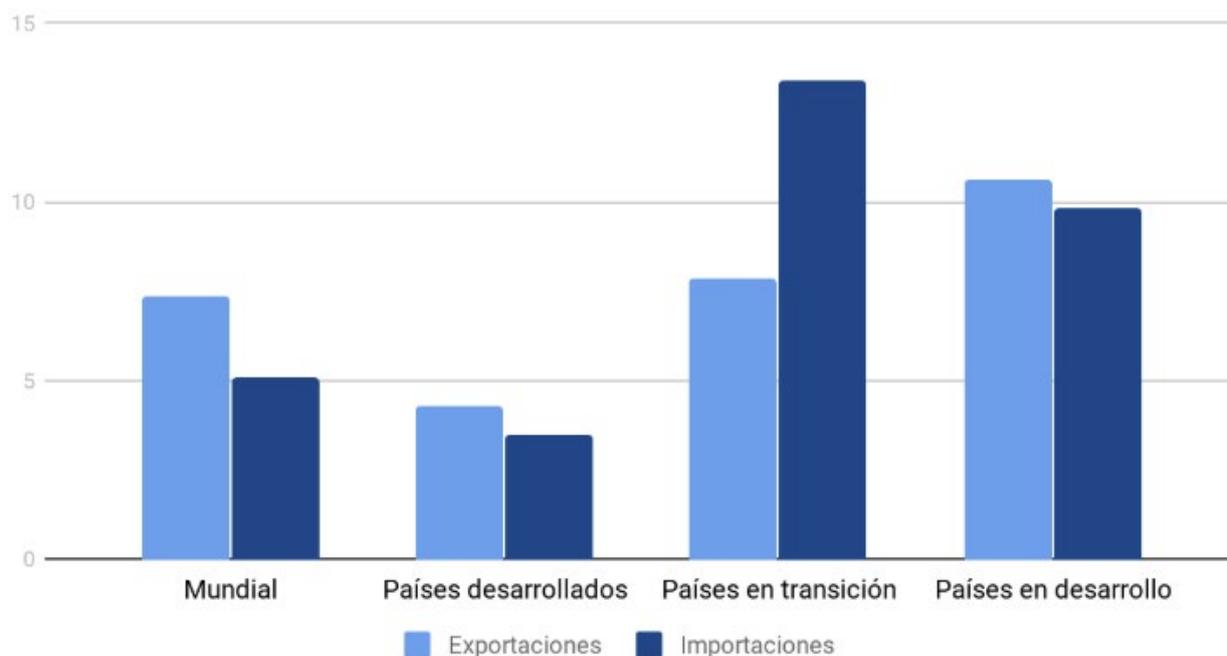
Europea (3,7%) y muy alejado de países como Reino Unido (4,6%), Finlandia (4,8%) o Suecia (5%), que lideran esta clasificación gracias a una apuesta decidida por el fomento de diferentes sectores y agentes que operan en el ámbito de la cultura, con gran capacidad de crecimiento exterior (**Figura 3**).

Aumentar el peso de nuestras empresas culturales y creativas es clave principalmente por el tipo de empleo que generan, como ya se ha advertido anteriormente, caracterizado por la igualdad de oportunidades. En la Unión Europea cerca del 47% del empleo cultural creado está ocupado por mujeres, con acceso al empleo joven y bien preparado (el 26% del total del empleo en los SCC tiene entre 30 y 39 años, cifra que se aumenta hasta el 43% de trabajadores por debajo

de 40 años).

Más allá de la generación de riqueza y empleo, también podemos comparar el desarrollo de los SCC mediante la evolución de sus importaciones y exportaciones, donde a nivel global vemos un comportamiento positivo de las mismas durante las últimas décadas (**figura 4**). Como es obvio, la tasa de crecimiento de los países en desarrollo y en transición es superior a la de los países desarrollados, entre los que se encuentra España. Esto se debe a una mayor madurez de las industrias en los países más ricos, con menor margen de crecimiento, aunque con volúmenes absolutos -en producción y comercio- notablemente superiores a los del resto de países.

A pesar de este menor margen de crecimiento, los países en desarrollo

Figura 4: Tasa de crecimiento de importaciones y exportaciones culturales entre 2003 y 2015.

Fuente: UNCTAD.

muestran un saldo medio positivo en el comercio internacional de todas las industrias culturales y creativas a excepción de la artesanía, según los datos de la ONU. Las artes visuales y plásticas y el diseño son los principales motores culturales de los países más avanzados, aunque hay salvedades. Por ejemplo, en el caso de España se encuentra en una buena posición en cuestiones de diseño, pero muestra un retroceso en la exportación de artes visuales desde 2012.

Por su parte, los países en transición muestran un saldo claramente

“Los SCC son una alternativa válida para la creación de empleo juvenil en condiciones de igualdad de género”

negativo, con un incremento en las adquisiciones culturales de los países desarrollados al tiempo que

aumenta la renta de los países, especialmente en cuestiones de artes escénicas, diseño y artesanía. Estudiar profundamente esta cuestión es muy importante, ya que el desarrollo de los países en transición económica representa una oportunidad única para la exportación de bienes y servicios para empresas y artistas alicantinos, buscando una diferenciación propia dentro de la marca España.

Por último, los países en vías de desarrollo son igualmente demandantes de diseño y artes visuales, mejorando sus exportaciones en artesanía y productos editoriales, aunque más en los procesos industriales (materias primas, productos elaborados con diseños extranjeros, etcétera) que en el creativo.

Nótese que al incluir procesos industriales como el tratamiento de materias primas, hace de nuevo cuestionarnos sobre los límites del sector cultural y creativo, y dónde empiezan y acaban los impactos

directos y los indirectos.

A continuación, se presentan algunas ‘buenas prácticas’ de países destacados por la literatura especializada en nuestro entorno europeo, y que pueden servir de inspiración para el desarrollo de una industria cultural de vanguardia en Alicante.

“Debemos posicionarnos y aprovechar la creciente demanda internacional de bienes y servicios culturales”

Suecia

El país nórdico es un ejemplo de la apuesta por los sectores culturales y cómo su desarrollo ha supuesto un incremento en la riqueza y el número de empleos, además de una mejora notable en la exportación de productos y la propia marca 'Suecia', tal y como se destaca en el artículo de Power (2002)⁴.

El papel de la industria cultural, aún no siendo uno de los más importantes, sí desempeña un papel fundamental, empleando a más de un 5% de su población de forma directa o indirecta gracias a un incremento del número de empresas pequeñas y medias durante los últimos años, duplicándose desde 1999. A ello ha ayudado muchísimo una apuesta en la configuración urbana hacia distritos culturales, museos y eventos de teatro, música y danza, tal y como reflejan las propias estadísticas del gobierno sueco.

Reino Unido

Al igual que ocurre en el resto de países, el sector cultural en Reino Unido (RU) ha evolucionado de forma distinta según el periodo que se estudie. En la actualidad, y tras la crisis económica, este sector posee un papel destacado en la estructura económica de RU, que se refleja en su estimación de crecimiento en el periodo 2015-2019. En este periodo se espera que las industrias culturales y creativas aumenten en hasta un 3% anual su valor y capacidad de generar empleo.

De entre los diferentes sectores analizados, debemos prestar especial atención a la industria del entretenimiento, con una tendencia de crecimiento muy superior al que posee la economía general. Dentro de la política ejercida por el gobierno de RU en dicho sector, una parte simbólica son los incentivos fiscales lucrativos ofrecidos a las películas, series, videojuegos y animación desarrollada con carácter nacional.

Francia

Francia es uno de los países que destaca en el desarrollo de políticas culturales para el crecimiento económico. El impacto directo e indirecto de los SCC en Francia se estima en cerca de 90 mil millones de euros al año, más de lo que gana por medio de la industria del automóvil, por ejemplo, lo que se traduce en casi un millón y medio de empleos directos e indirectos.

Según el dossier del Observatorio social de La Caixa (2018)⁵ Francia es el único país de la UE-28 que aumentó la inversión pública en cultural en el año 2015 respecto del año 2005, mientras que el resto de países europeos disminuyeron su inversión pública.

Alemania

Alemania es otra de las potencias culturales de la Unión Europea, con un 3% de su empleo vinculado directa o indirectamente al sector cultural. Solo Suecia (4,1%), Dinamarca (3,9%) y Reino Unido (3,6%), están por encima de esas cifras, mientras la media europea EU-28 se estima en un 2,9%.

Como indicador de nuevas formas de participación cultural al porcentaje de personas que juegan o descargan juegos, imágenes, películas o música a través de internet según el nivel de renta, Alemania obtuvo el segundo puesto (52% del 25% de la población más rica y 38% del 25% de la población más pobre), detrás de Finlandia (71% del 25% de la población más rica y 63% del 25% de la población más pobre) en el año 2014, según el dossier del Observatorio social de La Caixa (2018), para el año 2015. Estos resultados nos muestran una vinculación muy interesante entre cultura y nuevas tecnologías en el país germano, que ha sido destacada en diferentes informes, además, por la estricta política de protección cultural contra el fraude y la copia ilegal.

2.3. Los SCC en España y la Comunidad Valenciana

Tal y como ya se ha comentado, en España el Anuario de Estadísticas Culturales de 2017 cifra en un 3,2% la contribución de los sectores culturales y creativos a la generación de nuestra riqueza -considerándose el conjunto de actividades económicas vinculadas con la propiedad intelectual-, con valores inferiores a los del comienzo de la crisis económica (3,6% en 2006). Sin tener en cuenta las actividades vinculadas con la propiedad intelectual, la aportación se cifra en el 2,4%. A nivel de contratación hablamos de más de 580 mil

4 Power, D. (2002): "Cultural Industries" in Sweden: And assessment of their place in the Swedish Economy. Economic Geography Vol. 78, No. 2, pp. 103-127

5 Observatorio social "La Caixa" (enero de 2018). Participación cultural y bienestar. ¿Qué nos dicen los datos?. Dossier 04. La Caixa.

6 Este resultado es inferior al mostrado en las estadísticas europeas referenciadas anteriormente, debido a cambios de criterios metodológicos. En este apartado tomaremos como base este resultado del Anuario, ya que nos permite comparar entre regiones españolas.

empleos, o lo que es lo mismo, el 3% del total de trabajadores y trabajadoras de nuestro país⁶.

Desde que se tienen estadísticas divididas por sexo y edad, podemos además observar que el sector está mayoritariamente ocupado por hombres (54,4% frente a un 45,5% de mujeres), tal y como vemos en la **figura 5**, una cifra que ha oscilado poco desde 2011 hasta nuestros días. También el propio Anuario muestra que más del 50% del empleo generado en los sectores culturales está ocupado por trabajadores con educación secundaria, mientras que un 42,1% de los profesionales posee estudios superiores (**figura 6**). En este sentido, nos encontramos con una industria que aún tiene margen de crecimiento tanto en la incorporación de la mujer (sobre todo en puestos técnicos y tecnológicos de espectáculos artísticos y culturales) y una mayor preparación en cualquier rama cultural, con emprendedores formados en industrias culturales y creativas en áreas como el diseño, la interpretación o la edición entre otros.

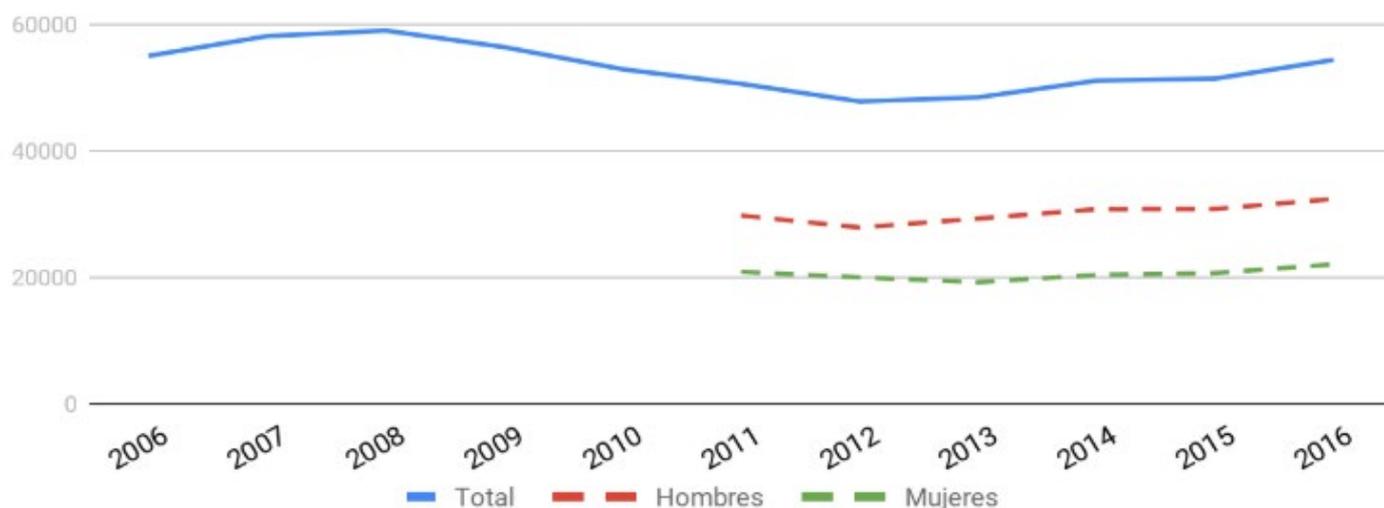
Por Comunidades Autónomas, tal y como apreciamos en la **figura 7**, existen tres regiones líderes:

Euskadi (con un 3,2% del total de su empleo dependiente de las industrias culturales), Catalunya (con un peso del 3,9%) y la Comunidad de Madrid (con un destacado 5,2%). A continuación, se encuentran las regiones de Navarra, Galicia, Asturias y Baleares, con valores entre un 2,6% y un 3%. Ya muy por debajo de la media de empleo nacional en el sector cultural se encuentran el resto de regiones. La Comunidad Valenciana, con un 2,4% de empleo dedicado en los SCC, se encuentra en una posición media-baja, inferior a otras comunidades como Andalucía, Aragón o Castilla-La Mancha.

“Debe potenciarse el acceso de la mujer a puestos técnicos en los sectores culturales y creativos”

La posición ocupada en el ranking nacional tiene mucho que ver con el esfuerzo inversor desde el sector público, que sufrió un claro deterioro en el caso de la Comunidad Valenciana tras la

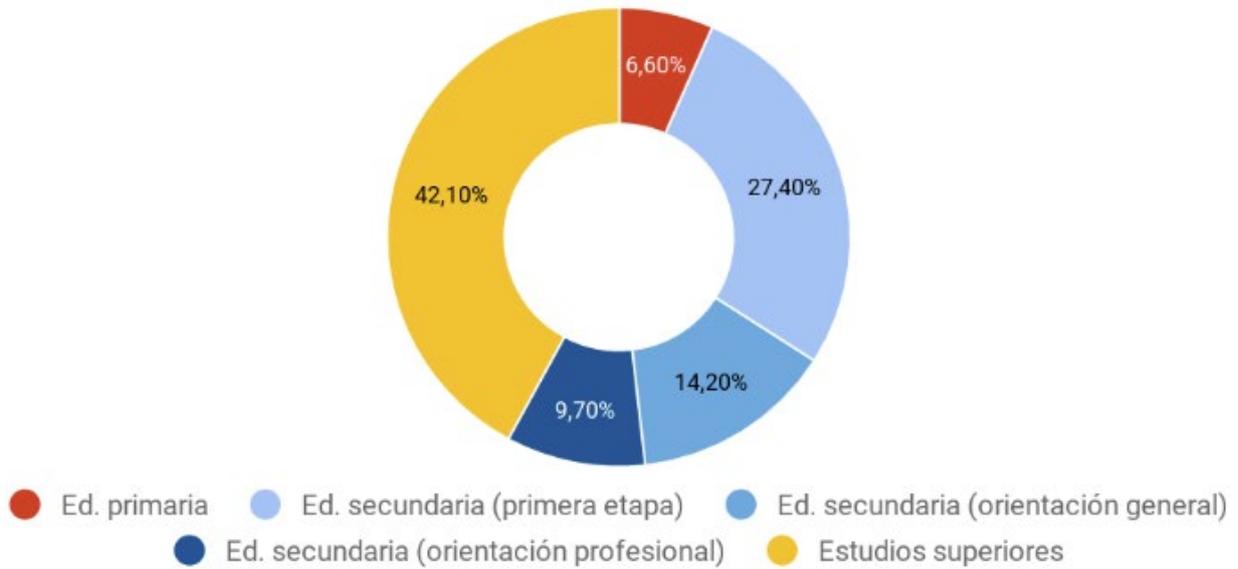
Figura 5: Evolución del empleo cultural (2006-2016)



Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2017.

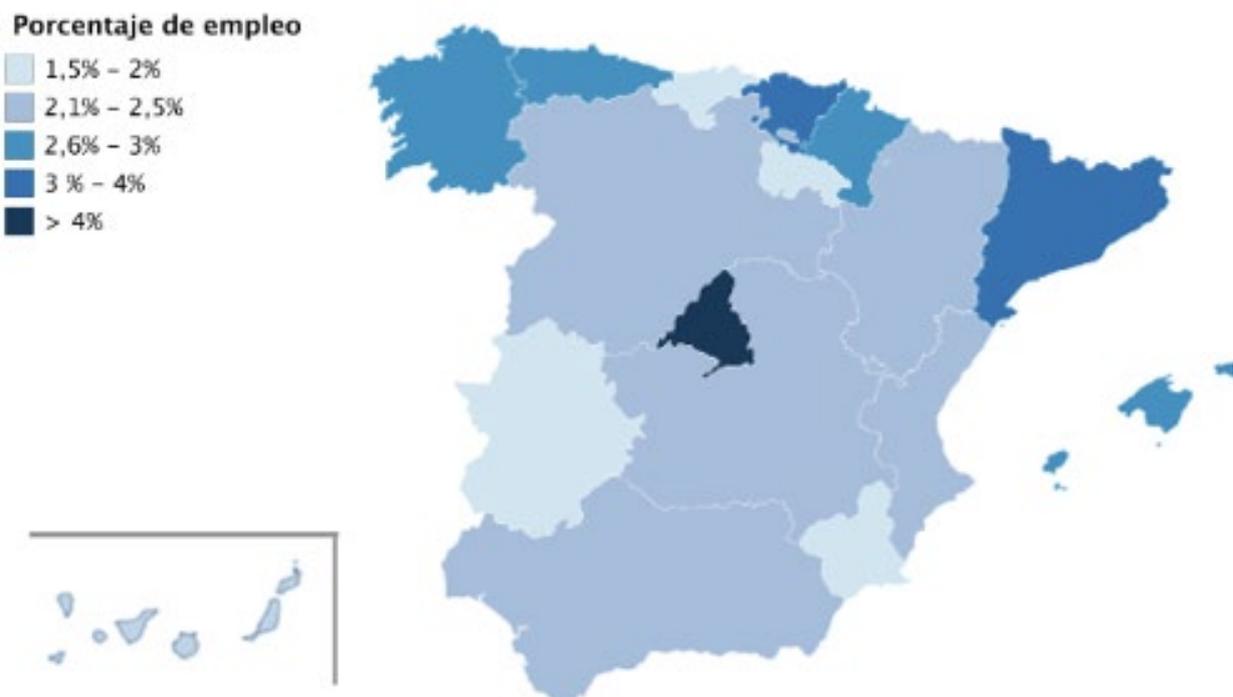


Figura 6: Distribución del empleo cultural en España en función del nivel de estudios

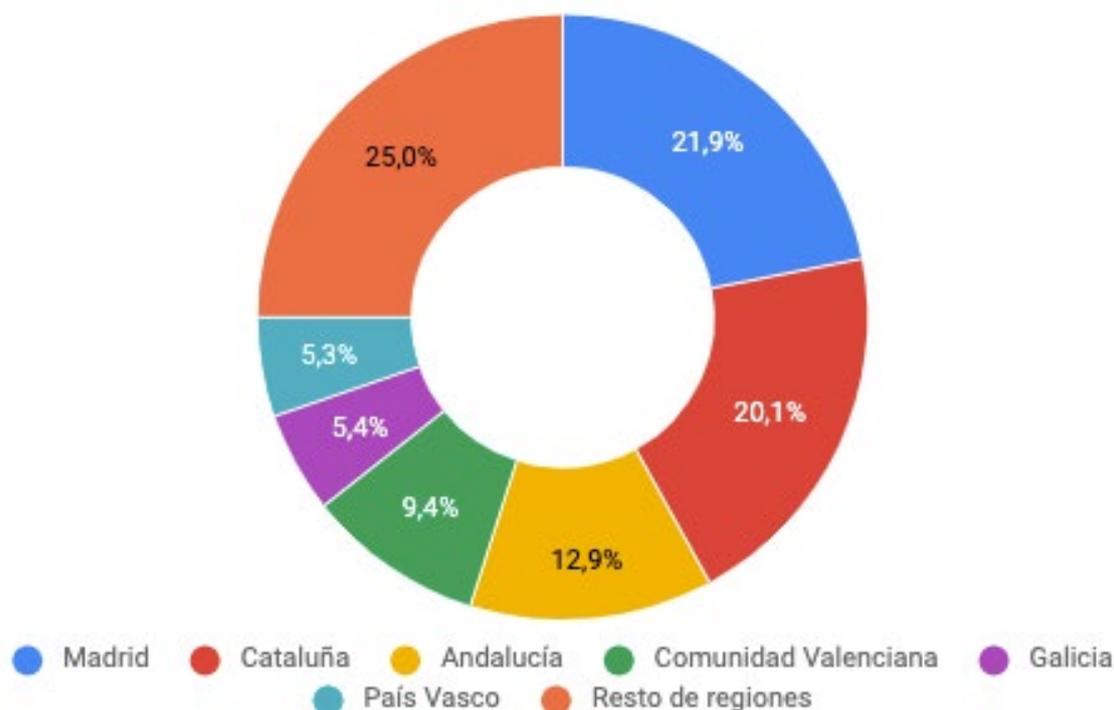


Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2017.

Figura 7: Peso del empleo cultural sobre el total del trabajo en las regiones españolas.



Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2017.

Figura 8. Volumen de empresas culturales y creativas respecto al total nacional

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2017.

crisis económica, y cuyos efectos pueden verse hasta 2014. En este periodo (2007-2014) la inversión pública en cultura descendió casi un 50% en relación al PIB de la región (del 0,16% al 0,08%), muy lejos otras como Andalucía (0,12%), Cantabria (0,13%), Cataluña (0,12%) o Extremadura (0,27%) entre otras, que redujeron su inversión en menor medida. Esta carencia ha provocado que la Comunidad Valenciana fuera para los últimos datos disponibles la sexta región con menos inversión cultural autonómica por habitante.

Pero a pesar de esta reducción de inversión, la Comunidad Valenciana ha destacado en la creación absoluta de empresas culturales, con más del 9% del

total nacional, solo superada por Cataluña, Madrid y Andalucía (**figura 8**), todas ellas con una población netamente superior a la de nuestra región. De todos los SCC, caben destacar por su aportación al PIB el “libro y la prensa” (33,7% de la aportación total de cultura sobre nuestra economía) y el sector audiovisual y multimedia -cine, televisión o música, entre otros- (29,9% de aportación). Las artes plásticas (13,2%), el patrimonio, archivos y bibliotecas (8,6%) y por último artes escénicas (8,5%), ocupan un escalón inferior.

