



Construyendo el Plan Estratégico de Cultura

2017
2023

construyendo

Cultura

<http://culturanavarra.es>

Diagnóstico actual de la situación de las Industrias culturales y creativas de Navarra

Introducción

Por Acuerdo Programático de legislatura, la Dirección General de Cultura-Institución Príncipe de Viana del Gobierno de Navarra promueve, en colaboración con el Consejo Navarro de Cultura, la elaboración de un Plan Estratégico de Cultura para la Comunidad Foral de Navarra (PECN), que permita la realización de un diagnóstico de la situación, líneas estratégicas, metodología y puesta en valor de los sectores culturales y creativos de Navarra. Este Plan, además, se enmarca en una estrategia más amplia y de más largo alcance como es la Estrategia de especialización inteligente Navarra (RIS3) que se está desarrollando actualmente.

Los objetivos del plan son detectar las necesidades en el ámbito de la cultura en el territorio de la Comunidad Foral de Navarra y fijar, además de las acciones ya emprendidas por el Departamento en los dos últimos años, una política cultural a medio plazo entre la tradición y la contemporaneidad, el mundo urbano y rural, las programaciones expandidas y transversales, la ampliación del horizonte de los sectores culturales y creativos y la continuidad de los procesos participativos; de ahí el alcance del plan desde el 2017 al 2023.

En el marco de este Plan, se ha elaborado un Diagnóstico de la Cultura de Navarra que abarca todos los sectores culturales, del que se desprende este análisis específico del ámbito de las **Industrias Culturales y Creativas** en la Comunidad Foral de Navarra. Así, este documento recoge el diagnóstico específico de cada uno de sus subsistemas: Industria Audiovisual; Industria Editorial; Arquitectura; Diseño; Industria Fonográfica; Moda; Publicidad; Videojuego y Cultura Digital.

Este análisis específico de cada subsistema incluye una primera parte de estadísticas propias del subsector –la actividad en cifras- y una segunda parte dedicada a las reflexiones sobre las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades identificadas –mirada actual y retos-.

La elaboración del diagnóstico se ha planteado siguiendo un enfoque metodológico basado en el aprendizaje y la participación. Así pues, las fuentes de información utilizadas para construir el Diagnóstico han sido el proceso participativo asociado al Plan de Acción de la DGC, en el que se recogieron 601 propuestas de los agentes culturales y artísticos y la ciudadanía que participaron en el proceso; los prediagnósticos elaborados por el CNC; entrevistas a testigos privilegiados; taller de trabajo con personal directivo/técnico de los servicios de la DGC; y otra documentación diversa como memorias, artículos, informes sectoriales, planes, diagnósticos desarrollados en años anteriores, etc.

INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

- | | |
|---------------------------|----------------------------------|
| 1.- Industria Audiovisual | 5.- Industria Fonográfica |
| 2.- Industria Editorial | 6.- Moda |
| 3.- Arquitectura | 7.- Publicidad |
| 4.- Diseño | 8.- Videojuego y Cultura Digital |

1.- Industria Audiovisual

A.- LA ACTIVIDAD EN CIFRAS

a.1.- RECURSOS

Empresas por tramo de personas asalariados a 1 de enero de 2016

	Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	De 20 a 49 asalariados/as	Total
Audiovisual	88	23	3	5	2	2	123

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2016 (DENA).

Número de afiliaciones al régimen general y autónomos/as según Seguridad Social en Navarra (Primer trimestre 2017)

	Autónomos/as	Régimen general	Total	% Mujeres
Audiovisual	114	185	299	41,5%

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los microdatos de la Tesorería General de la Seguridad Social.

CINE

Producción

Evolución de empresas productoras de cine. 2014-2015

	2014	2015
Empresas productoras de cine con actividad	2	3

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento.

Distribución

Evolución de cines y salas de exhibición. 2014-2015

	2014	2015
Cines	16	12
Salas de exhibición	73	65

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento.

Datos económicos

Evolución del presupuesto y gasto nominal efectivo en teatro, cinematografía y otras artes escénicas del Gobierno de Navarra. 2011-2017

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Suma de Presupuesto Gastos	3.080.500	950.300	759.900	725.000	15.000	3.300	3.600
Suma de Gastos Reales	2.715.868	824.135	693.449	278.612	18.266	3.563	6.756

Fuente: Gobierno de Navarra.

a.2.- ACTIVIDAD

Evolución de los Ingresos y Gastos de Explotación (miles de €). 2010-2014

CNAE 9103	2010	2012	2014
Ingresos de Explotación	769	712	621
Gastos de Explotación	696	685	626

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los datos de la EAS (Encuesta Anual de Servicios), INE.

