

PROGRAMA 14XA

C24.I01 IMPULSO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES. **POLÍTICA EXTERIOR**

1. DENOMINACION DEL COMPONENTE

Revalorización de la industria cultural.

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL COMPONENTE

El sector cultural adolece de una serie de características estructurales que le han impedido desarrollar todo su potencial. De las 127.581 empresas que existían antes de la pandemia, cifra que suponía el 4% del conjunto de empresas españolas, el 67,1% no tenía ningún asalariado, un 26,7% eran empresas pequeñas (entre 1 y 5 empleados), un 6% eran medianas (entre 6 y 49 asalariados) y tan solo un 0,5% daba empleo a más de 50 personas. La mayor parte de ellas, el 85%, se dedicaba a actividades de la industria o los servicios, tales como actividades de edición, de bibliotecas, archivos, museos, cinematográfica, de vídeo, de radio y televisión, o las artísticas y de espectáculos entre otras, y el 15% restante, en actividades vinculadas al comercio o alquiler de bienes culturales.

La presencia de autónomos y micropymes ha impedido al sector hacer frente a una serie de retos que deben abordarse para fomentar la competitividad, dinamización y cohesión territorial del ecosistema cultural como son: el crecimiento y el empleo, la innovación, la internacionalización, la formación o una verdadera transformación digital o transición ecológica. Además, existen una serie de carencias en el ámbito legislativo que deben de ser abordadas con el fin de mejorar el marco regulatorio de la cadena de valor artística que va desde la protección de la propiedad intelectual hasta los derechos de los propios artistas.

Con todo, las fragilidades estructurales que presentan las industrias culturales y creativas las hacen especialmente vulnerables en períodos de crisis. En particular, un primer análisis del impacto COVID indica que en el cuarto trimestre de 2020 el empleo cultural se situó en 652 mil personas, cifra que representa un descenso interanual respecto al mismo trimestre del año anterior del 8,6% y que, en conjunto, si se comparan los datos obtenidos en el 2020 respecto al mismo periodo del año anterior, supone un descenso

interanual del 5,9%. Asimismo, el descenso en el número de visitantes tanto nacionales como internacionales ha repercutido negativamente en el sector cultural al disminuir el número de consumidores de los productos y recursos culturales.

Las reformas e inversiones de este componente se proponen en el marco del Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia y se alinean con las Conclusiones del Consejo sobre la aplicación por la UE de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con las Directrices Generales de la Estrategia de Desarrollo Sostenible aprobadas por el Gobierno español. A través de las mismas se impulsará la contribución del sector cultural a la transformación digital; a la cohesión social y territorial; al crecimiento inteligente, sostenible e integrador; a la salud y a la resiliencia económica, social e institucional y una la política para la próxima generación.

El presente componente recoge, pues, un importante grupo de reformas e inversiones orientadas a fortalecer la cadena de valor de las industrias culturales españolas, mediante el refuerzo de sus capacidades y resiliencia. Para ello se promoverán tres ejes estratégicos: competitividad, dinamización y digitalización y sostenibilidad de los grandes servicios culturales.

La industria cultural interactúa con otros sectores y políticas palanca, lo que se pone de manifiesto en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y sus componentes. De este modo, aunque el componente 24 está específicamente dedicado a la revalorización de la industria cultural se desarrollan actuaciones en interés de la misma en otros componentes, entre los que se citan los componentes 13, 14, 19 y, en particular el componente 25 que se proyecta sobre la industria audiovisual con el objeto de maximizar las sinergias y evitar solapamientos.

Finalmente, como objetivo transversal que ha de inspirar el conjunto de las actuaciones que integran este proyecto, figura el de lograr la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, particularmente en los ámbitos de la creación y producción artística e intelectual. En la actualidad, la distribución porcentual del empleo total en términos de sexo es de 54,3% hombre y 45,7% mujeres. Si bien a primera vista pudiera parecer que existe un cierto equilibrio desde el punto de vista cuantitativo, no es menos cierto que analizando la calidad se producen desviaciones que el Ministerio a través de sus políticas intenta minimizar.

Buena prueba de ello, es la existencia del Observatorio de Igualdad de la Cultura, órgano encargado del impulso de la presencia de las mujeres y de la igualdad de

oportunidades en todas las manifestaciones culturales y en puestos de responsabilidad competencia del Ministerio de Cultura y Deporte.

3. PRINCIPALES OBJETIVOS DEL COMPONENTE

- Incentivar el crecimiento del tejido empresarial cultural para apoyar el desarrollo del sector aumentando su productividad y competitividad.
- Reforzar las capacidades y resiliencia de los trabajadores y trabajadoras de la cultura para dotar al sector cultural y creativo de la formación necesaria para incrementar sus competencias y habilidades profesionales y empresariales.
- Apoyar la promoción e internalización del sector cultural para que, a través de la utilización de herramientas de difusión, pueda alentarse el crecimiento de los profesionales y las industrias culturales.
- Promover la modernización, sostenimiento y readecuación de las estructuras e infraestructuras del sector.

4. DESCRIPCIÓN DE LA INVERSIÓN

La Dirección General de Industrias Culturales, Propiedad Intelectual y Cooperación, ha diseñado una línea de vertebración e internacionalización de las ICC, acción esencial para la recuperación y resiliencia del sector dedicada a la promoción, internacionalización y difusión del sector empresarial creativo y cultural.