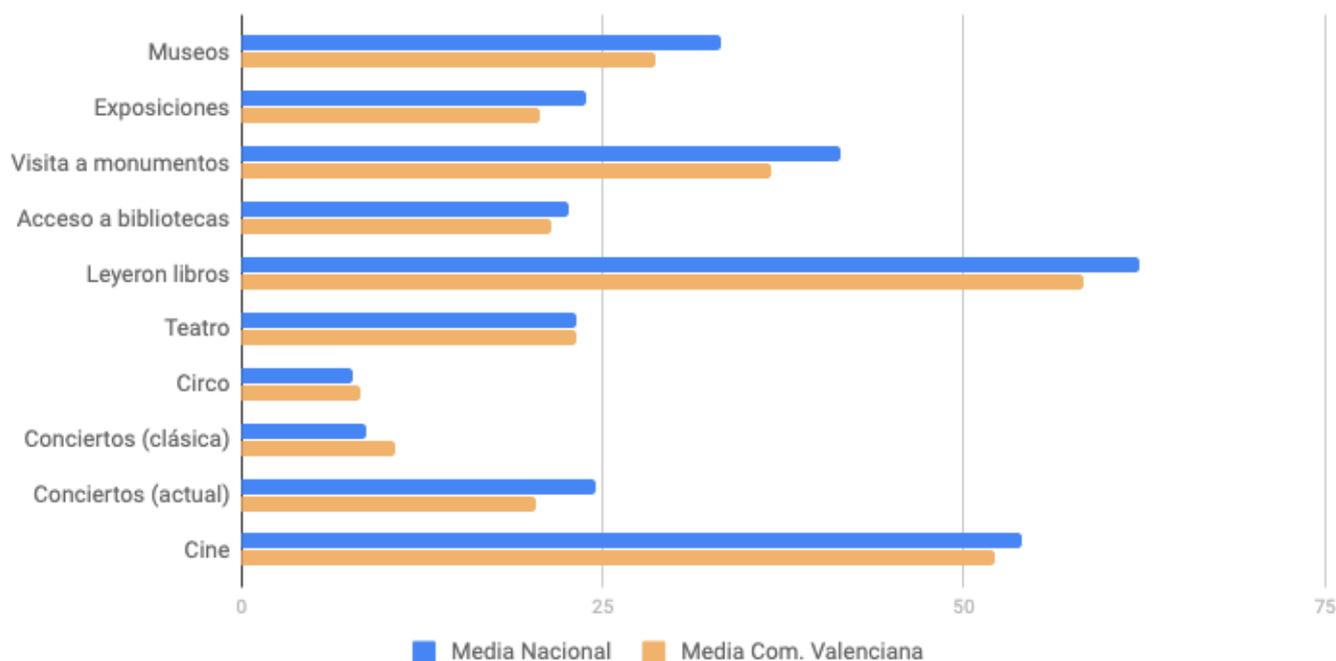
Este esfuerzo emprendedor debe sin embargo terminar de reafirmarse en el gasto medio en bienes y servicios culturales en la región, que a día de hoy presenta

una media por hogar y habitante inferior a la media nacional (739,1€ frente a 764,4€ y 301,5€ frente a 306,7€, respectivamente). Esto no ocurre con todas las áreas culturales ya que, en las artes escénicas o la asistencia de música clásica, la Comunidad Valenciana supera con creces la media nacional. Aunque es cierto que en la compra de libros, el acceso a bibliotecas, u otras opciones de ocio (cine, ballet o conciertos de música actual) nuestro gasto vuelve a ser inferior al conjunto del país (**Figura 9**).

Esta situación no tiene una única explicación. Nuestra especialización en ocio vacacional y nuestro clima, por ejemplo, son competidores directos de la asistencia a muchos eventos culturales. También



Figura 9: Asistencia a actividades culturales (% población)



Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2017.

es posible que las decisiones políticas no hayan sido las más acertadas, o que se requiera más inversión en educación para inculcar la cultura en las aulas. Pero sin buscar culpables, está claro que mejorar esta situación de partida requerirá de un mayor esfuerzo y participación desde la administración pública (inversión claramente mejorable, como puede verse en la **figura 10**), las empresas culturales y las no vinculadas con los SCC (generando competitividad, y apoyando la cultura local y regional respectivamente) y de la sociedad (asistiendo a eventos e involucrándose).

Esta implicación toma especial consideración en nuestra región, tan dependiente del turismo, pero donde el ocio cultural apenas tiene representación en los motivos de viaje a la Comunidad Valenciana. Nuestra especialización hace que seamos la tercera región en volumen de turistas nacionales, pero la número doce en gasto medio turístico en bienes o

servicios culturales (apenas un 7% del gasto turístico en teatros, museos, cines, o artículos culturales, entre otros, mientras que la media nacional es de un 18%, según los datos de Familitur).

“Uno de nuestros retos pendientes es aprovechar la cultura para mejorar nuestra competitividad turística”

Es cierto que esta situación no es única en nuestra región, y de hecho solo el 10% de los turistas internacionales vienen a España con la cultura como principal excusa. Sin embargo, las ventajas mostradas hasta ahora (generación de empleo, reparto de la riqueza, competitividad, o el refuerzo de la identidad regional) obligan a pensar en la cultura como un elemento de atracción y riqueza turística a potenciar.

Esto no quiere decir que la región deba ignorar sus ventajas comparativas para apostar todo a la cultura, ni invertir cantidades ingentes de dinero en competir con ciudades que nos duplican o triplican en habitantes. Pero sí se deben impulsar políticas que, de forma razonada y pensando en el largo plazo, hagan de los SCC una seña de identidad de nuestra región, con medidas que acerquen a la población a un mayor consumo de la cultura frente a otras actividades de ocio.

Esa es la forma de construir una industria fuerte, competitiva y sostenible.

Figura 10: Gasto en cultura de las administraciones autonómicas por habitante (2015)

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de Estadísticas Culturales 2017.

3. APROXIMACIÓN AL SECTOR CULTURAL ALICANTINO.

3.1. Apuntes metodológicos.

A lo largo del siguiente apartado se llevará a cabo un análisis descriptivo de los SCC en la ciudad de Alicante, lo que incluye el desempeño público mediante la ejecución de sus presupuestos, y la participación de empresas y profesionales en cualquiera de las diferentes ramas culturales.

Cabe advertir de la complejidad encontrada para obtener cierta información desagregada relacionada con los presupuestos públicos, y la inexistencia de datos a nivel local del sector privado, que ha

obligado a realizar estimaciones y encuestas para aproximarnos a la realidad de Alicante.

Para elaborar este estudio nos hemos servido de la metodología empleada en el Anuario de Estadísticas Culturales trazado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en 2017, que sin duda consiste en el trabajo que mejor aborda el impacto cultural en la economía española hasta la fecha. Este anuario lleva a cabo una aproximación de los SCC a nivel nacional y regional, y aunque no llegue a reflejar los resultados provinciales o locales, nos permite tener un punto de partida para estimar el impacto cultural en la ciudad de Alicante.

Lamentablemente, el Anuario tomado como referencia presenta un nivel de agregación de las actividades profesionales en base

a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) que impide una categorización específica en grandes áreas culturales, como pudiéramos entender la 'música', la 'pintura', o la 'creación literaria' con sus respectivas profesiones. Estas actividades se diluyen entre grupos como 'Artes escénicas', la 'Creación artística y literaria', o la 'Gestión de salas de espectáculos' que provocan que una 'actividad' pueda estar reconocida dentro de diferentes sectores.

Además, se dejan al margen las actividades vinculadas con la propiedad intelectual, o aquellas que no pueden catalogarse únicamente dentro de la rama cultural o creativa, aunque tengan cierta relación con la misma como es el caso de arquitectos, empresas de informática, o agencias de colocación, entre otras.



“La inexistencia de datos a nivel local obliga a realizar estimaciones y encuestas para aproximarnos a la realidad de Alicante”

Sin embargo, y a pesar de los elementos negativos que pudiéramos destacar, trabajar con esta agregación estándar es necesario para tener un marco de proyección y comparación. De esta forma, podremos analizar las empresas culturales de la ciudad de Alicante en relación a la media regional y nacional, imprescindible para saber si la política planteada y ejecutada ha sido acertada, y poder formular mejoras a futuro.

El método de análisis y de extracción de datos queda completamente detallado en el **Anexo Metodológico 1**, que puede encontrarse en las últimas páginas de este documento.

3.2. Instituciones públicas.

i. Ayuntamiento de Alicante.

De acuerdo al presupuesto municipal de gastos en el ejercicio económico del año 2018 del Ayuntamiento de Alicante, la cultura, gracias a su carácter transversal, es una de las áreas a las que más fondos se destina si sumamos las diferentes concejalías y las distintas líneas de inversión con actuaciones en áreas culturales (promoción, administración, creación de actividades, mantenimiento, etcétera).

En total, la suma de los distintos órganos de gasto otorga una

cantidad cercana a los 11 millones de euros del presupuesto, de los cuales apenas un 9,9% (1,09 millones de euros) es asignado al órgano ‘Cultura’. Con este presupuesto se realizan tareas administrativas, se crean actividades y exposiciones, se promueven concursos y premios, o se realizan trabajos y estudios, entre otras cuestiones. El resto del presupuesto está condicionado extraordinariamente por la partida de ‘Recursos Humanos’, que acapara el 72,5% del presupuesto (cerca de 8 millones de euros), y que incluye tanto a personal de la administración y técnicos, como a los profesionales que trabajan en museos, salas de exposiciones, bibliotecas, archivos o en la protección y gestión del patrimonio, entre otros. De todos ellos, el personal destinado a la promoción cultural es la que mayor presupuesto cuenta de todas las partidas culturales, con 3,9 millones de euros.

Otros tres millones de euros (algo más del 17,5% del presupuesto orientado a cultura) se distribuyen entre los órganos de ‘Juventud’ y ‘Educación’ para la promoción cultural, la rehabilitación de algunos espacios urbanos, o gastos de funcionamiento, integración, atención, etcétera, de la administración general.

Puesto en perspectiva, el presupuesto asignado por parte del Ayuntamiento de Alicante a la cultura supone un 4,4% del total de 248,5 millones de euros disponibles. A ellos podríamos sumarle otras partidas destinadas a fiestas y festejos en la ciudad de Alicante, con un presupuesto total de más de 2,7 millones de euros, aunque por cuestiones de definición se han quedado al margen en este estudio.

Sin embargo, y a pesar de que la información con la que contamos es muy valiosa, el desglose realizado no permite establecer, por ejemplo, qué cantidad del gasto de promoción cultural o de recursos humanos se destina a cada activo cultural, como Cigarreras, el Teatro Principal o el MACA, o a los programas culturales que subvenciona el ayuntamiento o alguno de sus entes culturales. Tampoco podemos saber la inversión exacta realizada en el Museo de la Ciudad de Alicante (MUSA) ubicado en el Castillo de Santa Bárbara, ni en su mantenimiento patrimonial. Una mayor trazabilidad es esencial para poder llevar a cabo futuros análisis de coste-rendimiento de la inversión cultural realizada desde los distintos órganos de gasto del Ayuntamiento de Alicante.

“Solo un 10% del presupuesto público local relacionado con los SCC se ejecuta desde el órgano de gasto ‘Cultura’; ‘Recursos Humanos’ absorbe el 72,5% de los fondos culturales”

Aun así, con la información referida, se ha establecido una distribución del presupuesto del Ayuntamiento de Alicante para 2018 en el sector cultural (**figura 11**) donde se aprecia, como decíamos, la importancia de las partidas destinadas a recursos humanos. En segundo lugar, destaca el desembolso de la administración en la protección y gestión del patrimonio que, descontado el gasto en la partida de RR.HH., suma 1,34 millones de euros,

aunque su mayor desembolso en patrimonio no deriva del órgano de gasto de Cultura, sino de la cuenta de urbanismo.

En tercer lugar, encontramos el área de la promoción cultural, con un gasto reflejado muy próximo a los 895 mil euros (descontados de nuevo los RR.HH.) donde se incluyen las actividades de difusión, publicidad, subvenciones, premios, transporte, suministros y cualquier otro gasto para realizar actividades culturales en teatros, museos u otros espacios como bibliotecas, colegios, centros juveniles, etcétera. A ello hay que sumarle, además, la banda de música municipal de Alicante, un elemento cultural diferencial de nuestra ciudad, y a la que se destina algo más de 67.000 euros.

“La profesionalización, el emprendimiento en los SCC y el turismo enfocado a la cultura son estrategias clave para el desarrollo de Alicante”

Con todo ello, las cifras expuestas muestran un aumento presupuestario del 2,6% en las partidas culturales entre 2017 y 2018, y un acumulado de más del 16% entre 2016 y 2018, con diferencias sustanciales en las partidas referidas a la Memoria Histórica (que pasan de 39 mil euros en 2016 a más de 520 mil euros en 2018) y en la protección del patrimonio histórico y cultural. El órgano ‘Cultura’ aumenta un 6% respecto al año anterior. Este incremento en el gasto denota la voluntad política por la potenciación cultural y de los activos patrimoniales

de la ciudad de Alicante. Los ayuntamientos son agentes claves en la promoción y la difusión de la cultura, ya que son responsables de sostener y dotar a la localidad de infraestructuras y equipamientos como museos, bibliotecas, exposiciones o actividades, muchas veces sin un retorno económico claro.

En el caso del Ayuntamiento de Alicante, se publica anualmente su Plan Cultural, elaborado por el área de Cultura (alicante.es/es/contenidos/plan-cultura). En dicho plan, se trazan diferentes estrategias entre las que se incluyen: proyectar Alicante en el ámbito cultural nacional e internacional; involucrar a todos los agentes culturales; la profesionalización del sector; potenciar la calidad del contenido cultural de la ciudad; y quizá la más definitoria, integrar la política cultural como eje del desarrollo económico de la ciudad. Estas estrategias conducen, entre otras cuestiones, a la promoción del emprendimiento en los SCC, y al desarrollo de un turismo cultural que complementa a la oferta madura y estacional del sol y playa.

Del conjunto de programas y actividades en las que toma parte el Ayuntamiento, podemos dividir entre aquellas que se realizan en sus propios centros culturales, y las realizadas fuera de los mismo. En total, en 2017 se contabilizaron 883 de estas actuaciones realizadas en los propios centros, teniendo como base principal el Museo de Arte Contemporáneo de Alicante (MACA) y Las Cigarreras. Entre ambas se reparten más del 60% de las actividades impulsadas por el ayuntamiento, como vemos en la **figura 12**.

Las aulas de cultura y las bibliotecas son las siguientes infraestructuras que más número de actividades

organizan, sumando entre todas ellas (10 bibliotecas y 5 aulas culturales) más de 200 actividades. En un nivel inferior quedan el Castillo de Santa Bárbara (acogió un 5% de las actividades culturales), el Centro Municipal de Artes (CMA) y la Lonja de Pescado (1,93%), y muy por debajo quedan el Monte Tossal y el Archivo Municipal (10 actuaciones en suma, un 1,1% del total).

Los centros culturales tuvieron un total de 741.730 usuarios, repartidos de forma desigual respecto al total de actividades realizadas (**figura 13**), ya que el MACA y Las Cigarreras, los lugares donde más actividades se realizan, recibieron 68.800 y 52.065 usuarios respectivamente, un volumen muy inferior a las visitas realizadas al Castillo de Santa Bárbara (350.000 usuarios) y las bibliotecas (167.430 usuarios). Incluso la Lonja del Pescado, con solo 17 actividades culturales, contabilizó más de 41 mil usuarios.

Pero, aunque no podamos vincular directamente los más de 700 mil usuarios en los centros con la realización de actividades culturales, sí podemos derivar conclusiones sobre el potencial atractivo de estos centros, que se analizará en el apartado de recomendaciones.

“Más de 800.000 usuarios disfrutaron las actuaciones culturales promovidas por el ayuntamiento de Alicante en 2017”

El total de actividades realizadas fuera de los centros culturales ascendió a 783 en 2017, con 125.355 usuarios. Más del 70% de estas actividades (565) eran programas de gestión directa del ayuntamiento,



149 de gestión participada (19%), y en 69 actuaciones (un 8,8%) el Ayuntamiento únicamente aparece en la subvención.

Para la realización de todas estas

actividades, el Ayuntamiento de Alicante cuenta con una interesante red de equipamientos culturales distribuidos por la ciudad, que tienen un elevado coste.

Tal es así que si analizamos las partidas de gasto del área 'Cultura' del Ayuntamiento de Alicante, podremos apreciar rápidamente (**figura 14**) que gran parte del esfuerzo inversor

Figura 11: Distribución del presupuesto cultural del Ayuntamiento de Alicante

	TOTALES (€)	% sobre el presupuesto total en Cultura
Promoción cultural	4.862.981,57	44,26%
Recursos Humanos	3.901.126,53	35,51%
Actividades de promoción cultural - Área juventud	315.281,00	2,87%
Actividades de promoción cultural - Área cultura	315.276,04	2,87%
Actividades de promoción cultural - Área educación	193.098,00	1,76%
Actividades de promoción cultural - Área Memoria Histórica	70.701,00	0,64%
Banda de música	67.499,00	0,61%
Equipamientos culturales	2.287.977,00	20,82%
Recursos Humanos	1.751.368,00	15,94%
Centro Cultural Las Cigarreras	152.380,00	1,39%
Teatro Principal	120.001,00	1,09%
Museo Arte Contemporáneo de Alicante - MACA	114.010,00	1,04%
Sala de exposiciones - La Lonja	66.621,00	0,61%
Otros equipamientos	83.597,00	0,76%
Protección y Gestión del Patrimonio Histórico-Artístico	1.637.482,21	14,90%
Patrimonio vinculado a la Memoria Histórica y Democrática	420.000,00	3,82%
Recursos Humanos	302.482,21	2,75%
Resto de actuaciones (Área urbanismo)	915.000,00	8,33%
Bibliotecas y archivos públicos	1.285.251,94	11,70%
Recursos Humanos	1.236.586,94	11,25%
Otros gastos	48.665,00	0,44%
Administración General de Cultura	913.830,96	8,32%
Recursos Humanos	770.827,00	7,02%
Otros gastos (funcionamiento, integración, atención,...)	143.003,96	1,30%
TOTAL INVERSIÓN CULTURAL	10.987.523,68	100%

Fuente: Realización propia a partir de los presupuestos del Ayto. de Alicante (2018).

se destina a la edificación y acondicionamiento de espacios. De forma concreta, en 2018 el 25% del gasto total asignado al Centro Cultural Cigarreras se derivó a estas cuestiones, a las que hay que sumar el 16% del presupuesto asignado a las salas de exposiciones, el 12% del presupuesto del MACA, y un volumen muy importante en el apartado “Otros equipamientos y museos”.

Sin embargo, el reto no debe ser tanto dotar de infraestructuras, sino de llenar los espacios culturales con público (aunque es evidente que son estrategias complementarias). Por tanto la habilitación del espacio debe acompañarse de estrategias de captación y difusión cultural, que mejoren cada año los registros de asistencia y participación.

Esta estrategia parece haberse puesto en marcha entre 2017 y 2018, con un incremento del 12% en el gasto en promoción cultural, y cuyos resultados podrían hacerse notar en el próximo Balance General de Cultura. Ahora bien, sería deseable que a la información ya existente se le sumaran datos de la nacionalidad del público así como la diferencia de asistencia durante los meses del año.

“El gasto en habilitación y acondicionamiento de los equipamientos culturales debe acompañarse de actividades y estrategias de promoción”

Esta información es esencial para la estrategia cultural en una ciudad que recibe más de 2 millones y medio de turistas al año. Tal y como haremos mención en nuestro capítulo de recomendaciones, la cultura en nuestra ciudad, además de un elemento social, también debe servir para diversificar y desestacionalizar la actividad turística, impulsando la distribución de la riqueza y un crecimiento sostenible.

Y para saber si estos objetivos se cumplen, es necesario plantear nuevos datos que queden registrados de forma abierta y accesibles para cualquier ciudadano.

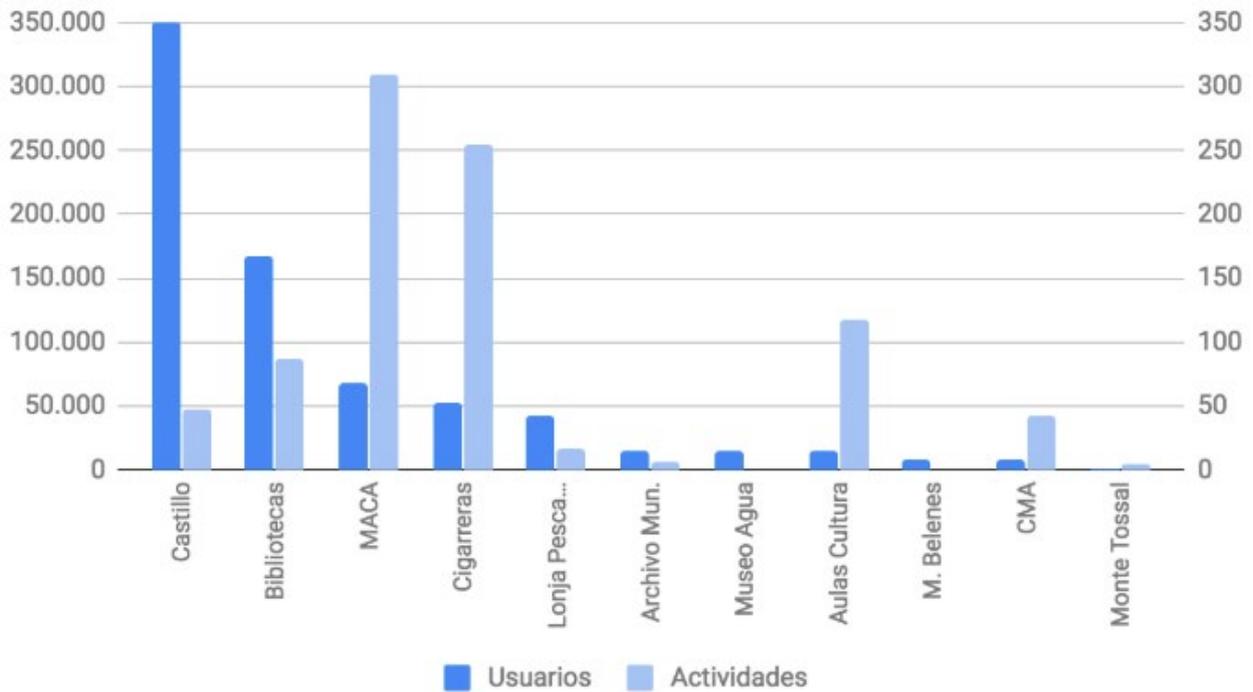
Figura 12: Ubicación y usuarios de los programas y actividades culturales impulsadas por el Ayuntamiento de Alicante.

	Actividades y programas	Usuarios
Castillo de Santa Bárbara	47	350.000
Bibliotecas Municipales (10)	86	167.430
Museo Arte Contemporáneo (MACA)	309	68.800
Cigarreras	255	52.065
Lonja pescado	17	41.906
Archivo municipal	6	15.240
Museo del agua	-	14.650
Aulas de Cultura (5)	117	14.500
Museo Belenes	-	8.900
Ctro Municipal Artes (CMA)	42	7.410
Sala Monte Tossal	4	775
Programas culturales	783	125.355
TOTAL	1.666	867.085

Fuente: Elaboración propia a partir del Balance General de Cultura 2017.

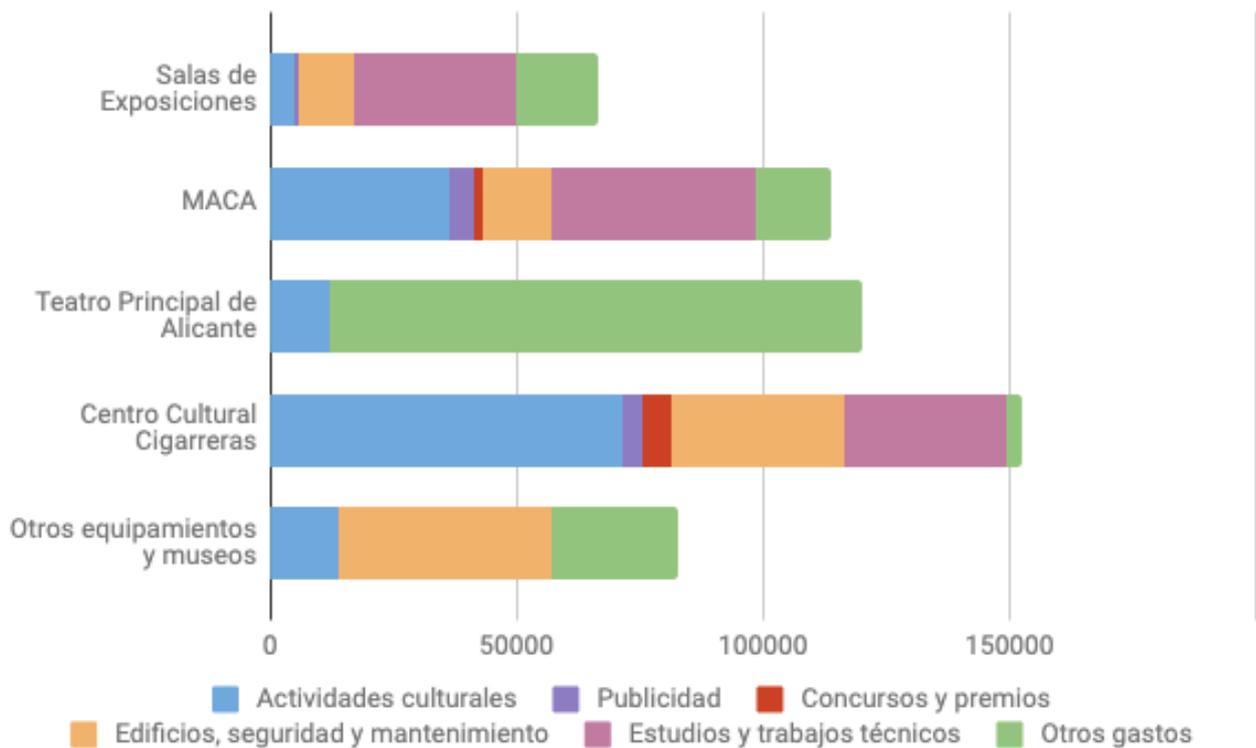


Figura 13: Volumen de usuarios y eventos en los centros culturales del Ayto. de Alicante.