CINE

Producción

Evolución del número de películas con participación de productoras navarras. 2014-2015

	2014	2015
Nº de películas en las que han participado productoras navarras	2	4

Fuente: ICCA, Anuario de Cine.

Exhibición

Evolución de espectadores/as de cine. 2014-2015

	2014	2015
Espectadores/as (millones)	1,4	1,5

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento

Evolución de recaudación y gasto medio en cine. 2014-2015

	2014	2015
Recaudación (millones)	7,9	8,1
Gasto medio por espectador (euros)	5,6	5,6
Gasto medio por habitante (euros)	12,5	12,8

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento

a.3.- HÁBITOS / CONSUMO CULTURAL

CINE

% de personas según la asistencia al cine. 2014-2015

	Último año	Últimos 3 meses	Entre tres meses y un año	Hace más de un año	Nunca o casi nunca
Cine	64,2	41,6	22,6	22,9	12,9

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

Personas que han ido al cine en un trimestre y número medio de veces que asistieron. 2014-2015

	Porcentaje respecto a la población	Número medio de visitas
Cine	41,6	2,7

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

% de Personas según el grado de interés por el cine (valoración 0-10). 2014-2015

	10-9	8-7	6-5	4-3	2-0	Media
Cine	22,9	35,3	23,5	7,8	10,5	6,5

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

Motivos principales por los que no van, o no van más veces al cine (%). 2014-2015

Motivos	%
Es caro	24,7
Es difícil conseguir entradas	0,1
Hay poca oferta en mi zona	6,7
Hay poca información	0,6
Prefiere oírlo por radio /verlo en televisión, video, Internet	12,6
Le resulta difícil salir de casa	11,6
Le resulta difícil entender	0,4
No tiene tiempo	24,7
No tiene interés	14,0
No tiene con quien ir	4,6

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

VIDEO

% de personas según frecuencia con la que ve videos. 2014-2015

	Todos los días	Al menos una vez por semana	Al menos una vez al mes	Al menos una vez al trimestre	Al menos una vez al año	Nunca o casi nunca
Video	5,4	24,4	41,5	49,0	59,7	40,3

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

% de Personas que suelen ver vídeos según el soporte utilizado para verlos. 2014-2015

Soporte utilizado	%
Soportes físicos (CD,DVD,Blu-Ray) (%)	77,6
Soportes digitales (ficheros) (%)	23,8
Directamente en Internet (Streaming) (%)	24,6
Alquiler a través de canales digitales (%)	4,6

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

% de Personas según la compra de vídeos. 2014-2015

Compra videos	%
Total han comprado en el último año	11,5
En los últimos tres meses	7,8
Entre tres meses y un año	3,7
Hace más de un año	28,2
Nunca o casi nunca	60,3

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

% de Personas que han grabado o descargado gratuitamente vídeos en un trimestre según el número de vídeos. 2014-2015

Grabación o descarga gratuita	%
De 1 a 2 (%)	25,2
De 3 a 5 (%)	32,7
De 6 a 10 (%)	18,8
Más de 10 (%)	23,3
Media	13,1

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

B.- MIRADA ACTUAL Y RETOS

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES:

- **Financiación/ Ayudas:**

- { La revisión de las ayudas, por lo que consideramos prudente esperar al 2017, cuando se podrá evaluar si realmente se han solventado problemas como que el que un solo operador acaparase prácticamente el 100% del fondo (Navarra TV).
- { Por primera vez en las convocatorias de 2017 las subvenciones apoyan también la distribución y exhibición.