Para favorecer la competitividad de nuestras ICC es esencial el desarrollo de actividades que contribuyan a la promoción, tanto nacional como internacional, de nuestros creadores, artistas, proyectos culturales y artes en general. La promoción del patrimonio y actividad cultural y artística con los que cuenta España, caracterizado por una enorme riqueza y gran diversidad sirve no sólo para el desarrollo económico del sector cultural, sino también produce un efecto arrastre que impacta positivamente en otras industrias como el turismo. Así, en un mercado cada vez más digitalizado e internacionalizado es esencial mejorar la difusión de las ICC para favorecer su competitividad.

Dentro de esta línea de actuación se incorporan fundamentalmente dos tipos de actividades que contribuyan a la promoción e internacionalización de las Industrias Creativas y Culturales:

- La actualización y mejora de la web España es Cultura (Inversión de reposición asociada al funcionamiento operativo de los servicios.).

- Apoyo a actuaciones de fomento, promoción e internacionalización (impulso de jornadas y ferias).

5. COSTE DE LA INVERSIÓN Y DISTRIBUCIÓN ANUALIZADA

El conjunto de actividades financiables dentro de este ámbito cuenta con un presupuesto total de 2.050.000 euros para el binomio 2022-2023.

(euros)

Periodificación	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	Total
Coste del Mecanismo		50.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00				2.050.000,00
Otra financiación								
Total		50.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00				2.050.000,00

6. HITOS Y OBJETIVOS DE LA INVERSIÓN

OBJETIVO / ACTIVIDAD
1. Vertebración e internacionalización de las ICC.

INDICADORES	2021		2022		2023
	Presupuestado	Realizado	Presupuestado	Ejecución prevista	Presupuestado
Foros y ferias. (Número de ferias/foros en las que se participe)	0	0	4	4	4

INSTITUTO NACIONAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA

El nuevo escenario creado por las tecnologías digitales y la baja cooperación intersectorial e intrasectorial hace necesario implementar inversiones para fortalecer a todos los agentes que participan en la cadena de valor de la creación cultural.

Se abordarán acciones en la cadena de producción, suministro, comercio y logística (con introducción de IA y de digitalización de información de e-commerce) así como en materia de internacionalización.

En particular, por lo que se refiere a este programa de internacionalización, el proyecto del INAEM está dirigido a promover los estudios de análisis mercado y difusión que potencien la presencia de las producciones escénicas líricas y musicales, así como

potenciar la participación en ferias, festivales y mercados exteriores a través de acuerdos con otros agentes institucionales.

Proyecto C.24.I1.P3.5. Estudios de análisis mercado y difusión que potencien la presencia de las producciones escénicas líricas y musicales, así como potenciar la participación en ferias, festivales y mercados exteriores

1. Objeto

El objeto de este proyecto es la promoción y potenciación de la presencia internacional de producciones escénicas, líricas y musicales a través de ferias, festivales y acciones de itinerancia internacional. Se realizarán además estudios de mercado con el fin de establecer un diagnóstico en torno a la situación internacional de las artes escénicas y musicales.

2. Beneficiarios

Serán beneficiarios de esta inversión las entidades públicas y privadas de artes escénicas y musicales, festivales internacionales de distintos países europeos y latinoamericanos, con la participación de compañías y entidades del sector de las artes escénicas y musicales.

3. Inversión

La inversión total prevista para este proyecto es de 3,66 millones de euros (1 millón en 2021 y 2,66 millones para el ejercicio 2022)

4. Descripción de las líneas de acción o actuaciones concretas que se ejecutarán para la implementación de la medida

La inversión cuya ejecución corresponde al ejercicio 2022 se traduce en la realización de un mínimo de 8 giras internacionales de artes escénicas y musicales vinculadas a convenios con festivales internacionales, plataformas o temporadas de prestigio en áreas prioritarias: Latinoamérica, Europa, Asia o el arco mediterráneo.

Por otro lado, y con el fin de fomentar mayor presencia y promoción de las artes escénicas y musicales españolas en el exterior, se propiciará la representación española en una feria internacional, se implementará una acción de misión inversa y se suscribirá un convenio de colaboración con otras instituciones.

5. COSTE DE LA INVERSIÓN Y DISTRIBUCIÓN ANUALIZADA

(euros)

Periodificación	2021	2022	2023	Total
Coste del Mecanismo	1.000.000,00	2.660.000,00		3.660.000,00
Otra financiación				
Total	1.000.000,00	2.660.000,00		3.660.000,00

6. HITOS Y OBJETIVOS DE LA INVERSIÓN

OBJETIVO / ACTIVIDAD
C.24.I1.P3.5 Refuerzo de la competitividad de las industrias culturales_ Vertebración e internacionalización del sector_ estudios de análisis mercado y difusión que potencien la presencia de las producciones escénicas líricas y musicales.

INDICADORES	2020		2021		2022
	Presu- puestado	Realizado	Presu- puestado	Ejecución prevista	Presu- puestado
1. Acuerdos firmados para el estudio y análisis de mercados internacionales. (Número de acuerdos)	--	--	3	3	0
2. Acciones de itinerancia internacional (giras) (Número de acuerdos)	--	--	2	2	8
3. Acciones de promoción y presencia en Ferias y Festivales. Convenios con otras instituciones. (Número de acuerdos)	--	--	2	2	3