Fuente: Elaboración propia a partir del Balance General de Cultura 2017.

Figura 14: Presupuesto de los principales equipamientos culturales del Ayto. de Alicante.



Nota: El Teatro Principal de Alicante no es un activo 100% del Ayuntamiento de Alicante. En este gráfico se representa únicamente la inversión realizada desde el Ayuntamiento.

Fuente: Realización propia a partir de los presupuestos del Ayto. de Alicante (2018).

ii. Diputación de Alicante.

La Diputación de Alicante destina a su partida de Cultura y Educación un 6,5% de su presupuesto, que se traduce en 12,8 millones de euros, repartidos tal y como podemos observar en la **figura 15**. Dentro de este presupuesto, los ayuntamientos tienen acceso directo a dos vías de financiación: en primer lugar, 1,86 millones de euros para subvencionar actividades, exposiciones y actuaciones de promoción cultural; y en segundo lugar 624 mil euros para la rehabilitación de edificios históricos, monumentos e iglesias.

“La Diputación de Alicante destina en la capital de la provincia más del 50% del total de su presupuesto cultural, destacando las inversiones en el ADDA y el MARQ”

A ello hay que sumarle una importante cantidad destinada a subvencionar fundaciones, becas, actuaciones y programas culturales, equipamientos públicos, o la promoción de la lengua.

Estas prestaciones son de suma importancia para el desarrollo de la actividad cultural en la ciudad de Alicante. Por ejemplo, en el último presupuesto se detallan diferentes aportaciones a entidades y convenios institucionales, entre los que figura el convenio con la concejalía de cultura del Ayuntamiento de Alicante para la realización conjunta de programas y actividades culturales, por un

montante de 107.000 € en 2019.

Pero lo más destacable de la actuación de la Diputación de Alicante en nuestra ciudad es la gran dotación de fondos destinados a la cultura gracias a la condición de capital, acaparando la mayor parte del presupuesto cultural gracias a la presencia de organismos e infraestructuras de carácter “provincial”. El Auditorio de la Diputación de Alicante es, sin dudas, la entidad cultural que mayor financiación recibe de toda la provincia, con más de 2,95 millones de euros presupuestados (23% del gasto en cultura), y que genera un elevado impacto directo e indirecto en la ciudad de Alicante. Este presupuesto se divide entre su personal, la promoción de la cultura, y el propio equipamiento e infraestructuras necesarias.

A ello hay que sumarle el otro gran activo cultural de la Diputación de Alicante y de la provincia, el Museo Arqueológico Provincial de Alicante (MARQ), que cuenta con un presupuesto de más de 2,80 millones de euros (22% de la inversión en cultura), generando decenas de empleos directos y una serie de impactos que como en el caso del ADDA multiplican el efecto del MARQ sobre toda la ciudad.

En tercer lugar, la Diputación de Alicante también financia el Museo Bellas Artes Gravina (MUBAG), con un presupuesto total de 342 mil euros y 8 empleados directos en Alicante según la información disponible. Pero además es necesario sumar la presencia del Palacio Provincial de la Diputación de Alicante y el Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil Albert, donde trabajan una parte importante de la administración cultural de la diputación entre gestores, jefes

de sección, técnicos, fotógrafos, restauradores o auxiliares entre otros, que aunque no destinen todo su tiempo a cuestiones propias de la ciudad de Alicante, sí son empleos anclados en la capital, con impactos indirectos computables al sector cultural.

Por tanto, y pese a que no podemos acertar el impacto exacto generado por la Diputación Provincial en Alicante en el sector cultural, sí podemos decir que de forma directa (subvenciones, administración, empleos e infraestructuras) recibe más del 50% del total de los fondos destinados a dicho sector.

Esta apuesta por la ciudad de Alicante, realizada como se decía por ser la capital de la provincia, sirve para generar una imagen de marca muy activa, dotando de nuevos espacios culturales que se suman a los comentados anteriormente por parte del ayuntamiento.



Figura 15: Distribución del presupuesto cultural de la Diputación de Alicante.

	TOTALES	% sobre el presupuesto total en Cultura
Auditorio Diputación de Alicante (ADDA)	2.957.603,59	23,09%
Museo Arqueológico Provincial (MARQ)	2.845.068,96	22,21%
Administración general de Cultura	2.372.304,91	18,52%
Promoción cultural	1.971.182,22	15,39%
Protección del patrimonio histórico y artístico	1.650.150,00	12,88%
Equipamientos culturales	361.486,66	2,82%
Museo Bellas Artes Gravina (MUBAG)	342.774,79	2,68%
Fomento de la lengua y la cultura popular	154.532,00	1,21%
Museos	152.700,00	1,19%
TOTAL INVERSIÓN CULTURAL	12.807.803,13	100%

Fuente: Realización propia a partir de los presupuestos de la Diputación de Alicante (2018).

iii. Generalitat Valenciana.

Por último, la Generalitat Valenciana destina 4.720 millones de euros en la partida de la Consellería de educación, investigación, cultura y deportes según los presupuestos para 2018, dentro de los diferentes programas de gasto que se presentan. Esta cifra supone casi un 24% del total de los 20 mil millones de presupuesto con los que cuenta la Generalitat, incluyéndose competencias tan importantes como la educación, y que supone en el conjunto de sus niveles (enseñanza primaria, secundaria y superior) más del 90% de la partida de la propia Consellería de cultura.

Sumando el total de las actuaciones presupuestarias destinadas a las industrias culturales y creativas, éstas suponen un total de 2,35% del presupuesto público (110,57 millones de euros), llegando al 2,7% (126,35 millones de euros) si consideramos también la promoción del valenciano

(figura 16). Entre estas partidas, se encuentran importantes actuaciones culturales como la gestión y trabajos en el Museo de Bellas Artes de la ciudad de Valencia, o el impulso del Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de la Comunitat Valenciana. Ambas actuaciones crearán sin duda espacios de cultura reconocidos a nivel regional y nacional, aunque en este caso se ubiquen en la ciudad de Valencia, que tal y como ocurriera con Alicante a escala provincial, se beneficia de su capitalidad para ser la localidad que más fondos públicos regionales recibe.

La Generalitat Valenciana viene incrementando sus partidas presupuestarias en cultura desde que cayeran con la crisis económica. Sin duda, el salto más importante se ha visto en los últimos años: en 2015 el gasto estimado por la Consellería de educación, investigación, cultura y deportes era un 13% inferior al actual, lo que repercutía en las actuaciones de los SCC. En concreto, se ha pasado

de un 2,06% del presupuesto de la Generalitat, al 2,68% actual, gracias principalmente al impulso para la promoción de la cultura y la lengua valenciana.

“Como ocurre con el gasto cultural de la Diputación, en la Generalitat Valenciana gran parte del presupuesto se destina a su capital, Valencia”

El desembolso estimado en cultura por parte de la Generalitat en este estudio es algo inferior al gasto liquidado recogido en el INE (82,9 millones de euros respecto a los 126 millones indicados), con una distribución por tipo de sector que resulta verdaderamente interesante. Este menor valor ocurre ya que en la metodología empleada por el INE se tiene en cuenta la naturaleza del gasto,

Figura 16: Distribución de las partidas de cultura en el presupuesto de la Consellería de Educación, Investigación, Cultura y Deporte (en miles).

	TOTALES	% sobre el presupuesto total de la Consellería
Promoción Cultural	22.954,31	0,49%
Museo de Bellas Artes	5.280,48	0,11%
Artes Plásticas y Escénicas	65.106,89	1,38%
Libro, Archivos y Bibliotecas	14.709,81	0,31%
Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas	2.517,50	0,05%
Promoción del Valenciano	15.786,05	0,33%
TOTAL INVERSIÓN CULTURAL	126.355,04	2,68%

Fuente: Realización propia a partir de los presupuestos de Cultura de la Generalitat Valenciana (2018).

no el programa en el que se encuentren. Esto quiere decir que en las partidas culturales se deducirán aquellos gastos cuya naturaleza no sea estrictamente relacionada con el sector, mientras que se sumarían al gasto en cultura aquellas actuaciones realizadas en otras consellerías que sí tuvieran que ver con las industrias culturales y creativas. La **figura 17** refleja el gasto detallado de acuerdo a esta metodología empleada por el INE.

Ahora bien, derivar de cualquiera de estos presupuestos qué cantidad exacta se destina a la ciudad de Alicante resulta ciertamente complicado, ya que existen multitud de programas y gastos con carácter transversal (recursos humanos, comunicación y difusión, internacionalización, etcétera) o general (suministros, material de trabajo, reparaciones, arrendamientos, etcétera) que no pueden ser desagregados fácilmente.

Aun así, podemos encontrar inversiones de especial calado por parte de la Generalitat Valenciana en la ciudad de Alicante, como es el desembolso de 3 millones de

euros para la rehabilitación y mejora del Teatro principal de Alicante. Con esta inversión la Generalitat Valenciana pasa a ser co-propietaria, con una aportación anual prevista de 140.000 € (según ha quedado reflejado, recientemente, en los medios de comunicación).

“La Generalitat Valenciana invertirá hasta 3 millones de euros para la rehabilitación y mejora del Teatro Principal de Alicante”

También debemos destacar que la estructura del gasto de la Generalitat Valenciana se orienta a las transferencias corrientes y de capital entre entidades públicas (el 65% del total del presupuesto), financiando por ejemplo el Instituto Valenciano de Cultura (IVC). El IVC, con una dotación de más de 30 millones de euros, realiza una distribución territorial del gasto en cultura a

través de diferentes programas, ferias, actividades y entidades relacionadas con todas las artes.

En Alicante, su activo más destacado es el Teatro Arniches, con una fuerte presencia en la programación cultural alicantina gracias a su continuada actividad. Según las cuentas anuales del ejercicio de 2017⁷, el Teatro Arniches tiene con un presupuesto cercano a los 210.000 euros destinados a la programación y exhibición de obras. A dicha cantidad hay que sumarle otra serie de partidas relacionadas con los recursos humanos, la promoción u otras actividades que pueden tener lugar en el centro, aunque desgraciadamente esa información, como ocurre con el volumen de asistencia al teatro o los ingresos obtenidos, no se encuentran desagregada en las cuentas anuales del IVC.

Como decíamos antes, la agregación de datos y de partidas presupuestarias dificulta un análisis más pormenorizado.

⁷ La información relativa al IVC puede encontrarse aquí: <https://ivc.gva.es/es/ivc/ivc-abierto/cifras>



En definitiva, y a pesar de las plausibles políticas de transparencia y publicación de resultados, se hace difícil encontrar y extrapolar datos concretos sobre el reparto de la inversión cultural realizada desde la Generalitat Valenciana a sus municipios. Es cierto que existen partidas que difícilmente pueden ser desagregadas, pero otras referidas al volumen de asistencia a eventos culturales, ingresos derivados o recursos humanos destinados, como ya ocurriera con el estudio de la Diputación, sí podrían mostrarse de una forma desagregada para facilitar su análisis.

“El Teatro Arniches es el activo cultural más destacado del Institut Valencià de Cultura (IVC) en Alicante, con una actividad muy dinámica en la ciudad”

Este ejercicio es más que interesante, pues podría derivarse en qué grado existe una distribución de gasto cultural de carácter centro-periferia, y qué medidas podrían plantearse para una mejor distribución en caso de que fuera necesario.

En el apartado recomendaciones, al respecto de esta cuestión, se pone precisamente el foco en la importancia de que los datos abiertos, además de públicos, deben de ser estructurados, de fácil acceso y que permitan una rápida comprensión por parte de los ciudadanos. Es la única forma de garantizar la transparencia de la gestión pública y resolver cualquier debate sobre la consecución de objetivos.

Figura 17: Gasto liquidado en cultura por la Generalitat Valenciana por destino del gasto y naturaleza económica en 2015 (miles de euros)

1. BIENES Y SERVICIOS CULTURALES	9.396.000
1.1 Patrimonio histórico y artístico	8.842
1.1.1 Monumentos históricos	1.136
1.1.2 Museos	7.402
1.1.3 Patrimonio histórico y yacimientos	305
1.2 Archivos	65
1.3 Bibliotecas	488
2. ARTES PLÁSTICAS Y ESCÉNICAS	48.366
2.1 Artes plásticas	110
2.1.1 Exposiciones y fotografía	70
2.1.2 Otras artes plásticas	40
2.2 Artes escénicas y musicales	48.256
2.2.1 Música y danza	14.057
2.2.2 Teatro (Incluye teatro musical)	33.918
2.2.3 Artes escénicas y musicales. Otros	281
3. LIBRO Y AUDIOVISUAL	461.000
3.1 Libro	461
3.2 Otros (Música, vídeo, cine...)	0
4. INTERDISCIPLINAR Y NO DISTRIBUIDO	24.681.000
4.1 Promoción, difusión y cooperación cultural	3.232
4.2 Administración y servicios generales	18.491
4.3 Política lingüística	2.935
4.4 No distribuido por Subsectores	24
TOTAL	82.903

Fuente: Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, INE.

3.3. Empresas culturales y creativas.

i. Distribución y características.

A fecha de agosto de 2018, Alicante contaba registradas un total de 635 empresas vinculadas a los SCC, de acuerdo con la metodología explicada en este mismo capítulo. De ellas, el 96,7% pertenecen al municipio de Alicante, un número muy pequeño de las mismas

se encuentran repartidas entre Partida de Vallonga, y en menor medida Camino Ventorrillo, El Bacarot, Ermita San Jaime, Loma Espi, Monnegre - Cabeço D'or, Pla de Xirau, Rambuchar Norte, Rebolledo, Villafranqueza - Palamo y Xeperut.

Este total de empresas responde a un grupo muy heterogéneo de actividades, que cubren la casi totalidad de sub-sectores recogidos en el Anuario de Estadísticas

Culturales del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.

De acuerdo a la base de datos de la Cámara de Comercio a la que se ha tenido acceso, el número de empresas culturales representan un 2,5% del total de empresas en la ciudad de Alicante. En la **figura 18** podemos apreciar como este valor es inferior a la media nacional (2,8%), ciertamente

alejado de la media de las capitales de provincia (3,1%) y a mucha distancia de otras ciudades como Madrid (4,6%), Barcelona (4,3%) o Valencia (3,6%).

Esto no quiere decir que Alicante tenga pocas empresas culturales en volúmenes absolutos. Hablamos de la quinta capital de España en volumen de PIB, con una demostrada dinamicidad y

capacidad para generar riqueza. Y de hecho, esto puede verse en la relación entre empresas culturales y la población (**figura 19**), donde Alicante sí se encuentra en valores muy próximos a la media nacional, con 1,92 empresas culturales por cada 1.000 habitantes.

Sin embargo, el peso de las empresas culturales respecto al

Figura 18: Empresas culturales y creativas respecto al total de empresas en las capitales de provincia.

Ciudad	Empresas culturales / Total empresas (%)	Ciudad	Empresas culturales / Total empresas (%)
1. Madrid	4,698	26. Huelva	3,049
2. Barcelona	4,396	27. Santander	3,046
3. S.C. de Tenerife	4,030	28. Zamora	3,039
4. Granada	3,955	29. Ávila	2,957
5. Pamplona	3,923	30. Pontevedra	2,952
6. Bilbao	3,913	31. Gerona	2,946
7. Valladolid	3,649	32. San Sebastián	2,928
8. Cádiz	3,627	33. Zaragoza	2,905
9. Valencia	3,616	34. Córdoba	2,888
10. La Coruña	3,596	35. Badajoz	2,877
11. Huesca	3,586	36. Palencia	2,875
12. Salamanca	3,568	37. Palma	2,841
13. Cáceres	3,544	Media España	2,821
14. Sevilla	3,516	38. Almería	2,746
15. Oviedo	3,446	39. Murcia	2,708
16. Segovia	3,437	40. Lugo	2,622
17. Cuenca	3,437	41. Soria	2,529
18. Vitoria	3,327	42. Alicante	2,528
19. Ciudad Real	3,302	43. Lleida	2,512
20. Teruel	3,200	44. Castellón de la Plana	2,511
21. Toledo	3,163	45. Ourense	2,504
Media capitales	3,139	46. Tarragona	2,461
22. León	3,100	47. Logroño	2,422
23. Málaga	3,077	48. Burgos	2,395
24. Guadalajara	3,071	49. Jaén	2,281
25. Las Palmas de G.C.	3,064	50. Albacete	2,219

Fuente: Realización propia a partir de la base de datos de la Cámara de Comercio.



Figura 19: Empresas culturales y creativas por cada mil habitantes en las capitales de provincia.

Ciudad	Empresas culturales / 1000 habitantes	Ciudad	Empresas culturales / 1000 habitantes
1. Barcelona	4,295	26. León	2,122
2. Madrid	4,006	27. Málaga	2,117
3. Granada	2,998	28. Toledo	2,113
4. La Coruña	2,896	29. Santander	1,983
5. San Sebastián	2,875	30. Badajoz	1,972
6. Bilbao	2,744	31. Murcia	1,962
7. Valencia	2,679	32. Logroño	1,940
8. Huesca	2,661	Media España	1,934
9. Gerona	2,605	33. Castellón de la Plana	1,929
10. Pamplona	2,592	34. Zaragoza	1,924
11. S.C. de Tenerife	2,587	35. Alicante	1,924
12. Salamanca	2,506	36. Lérida	1,915
13. Palma	2,452	37. Soria	1,877
14. Cáceres	2,439	38. Las Palmas de G.C.	1,850
15. Valladolid	2,395	39. Burgos	1,822
16. Sevilla	2,336	40. Ávila	1,805
17. Zamora	2,324	41. Cádiz	1,778
18. Cuenca	2,314	42. Córdoba	1,696
19. Pontevedra	2,298	43. Palencia	1,673
20. Oviedo	2,265	44. Guadalajara	1,663
21. Lugo	2,234	45. Almería	1,591
22. Segovia	2,221	46. Vitoria	1,591
23. CiudadReal	2,183	47. Albacete	1,585
24. Teruel	2,169	48. Huelva	1,529
25. Orense	2,167	49. Tarragona	1,528
Media capitales	2,145	50. Jaén	1,365

Fuente: Realización propia a partir de la base de datos de la Cámara de Comercio.

total si denota un amplio margen de crecimiento en este sector, pero que inevitablemente pasa por un cambio de modelo hacia una economía menos dependiente de sectores tradicionales como el turismo o el sector inmobiliario.

Dejando estas impresiones para el apartado final de recomendaciones, los datos nos indican cómo en la estructura de

los SCC sobresalen las actividades destinadas al comercio y alquiler en los sectores culturales (figura 20). Entre las distintas actividades comerciales delimitadas en el Anexo metodológico encontramos algunas como Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo; Comercio al por menor de libros; o el Comercio al por menor de periódicos y otros, entre otros.

“La ciudad de Alicante cuenta con un volumen de empresas culturales inferior a la media nacional, y muy alejada de las ciudades líderes”

Figura 20: Distribución de empresas culturales por tipo de actividad en la ciudad de Alicante.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Cámara de Comercio.

A continuación, le siguen actividades representativas de las artes gráficas, y actividades relacionadas con la fotografía. Estas tres áreas, junto a las actividades editoriales y las actividades cinematográficas y de edición de contenido digital son las que mayor especialización tiene la ciudad de Alicante comparado con la media nacional (**figura 21**) y regional (**figura 22**).

Por último, encontramos tres subsectores que cuentan con una menor participación en el total de empresas en la ciudad de Alicante: la actividades en museos, archivos y bibliotecas; las actividades de traducción e interpretación; y las relacionadas con el diseño y la creación artística y de espectáculos. Su peso es considerablemente inferior a

la media nacional y regional, medido tanto en su participación sobre los SCC, como en función de la población.

De todo lo anterior, quizá lo más destacable sea la escasa especialización alicantina en empresas relacionadas con el diseño y la creación artística, que curiosamente supone la actividad con mayor número de empresas y asociaciones culturales tanto a nivel nacional como regional. Este punto será tratado en las recomendaciones del último capítulo de este documento.

Respecto a la personalidad jurídica de las empresas y asociaciones analizadas, se destaca el predominio en la ciudad de Alicante de los autónomos con un 48,72% del total de empresas

analizadas, seguido de la sociedad limitada (SL) con un 37,3%.

“Los sectores culturales más representativos de la ciudad de Alicante son las actividades comerciales, las artes gráficas y la fotografía”

En menor medida encontraríamos las asociaciones (9,1%), comunidad de bienes (2,34%), cooperativas (1,34%) o las sociedades anónimas, que representan menos de un 0,8% del total (**figura 23**). Por su parte, a nivel nacional el 57% de las empresas culturales y creativas tienen



Figura 21: Comparativa entre el conjunto de empresas culturales alicantinas y nacionales por tipo de actividad.

	Alicante		España		Empresas en Alicante respecto al total nacional*
	Total empresas	Valor relativo	Total empresas	Valor relativo	
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	4	0,64 %	5.589	4,9 %	0,07 %
Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	78	12,46 %	7.951	7,0 %	0,98 %
Actividades cinematográficas, de vídeo, radio, televisión y edición musical	64	10,22 %	8.951	7,8 %	0,71 %
Actividades de agencias de noticias	0	-	99	0,1 %	-
Actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos	73	11,66 %	30.984	29,4 %	0,23 %
Actividades de fotografía	96	15,34 %	11.082	9,7 %	0,86 %
Actividades de traducción e interpretación	23	3,67 %	8.450	7,4 %	0,27 %
Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	109	17,41 %	13.813	12,1 %	0,79 %
Fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales	2	0,32 %	331	0,3 %	0,60 %
Educación cultural	8	1,28 %	1.471	1,3 %	0,54 %
En determinadas actividades del comercio y alquiler	169	27,00 %	22.862	20,0 %	0,73 %

*La población alicantina supone un 0,71% de la población española.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Cámara de Comercio.

personalidad física (autónomos), nueve puntos más que en Alicante. En segundo lugar, encontraríamos las empresas de responsabilidad limitada, con un 32,8%, un número más parecido al que encontramos

en Alicante, y por último el resto de formas jurídicas, con algo más del 10% del total de los SCC.

El análisis de la organización y tipología de las empresas

culturales en la ciudad de Alicante es básico para promover mejoras en los SCC. Conocer cómo se estructuran las actividades permitirá llevar a cabo políticas de actuación diferentes en cada

Figura 22: Comparativa entre el conjunto de empresas culturales alicantinas y regionales por tipo de actividad.

	Alicante		Com Valenciana		Empresas en Alicante respecto al total regional*
	Total empresas	Valor relativo	Total empresas	Valor relativo	
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	4	0,64 %	346	3,2 %	1,15 %
Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	78	12,46 %	627	5,85 %	12,44 %
Actividades cinematográficas, de vídeo, radio, televisión y edición musical	64	10,22 %	641	5,6 %	9,98 %
Actividades de agencias de noticias	0	-	1	0,0 %	-
Actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos	73	11,66 %	3.054	28,5 %	2,39 %
Actividades de fotografía	96	15,34 %	1.320	12,3 %	7,27 %
Actividades de traducción e interpretación	23	3,67 %	698	6,5 %	3,29 %
Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	109	17,41 %	1.383	12,9 %	7,88 %
Fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales	2	0,32 %	64	0,6 %	3,12 %
Educación cultural	8	1,28 %	120	1,12 %	6,66 %
En determinadas actividades del comercio y alquiler	169	27,00 %	2.455	22,9 %	6,88 %

*La población alicantina supone un 6,66% de la población de la región

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Cámara de Comercio.

ámbito según la necesidad con la que nos encontremos.