- **Políticas y coordinación institucional/sectorial:**

- { La aprobación del incentivo fiscal a la cinematografía de un 35% a finales de 2014 ha marcado un hito en cuanto a atracción de rodajes y producciones audiovisuales en Navarra en 2015, ya que es muy competitivo dentro del sector.
- { Buen trabajo de la Navarra Film Commission, máxime desde la aprobación del decisivo incentivo fiscal para rodar en Navarra, uno de los más competitivos del Estado, que ha provocado un aumento de producciones externas que vienen a rodar a Navarra gracias a la desgravación fiscal.
- { El aumento de licencias TDT en el sector televisivo ha sido una buena noticia para el sector, ya que se apuesta por la pluralidad y la diversificación de trabajos/ contratos.
- { Trabajo colaborativo entre la Navarra Film Commission, la Asociación de Productores de Navarra (NAPAR) y el Departamento de Turismo con el fin de dar a conocer a Navarra como plató rico y diverso.
- { Creación del Clúster Audiovisual de Navarra-CLAVNA compuesto actualmente por 7 entidades públicas y privadas del sector.
- { Elaboración del Libro Blanco del Audiovisual (previsto para 2017).
- { Creación del sello de calidad Smart Shooting en producciones audiovisuales realizadas en Navarra, en coordinación con centros de conocimiento (Universidades, FP, Grados) y Centros Tecnológicos (I+D+I).

- **Generación/ Fortalecimiento de públicos:**

- { Parece que el público quiere reconciliarse con las salas y está respondiendo a campañas como la Fiesta del Cine, cuyas dos ediciones anuales ya se han institucionalizado, y a las promociones por días o grupos de edad.
- { El festival de cine, del gran interés artístico y calidad, cuenta con un plan de comunicación una mayor promoción y difusión del mismo
- { El festival de cine cuenta con varias secciones para atender a diferentes tipos de público (una dirigida a público general, otra a públicos más específicos, autores locales, etc.) Además de promocionarse iniciativas de networking colaborativo, talleres y encuentros de profesionales del sector

DEBILIDADES Y AMENAZAS:

- **Personal y desarrollo profesional:**

- { La labor de un programador resulta insuficiente para el desarrollo de la actividad propia de una filmoteca, que idealmente requiere la figura de un director que coordine archivo fílmico y programación y la represente en sus relaciones institucionales y de colaboración tan habituales entre filmotecas del estado y del mundo.
- { Abandono de Navarra de algunos profesionales del sector cinematográfico con un mayor talento debido a la ausencia de actividad en la misma.

- **Protección/Conservación/Restauración:**

- { Después de haber tenido un comienzo espectacular (más de 12.000 documentos inventariados, en apenas 3 años), el archivo fílmico de la Filmoteca de Navarra se encuentra actualmente paralizado e inadecuadamente atendido por falta de personal cualificado y recursos.

- **Infraestructuras, recursos y espacios:**

- { Falta estructura cinematográfica industrial en Navarra (plato de rodaje, alquileres equipo cámara, iluminación, catering, camiones camerino, camiones luz), imprescindible para retener la producción y posproducción de los proyectos cinematográficos que acuden a Navarra a rodar atraídos por la desgravación fiscal que se les ofrece.
- { Poco margen de maniobra para poder gestionar la sala de proyección de la Filmoteca Navarra en función de los intereses de la programación, debido a su ubicación en el interior de la biblioteca (acceso por el interior de la biblioteca, horarios que exigen la prórroga de la Seguridad del edificio, imposibilidad de programar en fechas de cierre de la Biblioteca, es decir, sábados tarde, domingos, festivos, tardes de verano, etc.).

- **Tejido empresarial:**

- { El número de producción audiovisual durante la crisis ha mermado mucho por lo que ha supuesto el cierre de empresas y el despido de gran número de trabajadores.
- { La competencia con bajada de precios notables ha dejado en el sector un gran número de autónomos freelance sin estructura detrás, con precios imposibles de igualar por productoras con estructura detrás.

- **Financiación/ Ayudas:**

- { Existe un desequilibrio patente en el planteamiento, consideración y consiguiente destino de recursos económicos por parte de la Consejería de Cultura al sector audiovisual.

Nota: El sector de la televisión y la radio en Navarra cuenta con la peculiaridad de que está articulado dentro de la Consejería de Relaciones Ciudadanas e Institucionales, primando su finalidad de comunicación frente a la naturaleza de su medio audiovisual. Es por ello también por lo que recibe fondos públicos que proceden de dicho departamento y no del de Cultura.

- { A pesar del aumento de licencias TDT en el sector televisivo, ello no ha supuesto trabajo derivado a productoras. Según las ayudas de producción audiovisual a Televisiones (1.600.000 €), exclusivamente 50.000 € son dedicados a productoras para trabajos externos, lo cual resulta insuficiente.
- { Existen una evidente desproporción entre las ayudas a la producción audiovisual (1.600.000€) frente a los que Cultura destina a Cinematografía (apenas 300.000 en ayudas directas más la parte de FB para FN y NFC).
- { En el ámbito del video, acceso a subvenciones anuales por parte de las televisiones locales que no genera actividad en el sector debido a la falta de programación local.