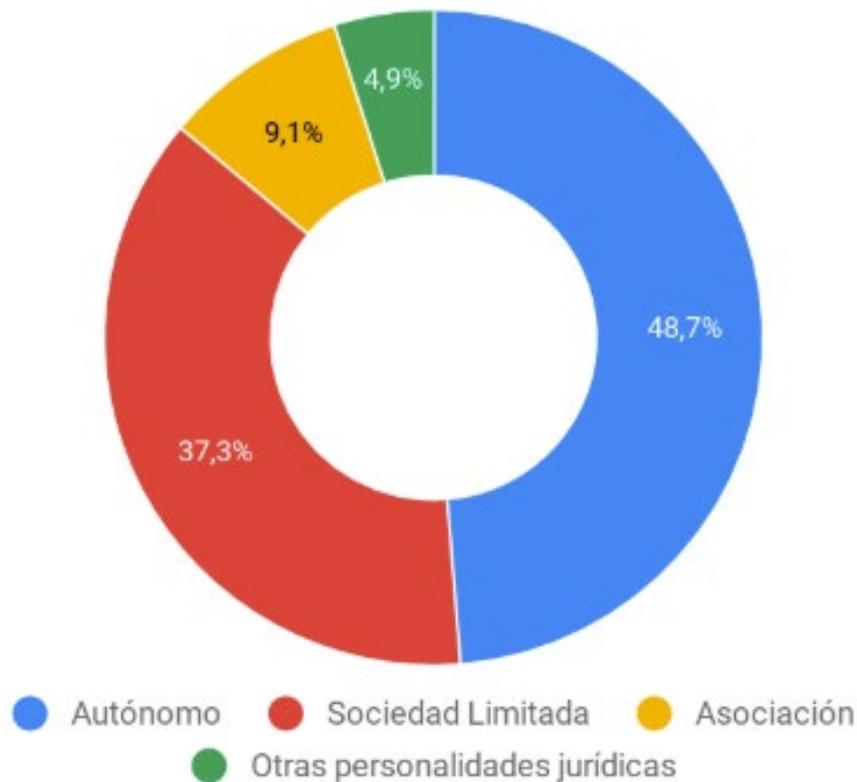
De hecho, y como es lógico, vamos a encontrar una estructura empresarial completamente heterogénea. Por ejemplo,

las actividades dedicadas al comercio y al alquiler minorista en el área cultural tienen una estructura de pequeña empresa, siendo autónomos en el 70% del total de los casos contemplados en nuestra base de datos. Para

la ciudad de Alicante, solo un 21% de los comercios de los SCC son sociedades. Este dato no sorprende, ya que es muy próximo a la media española (74%), que como es sabido presenta una base predominantemente de



Figura 23: Clasificación de empresas culturales por personalidad jurídica en Alicante.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Cámara de Comercio.

PYMES en casi cualquier sector de la economía.

También encontramos un predominio de trabajadores autónomos en las áreas referidas a la fotografía (80%, incluso superior a los datos referidos a los comercios).

Por el contrario, el 62% de las empresas dedicadas a actividades cinematográficas y de edición de contenidos digitales se configuran como sociedades limitadas o anónimas, seguido de las actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos (57%), y las artes gráficas y reproducción de soportes grabados (54%). En la edición de libros y periódicos predomina la “asociación” como forma jurídica, muy vinculada a la edición de materiales referidos

a fiestas y actos culturales (hogueras, comparsas y peñas, principalmente), seguido de la sociedad limitada, y con solo una única sociedad anónima. Todos estos datos pueden verse detallados en la figura 24.

Esta clasificación jurídica nos ayuda a aproximarnos a la estructura empresarial, aunque el análisis debe ser completado con el estudio de la empleabilidad en los SCC. Y en este sentido tampoco encontramos sorpresas, ya que la estructura predominante de PYMES hace que el volumen de contratación medio por empresa no sea muy elevado. De hecho, solo el 20% de las sociedades contratan a más de 5 empleados.

En conjunto, solo un 5% del total de empresas analizadas en la

“Las PYMES predominan en la estructura empresarial cultural alicantina, lo que limita la empleabilidad del sector”

ciudad de Alicante contaban con más de 10 empleados, y solo 6 sociedades cuentan con más de 50 trabajadores (de las cuales 2 emplean a más de 100 personas) (**figura 25**). Por sectores, las tres áreas que más capacidad de empleo poseen en la industria alicantina son edición de libros y periódicos; actividades de diseño, creación

Figura 24: Empresas por tipo de personalidad jurídica según actividad. Comparativa Alicante con la media española.

	Personas físicas	Sociedades anónimas o de responsabilidad limitada	Otras formas
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	3 (75%)	0	1 (25%)
Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	15 (19%)	29 (37%)	34 (44%)
Actividades cinematográficas, de vídeo, radio, televisión y edición musical	19 (30%)	40 (62%)	5 (8%)
Actividades de agencias de noticias	-	-	-
Actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos	16 (22%)	42 (57%)	15 (21%)
Actividades de fotografía	77 (80%)	16 (17%)	3 (3%)
Actividades de traducción e interpretación	9 (39%)	14 (61%)	0
Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	42 (39%)	59 (54%)	8 (7%)
Fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales	0	2 (100%)	0
Educación cultural	0	8 (100%)	0
En determinadas actividades del comercio y alquiler	124 (73%)	35 (21%)	10 (6%)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Cámara de Comercio.

artística y de espectáculos; y las artes gráficas y reproducción de soportes grabados. Entre las tres aglutinan al 74% de las empresas que emplean a más de 5 trabajadores (**figura 26**).

Estos datos, aunque no son positivos, están dentro de la normalidad nacional en los SCC. Aun así, es cierto que en Alicante el volumen de empresas de más de 10 y 50 empleados es algo menor a la media nacional, lo que requiere de un ejercicio de análisis y de actuaciones para potenciar actividades privadas

con mayor capacidad de empleo.

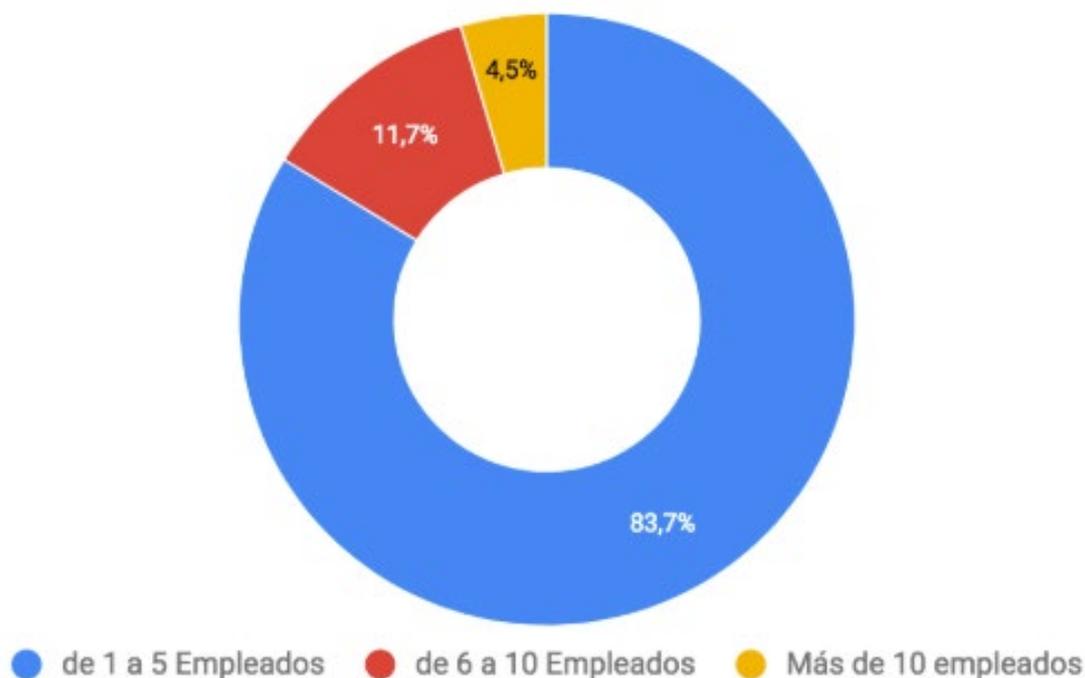
Esta estructura empresarial dominada por pequeñas empresas se refleja también en el volumen de facturación: cerca del 80% de las empresas tienen una facturación inferior a los 300.000 euros (recordemos que el 83% de las empresas contaban con menos de 5 empleados), y que solo dos empresas facturan entre seis y quince millones de euros anuales (las mismas que poseen más de cien trabajadores). Además, el tamaño de las empresas se refleja en su capacidad de expansión, y

de todas las empresas analizadas para la ciudad de Alicante, el 85% solo cuentan con una única sucursal, espacio o tienda, y el 12,8% apenas tienen solo una más allá de su "sede" o lugar de origen. E igualmente, solo el 2% de las empresas consultadas vende productos al exterior.

A partir de la **figura 27** podemos apreciar la fuerte relación entre la facturación y el volumen de empleo dividido en cada uno de las actividades de los SCC estudiadas. Entre ellas destacan los sectores de



Figura 25: Tamaño de las empresas culturales y creativas en Alicante.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Cámara de Comercio.

Figura 26: Volumen de empresas culturales según empleados en la ciudad de Alicante.

	Volumen de empleados					
	1 a 5	6 a 10	11 a 25	26 a 50	51 a 100	101 a 250
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	3	0	1	0	0	0
Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	42	27	2	0	1	1
Actividades cinematográficas, de vídeo, radio, televisión y edición musical	52	5	1	3	0	1
Actividades de agencias de noticias	-	-	-	-	-	-
Actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos	51	10	2	0	0	0
Actividades de fotografía	90	3	1	0	0	0
Actividades de traducción e interpretación	19	2	0	0	0	0
Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	85	11	8	2	0	0
Fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales	0	0	0	1	0	0
Educación cultural	7	0	0	0	1	0
En determinadas actividades del comercio y alquiler	163	2	1	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Cámara de Comercio.

Figura 27: Volumen de empresas culturales según facturación en la ciudad de Alicante.

	Facturación (miles de euros)					
	<300	300 - 600	600 - 1.500	1.500 - 3.000	3.000 - 6.000	6.000 - 15.000
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	3	0	1	0	0	0
Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	52	2	3	0	0	1
Actividades cinematográficas, de vídeo, radio, televisión y edición musical	36	3	2	1	0	1
Actividades de agencias de noticias	-	-	-	-	-	-
Actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos	40	3	2	2	0	0
Actividades de fotografía	13	2	1	0	0	0
Actividades de traducción e interpretación	11	0	1	0	0	0
Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	37	13	7	3	2	0
Fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales	0	0	0	0	0	1
Educación cultural	7	0	0	0	1	0
En determinadas actividades del comercio y alquiler	35	5	1	1	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Cámara de Comercio.

edición de libros y periódicos; actividades de diseño, creación artística y de espectáculos; y las artes gráficas y reproducción de soportes grabados en las empresas con mayor facturación, aunque también destaca la empresa registrada en la rama “Fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido e instrumentos musicales”, que con menos de 50 empleados obtiene una facturación de entre seis y quince millones de euros.

En resumen, los datos aquí expuestos nos muestran un sector cultural privado más débil en la ciudad de Alicante que en la media nacional, y muy alejado de las ciudades líderes como Madrid, Barcelona o Valencia. Como decíamos al principio de

este apartado, esto no quiere decir que haya ‘pocas’ empresas culturales. Alicante es una ciudad empresarialmente muy dinámica, y eso provoca que haya una gran actividad cultural, pero su peso es netamente inferior al deseado.

“Alicante es una ciudad muy dinámica empresarialmente, pero el sector cultural tiene un peso inferior al deseable”

Más allá de las actividades en las que se encuentra especializada la ciudad de Alicante en el plano cultural (comercio al por menor,

las artes gráficas, la fotografía y la edición de libros) destaca una estructura compuesta en su gran mayoría por pequeñas empresas, que no son capaces de generar más de cinco empleados en su mayoría.

Y aunque esta cuestión sea un problema que define en gran medida el conjunto de empresas a escala nacional y regional, no cabe duda del amplio margen de mejora que existe, y que debe ser acometido tanto por las instituciones públicas como por la iniciativa privada, tal y como se expondrá en las recomendaciones de este trabajo.



4. ANÁLISIS DEL IMPACTO CULTURAL POR SECTORES.

4.1. Apuntes metodológicos.

i. Estimación del impacto cultural en empleo y riqueza.

Elaborar un estudio sobre el impacto económico de cualquier actividad cultural requiere de técnicas de análisis depuradas y contrastadas. En la literatura económica, podemos encontrar diferentes metodologías, entre las que caben destacar el análisis *input-output* y el modelo MELICC (Modelo Estadístico LOCALCOM de las Industrias Culturales y Creativas).

La primera de estas técnicas, tal y como afirma Sánchez Gardey en el Manual Atalaya de Apoyo a la Gestión Cultural⁸ impulsado por la Universidad de Cádiz y la Junta de Andalucía, resulta muy interesante para los entes públicos que llevan a cabo actividades culturales, ya que nos permite conocer sus efectos a niveles directo, indirecto e inducido sobre la riqueza y el empleo. Este tipo de resultados puede verse en trabajos de impacto realizados por el propio Sánchez Gardey y Rojas Vázquez (2006)⁹ en Cádiz, por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (2013) en la ciudad de Valencia¹⁰, o en el análisis del impacto económico de los

museos a través de la herramienta 'Impactrimonio' descrito en Coll-Serrano y otros (2015)¹¹.

“Calcular el impacto directo, indirecto e inducido de una actividad o bien cultural requiere de datos accesibles y bien estructurados”

Sin embargo, es importante advertir que de cara a la aplicación de tablas *input-output* es imprescindible contar con información precisa sobre gastos realizados (viajes, dietas, publicidad, contratación, servicios, personal, etcétera) e ingresos obtenidos (venta de entradas, financiación pública y privada, publicidad en el evento, etcétera) de cada activo que quiera estudiarse.

Sin embargo, el modelo MELICC basa sus resultados en una serie de variables fundamentales para comprender el desarrollo de los sectores culturales (empleo, empresas, volumen de negocio y valor agregado bruto), estimadas en muchos casos a partir de otras variables. A partir de los datos de referencia del modelo MELICC, podremos estimar la productividad del empleo cultural en la Comunidad Valenciana, comparar sus resultados con la media nacional, y derivar información necesaria para obtener los resultados que buscamos, tal y como se detalla en el **Anexo 2**.

Además, encontramos resultados muy interesantes en la aplicación del modelo MELICC que pueden extrapolarse a nuestro estudio. Por ejemplo, el catalizador sectorial que supone el gasto público, demostrándose que una mayor inversión pública genera un incremento en el número de empresas en los SCC. A ello hay que sumarle la relación directa que existe entre número de empresas de los SCC, aportación al valor añadido bruto y la generación de empleo en el sector. Por último, también parece existir una relación directa entre el uso de nuevas tecnologías de la información y comunicación y el acceso a los servicios y bienes culturales, algo de lo que se discutirá en las recomendaciones finales del documento.

Por desgracia el modelo MELICC se encuentra actualizado únicamente hasta 2014, e incluye actividades económicas distintas a las que usamos en este estudio, como la arquitectura. Por ello no podemos utilizar este modelo como base para nuestro estudio, aunque la lógica sobre la productividad que se esconde detrás de este modelo nos será esencial para obtener los resultados que buscamos.

De esta forma, para calcular el impacto económico de los SCC en Alicante se han empleado, como se indica en el **Anexo 2**, un gran volumen de información de cara hacer el análisis más riguroso posible: como se ha mostrado anteriormente en este documento, se ha realizado una exhaustiva búsqueda de información en los presupuestos públicos para aproximar el gasto de las administraciones en la ciudad de Alicante; otro pilar fundamental para este trabajo ha sido la base de datos de la Cámara de Comercio nos ha

⁸ Accesible en: atalayagestioncultural.es

⁹ Sánchez Gardey, G. y Rojas Vázquez, A. (2006). Impacto económico de los festivales culturales: un estudio comparado. Diputación Provincial, Fundación Provincial de Cultura.

¹⁰ Accesible en:

www.fdmvalencia.es/wp-content/uploads/2014/01/impacto_maraton_2013.pdf

¹¹ Coll-Serrano, V., Rausell-Koster, P. y Abeledo-Sanchís, R. (2015). Estimación del impacto económico de los museos a través de las nuevas tecnologías de la información: el caso del museo Ene. *Térmica. Transinformação*, 27(3), 265-275.

permitido calcular el peso de empresas culturales y creativas en Alicante, y aproximar los resultados a la metodología del Anuario de Estadísticas Culturales a partir de la comparación con el resto de provincias, la Comunidad Valenciana y la media nacional; y por último las diferentes bases del INE nos han permitido tener y derivar información sobre el PIB y el empleo alicantino, regional y nacional, así como la comparación de la productividad nacional del conjunto de los sectores

“El impacto económico directo de los SCC en Alicante se estima en 109 millones de euros, y casi 2.000 empleos”

A partir de toda esta información y de diferentes cálculos detallados en el **Anexo 2** se ha podido llegar a la conclusión de que el peso del sector cultural en la ciudad de Alicante es algo superior al **1,9% sobre el PIB**, y un **2,4% del empleo total**, que en números absolutos se traducen en 109 millones de euros, y 1.975 trabajadores.

De todos nuestros datos podemos resaltar diferentes cuestiones, como que Alicante cuenta con un porcentaje de empresas en los SCC inferior a la media nacional, y muy cercana a la media de la Comunidad Valenciana. O que el gasto público en cultura ejerce de corrector en la ciudad de Alicante, ya que la suma de todo el gasto de las administraciones es superior a la media de España.

Una vez obtenidos estos resultados, el siguiente paso es proceder a su distribución entre los diferentes sectores culturales atendiendo a la agregación de actividades indicada

en el Anuario Estadístico Cultural. Este proceso, cuyos resultados se observan en el apartado siguiente, también se describe en el **Anexo 2**.

4.2. Distribución del impacto cultural en sectores.

Tal y como se apuntó en el apartado 3, el empleo de la agrupación utilizada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en su anuario impide una división de los SCC en base a lo que pudiéramos entender como grandes familias culturales: la música, la pintura, la danza, la literatura o el cine, entre otras.

Sin embargo, esta delimitación nos permite tener un marco de análisis comparado con los resultados nacionales, o con la información utilizada por la Comisión Europea o la UNESCO. De esta forma, y como se comentó en el anterior apartado, nuestra distribución se compone de seis sectores culturales: Patrimonio (PA), Archivos y Bibliotecas (AB), Libros y Prensa (LP), Artes Plásticas (AP), Artes Escénicas (AE) y Audiovisual y Multimedia (AM).

Una vez calculado el impacto en el empleo y la riqueza de los SCC, se ha derivado la importancia de dicho impacto entre los diferentes sectores. Para ello, en primer lugar se analizó el gasto público de las distintas administraciones tal y como puede apreciarse en el **Anexo 2**. A partir de ellos, se establece en **20 millones de euros** y **273 empleos** generados por el sector público en el área cultural. Esta división, clasificando cada gasto por su grupo cultural, puede verse en la **figura 28**.

Es importante advertir aquí que metodológicamente no

es correcto equiparar el gasto público a su participación en el PIB, ya que no todos los activos, infraestructuras, programas e iniciativas culturales tienen la capacidad de autofinanciarse. Sin embargo, y dado que no contamos con partidas referentes a subvenciones, patrocinios o tickets vendidos, es el mejor dato con el que podemos trabajar en la actualidad, y consideramos que es una forma apropiada de aproximarnos a la división del impacto entre el sector público y privado.

“El gasto público cultural en la ciudad de Alicante supera los 20 millones de euros, y genera más de 270 empleos”

El total de la inversión pública realizada en Alicante por las tres administraciones supone un 0,35% del total del PIB de la ciudad de Alicante y un 0,32% de los empleos, dato ligeramente superior a la media nacional y regional de gasto. Estos datos sin embargo hay que entenderlos como una aproximación, ya que el gasto público no refleja exactamente la riqueza generada por el sector público, y por otra parte no se han incluido en el cálculo espacios e infraestructuras como el Centro Municipal de las Artes, el Museo de Belenes, o el Castillo de Santa Bárbara. Tampoco ha sido posible recoger de forma precisa el conjunto del gasto en administración y servicios públicos destinados a la cultura en Alicante por parte de la Generalitat Valenciana.

Como se advirtió, esto es debido a que en los presupuestos la información de ciertas partidas queda agregada en otras. Por



ejemplo, las referencias al Castillo solo se observan en el gasto patrimonial, o con una pequeña partida destinada al Museo de la Ciudad de Alicante (MUSA), mientras que otros como el museo del agua ni siquiera aparecen.

Aunque dichos resultados o activos culturales no se observen en la **figura 28** sí se han tenido en cuenta para la creación de los mapas de la ciudad de Alicante (expuestos más adelante) y la descripción de los SCC y su impacto global.

Una vez descontado el impacto del sector público, la distribución

“El impacto estimado del sector cultural privado alicantino se estima en 90 millones de euros y 1.700 empleos”

por actividades queda tal y como puede verse en la **figura 29**, con un impacto estimado de 90 millones de euros, y 1.700 empleos. En el **Anexo 2** se muestran los pasos realizados, partiendo de la productividad y

la ponderación de los datos empresariales de la Cámara de Comercio con los que se ha contado.

Figura 28: Empleo e inversión pública de los activos e infraestructuras culturales.

Activo cultural público	Sectores en los que puede incluirse*	Empleo	Inversión pública (x1000)
Teatro Principal	AE	9	350
Cigarreras	AE,AP,PA	13	650
Equipos culturales	AE,AP,PA	7	356
Fiestas populares	AE	13	2.177
ADDA	AE	23	2.957
Teatro Arniches	AE	4	210
La Lonja	AP, PA	4	285
Bibliotecas y archivos	BI	28	1.285
Protección patrimonio	PA	7	1.637
MACA	AP, PA	15	486
MARQ	PA	22	2.845
MUBAG	AP, PA	8	342
Promoción / adm (Ayto)	Administración	111	5.777
Instituto Gil Albert	Administración	12	513

* Patrimonio (PA), Archivos y Bibliotecas (AB), Libros y Prensa (LP), Artes Plásticas (AP), Artes Escénicas (AE) y Audiovisual y Multimedia (AM)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 29: Valor estimado de cada actividad cultural a partir de las medias de los rangos

Código CNAE	Sectores en los que puede incluirse*	Empleo estimado corregido	Facturación estimada corregida (x1000)
1812	LP, AP	305	20.754
1814	LP	5	248
1820	AMc, AMm	3	496
4743	AMo	4	248
4761	LP	242	14.056
4762	LP	20	1.736
5811	LP	184	4.382
5813	LP	157	7.524
5819	LP, AP	23	1.075
5821	AMc	-	-
5912	AMc, AMr	122	6.697
5914	AMc	8	248
5915	AMc	58	2.150
5917	AMc	4	248
5920	AMm	49	2.481
6010	AMr	7	413
6020	AMr	38	910
7410	AP	4	248
7420	AP	31	2.646
7430	LP	161	8.765
7722	AMo	38	2.067
8552	- Todas -	55	3.059
9001	AE	55	3.059
9002	AE	45	2.232
9003	LP, AP	11	1.736
9004	AE	12	165
9102	PA	48	1.902
9104	PA	11	248

* Patrimonio (PA), Archivos y Bibliotecas (AB), Libros y Prensa (LP), Artes Plásticas (AP), Artes Escénicas (AE) y Audiovisual y Multimedia (AM)

Fuente: Elaboración propia.



4.3. Un análisis geolocalizado del impacto cultural

Antes de proceder con el análisis pormenorizado de cada uno de los sectores detallados, resulta más que interesante tomar una primera perspectiva de distribución geolocalizada de la actividad cultural y creativa en la ciudad de Alicante.

Para ello, y a partir tanto de la base de datos con la que contamos para realizar este informe, así como la encuesta realizada a los

activos públicos culturales, y una última encuesta telefónica a cerca de 100 empresas para constatar que la información de la que se disponía era verídica, se procedió a crear dos mapas interactivos distintos: uno de empleo cultural (**Figura 30**), y otro de creación de riqueza (**Figura 31**).

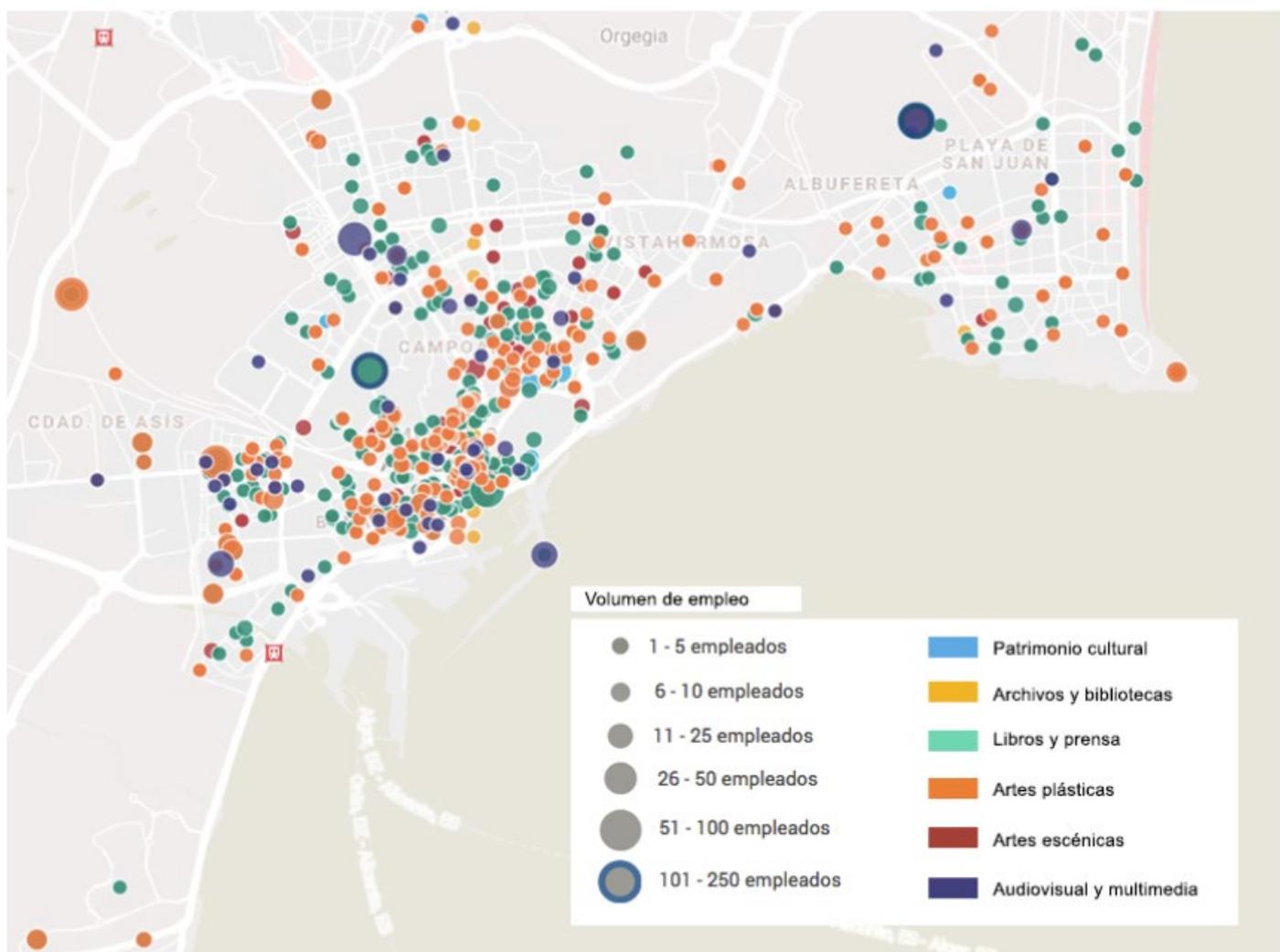
Estos mapa, de acceso libre a través de Internet, reflejan, de forma segmentada y con distintos colores, la distribución y volumen de las actividades culturales registradas en la ciudad de Alicante, tanto públicas como privadas. Para ello se han

tomado los rangos detallados en las **figuras 28 y 29** expuestas anteriormente, tanto para empleo como para riqueza.

En las webs referenciadas debajo de cada mapa pueden seleccionarse cada uno de los sectores de forma individual para ver cómo se reparten por toda la zona urbana que recoge toda la ciudad de Alicante, así como empresas de los alrededores que también aparecían en las bases de datos elegidas.

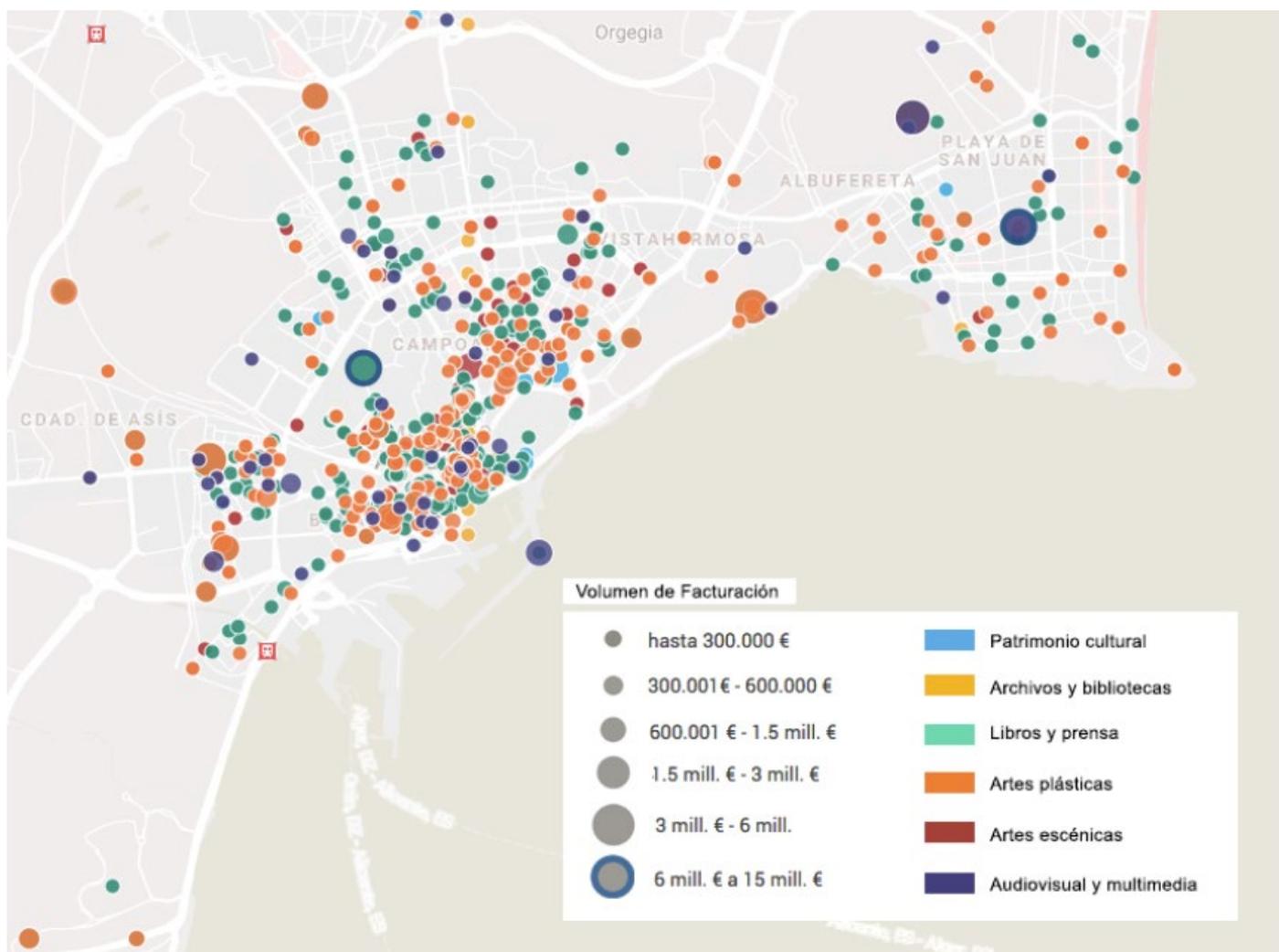
Como podemos apreciar en los mapas, existen actividades con mayor presencia que otras. Los

Figura 30: Mapa de empleo generado por los SCC en la ciudad de Alicante.



Fuente: Elaboración propia. Accesible en: <http://bit.ly/ALCultura-empleo>

Figura 31: Mapa de riqueza generada por los SCC en la ciudad de Alicante.



Fuente: Elaboración propia. Accesible en: <http://bit.ly/ALCultura-PIB>

sectores relacionados con las artes plásticas y los libros y prensa se encuentran distribuidos por casi todo el territorio, mientras que otras actividades, como las relacionadas con los sectores audiovisual y multimedia o las artes escénicas tienen menos presencia. También ocurre algo parecido con las actividades que dependen casi exclusivamente de la actividad pública, como las relacionadas con el patrimonio cultural (como museos), o los archivos y bibliotecas.

En el mapa también podemos encontrar aquellas empresas

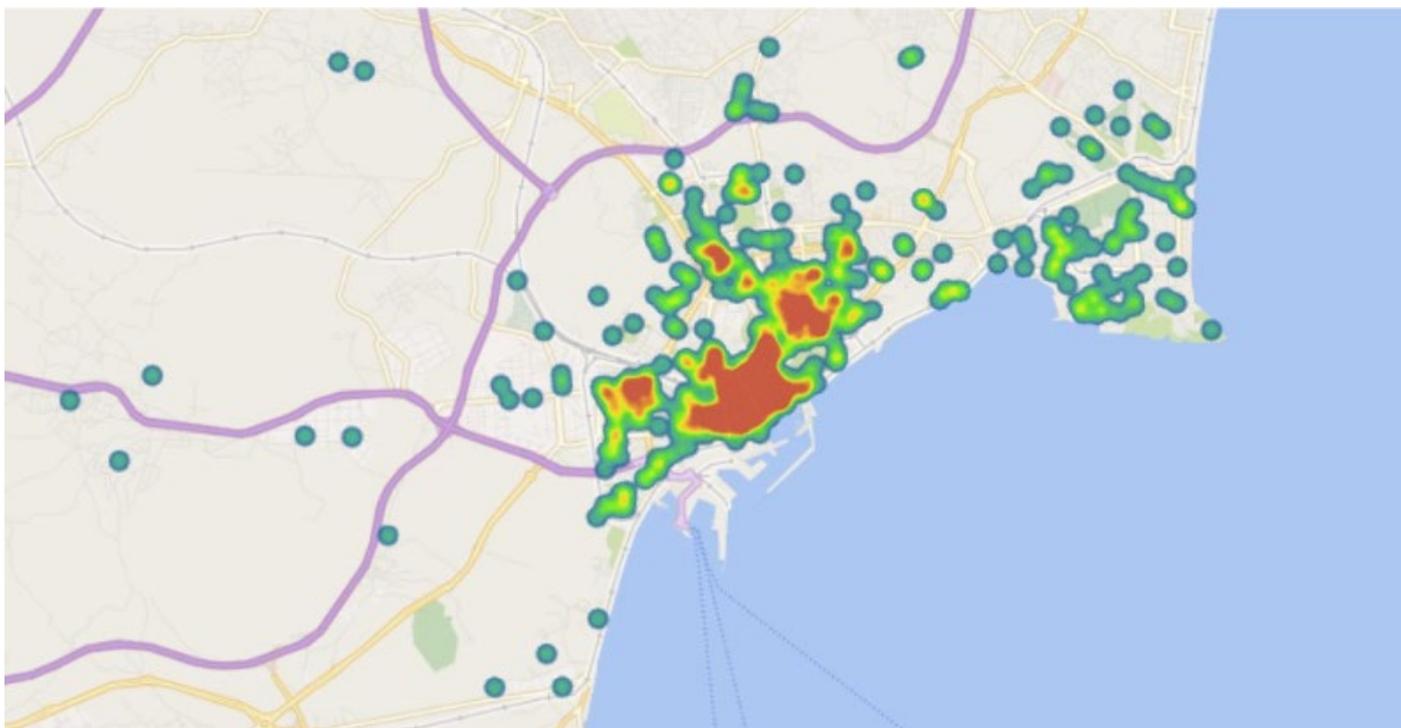
o activos culturales que más riqueza y empleo generan. Las de mayor dimensión se corresponden con actividades de audiovisual/multimedia, aunque como ya se ha comentado en este documento, en las actividades de artes escénicas y libros y prensa también se detectan empresas capaces de emplear entre 50 y 100 personas.

Cabe destacar, por último, el predominio de las empresas culturales y creativas por instalarse en el centro de la ciudad, tal y como se observa

mediante el mapa de calor de la **figura 32**, con una disminución de empresas según nos alejamos hacia la periferia. Sin embargo, si ponderamos el número de empresas en cada zona con su capacidad de generar empleo, veremos que este mapa de calor se diluye notablemente, tal y como vemos en la **figura 33**. En otras palabras, aunque exista una alta concentración de empresas culturales en el centro de la ciudad, su capacidad de generar puestos de trabajo (y riqueza, ya que están altamente correlacionadas) es muy limitada,

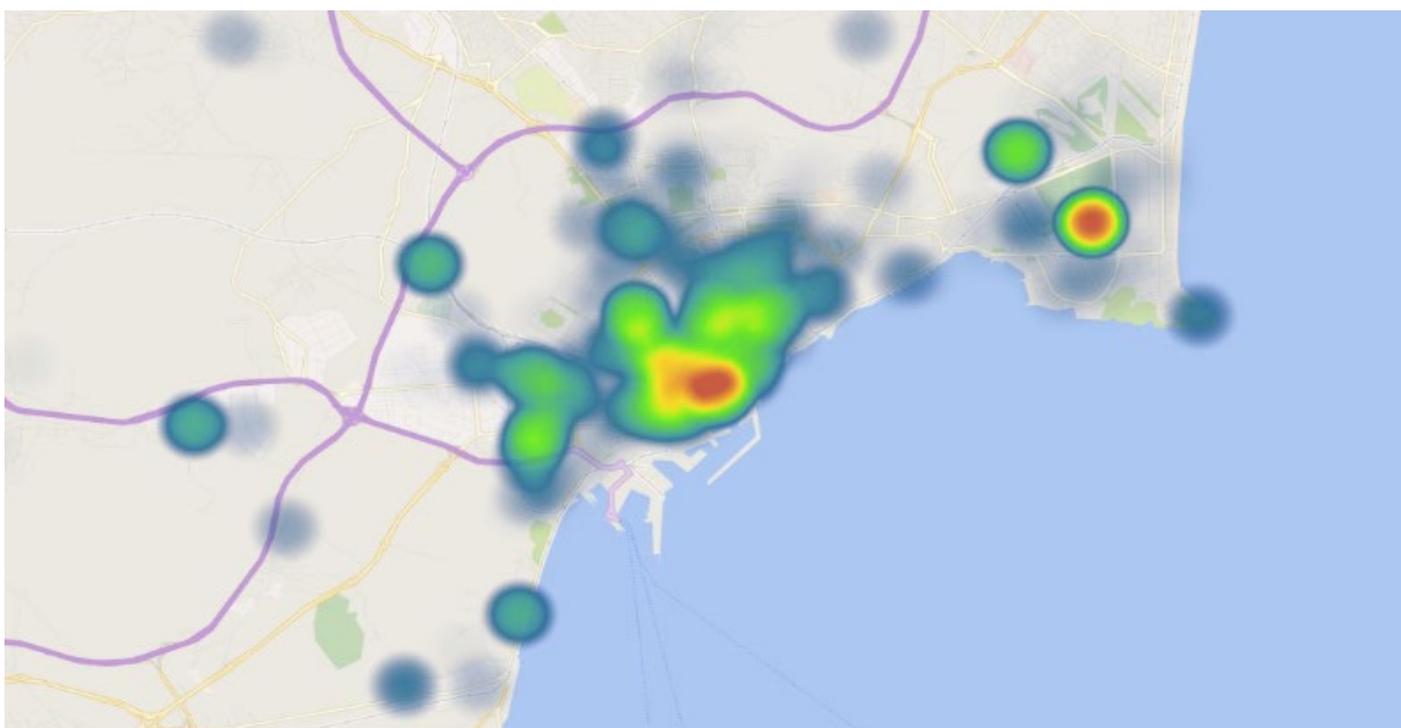


Figura 32: Mapa de calor de los sectores culturales y creativos



Fuente: Elaboración propia

Figura 33: Mapa de calor de empleo creado por los sectores culturales y creativos



Fuente: Elaboración propia

y comparativamente menor que en El Cabo, por ejemplo, donde las empresas presentan un mayor tamaño medio.

Es importante recordar en este momento el elevado número de empresas culturales dedicadas al comercio y alquiler que se detalló en el apartado 3 de este documento, y que incide en el 'problema' de la estructura empresarial española: una base económica muy dependiente de PYMES del sector servicios, con poca capacidad de expansión, contratación y para generar riqueza.

Esta estructura empresarial también se refleja tanto en la ciudad de Alicante como en sus SCC.

4.4. Resultados detallados por sectores de actividad cultural

A partir de los resultados corregidos de las **figura 28 y 29** podemos llevar a cabo diferentes análisis para conocer cómo se distribuyen por sectores los efectos de la actividad cultural en la ciudad de Alicante. Sin embargo, cabe volver a incidir en que una de las mayores dificultades del estudio de los SCC es su delimitación por áreas de actividad.

De hecho, como podemos observar en la clasificación de las actividades públicas y privadas en las páginas anteriores nos encontramos con que algunas de ellas aparecen reflejadas en varios sectores. Este hecho es también contemplado por Anuario Estadístico de Cultura, del que hemos tomado la base metodológica para dividir las actividades. Evidentemente, esto implica que a la hora de calcular

el impacto cultural no pueda ser sumado por sectores, sino por actividades, tal y como hemos hecho anteriormente.

En la **figura 34** podemos ver precisamente esta cuestión. En esta tabla queda representado el impacto de los diferentes sectores culturales y creativos, tanto en empleo como en riqueza generada. Aunque nuestra estimación global para el conjunto de la ciudad de Alicante sea de 129 millones de euros, y 1975 empleos aproximadamente, al encontrarnos actividades que se duplican en diferentes áreas, la suma de los resultados de la figura siguiente es bastante más elevada que tales cifras.

Por otra parte, y para solucionar de nuevo problemas en la delimitación de actividades y sectores, se ha añadido una rama "interdisciplinar", que incorpora actividades públicas (desde cualquier administración) que no pueden ser clasificadas en una única actividad (especialmente el presupuesto adjudicado a órganos administrativos o de control, así como gastos en equipo) o del que sabemos que se destina a actividades culturales, pero no tenemos información suficiente para poder ser agrupada con el resto de sectores.

A partir de estos resultados, cualquier agente implicado podría llevar a cabo multitud de análisis que permitieran conocer y potenciar la situación de cada uno de los sectores y su impacto sobre la ciudad de Alicante. Por ejemplo, podemos valorar el impacto generado tanto por el sector público como por el privado, observándose que pese a que el ayuntamiento y la diputación sean los grandes artífices de la ordenación cultural en Alicante, el 89% de la riqueza y el 91% del empleo directamente

de las iniciativas privadas, y que son las que más se exponen a los cambios económicos y sociales, una falta de interés turístico por nuestra cultura, y una cada vez mayor competencia derivada de la economía digital.

También podemos incidir en el extraordinario papel que juega el sector de libros y prensa (creación, edición y difusión), con cerca de 2.000 puestos de trabajo creados, y una riqueza que se estima en un valor próximo a los 60 millones de euros. En el lado contrario encontramos la labor de las bibliotecas, con un impacto económico muy reducido ya que su actividad apenas se limita a la inversión pública. Sin embargo, su labor como dinamizadoras sociales y culturales es de vital importancia.

Otro análisis interesante es observar la capacidad de generación de empleo por parte de cada uno de los sectores analizados, encontrando que en el área de "Libros y Prensa" es donde menos cantidad de ingresos se necesitan para emplear a un nuevo trabajador (41.397 euros), mientras que en las "artes plásticas" nos encontramos en el extremo opuesto (75.028 euros).

Por último, y aunque en ello se incidirá en las conclusiones y recomendaciones, es necesario estudiar el tipo de sector cultural que tenemos en nuestra ciudad a partir de las actividades descritas de cara a su adaptación a las nuevas tendencias digitales y los sectores de futuro. Las empresas audiovisuales, en las que se incluyen, por ejemplo, los videojuegos, serán una base crucial en esta nueva cultura, aunque no la única.

Para facilitar estos análisis, se procede a realizar una serie de



tablas resumen con información detallada respecto a la riqueza y empleo estimado, a nivel público y privado, así como una pequeña descripción de cada uno de los sectores.

Es importante advertir que en la descripción de los activos y empresas culturales de cada sector se ha tratado de no repetir aquellos que se van describiendo en cada rama. Por ejemplo, el MACA tiene actividad 'Patrimonial' y en las 'Artes Plásticas', como se describió en la **figura 28**. Como a continuación se incluye su descripción en el apartado 'Patrimonio', sus datos ya no se muestran en el de 'Artes Plásticas', aunque si se tiene en cuenta en los mapas, la comparativa entre el sector público y el privado, o a la hora de hablar de la dinamicidad del sector.

También indicar que la actividad con código 8552 no es tomada en cuenta en los mapas de calor mostrados a continuación, ya

que tiene presencia en todos los sectores y dificulta el correcto análisis de las diferencias entre los mismos.

“El 85% de la riqueza y el 90% del empleo cultural son consecuencia del desarrollo de las actividades privadas”

Figura 34: Impacto estimado por sectores culturales y creativos en la ciudad de Alicante.

	Empleo estimado	Aporte económico estimado
Patrimonio	186	11,52 millones
Archivos y bibliotecas	28	1,28 millones
Libros y prensa	1.107	60,27 millones
Artes plásticas	477	30,80 millones
Artes escénicas	236	15,21 millones
Audiovisual y multimedia	511	26,21 millones
Cine y vídeo	195	9,83 millones
Música grabada	52	2,97 millones
Radio y Televisión	167	8,02 millones
Otros	98	5,37 millones
Interdisciplinar	114	6,29 millones

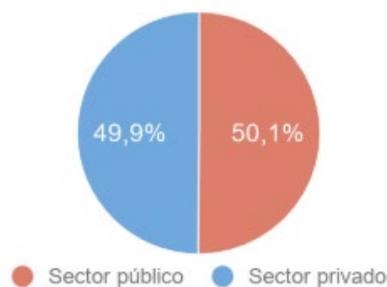
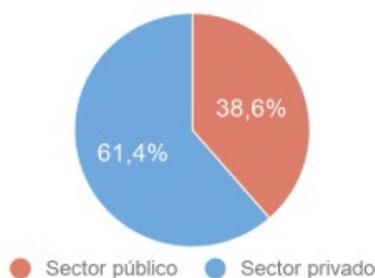
Fuente: Elaboración propia

i. Patrimonio cultural

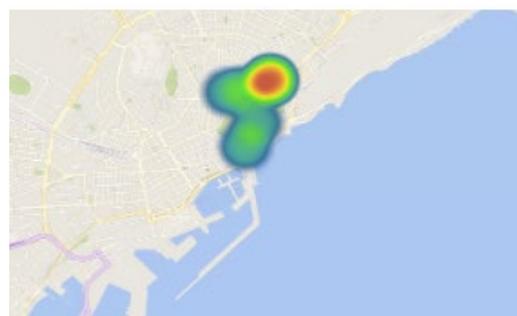
Se incluyen en este sector aquellas actividades relacionadas con **monumentos históricos, museos, sitios arqueológicos y patrimonio natural y otros**

Algunas actividades e infraestructuras representativas	Empleo estimado	Riqueza/ inversión estimada (x1000)
Museo Arqueológico (MARQ)	22	2.845
Castillo de Santa Bárbara	18	1.500 - 3.000
Museo de Arte Contemporáneo (MACA)	15	486
Educación Cultural (Cód 8552)	11 - 25	600 - 1.500
Actividades de museos: Fundación MARQ (Cód 9102)	11 - 25	300 - 600

Generación de empleo	Generación de riqueza
----------------------	-----------------------



Distribución de activos y empresas	Generación de empleo
------------------------------------	----------------------



Particularidades del sector

Sector distribuido por el municipio, aunque su mayor actividad se concentra especialmente en la zona Castillo - Centro de Alicante.

Excesiva dependencia del sector público. El MARQ, el MACA y el Castillo son los activos más destacados.

Además de las actividades e infraestructuras culturales expuestas, Alicante cuenta con otras igualmente representativas como el MUBAG, el yacimiento arqueológico Lucentum, así como la labor realizada desde otras instituciones públicas.

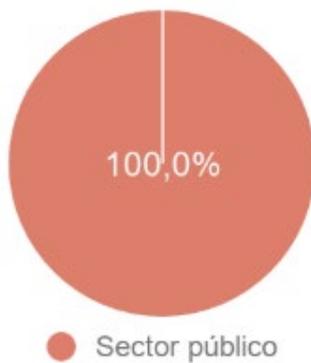


ii. Archivos y bibliotecas.

Se incluyen en este sector aquellas actividades relacionadas con las **bibliotecas** y los **archivos históricos y culturales**.

Algunas actividades e infraestructuras representativas	Empleo estimado	Riqueza/ inversión estimada (x1000)
Conjunto de bibliotecas públicas <ul style="list-style-type: none">• Biblioteca pública Pla-Carolinas• Biblioteca pública El Puesto (Mercado Central)• Biblioteca pública Azorín• Biblioteca pública Benalúa• Biblioteca pública San Blas• Biblioteca pública Central Florida Babel• Biblioteca pública Villafranqueza• Biblioteca pública Virgen del Remedio• Biblioteca pública Juan XXIII• Biblioteca pública Diagonal• Biblioteca pública El Cabo	28	1.285
Archivos públicos de la ciudad de Alicante Archivo municipal Archivo histórico provincial		

Generación de empleo y riqueza



Distribución de las bibliotecas y archivos



Particularidades del sector

Sector formado únicamente por bibliotecas y archivos de carácter público. No se encuentran actividades privadas vinculadas.