- **Políticas y coordinación institucional/ sectorial:**

- { El sector audiovisual adolece de un tejido industrial sólido y unido, existiendo tan solo NAPAR, la Asociación Navarra de Productores, como posible interlocutor colectivo.

- **Información/ Comunicación/ Difusión/ Visibilidad/ Puesta en valor:**

- { Problemas con las licencias de TDT para la emisión legal del canal vasco ETB.
- { Problemas con las demarcaciones establecidas en el plan técnico nacional que han dejado partes del territorio navarro sin demarcación para la emisión de canales TDT locales.
- { Precariedad de los recursos de que dispone la Filmoteca de Navarra, que impiden crecer y mejorar el servicio (dificultad para mantener la web, la imposibilidad de atender redes sociales, la suspensión de venta telefónica de entradas, problemas para dar una correcta atención al público, limitación en la oferta de sesiones, dificultades para que la Filmoteca esté presente en el resto de Navarra, etc.).
- { La Filmoteca de Navarra no dispone de un programa propio o al menos una partida presupuestaria en consonancia, imprescindible para la puesta en marcha de una auténtica institución que se precie de serlo, y ahora mismo solo dispone de medios para realizar su faceta de programación, dejando de lado sus otras tareas como tal.

- **Distribución y exhibición:**

- { En Navarra solamente existe una empresa distribuidora propiamente dicha (Golem).
- { El sector de la distribución cinematográfica se encuentra sumida en una crisis generalizada provocada por:
 - El IVA cultural más alto de Europa (21%).
 - La descarga ilegal de contenidos consentida por gobiernos cómplices por omisión de medidas punitivas.
 - El descenso de poder adquisitivo a raíz de la crisis económica.
 - La falta de ventas a televisión en los últimos años, ventana imprescindible en la cadena de explotación comercial.
 - Olvido por parte de la administración pública como parte indispensable de la industria audiovisual, así como empresas creadoras de empleo y que tributan en Navarra.

- **Producción/ Creación:**

- { El aumento de producciones externas que vienen a rodar a Navarra gracias a la desgravación fiscal no ha supuesto repercusión en el sector de la cultura, ya que los equipos vienen cerrados y configurados. Los sectores que sí han notado este incremento son: hostelería, alojamiento, y auxiliares de producción (runners).

- **Tejido empresarial:**

- { Fuerte competencia por parte de las televisiones locales en la grabación de anuncios que se exhiben en sus propias cadenas.
- { Fuerte competencia en el sector del vídeo debido a una cierta saturación de la oferta y a la reducción del mercado.
- { Competencia de otras empresas que subcontratan los servicios de vídeo en el acceso a concursos públicos.
- { Descenso del mercado debido a la reducción de los presupuestos, tanto en las agencias de comunicación (cliente indirecto) como en las empresas (cliente directo).
- { Tejido de profesionales muy disperso y atomizado que combinan diferentes actividades según la evolución del sector cinematográfico.
- { Fuerte competencia de otras Comunidades para atraer proyectos y fomentar la creación de un cierto tejido industrial dentro de este sector cinematográfico.
- { Cierta nivel de economía sumergida (“zona gris”) en el mercado de ciertos agentes del sector cinematográfico que pueden realizar actividades relacionadas con el mismo debido al acceso a una determinada tecnología.

2.- La Industria Editorial

A.- LA ACTIVIDAD EN CIFRAS

a.1.- RECURSOS

Caracterización del sector

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2016

Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	De 20 a 49 asalariados/as	De 50 a 99 asalariados/as	De 100 a 249 asalariados/as	250 ó más asalariados/as	Total
84	69	34	11	16	10	0	4	0	228

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2016 (DENA)

Evolución del número de editores de libros con ISBN con actividad. 2013-2015

	2013	2015
Editores	29	30

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Estadística de la Edición Española de Libros con ISBN.