Bibliotecas distribuidas por toda la ciudad, con fácil acceso por parte de todos los habitantes de la ciudad.

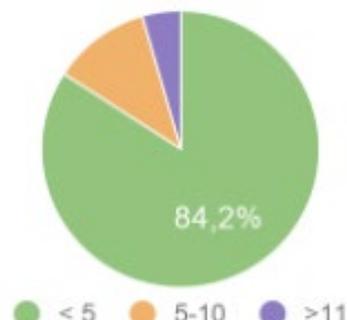
La oferta se podría complementar, por su cercanía y vinculación con la ciudad de Alicante, con las Bibliotecas de la Universidad de Alicante, aunque ya dentro del territorio de San Vicente del Raspeig.

iii. Libros y prensa.

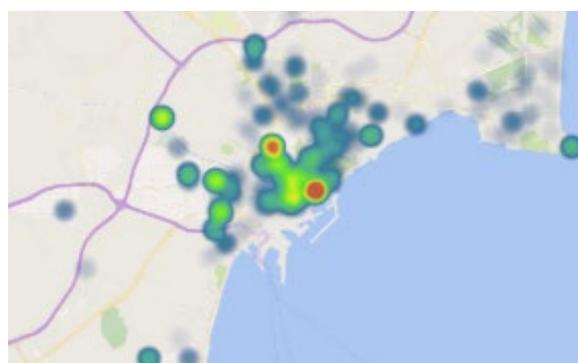
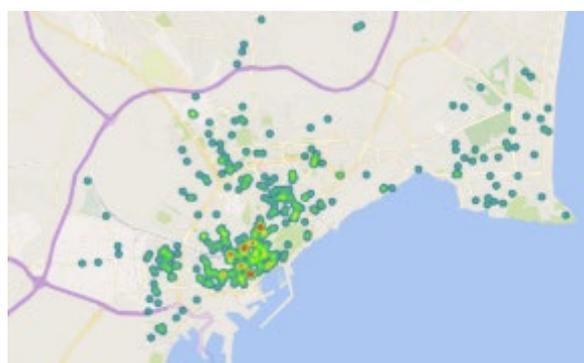
Se incluyen aquellas actividades relacionadas con las **creación literaria, la producción de libros, prensa y publicaciones periódicas, impresión, encuadernación y actividades de agencias de noticias**, además del **comercio de libros y prensa**.

Algunas actividades e infraestructuras representativas	Empleo medio estimado	Riqueza media estimada (x1000)
Actividades de impresión y artes gráficas (Cód. 1812)	1 - 5	300 - 600
Comercio al por menor de libros... (Cód. 4761)	1 - 5	150 - 300
Comercio al por menor de periódicos... (Cód. 4762)	1 - 5	150 - 300
Edición de libros (Cód. 5811)	1 - 5	150 - 300
Edición de periódicos (Cód. 5813)	6 - 10	600 - 1.500

Generación de empleo y riqueza Empresas por volumen de empleo



Distribución de activos y empresas Generación de empleo



Particularidades del sector

Sector con alta presencia en todo el municipio, muy distribuido por las áreas residenciales. Poca capacidad de empleo, con muchas PYMES dedicadas al comercio (libros, periódicos, etc.). Las dos empresas de mayor dinamismo corresponden con la edición de periódicos y libros.

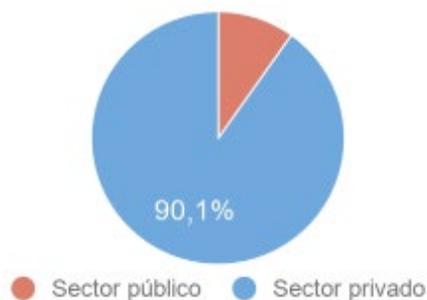


iv. Artes plásticas.

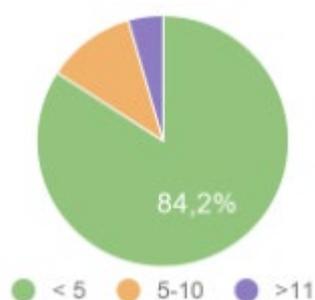
Se incluyen en este sector aquellas actividades relacionadas con la **pintura, la escultura, la fotografía, la arquitectura y el diseño**, así como **su exposición, compra y venta**.

Algunas actividades e infraestructuras representativas	Empleo medio estimado	Riqueza media estimada (x1000)
Cigarreras	13	650
La Lonja	4	280
Actividades de impresión y artes gráficas (Cód. 1812)	1 - 5	300 - 600
Actividades de diseño especializado (Cód. 7410)	1 - 5	0 - 150
Actividades de fotografía (Cód. 7420)	1 - 5	0 - 150

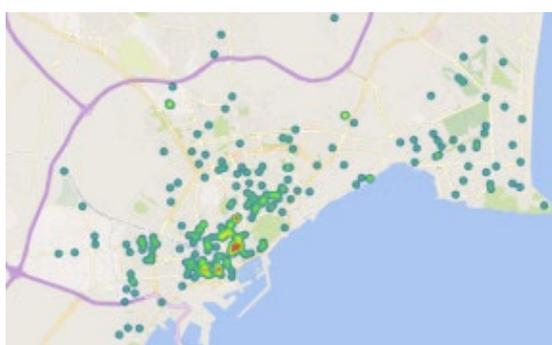
Generación de empleo



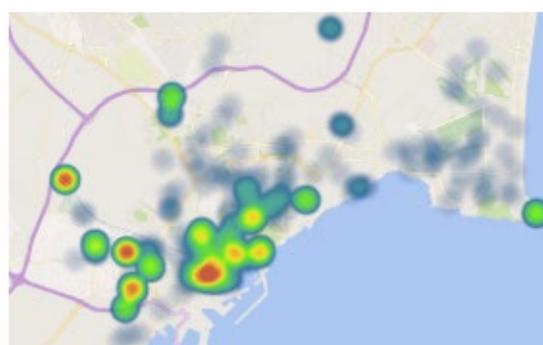
Empresas por volumen de empleo



Distribución de activos y empresa



Generación de empleo



Particularidades del sector

Sector con alta presencia en todo el municipio, con empresas de mayor capacidad de empleo que en sectores anteriores, a pesar de tratarse de PYMES en su mayoría.

Los museos e infraestructuras culturales públicas son los activos con mayor dinamismo, aunque el sector presenta una actividad mejor distribuida que el área 'patrimonio' por la presencia del sector privado.

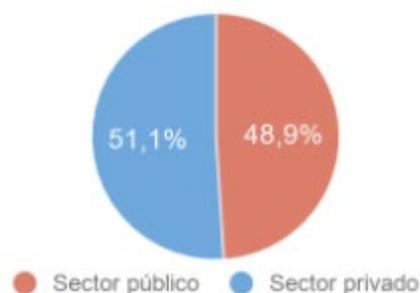
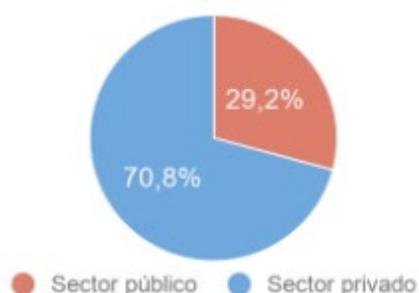
La Lonja, Cigarreras, además de museos como el MACA y el MUBAG tejen una red interesante de espacios públicos para el público general.

v. Artes escénicas.

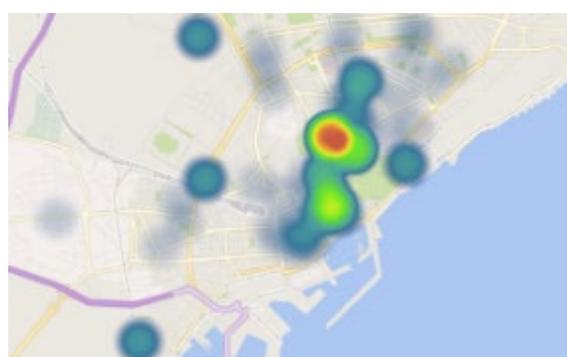
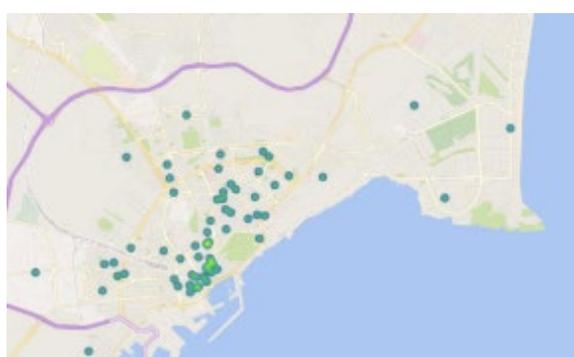
Se incluyen en este sector aquellas actividades relacionadas con el **teatro**, la **ópera**, la **danza** y en general cualquier tipo de **conciertos**, y sus lugares de representación.

Algunas actividades e infraestructuras representativas	Empleo medio estimado	Riqueza media estimada (x1000)
Auditorio Diputación Alicante (ADDA)	23	2.957
Teatro Principal	9	350
Teatro Arniches	4	210
Artes escénicas (Cód. 9001)	1 - 5	150 - 300
Gestión de salas de espectáculo (Cód. 9004)	1 - 5	0 - 150

Generación de empleo	Generación de riqueza
----------------------	-----------------------



Distribución de activos y empresas	Generación de empleo
------------------------------------	----------------------



Particularidades del sector

Los activos más importantes son de carácter público (ADDA, T. Principal, T. Arniches), capaces de generar empleo y nuevas empresas. Se encuentran ubicados en el centro de la ciudad.

Desde el sector público se impulsan actividades como el festival de teatro clásico, la muestra de teatro de autores contemporáneos, o la iniciativa Cultura en Barrios entre muchas otras.

La oferta cultural se completa con actividades realizadas fuera de los espacios apuntados, como el Castillo de Santa Bárbara, la Institución Ferial Alicantina o la Concha de la Explanada.



vi. Audiovisual y multimedia.

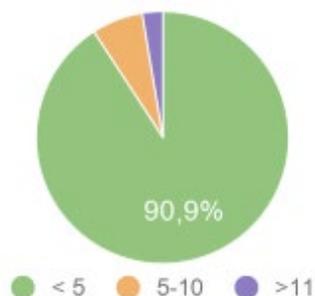
Se incluyen en este sector aquellas actividades relacionadas con el **cine y vídeo**, los **videojuegos**, la **música grabada**, la **radio y televisión** fundamentalmente.

Algunas actividades e infraestructuras representativas	Empleo medio estimado	Riqueza media estimada (x1000)
Grabación de sonido y edición musical (Cód. 5920)	11 - 25	300 - 600
Programación y emisión de televisión (Cód. 6020)	11 - 25	300 - 600
Reproducción de soportes grabados (Cód. 1820)	1 - 5	300 - 600
Postproducción cinematográfica, vídeo,... (Cód. 5912)	1 - 5	0 - 150
Producción cinematográfica y de vídeo (Cód. 5915)	1 - 5	0 - 150

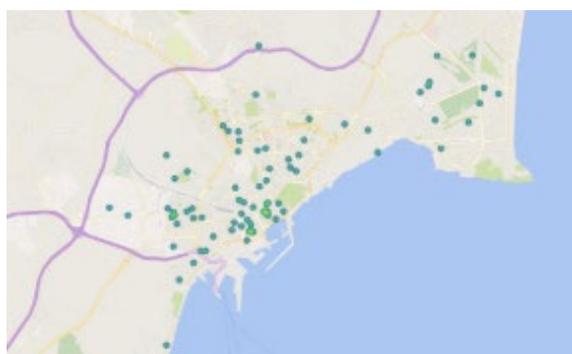
Generación de empleo y riqueza



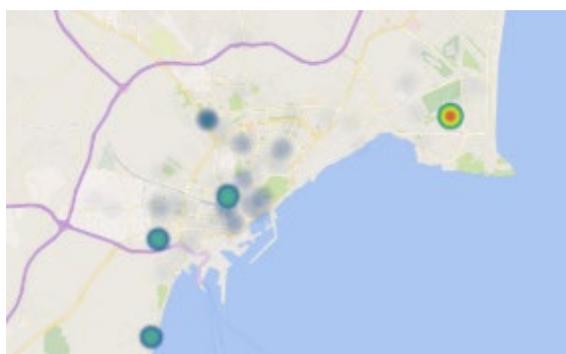
Empresas por volumen de empleo



Distribución de activos y empresas



Generación de empleo



Particularidades del sector

Sector distribuido por toda la ciudad, con alto predominio de PYMES pero con una capacidad relativamente buena de generar empleo, especialmente en la postproducción cinematográfica y la programación y emisión de TV. Alta presencia de salas de cine en la ciudad.

Existen otras actividades e iniciativas como los Premios a la Producción Audiovisual, el Festival de Cine de Alicante, la Filmoteca del Teatro Arniches, o las ayudas audiovisuales del Institut Valencià de Cultura que complementan el dinamismo del sector.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

A lo largo de este documento se ha tratado de reflejar, de la forma más fidedigna posible, el impacto en términos de riqueza y empleo generados por los SCC en Alicante. Para ello se ha partido de los datos disponibles de las empresas de nuestra ciudad y de la financiación pública de las tres administraciones públicas (Ayuntamiento de Alicante, Diputación de Alicante y Generalitat Valenciana), indagándose en la estructura del sector privado, los activos culturales más importantes, y la capacidad institucional de impulsar la cultura.

Pese a algunas dificultades encontradas relativas a los datos públicos, o la clasificación en forma de 'rangos' en la que se encuentra la base de datos de las empresas, se ha podido estimar el resultado final en **109 millones de euros** de impacto directo y **1.976 trabajadores** en empresas de los SCC y la administración pública encargada del desarrollo cultural en Alicante a todos los niveles.

Estos resultados se han obtenido mediante una proyección de los resultados nacionales y de la Comunidad Valenciana a la ciudad de Alicante, partiendo de la clasificación metodológica de las actividades culturales que provee el Anuario de Estadísticas Culturales elaborado por el Ministerio de Educación y Cultura. Dado que nuestro interés residía en un cálculo del impacto directo (dejando de lado el indirecto y el inducido) y el análisis de los SCC y su distribución se ha preferido esta forma, que emplea la productividad del factor trabajo, a otras metodologías como las tablas input-output,

estableciéndose en los anexos cómo se ha avanzado hasta la consecución de dicho resultado.

En resumen, Alicante presenta un impacto cultural inferior a la media nacional (1,90% y 2,4% respectivamente), y ligeramente superior a nuestra región por una mayor productividad en el sector. Estos datos provocan que Alicante no sea una capital destacada en cuestiones culturales, aun beneficiándose del impacto de la inversión provincial respecto a la periferia. Nuestra capitalidad, tal y como se ha mostrado, nos permite disfrutar de activos culturales como el ADDA o el MARQ, aunque al mismo tiempo se padece de una infra-financiación desde la Generalitat Valenciana, que destina la mayor parte de su patrimonio cultural a la capital de la región.

Destacar estos hechos es muy importante en el estudio de los SCC, ya que como se ha mencionado con anterioridad, el sector público es el verdadero catalizador del sector cultural, con multitud de empresas privadas y miles de empleos asociadas a su desarrollo.

“El sector público debe ser un catalizador para la creación de nuevas empresas culturales”

Todo ello hace que, como se mencionaba, aunque Alicante sea un referente cultural en la provincia y la Com. Valenciana, esté quedando bastante lejos en generación de riqueza y empleo no solo de Madrid o de Barcelona como es lógico pensar, sino que también lo hace de Valencia, que

escala al top-10 del ranking.

Pero aun a pesar de la participación pública en el sector, no podemos obviar que los sectores más dinámicos son aquellos en los que la presencia pública es más limitada, como en las áreas de “Libros y Prensa” y “Artes Plásticas”, cuyo impacto conjunto supera los 90 millones de euros y los 1.500 empleados. Sin embargo, a pesar de su notoriedad, estos sectores acusan tener una base PYMES tan importante, dada su escasa capacidad de generar empleo y expandirse internacionalmente, sin apenas inversión en la difusión online de sus actividades o productos, y limitadas posibilidades de responder ante las crisis económicas, tal y como nos han hecho saber en una encuesta telefónica a casi 100 de estas empresas.

Este entorno cambiante al que nos referíamos en la presentación de este documento, caracterizado por la transición digital y la aparición de nuevas tecnologías disruptoras, ponen en jaque a estas empresas tradicionales, pero también lo están haciendo con grandes superficies y empresas de elevado tamaño, que ven peligrar su actividad ante la expansión de los gigantes de Internet.

Actuar con inteligencia en la incorporación de lo digital a la rama cultural puede garantizar, además de la supervivencia de estas empresas, la creación de nuevas compañías especializadas en los sectores multimedia, que requieren de perfiles de altas capacidades técnicas (en especial ingenieros y programadores), en la aplicación de inteligencia artificial para la conservación del patrimonio, o en una mejor gestión de los flujos de turismo



hacia los atractivos culturales en base a los datos masivos que se generen.

“La irrupción digital a nivel social y económico requiere aceptar una transición obligada, e incorporar cambios sobre la base de los sectores culturales”

Y esta labor corresponde tanto a las empresas, como a las instituciones públicas, e incluso a los propios ciudadanos y turistas. Pero esta cuestión no puede plantearse de forma ligera, sino que requiere de todo un movimiento político que va desde la apuesta por los datos abiertos y la transparencia, hasta la educación a jóvenes y empresarios para adecuarse a la transformación que ya vivimos. Todo ello, además, se acompaña de la necesidad de impulsar un turismo complementario al actual modelo de sol y playa, que permita una descentralización y desestacionalización de la demanda, y mayor rentabilidad y sostenibilidad de la oferta ante los cambios acontecidos por la economía colaborativa, que ponen en sobreaviso de una posible masificación de los destinos turísticos.

Con todo ello, a continuación se establecen una serie de conclusiones de estos temas de tanta relevancia, que deberán ser al menos estudiados en beneficio de conseguir de Alicante una ciudad atractiva e integradora desde un punto de vista cultural. Cada una de estas conclusiones se acompañan de cinco recomendaciones concretas.

5.1. Transparencia y apuesta por el open data.

Erróneamente se ha entendido como ‘open data’ o datos abiertos a cualquier iniciativa institucional que haya conllevado la publicación de datos públicos. Estos ejercicios de transparencia (necesarios y plausibles) permiten analizar tendencias, esclarecer dudas y detectar anomalías que puedan ser hecha pública por grupos de interés.

Pero la transparencia no acaba con la publicación de los presupuestos ni de las visitas a museos: la información debe estar accesible para todos, sin tener que navegar indefinidamente entre webs, y sobre todo de manera usable. La visualización de los datos y su operatividad en tablas es tan importante como los datos en sí mismos. Por ejemplo, un presupuesto en PDF obliga a los investigadores y periodistas a extraer dato a dato en un trabajo sumamente tedioso que va en contra de toda lógica. E igual ocurre con las gráficas que muestran tendencias pero no los datos en sí mismos.

No podemos negar que existe una falta de estándares nacionales o regionales que dificulta la exposición de datos, pero al mismo tiempo encontramos buenas prácticas a nivel nacional e internacional que deben ser atendidas.

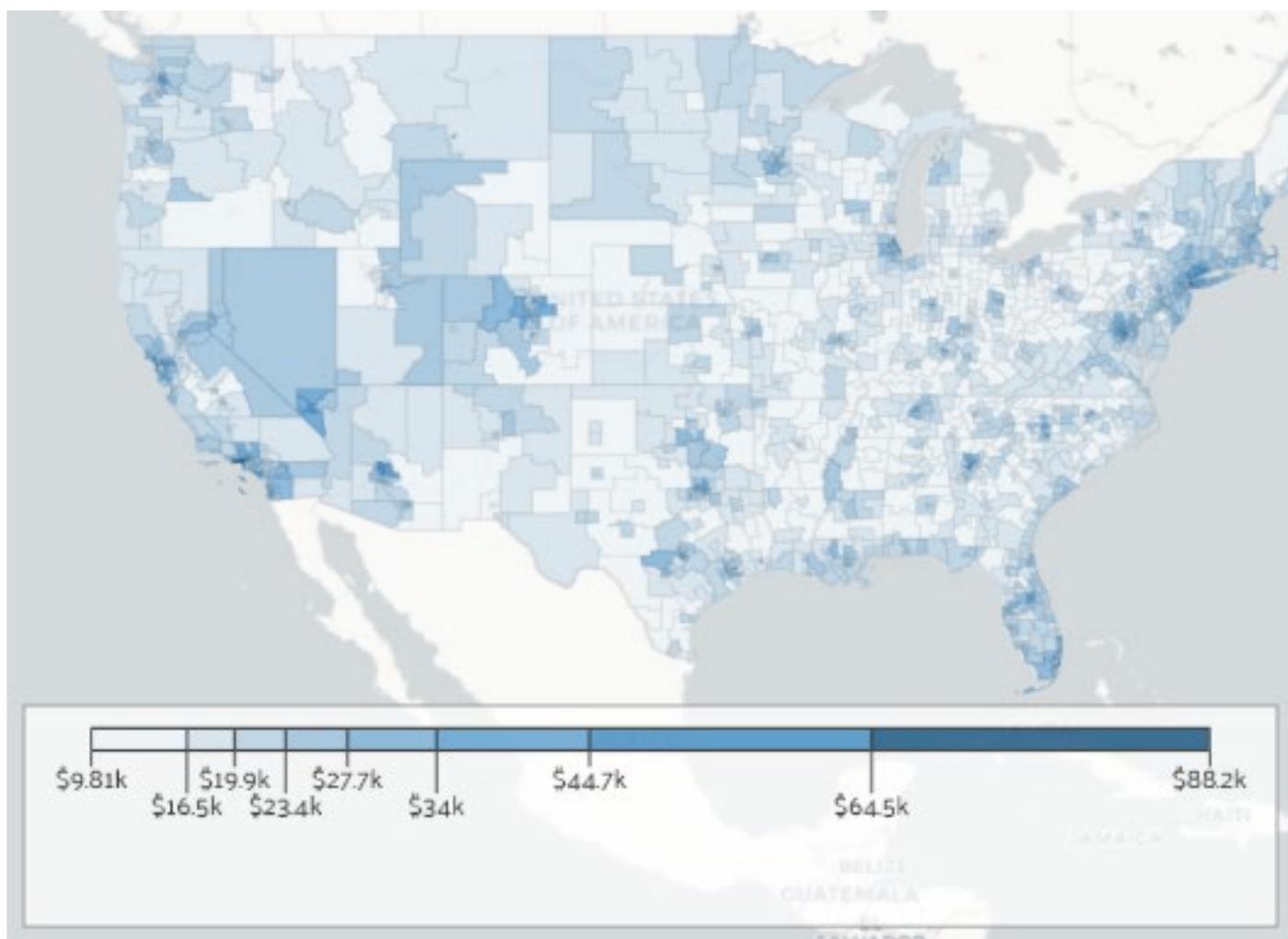
Y entre ellas, un genial ejemplo de datos abiertos y accesibles lo encontramos en el proyecto DATA USA impulsado por el MIT (dataua.io), que a partir de gráficos, diagramas, tablas y mapas, estructura de forma clara y fidedigna la realidad socioeconómica estadounidense a partir de los datos públicos. Con

ello los ciudadanos, empresas, políticos e investigadores pueden tomar decisiones, investigar o simplemente demandar mejoras que crean necesarias.

A nivel local, en España durante los últimos años se han dado pasos importantes hacia una disponibilidad cada vez mayor de los datos públicos. Nuestro país está entre los tres primeros de Europa que más datos han abierto en los últimos años, y esta práctica también se ha extendido a los ayuntamientos. Sin embargo, en muchos casos volvemos a encontrarnos problemas de lectura, presentación y homogeneización de los datos.

En el caso de la ciudad de Alicante, el apartado de ‘Transparencia’ nos lleva a multitud de enlaces descargables sobre patrimonio, ingresos, gastos y presupuestos, buzón de sugerencias, etcétera, pero no encontramos datos descargables ni tablas con la información. Este ejercicio de transparencia cuenta con una barrera de entrada enorme en la presentación de estos datos, que impide a los ciudadanos conocer el estado objetivo de su ciudad.

Por otra parte, existen ejercicios que podemos destacar en Alicante, como el esfuerzo que se realiza con la publicación del Plan de Cultura (desde 2016), donde se muestran los resultados de las iniciativas culturales impulsadas por el Ayuntamiento, así como el ejercicio de actualización de empresas y activos culturales en el llamado “Mapa Cultural de Alicante” (mapaculturaldealicante.es). Pero si la base de datos que acompaña a estos resultados no puede descargarse ni utilizarse (como el número de entradas vendidas por mes o actuación, la nacionalidad de los turistas al



Salario anual en los sectores de artes y entretenimiento en EE.UU. Fuente: datausa.io.

Castillo de Santa Bárbara, Po la ubicación de las empresas en el mapa cultural), los datos pierden parte de su valor

Por eso estas actuaciones son a todas luces insuficiente en comparación con las propuestas elaboradas por otros ayuntamientos, y no solo hablamos de Madrid o Barcelona, sino de ciudades como Cáceres, Terrassa, Las Palmas de Gran Canarias, Santa Cruz de Tenerife, Oviedo o Santander, entre otros.

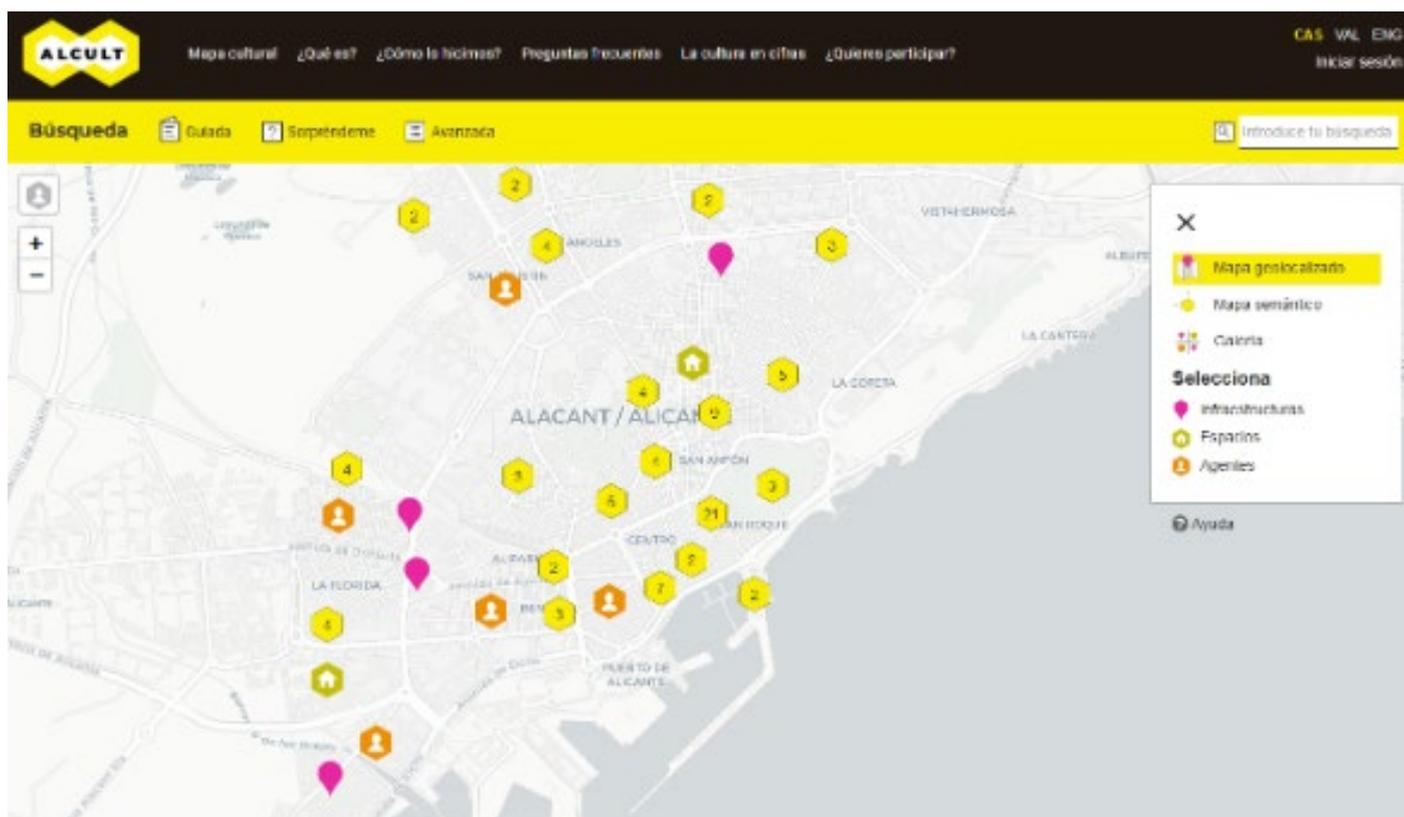
Todos estos ayuntamientos cuentan con bases de datos actualizadas y estandarizadas, que permiten una descarga rápida de datos culturales. Entre

otras estadísticas, y dependiendo del ayuntamiento, podemos encontrar datos tales como el presupuesto desglosado en formatos .XLSX o .CSV, el número de empresas segmentadas por actividad (también culturales) y su distribución geográfica, el número de teatros y la asistencia de público, o la ubicación de los puntos culturales más atractivo, entre un largo etcétera.

Es cierto que llevar a cabo por parte de un Ayuntamiento todo este trabajo de apertura y presentación de datos es ciertamente costoso, y seguramente sin la existencia de un portal único a nivel regional o nacional no resulta rentable. Pero al mismo tiempo sin estos

datos se limita la posibilidad de empresas, turistas y público en general de crear nuevas iniciativas y aplicaciones o mejorar sus rendimientos, complementar la oferta de ocio y turismo tradicional, y beneficiarse de toda la oferta cultura de su ciudad, respectivamente.

En definitiva, avanzar en los sectores culturales y creativos con vista al futuro también requiere de un mayor acceso a los datos y una exposición usable y efectiva de los mismos, que va mucho más allá de los PDFs, que como ejercicio de transparencia pueden tener sentido, pero no para un modelo social y económico que se mueve a golpe de datos proyectados en



Mapa cultural de Alicante, elaborado por EDUSI Alicante. Fuente: mapaculturaldealicante.es

aplicaciones y webs.

Por ello, exponemos 5 mejoras concretas que pueden ser entendidas como meros ejemplos de iniciativas más amplias y ambiciosas:

1. La creación de una web con datos abiertos públicos, donde se incluyan las estadísticas culturales geolocalizadas y actualizadas de manera temporal (semanal o mensual) con datos referidos a asistencia a eventos y nacionalidad de los visitantes entre otros.

2. Creación de base de datos con las actividades y actuaciones culturales programadas en Alicante, geolocalizadas y con posibilidad de incorporar información por parte de las empresas privadas que quieran dar a conocer actos o eventos.

3. Impulsar la creación de APIs

o la explotación de los datos públicos mediante hackatones, concursos o la participación directa de empresas, universidades y profesionales, que den visibilidad a la información cultural y puedan explotar conjuntamente distintas bases de datos (por ejemplo, transporte público, oferta hotelera y espacios culturales).

4. Fomentar la cultura de los datos entre las empresas del sector cultural, para que los profesionales del área puedan aprovecharse de las herramientas disponibles y obtener mejores rendimientos de sus actividades.

5. Todo lo anterior no tendrá sentido sin una buena planificación y coordinación por parte de todas las concejalías y personal técnico del ayuntamiento. El big data y el open data son la base de las smart cities, un sector que moverá más de 2 billones (con b) de dólares en los

próximos cinco años a nivel global. No sería inteligente quedarse fuera.

5.2. La cultura como factor de atracción turística.

Una de las cuestiones que más se ha repetido durante todo este trabajo es la capacidad de atracción turística de los SCC, y de forma más concreta, la necesidad de hacer de nuestra cultura un factor competitivo más que añadir al extenso número de activos turísticos con el que cuenta la ciudad de Alicante. Y se han comentado algunos datos que nos permite llevar a cabo una doble lectura.

En primer lugar, respecto al total de viajeros, recordemos que solo el 10% de todas las visitas extranjeras, y únicamente el 12% de los movimientos por motivos



Imagen de marca Alicante: City & Beach

de ocio de residentes en España, tienen como principal interés el turismo cultural. De forma comparada, es lógico que la Comunidad Valenciana (6,7% de residentes nacionales que visitan la región por motivos culturales), por su especialización y tradición en el turismo de sol y playa, tenga una capacidad de atracción cultural relativa inferior a la media nacional, donde Madrid (27,9%), País Vasco (29,8%), Castilla y León (17,7%) o Asturias (16,1%) son claros líderes y referentes.

Sin embargo, podría resultar preocupante que la situación de la Comunidad Valenciana esté por debajo del resto de las regiones mediterráneas (Andalucía, Catalunya y Baleares, y sin datos para la Región de Murcia), y que solo las Islas Canarias (5,1%) a nivel nacional muestre una capacidad de atracción turística cultural inferior a nuestra región.

Este hecho debe hacernos reflexionar respecto a qué imagen de la Comunidad Valenciana (y por ende de la ciudad de Alicante) se ha proyectado a nivel nacional e internacional, y por qué nuestros activos culturales, que no envidian a los de otras regiones, no son foco de atracción ni tan conocidos. Activos de incalculable valor que van desde el Castillo de Santa Bárbara o los

yacimientos arqueológicos de Lucentum, o nuestras 'Fogueres de Sant Joan', pasando por la explotación de nuestra forma de entender la dieta mediterránea, reconocida como patrimonio de la humanidad.

Pero no solo se trata de una cuestión de atracción, sino también de hacer partícipe a los turistas de nuestra cultura. Porque si bien el factor de atracción de nuestra cultura se diluye entre nuestras ventajas naturales, el gasto cultural por turista nacional en nuestra región (6,9% del total) es sin duda el peor de todas las comunidades -también peor que en las Islas Canarias (8,3%), Baleares (9,9%), Catalunya (13,1%) o Andalucía (16,4%).

Este efecto quizá no pueda ser del todo extrapolable a Alicante, que muestra una oferta cultural objetivamente superior a otros destinos de la región como Benidorm, Altea, Gandia, Calpe, Peñíscola, etcétera. Pero sí nos aproxima mucho a su realidad. Más si cabe cuando tenemos otros indicadores previos, como el instrumento Plan de Acción Comercial Lucentum (lamentablemente de 2005, no se cuentan con datos posteriores) que ya avisaban de una más que necesaria actuación en el plano del turismo cultural. En dicho

informe se podía observar que la 'oferta cultural' era el decimoctavo elemento en valoración sobre veintisiete (entre los que se incluían la oferta comercial, las playas, la oferta gastronómica, la seguridad, el entorno, etcétera), pero posteriormente casi nadie demandaba una mayor inversión en infraestructuras culturales para mejorar su estancia vacacional (salvo en teatros).

Estos datos nos confirman un modelo turístico con menor capacidad de atracción cultural del que se debiera presuponer por nuestros activos, y lo que es peor: una incapacidad manifiesta por hacer partícipes de nuestra oferta cultural ni de las empresas vinculadas a ellas, más allá del Castillo de Santa Bárbara, restaurantes, bares, contadas empresas, o el Spring Festival. Quizá este segundo aspecto (hacer partícipes a los turistas de nuestro atractivo cultural) sea el primer paso a dar, ya que supone estrategias de no tan a largo plazo.

Y esta cuestión no es baladí, pues la apuesta por un turismo cultural (aunque sea en un pequeño porcentaje respecto al volumen de visitantes que buscan nuestras playas) permitiría una actividad más desestacionalizada, de mayor impacto económico por turista, y generadora de más empleos fijos más allá de las ramas de la hostelería. Y para ello se proponen 5 posibles actuaciones a modo de ejemplo, que buscan dar una mayor imagen de marca cultural, y la integración de instituciones públicas, empresas privadas y turistas:

1. Un cambio en la proyección de la ciudad a nivel nacional e internacional, que destaque nuestro patrimonio histórico y nuestros activos culturales (imagen



de marca, páginas webs, folletos, etcétera) como un complemento al turismo de sol y playa.

2. Una mayor visibilidad del patrimonio y activos culturales en las webs, redes sociales y medios de comunicación, así como una actualización con suficiente anticipación (varias semanas incluso) de las actividades a realizar en cualquier espacio público y sobre todo privado.

3. Trazar ejes culturales reconocibles y conectados entre sí (marcas en las vías ciudadanas y con mapas digitales) que informen de puntos de relevancia cultural. Estos ejes pueden vincularse con aplicaciones móviles o webs donde se indiquen las actividades culturales que van a tener lugar (tal y como se ha indicado en el punto 2).

4. Libertad de acceso wifi gratuito en los puntos culturales y alrededores, que permitan a los asistentes a los eventos publicar sus impresiones y sirvan de atracción a las zonas culturales a turistas y ciudadanos.

5. Creación de una tarjeta digital cultural para Alicante, que permita descuentos o pases gratuitos a cines, teatros, o museos, como ya existen en diferentes ciudades del mundo. Esta tarjeta, además, puede suponer otro tipo de beneficios en empresas de los SCC de la ciudad (como librerías o papelerías), en los medios de transporte público, de aparcamiento en los días de actividad cultural, etcétera.

5.3. Modernización y digitalización empresarial.

Aunque los activos e infraestructuras públicas pueden considerarse como las más dinámicas desde un punto de vista cultural, en suma son las iniciativas privadas las que más aportan al desarrollo de los SCC. En total casi 650 empresas relacionadas de forma directa con las actividades culturales y creativas. A ellas, además, hay que sumar otras muchas profesiones que por definición, tal y como se ha explicado, tienen una relación 'secundaria' con el ámbito cultural, como las agencias de contratación, despachos de arquitectura o profesionales dedicados a la investigación, pero que en la práctica pueden estar muy vinculados a los SCC, y que más allá de los números sería conveniente tenerlos en consideración a la hora de abordar cualquier tipo de iniciativa.

Respecto a esta base de empresas culturales y creativas es importante advertir que su estructura, tal y como ocurre a nivel nacional con casi todos los sectores, está compuesta en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, con una capacidad relativa de expansión y contratación.

Recordemos que la mayor parte de las empresas en los SCC podían agruparse en el grupo de 'actividades del comercio y el alquiler', con un 27% del total (un 7% más que en la media nacional). Por sectores, cerca del 85% de las empresas en la rama de Libros y prensa contrataban menos de 5 trabajadores (lo que se considera una microempresa), una cifra que llegaba al 87% en el sector de las artes plásticas, y

al 90% en el sector audiovisual y multimedia precisamente las dos ramas con menor presencia del sector público en su actividad.

Este pequeño tamaño de las empresas es en parte síntoma y causa de la débil estructura competitiva de nuestro sistema económico, con las elevadas tasas de desempleo que todos conocemos. Y decimos en parte porque si bien es cierto que otros países como Alemania o Reino Unido tienen una base empresarial con una media de contratación más elevada (12 y 10 trabajadores respectivamente), España (con 5,5 empleos por empresa) está muy cerca del tamaño medio de Francia (6) y ligeramente superior a Italia y Portugal.

Es por tanto necesario buscar otra serie de explicaciones al fenómeno español, que claramente se refleja en la ciudad de Alicante. Y posiblemente la propensión a innovar por parte de las empresas sea otra de las cuestiones que es relevante tratar. En recientes estudios, y a partir de informes como la encuesta de innovación empresarial realizada por el INE en 2017 o la Innovation Scoreboard de la Comisión Europea, se ha podido constatar que (1) el desempeño innovador de las empresas españolas es de por sí muy limitado por cuestiones de tamaño, falta de financiación, o personal no cualificado, y (2) que dentro de todo el espectro nacional, la Comunidad Valenciana se encontraría en una zona media-baja en relación a su esfuerzo innovador.

Es evidente que esta lectura general a escala nacional y regional puede trasladarse a las empresas culturales y creativas, y en la base de datos empresarial con la que se trabajó pudo

constatarse que más del 90% de las empresas no contaban con página web. En este caso, sin embargo, es necesario hacer un inciso, ya que por suerte en la actualidad un negocio puede aparecer en Google Maps, Facebook, Foursquare, o incluso TripAdvisor sin contar con web propia. Pero es evidente que los profesionales con cierta cultura digital, además de su presencia indexada en otras webs y redes sociales, querrán tener su propio espacio o portafolio.

Ahora bien, debemos llevar a cabo una reflexión referida a este punto, ya que ante la presencia de gigantes como Amazon, o la expansión del comercio online de otras empresas como fnac, El Corte Inglés o La Casa del Libro, la posibilidad de sobresalir en la web es cada vez más difícil.

En este sentido no existen fórmulas mágicas, pero cualquier solución pasa, como decíamos, por una notable cultura digital, que permita a los profesionales explorar los diferentes canales para anunciar y vender sus productos, tratar con datos y KPIs buscando aquello que los diferencie de la competencia, o entablar contacto con sus potenciales compradores a escala global.

Pero más allá de una mejora de los sectores culturales y creativos tradicionales, la digitalización de éstas áreas pasa por encontrar y explotar nuevas tendencias, capaces de posicionar a Alicante en el mapa de la 'nueva cultura', como los videojuegos, los diseñadores gráficos, o los creadores de contenido audiovisual, entre otros. La era digital es sin duda uno de los momentos en los que más podemos enriquecernos culturalmente, gracias al acceso a información, tendencias y

conocimiento proveniente de cualquier parte del planeta, y esta ola debe ser aprovechada por nuestros sectores para poder poner en conocimiento del mundo lo que hacemos aquí. Sobre todo cuando, como vimos en el apartado 2, la exportación de cultura digital es lo que define a los SCC de los países más desarrollados.

Y para ello, se dan 5 sencillas actuaciones, que podrían ser acometidas por parte de la ciudad de Alicante para potenciar la digitalización de sus sectores culturales y creativos:

1. *Organizar ferias, torneos e iniciativas de difusión para la profesionalización en nuevas ramas culturales y creativas digitales, como el sector de los videojuegos o el diseño creativo.*

2. *Fomentar el aprendizaje digital entre los profesionales del sector cultural, para aprovechar los recursos de marketing que existen y posicionarse en la web, vender online, etcétera.*

3. *Establecer acuerdos de colaboración con universidades, empresas e institutos para fomentar la utilización de los datos abiertos para mejorar la visibilidad de las empresas culturales.*

4. *Impulsar campañas desde el ayuntamiento en colaboración con los comercios culturales locales para impulsar sus ventas (con especial enfoque a instagram y los escaparates).*

5. *Fomentar una red de empresas culturales a nivel local que permita la cooperación y la creación de sinergias con empresas tecnológicas y el trabajo mediante prácticas remuneradas con profesionales de la rama informática.*

5.4. Impulsar sectores emergentes y la educación de futuro

Los apartados anteriores han hecho referencia a cuestiones que tenían un punto en común: la reconversión del sector cultural en base a los sectores emergentes y la educación del futuro. Lejos de entender el sector cultural como un elemento al margen, como hemos observado se encuentra influenciado por un entorno local, regional y nacional que presenta condicionantes positivos y negativos para sus intereses.

El turismo, nuestra base empresarial, la formación de nuestros estudiantes y futuros profesionales, la integración entre empresas, universidades e instituciones públicas... toda actuación de la sociedad, las empresas y las instituciones tendrán su reflejo en el devenir de los sectores culturales y creativos. Pero esta relación es recíproca, y a la vez Alicante como ciudad está definida en gran parte por su cultura y sus empresas del sector, que influyen en nuestro estilo de vida, en la generación de empleo y riqueza, y en la proyección y competitividad internacional.

Por ejemplo, y enlazando las recomendaciones hechas hasta ahora, la apertura de datos públicos (conocido como open data) es fundamental para reconducir Alicante como destino turístico hacia la llamada 'gestión inteligente', que fomente un cambio en el tipo de ocio de menor estacionalización y evite la saturación turística. Pero si los empresarios no participan con su información, ni acceden a las plataformas públicas para dejar sus datos, será imposible armonizar una base de datos con los activos y empresas culturales. Y



por último, si no existen empresas tecnológicas vinculadas al sector cultural, no seremos capaces de explotar estos datos para desarrollar un destino inteligente. Y este ejemplo puede repetirse con cualquier otra propuesta que queramos llevar a cabo: sin las tres patas trabajando de manera coordinada (instituciones públicas, empresas y sociedad) será difícil impulsar unos SCC punteros y de vanguardia. Por tanto, el último de los puntos de mejora se refiere a lo que constituye la base de todo: la educación.

Es de sobra conocido que los profesionales del futuro deberán habilitarse en una serie de herramientas y habilidades, recogidas bajo las muy repetidas siglas STEM (ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas, en inglés) que anuncian una nueva ola de trabajos que hasta la fecha no existen. Tal y como hablábamos en las páginas anteriores, disrupciones como el Deep Learning tendrán un impacto valorado en miles y miles de millones sobre cualquier sector. También el cultural, por supuesto. Y aunque sea algo que veamos a largo plazo, o con una relación no del todo directa, sin una base de profesionales capacitados en las habilidades que se demandarán en el futuro, el sector cultural alicantino (y cualquier otro sector económico) quedará en una posición de absoluta fragilidad frente a otros rivales.

¿Quiere decir esto que todos los profesionales de la rama cultural deben ser informáticos? No, claro que no. No se trata de un 'todo o nada', ni de una desaparición total de los empleos analógicos, aunque algunos expertos sí se atrevan a anunciarlo. De hecho hay otras habilidades que serán tanto o más necesarias en los empleos

del futuro, como la creatividad o la capacidad de comunicación, tan necesarias en los SCC. Pero esto no nos aleja de una realidad que requiere cambios profundos de acuerdo a las tendencias que se observan desde hace décadas. Aunque en el futuro sigan existiendo librerías, papelerías o pequeños comercios de venta de productos fotográficos, las empresas que más impacto generarán en la ciudad crecerán en clave digital, tal y como se apuntaba anteriormente, con sectores como los videojuegos, la formación a distancia con formatos derivados de los MOOC, además de un conjunto de profesionales encargados de la gestión inteligente de las ciudades, que van desde la preservación del patrimonio, hasta la sostenibilidad y explotación de datos, también culturales.

Ahora bien, no se trata de impulsar proyectos e iniciativas a la desesperada. Es importante analizar la estructura económica de Alicante para aprovechar sus ventajas comparativas y crecer desde allí. Tal y como vimos en la estructura empresarial de los SCC en la ciudad, destacaba la facturación y la capacidad de empleo de las actividades relacionadas con las 'Artes gráficas y reproducción de soportes grabados', y de las 'Actividades cinematográficas', y de las 'Actividades de diseño'. Y además, Alicante cuenta con un elemento con el que sueñan las ciudades de todo el mundo: una base enorme de demanda potencial que nos visita año tras año, y que en la mayoría de los casos, como ya se ha demostrado, desconoce los productos culturales que Alicante puede ofrecerle.

Este hecho, además de una base de recursos humanos bien formados y una capacidad de

inversión pública demostrada Ayuntamiento y Diputación principalmente, pueden impulsar el cambio en el sector cultural, que incluya cuestiones referidas a lo largo de este trabajo como 'innovación', 'conocimiento' y 'competitividad'.

Y para ello se proponen, en relación con todas las actuaciones ya establecidas anteriormente, 5 nuevas medidas concretas para impulsar el sector cultural hacia la vanguardia y los sectores emergentes:

- 1. Fomentar una cultura digital en Alicante, desde la base educativa, que prepare a profesionales de cualquier sector (también en los SCC, o en las administraciones públicas) para los retos del siglo XXI.*
- 2. Apoyar la presencia de los llamados nómadas digitales, y establecer relaciones que puedan ser provechosas desde un punto de vista cultural, público y privado.*
- 3. Impulsar programas de emprendimiento cultural, especialmente de base audiovisual, tecnológico y multimedia, que son los de mayor impacto económico esperado en los próximos años.*
- 4. Garantizar el contacto de estudiantes en edades primarias y secundarias con los activos culturales de Alicante, para fomentar la sostenibilidad y el respeto hacia ellos.*
- 5. Estudiar qué sectores culturales son los más propicios para su desarrollo en la ciudad de Alicante (a partir de información como la que acompaña este documento) para potenciar clusters industriales y tecnológicos que maximicen la rentabilidad de las empresas.*

ANEXOS METODOLÓGICOS.

Anexo 1. Apuntes metodológicos del apartado 3.

En el apartado 3 de este estudio, 'Aproximación al sector cultural alicantino'. se ha procedido a un primer análisis descriptivo de los SCC en la ciudad de Alicante, lo que incluye tanto la participación pública como privada. Para ello, y como se ha especificado, se ha tomado como referencia el Anuario de Estadísticas Culturales creado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2017), tratando de aproximar los resultados obtenidos en dicho anuario al plano local de la ciudad de Alicante.