Empleo

Número de afiliaciones al régimen general y autónomos/as según Seguridad Social en Navarra (Primer trimestre 2017)

	Autónomos/as	Régimen general	Total	% Mujeres
Audiovisual	399	1.300	1.699	38,6%

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los microdatos de la Tesorería General de la Seguridad Social

Evolución del presupuesto y gasto nominal efectivo en promoción del libro y publicaciones culturales del Gobierno de Navarra. 2011-2016

	2011	2014	2015	2016
Suma de Presupuesto Gastos	196.100	42.861	42.861	43.289
Suma de Gastos Reales	194.900	42.840	41.702	43.269

Fuente: Gobierno de Navarra.

a.2.- ACTIVIDAD

Evolución de la producción editorial en Navarra. 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015	Variación sobre año anterior (%)
Total						
Títulos	809	1.187	1.116	820	1.224	49,3
Ejemplares (miles)	1.319					
Libros						
Títulos	755	1.100	1.018	747	1.098	47,0
Ejemplares (miles)	1.275					
Folletos						
Títulos	54	87	98	73	126	72,6
Ejemplares (miles)	48					

Fuente: Estadística de la producción editorial. INE.

Evolución del número de títulos (libros y folletos) por idioma de publicación. Unidades: Número de títulos. 2012-2015

	2012	2013	2014	2015
Total	1.187	1.116	820	1.224
Castellano	1013	970	685	980
Catalán y valenciano	2	1		
Gallego	1			
Euskera	71	60	46	100
Dos o más idiomas nacionales	41	43	52	
Otros idiomas o dialectos nacionales				
Alemán	4		1	
Francés	7	2	1	5
Inglés	19	13	8	15
Italiano	.			
Portugués	2	1		
Otros idiomas extranjeros	1			2
En dos o más idiomas, nacionales o extranjeros	26	26	27	122

Fuente: Estadística de la producción editorial. INE.

Evolución de los Ingresos y Gastos de Explotación (miles de €). 2010-2014

Sector		2010	2011	2012	2013	2014
Industria editorial	Ingreso	41.073	46.597	36.330	39.281	39.023
	Gasto	40.717	52.709	34.597	42.319	39.634
Comercio al por menor de libros	Ingreso	19.579	20.485	29.208	22.858	14.994
	Gasto	13.264	11.717	25.501	19.618	9.894
Artes Gráficas	Ingreso	128.814	148.053	113.786	96.639	236.552
	Gasto	126.772	144.306	113.341	96.044	203.751
Total Ingreso		189.466	215.136	179.324	158.779	290.569
Total Gasto		180.754	208.732	173.438	157.981	253.279

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los datos de la EAS y EIE, INE.

a.3.- HÁBITOS / CONSUMO CULTURAL

% de Personas según el grado de interés por la lectura (valoración 0-10). 2014-2015

	10-9	8-7	6-5	4-3	2-0	Media
Lectura	19,1	35,0	24,1	12,1	9,8	6,3

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

Personas según la lectura de libros. (Unidad: En % del total de cada colectivo y media). 2014-2015

	Lectura de libros	Lectura de libros relacionados con la profesión o estudios	Lectura de libros no relacionados con la profesión o estudios
Total han leído en el último año	72,1	34,6	64,8
En el último mes	51,5	22,9	42,7
Entre uno y tres meses	59,6	28,4	51,9
Entre tres meses y un año	12,5	6,2	13
Hace más de un año	15,1	20,9	18,9
Nunca o casi nunca	12,9	44,4	16,2

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

Personas que han leído libros en el último año según formatos utilizados 2015 (%)

	%
Formato papel	67,7
Formato digital	21,6
Directamente de internet	6,2
Lector de libros digitales	7,4
Otros soportes móviles	1,4
Otros	10,5

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

Personas según la compra de libros en un trimestre y el número medio de libros comprados (Unidad: En % del total de cada colectivo y media). 2014-2015

	%
Total han comprado en un trimestre	32,1
1	10,4
De 2 a 3	12,6
De 4 a 5	4,2
Más de 5	5

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

Evolución del gasto en libros y publicaciones. 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015
Total (Millones de euros)					
Total	213,7	208,4	190,1	207,5	199,2
Libros y publicaciones periódicas: Libro no de texto	15,9	16	13,2	10,4	15,7
Libros y publicaciones periódicas: Publicaciones periódicas	37,3	29	29,8	30,9	24,7
Gasto medio por hogar (euros)					
Total	870,7	838,2	759,5	823,9	786,1
Libros y publicaciones periódicas: Libro no de texto	64,7	64,4	52,6	41,3	62,1
Libros y publicaciones periódicas: Publicaciones periódicas	152,1	116,8	119	122,8	97,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006

B.- MIRADA ACTUAL Y RETOS

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES:

- **Políticas y coordinación institucional/ sectorial:**

- { Existencia de la Asociación de Escritores Navarros constituida actualmente por 37 escritoras y escritores y que, según manifestaron sus miembros en su presentación a la sociedad, defiende los derechos de escritores y escritoras en un tiempo de grandes cambios y mutaciones derivados de la crisis económica y del horizonte digital.