Respecto al análisis del sector público, en este estudio se han tomado en consideración -cuando ha sido posible- los presupuestos "consolidados", ya que eliminan la doble contabilización de las transferencias internas entre las administraciones y otros entes dependientes. Todos los resultados que en el trabajo se emplean están públicos en las diferentes webs de la Generalitat Valenciana, la Diputación y el Ayuntamiento de Alicante, reflejándose fielmente los resultados encontrados para poder ser evaluados y corregidos en caso de ser necesario. Es necesario, no obstante, apuntar que en el caso de las dos primeras se hace difícil estimar qué cantidad del presupuesto final se destina directamente a la ciudad de Alicante más allá de las propias infraestructuras sitas en la localidad. Las partidas referidas a la promoción de la cultura o la lengua, la administración general en el área de cultura, o

las subvenciones destinadas a municipios de la región no están tan desglosados como pudiera ser de nuestro interés.

Así pues, en el primer ejercicio realizado, aunque se reflejan todos los gastos en cultura de las tres administraciones (local, provincial y regional), nos centraremos principalmente en las infraestructuras de carácter público que se ubican en la propia ciudad de Alicante para estimar su aportación.

Para el análisis del sector privado, nos hemos basado en aquellas áreas económicas o actividades definidas por el Anuario citado como integrantes de los SCC. Dichas áreas económicas se han establecido a partir de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 2009), y cuyos códigos se detallan en el **Anexo 3**, distribuyéndose en dos grandes grupos: "Actividades culturales y creativas" y "Actividades del comercio y el alquiler". La agregación de actividades empleada por el Anuario de Estadísticas Culturales y que ha servido de base para el análisis del sector privado en este documento puede verse a continuación.

■ Actividades culturales y creativas:

1. *Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales*

Incluye el código 910 de la CNAE 2009

2. *Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales*

Incluye el código 581 de la CNAE 2009

3. *Actividades cinematográficas, de vídeo, radio, televisión y edición musical*

Incluye los códigos 591, 592, 601 y 602 de la CNAE 2009

4. *Actividades de agencias de noticias*

Incluye el código 6391 de la CNAE 2009

5. *Actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos*

Incluye los códigos 900 y 741

6. *Actividades de fotografía*

Incluye el código 742 de la CNAE 2009

7. *Actividades de traducción e interpretación*

Incluye el código 743 de la CNAE 2009

8. *Artes gráficas y reproducción de soportes grabados*

Incluye los códigos 181 y 182 de la CNAE 2009

9. *Fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales*

Incluye los códigos 264, 268 y 322 de la CNAE 2009

10. *Educación cultural*

Incluye el código 8552 de la CNAE 2009

■ *En determinadas actividades del comercio y alquiler*

Incluye los códigos 4743, 4761, 4762, 4763 y 7722 de la CNAE 2009

Como se ha indicado anteriormente, se dejan al margen las actividades vinculadas con la propiedad intelectual, o aquellas que no pueden catalogarse únicamente dentro de la rama cultural o creativa, aunque tengan cierta relación con la misma como es el caso de arquitectos, empresas de informática, o agencias de colocación, entre otras. La agregación de actividades a partir de la CNAE hace imposible una separación realista de las tareas



culturales de las que no lo son en este tipo de profesiones, y aunque no es el objetivo de este trabajo, mediante encuestas y el empleo de la metodología input-output sobre las cuentas de la Contabilidad Nacional podría derivarse su aporte a los sectores culturales y creativos.

Al mismo tiempo, y como se verá en el Apartado 4, la definición de las actividades definidas por la CNAE impide una clara distinción entre áreas culturales. Algunas actividades pueden aparecer en dos o tres sectores culturales distintos, imposibilitando establecer una distribución porcentual del peso de la cultura en cada una de sus ramas (música, literatura, pintura, etcétera).

Sin embargo, y a pesar de los elementos negativos que destacamos, y como se advirtió en el apartado 2, trabajar con un estándar de agregación de actividades es esencial para poder llevar a cabo una comparativa con el resto de la región y del país.

Para proceder al análisis del sector privado se ha trabajado con la base de datos de la Cámara de Comercio, que aunque cuenta con algunas diferencias respecto a la base de datos que se emplea en el Anuario - el directorio central de empresas (DIRCE) proporcionado por el INE, es la mejor herramienta de la que disponemos para obtener información de las empresas alicantinas.

Merece la pena, sin embargo, poner de manifiesto que existen ciertas diferencias entre los resultados obtenidos mediante los datos de la Cámara de Comercio, de aquellos con los que trabaja el Anuario, que como decíamos son inaccesibles a nivel local por no encontrarse la información desagregada por actividades.

De esta forma, el DIRCE muestra que la media nacional de empresas culturales para 2016 es de un 3,52% del total, es decir, 114.099 empresas sobre un total de más de 3.240.000. Sin embargo, la información con la que contamos de la Cámara de Comercio, aun empleando los mismos códigos CNAE que en el Anuario Estadístico Cultural, nos marca para 2018 en un 2,81% la media de empresas culturales respecto al total nacional. Esto es, algo más de 90.000 empresas culturales para todo el territorio respecto a 3.201.000 empresas recogidas en la base de datos.

La diferencia se encuentra en el total de empresas 'culturales', que se reduce entre la muestra del DIRCE y la de la Cámara de Comercio en más de un 26%. Ante esta diferencia entre resultados, se ha tomado como base la información de la Cámara de Comercio, ya que es a la que hemos tenido acceso. En base a ella se ha podido analizar el volumen de empresas culturales en la ciudad de Alicante, siendo sus resultados comparados con los del resto de capitales de provincia y la media nacional.

Anexo 2. Apuntes metodológicos del apartado 4.

Para proceder a estimar el impacto tanto en el PIB como en el empleo de los SCC de la ciudad de Alicante se ha tratado de derivar los resultados tanto del conjunto de España como de la propia Comunidad Autónoma sobre la información existente en Alicante.

Como se comentó previamente, en el caso de la ciudad de Alicante contamos con las empresas activas, que en 2016 eran de 24.886

según el DIRCE, pero no los datos desagregados por actividades según la CNAE, algo que sí existe a nivel nacional y regional.

Como ya se explicó, debido a ello se recurrió a la base de datos de la Cámara de Comercio, a partir de la cual se obtuvo que la relación de empresas culturales respecto al total de empresas en Alicante (2,52%) era muy similar a la media regional (2,54%), pero inferior a la nacional (2,8%). Proyectando estos resultados sobre la base de datos del Anuario Estadístico Cultural trazado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en 2017, obtendríamos un peso relativo de las empresas culturales alicantinas respecto al total de un 3%, similares a los datos de la Comunidad Valenciana.

Pero para estimar el impacto del PIB y del empleo en la ciudad de Alicante, necesitamos además conocer los datos públicos, tal y como se mostraron en el apartado 3.

Si derivamos la información reflejada y distribuimos los gastos entre administraciones, obtenemos la siguiente información: el presupuesto estimado por la Generalitat Valenciana para la ciudad de Alicante es de un 0,06% del PIB, el presupuesto de la Diputación del Alicante ejecutado en su capital corresponde con un 0,19% del PIB, y el presupuesto del Ayuntamiento de Alicante, se calcula en un 0,10% del PIB. En total, el gasto público desembolsado en Alicante es de un 0,35%, resultado idéntico a la media de la Comunidad Valenciana, y superior en 5 centésimas respecto a la media nacional.

A partir de estos resultados, podemos establecer un paralelismo entre la media regional y la ciudad de Alicante,

pudiendo derivar, según los datos del Anuario de Estadísticas Culturales, el peso sobre el empleo de los SCC, que tanto para la Comunidad Valenciana como para la ciudad de Alicante será de un 2,4%, inferior 3,02% de la media nacional.

Con esta información, podemos obtener el volumen total de empleo cultural en la ciudad de Alicante. Para ello, tomamos los datos conocidos del Anuario citado: 544.700 personas para el conjunto de España (3,02%) y 42.800 empleados en la Comunidad Valenciana (2,4%).

Pero para conocer los datos en la ciudad de Alicante no podemos usar los datos de la Encuesta de Población Activa (como se hace a nivel de la Cuenta Satélite de Turismo) por no disponer del nivel desagregado correspondiente. Sí podemos usar, sin embargo, el valor provincial a partir de las encuestas de población activa y los datos existentes de afiliados de la Seguridad Social, aproximando a la cifra buscada para Alicante. A partir de diferentes cálculos y derivando del total de habitantes de la provincia el total de la ciudad, podemos decir que la media de personas afiliadas a la Seguridad Social durante los cuatro trimestres de 2017 ascendió a 102.882 personas.

Sin embargo, no sería metodológicamente correcto aplicar el porcentaje estimado por la Cuenta Satélite del Turismo con datos de la EPA al número de trabajadores estimados mediante la Seguridad Social, por tratarse de fuentes distintas. En este sentido, se requiere una corrección que se efectúa de la siguiente manera:

Se contrasta que la media de ocupados que arroja la EPA para el conjunto de la provincia

de Alicante en 2017 ascendió a 741.471 personas, mientras que la media de afiliados a la Seguridad Social ascendió a 582.792 personas, lo que supondría que la Seguridad Social vendría sobreestimando la ocupación en la provincia de Alicante respecto a la EPA correspondiendo un índice corrector de 0,8:

$$471.475/582.792=0,8$$

Aplicando este índice corrector a los datos de afiliación de la ciudad de Alicante, tendríamos un nivel de empleo comparable con el de la Cuenta Satélite de la Cultura de 82.305 personas.

$$102.882 \times 0,8 = 82.305$$

A este resultado debemos multiplicarle el valor que representa para el empleo la actividad cultural en la ciudad de Alicante, que será el mismo valor que en la comunidad Valenciana (2,4%). En total, 1.975 trabajadores en la ciudad de Alicante se dedican a los sectores culturales y creativos como principal actividad.

Encontrar el volumen de empleados es imprescindible para la obtención del PIB cultural de la ciudad de Alicante, ya que tal y como hiciera Köster (2007) para la Comunidad Valenciana¹², vamos a emplear la productividad del factor trabajo para derivar el impacto de los SCC sobre la riqueza, aunque con algunas correcciones.

Sin embargo, antes de proceder es necesario calcular el PIB de la

ciudad de Alicante, para lo cual partiremos de la Contabilidad Regional de España elaborada por el INE, que cifraba el PIB de la provincia de Alicante en 2015 en un total de 33,471 millones de euros, estimando un PIB per cápita de 17.525 euros. Estos datos corresponden a una población estimada de 1.848.500 habitantes para toda la provincia, de los cuales 328.648 habitantes correspondían a la ciudad de Alicante a día 1 de enero de 2015. Aplicando la media provincial de PIB per cápita a este número de habitantes puede establecerse que el PIB de la ciudad de Alicante alcanzó en 2015 un total de 5.759.556.200 euros.

Para ello, en primer lugar se ha calculado la productividad cultural nacional en base al PIB cultural y el volumen de empleo estimado por el Anuario Estadístico Cultural (2017). El valor aportado por trabajador de los SCC es de 65.324 euros. Esta cifra difiere de los datos de la Com. Valenciana o de la ciudad de Alicante, siendo la media de la productividad nacional superior en un 29% y un 15% respectivamente.

Por tanto se ha aplicado un índice corrector para la Comunidad Valenciana de un 0,706 y para Alicante de un 0,849 para acercar los datos de productividad cultural a los nacionales. Multiplicando estos índices por el volumen de empleo cultural en la Comunidad Valenciana y la ciudad de Alicante obtenemos un peso del 1,90% de los SCC respecto al PIB (109 millones de euros) y del 2,24% del total del empleo generado (1.975-1976 trabajadores). Este resultado, sin embargo, no tiene en cuenta como ya se comentó la aportación

¹² Köster, P. R. (2007). Cultura en la Comunidad Valenciana, en La Comunidad Valenciana en el umbral del siglo XXI: estrategias de desarrollo económico (pp. 495-523). Universitat de València



de las actividades relacionadas con la propiedad intelectual, ni de aquellas actividades que por su definición no puede separarse de forma concisa su rama cultural de otras no culturales. Todos los datos empleados pueden verse en la **figura A1**:

Figura A1: Datos culturales a nivel nacional, regional y local.

	Gasto público en cultura (x1000)	Gasto público / PIB (%)	Gasto público Admin. autonómica / PIB (%)	Gasto público Admin Provincial / PIB (%)	Gasto público Admin local / PIB (%)	Productiv. total economía
España	4.477.229	0,30	0,10	0,03	0,17	82.231
C. Valenciana	370.883	0,36	0,08	0,04	0,23	58.110
Alicante	20.512	0,36	0,06	0,11	0,19	69.862

	Empleo cultural	Empleo cultural / total (%)	PIB Cultural (x1000)	PIB cultural / PIB (%)	Empresas culturales / Total (%)	Productiv. cultural
España	544.700	3,02	35.582.232	2,40	3,52	65.324
C. Valenciana	42.800	2,40	1.975.785	1,90	3,06	46.163
Alicante	1.976	2,40	109.665	1,91	3,03	55.498

Fuente: elaboración propia.

Una vez calculado el impacto del PIB y del empleo sobre la ciudad de Alicante de los distintos SCC, hemos partido de la división de actividades ya descritas por el Anuario de Estadísticas Culturales en base seis sectores, que quedan clasificados de la siguiente forma

- *Patrimonio (PA):*
Actividades de museos
Actividades de monumentos históricos
Protección del patrimonio histórico y natural
Actividades educativas

Actividades principales (cód. CNAE): 8552, 9102, 9103, 9104

Actividades secundarias (cód.

CNAE): 8411, 8412, 85 (p), 9499.

- *Archivos y bibliotecas (AB):*
Actividades de bibliotecas
Actividades de archivos
Actividades educativas

Actividades principales (cód. CNAE): 8552, 9105, 9106.

Actividades secundarias (cód. CNAE): 8411, 8412, 85 (p), 9499.

- *Libros y prensa (LP):*
Trabajos de creación literaria
Preparación de artículos para publicaciones periódicas
Producción de libros
Producción de prensa y publicaciones periódicas

Actividades de traducción e

interpretación

Impresión

Encuadernación

Actividades de agencias de noticias

Actividades de agentes literarios

Comercio de libros

Comercio de prensa y publicaciones

periódicas

Actividades educativas

Actividades principales (cód. CNAE):

1811, 1812, 1813, 1814, 4761, 4762, 5811,

5813, 5814, 5819, 6391, 7430, 8552,

9003.

Actividades secundarias (cód.

CNAE): 4649, 4690, 4719, 4759, 4779,

4789, 4791, 4799, 6399, 7490, 8411,

8412, 85 (p), 9499.

- *Artes plásticas (AP).*

Creación de artes plásticas
 Producción de artes plásticas
 Exhibición de artes plásticas
 Actividades de fotografía
 Actividades de arquitectura
 Diseño especializado
 Comercio de artes plásticas
 Actividades educativas

Actividades principales (cód. CNAE):
 1812, 5819, 7410, 7420, 8552, 9003,
 Actividades secundarias (cód.
 CNAE): 2670, 4610, 4643, 4778, 4779,
 4789, 4791, 7411, 7490, 8411, 8412, 85
 (p), 9499.

- Artes escénicas (AE)
 - Creación de artes escénicas
 - Actividades de interpretación
 - Actividades de producción de espectáculos
 - Actividades de exhibición de espectáculos
 - Actividades educativas

Actividades principales (cód. CNAE):
 3220, 8552, 9001, 9002, 9004.
 Actividades secundarias (cód.
 CNAE): 3319, 4649, 4743, 4789, 4791,
 7490, 7810, 7990, 8411, 8412, 85 (p),
 9499.

- Audiovisual y multimedia (AM)
 - Actividades de creación
 - Edición de videojuegos
 - Actividades de cinematografía y vídeo
 - Actividades de música grabada
 - Actividades de televisión y radio
 - Distribución, comercio y exhibición

Actividades principales
 (cód. CNAE):
 Cine y vídeo (AMc): 1820, 5821, 5912,
 5914, 5915, 5917.
 Música grabada (AMm): 1820, 5920.

Radio y televisión (AMr): 5912, 5916,
 5918, 6010, 6020

Otros (AMo): 4743, 4763, 7722, 8552.

Actividades secundarias (cód.
 CNAE): 2640, 2680, 4643, 4652, 4742,

4759, 4789, 4791, 7490, 7729, 7810,
 8411, 8412, 85 (p), 9521, 9499.

Como vemos el estudio de los SCC tiene como una de sus principales dificultades que existen actividades que pueden englobarse directamente en uno o varios subsectores, mientras que otras mantienen una relación indirecta o secundaria difícilmente cuantificable. En este segundo grupo entrarían por ejemplo las actividades científicas y técnicas (código CNAE 4799), las actividades de colocación, donde también se incluyen los castings de artistas (código CNAE 7810), o las actividades de la propia administración pública (Código CNAE 8411), entre otras, que quedan fuera del estudio por la complejidad de extraer de ellas el impacto concreto sobre el sector cultural, tal y como se menciona en el Anuario Estadístico Cultural.

Para extraer el peso de cada sector sobre el PIB y el empleo cultural alicantino se ha trabajado con ponderaciones de la facturación y el empleo de cada empresa cultural de acuerdo a la base de datos de la Cámara de Comercio. Esto es necesario ya que nuestra base de datos no nos da el valor exacto de facturación o empleo, sino que lo asigna entre valores, tal y como puede verse en la **figura A2**. Este método es ciertamente novedoso, y nos permite una aproximación certera gracias a los datos de partida del Anuario Estadístico de Cultura y a las estimaciones previas.

Para llevar a cabo esta ponderación, se le asignó a cada empresa el valor medio del segmento en el que se encuentra tanto en empleo (2,5 trabajadores para el segmento 1, 8 trabajadores para el segmento 2, etcétera) como para el volumen

de facturación (150.000 euros para el primer segmento, 450.000 euros para el segundo segmento, etcétera). Multiplicando este valor medio de cada segmento por el número de empresas que hay en cada uno de ellos, obtenemos una facturación total de 162,9 millones de euros generadas por las empresas culturales alicantinas, y 2.828 empleados tal y como se ve en la figura 29, y que formalmente se ha obtenido como:

$$Z = \sum_{i=1}^n (z_i), \quad z_i = \sum_{j=1}^n (y_j \bar{x}_j)$$

siendo Z el valor total estimado, obtenido como la suma del valor (empleo y facturación) de cada sector 'z', y que a su vez es el resultado de multiplicar el número de empresas en cada rango 'x' de empleo y facturación por el valor medio de dicho rango (\bar{x}).

Estos resultados, sumados a la aportación del sector público se alejan de los esperables (**109 millones de euros y 1976 empleados**), lo que indica que la media obtenida a partir de los rangos sobrestima la capacidad de generar empleo y riqueza por parte de las empresas alicantinas de los SCC.

Por tanto, es necesario corregir esta situación ponderando a la baja en cada sector para obtener los resultados esperados para el sector público. Esta corrección puede verse en la **Figura A3**.

Con estos resultados, se ha procedido a la división por sectores del apartado 4 de este trabajo.



Figura A2: Rangos de distribución de empleo y facturación de las empresas culturales.

Empleo		Facturación	
Rango 1	1 - 5 empleados	Rango 1	hasta 300.000 €
Rango 2	6 - 10 empleados	Rango 2	300.001€ - 600.000 €
Rango 3	11 - 25 empleados	Rango 3	600.001 € - 1,5 mill. €
Rango 4	26 - 50 empleados	Rango 4	1,5 mill. € - 3 mill. €
Rango 5	51 - 100 empleados	Rango 5	3 mill. € - 6 mill. €
Rango 6	101 - 250 empleados	Rango 6	6 mill. € a 15 mill. €

Fuente: rangos de valores asignados por la Cámara de Comercio a las empresas.

Figura A3: Valor estimado de cada actividad cultural a partir de las medias de los rangos

Código CNAE	Sector	Empleo estimado			Facturación estimada		
		Total	(%)	Corregido	Total (x1000)	(%)	Corregido (x1000)
1812	LP, AP	507	17,96%	305	37.650	23,11%	20.754
1814	LP	8	0,28%	5	450	0,28%	248
1820	AMc, AMm	5	0,18%	3	900	0,55%	496
4743	AMo	7	0,25%	4	450	0,28%	248
4761	LP	401	14,21%	242	25.500	15,65%	14.056
4762	LP	33	1,17%	20	3.150	1,93%	1.736
5811	LP	306	10,84%	184	7.950	4,88%	4.382
5813	LP	260	9,21%	157	13.650	8,38%	7.524
5819	LP, AP	38	1,35%	23	1.950	1,20%	1.075
5821	AMc	-	-	0	-	-	0
5912	AMc, AMr	202	7,16%	122	12.150	7,46%	6.697
5914	AMc	13	0,46%	8	450	0,28%	248
5915	AMc	96	3,40%	58	3.900	2,76%	2.150
5917	AMc	7	0,25%	4	450	0,46%	248
5920	AMm	82	2,91%	49	4.500	2,76%	2.481
6010	AMr	12	0,44%	7	750	0,46%	413
6020	AMr	63	2,23%	38	1.650	1,01%	910
7410	AP	7	0,25%	4	450	0,28%	248
7420	AP	51	1,81%	31	4.800	2,95%	2.646
7430	LP	267	9,46%	161	15.900	9,76%	8.765
7722	AMo	63	2,23%	38	3.750	2,30%	2.067
8552	- Todas -	92	3,26%	55	5.550	3,41%	3.059
9001	AE	92	3,26%	55	5.550	3,41%	3.059
9002	AE	74	2,62%	45	4.050	2,49%	2.232
9003	LP, AP	18	0,64%	11	3.150	1,93%	1.736
9004	AE	20	0,71%	12	300	0,18%	165
9102	PA	80	2,83%	48	3.450	2,12%	1.902
9104	PA	18	0,64%	11	450	0,28%	248

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Actividades según el código CNAE (2009).

Actividades con relación directa en los SCC usadas para el estudio.

Código	Descripción
181	Artes gráficas y servicios relacionados con las mismas
1811	Artes gráficas y servicios relacionados con las mismas
1812	Otras actividades de impresión y artes gráficas
1813	Servicios de preimpresión y preparación de soportes
1814	Encuadernación y servicios relacionados con la misma
182	Reproducción de soportes grabados
264	Fabricación de productos electrónicos de consumo
268	Fabricación de soportes magnéticos y ópticos
322	Fabricación de instrumentos musicales
4743	Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados
4761	Comercio al por menor de libros en establecimientos especializados
4762	Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializados
4763	Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados
581	Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales
5811	Edición de libros
5812	Edición de directorios y guías de direcciones postales
5813	Edición de periódicos
5814	Edición de revistas
5819	Otras actividades editoriales
591	Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión
5912	Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo y de programas de televisión
5914	Actividades de exhibición cinematográfica
5915	Actividades de producción cinematográfica y de vídeo
5916	Actividades de producciones de programas de televisión
5917	Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo
5918	Actividades de distribución de programas de televisión
592	Actividades de grabación de sonido y edición musical
601	Actividades de radiodifusión
602	Actividades de programación y emisión de televisión
6391	Actividades de las agencias de noticias
741	Actividades de diseño especializado
742	Actividades de fotografía
743	Actividades de traducción e interpretación
7722	Alquiler de cintas de vídeo y discos
8552	Educación cultural
900	Actividades de creación, artísticas y espectáculos
9001	Artes escénicas
9002	Actividades auxiliares a las artes escénicas
9003	Creación artística y literaria
9004	Gestión de salas de espectáculos
910	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
9102	Actividades de museos
9103	Gestión de lugares y edificios históricos
9104	Actividades de los jardines botánicos, parques zoológicos y reservas naturales
9105	Actividades de bibliotecas
9106	Actividades de archivos



Actividades con relación indirecta en los SCC no usadas en este estudio.

Código	Descripción
2640	Fabricación de productos electrónicos de consumo
2670	Fabricación de instrumentos de óptica y equipo fotográfico
2680	Fabricación de soportes magnéticos y ópticos
3319	Reparación de otros equipos
461	Intermediarios del comercio
4643	Comercio al por mayor de aparatos electrodomésticos
4649	Comercio al por mayor de otros artículos de uso doméstico
4690	Comercio al por mayor no especializado
4719	Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados
4742	Comercio al por menor de equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados
4743	Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados
4759	Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminación y otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados
4778	Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados
4779	Comercio al por menor de artículos de segunda mano en establecimientos
4789	Comercio al por menor de otros productos en puestos de venta y en mercadillos
4791	Comercio al por menor por correspondencia o Internet
4799	Otro comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos
6399	Otros servicios de información n.c.o.p.
7490	Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.o.p.
7729	Alquiler de otros efectos personales y artículos de uso doméstico
781	Actividades de las agencias de colocación
799	Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos
8411	Actividades generales de la Administración Pública
8412	Regulación de las actividades sanitarias, educativas y culturales y otros servicios sociales, excepto Seguridad Social
85	Educación
9499	Otras actividades asociativas n.c.o.p.