- **Generación/ Fortalecimiento de públicos:**

- { Existe una gran masa crítica de personas lectoras y cultas.
- { El trabajo que realiza la sólida red de bibliotecas con la que cuenta Navarra.
- { Existencia de numerosos clubs de lectura y en euskera.
- { Sistema de bono en las bibliotecas de Pamplona y Burlada: si se coge un libro en euskera en préstamo, se entrega un bono de descuento en la compra de literatura en euskera.

DEBILIDADES Y AMENAZAS:

- **Producción/Distribución/Exhibición:**

- { Incremento progresivo del libro electrónico y de Internet como nuevo canal de ventas en competencia con otras editoriales y puntos de ventas tradicionales, las cuales deben adaptarse en el sector.
- { Necesidad de una mayor diferenciación en el mercado tanto en producto como en marketing de producto y canal de ventas, debido a la saturación del mercado.
- { Incertidumbre respecto al avance del e-book en función de la creación de dispositivos cada vez más cómodos.

- **Políticas y coordinación institucional/ sectorial:**

- { En Navarra coexisten dos sistemas literarios: el de lengua castellana y el del euskera, y el centro neurálgico de ambos no pasa por Navarra, ya que el del castellano mira a Madrid y el del euskera a la CAE.

- **Información/ Comunicación/ Difusión/ Visibilidad/ Puesta en valor:**

- { En Navarra no se pone en valor la literatura hecha en el territorio; sin embargo, en la CAE se premia a escritores/as navarros/as y el prestigio se queda allí.
- { No existen eventos vinculados a la literatura navarra (jornadas, encuentros,...); lo único que se le puede acercar es el ciclo Pamplona Negra.

- **Producción/ Creación:**

- { A los escritores y escritoras se les enmarca en el sector de las bibliotecas, cuando como creadores y creadoras que son deberían enmarcarse en el área de acción cultural.

- **Tejido empresarial:**

- { Fuerte atomización del sector con la presencia de editoriales pequeñas o muy pequeñas.
- { Fuerte competencia de las editoriales más grandes en la definición de los nuevos modelos de negocio en Internet.

3.- Arquitectura

A.- LA ACTIVIDAD EN CIFRAS

a.1.- RECURSOS

Caracterización del sector

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2016

Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	Total
960	111	12	0	5	1.088

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2016 (DENA).

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2015

Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	Total
936	74	11	1	2	1.024

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2015 (DENA).

Empleo

Número de afiliaciones al régimen general y autónomos según Seguridad Social en Navarra (Primer trimestre 2017)

	Autónomos/as	Régimen general	Total	% Mujeres
Arquitectura	531	117	648	41,5%

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los microdatos de la Tesorería General de la Seguridad Social.

a.2.- ACTIVIDAD

Evolución de los Ingresos y Gastos de Explotación (miles de €). 2010-2014

Sector		2010	2011	2012	2013	2014
Arquitectura	Ingreso	87.234	67.531	73.651	46.967	40.887
	Gasto	32.896	24.387	41.207	21.968	24.025

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los datos de la EAS, INE.

4.- Diseño

A.- LA ACTIVIDAD EN CIFRAS

a.1.- RECURSOS

Caracterización del sector

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2016

Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	Total
47	4	4	1	56

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2016 (DENA)

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2015

Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	Total
44	2				46

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2015 (DENA)

Empleo

Número de afiliaciones al régimen general y autónomos según Seguridad Social en Navarra (Primer trimestre 2017)

	Autónomos/as	Régimen general	Total	% Mujeres
Diseño	154	26	180	55,0%

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los microdatos de la Tesorería General de la Seguridad Social

a.2.- ACTIVIDAD

Evolución de los Ingresos y Gastos de Explotación (miles de €). 2010-2014

Sector		2010	2011	2012	2013	2014
Diseño	Ingreso	11.015	8.132	7.178	4.653	9.277
	Gasto	6.813	6.334	4.520	3.839	5.597

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los datos de la EAS, INE

B.- MIRADA ACTUAL Y RETOS

COMUNICACIÓN - DISEÑO GRÁFICO

DEBILIDADES Y AMENAZAS:

- **Personal y desarrollo profesional:**

- { Falta de profesionales del marketing en el sector con objeto de ofrecer un servicio más integral creando una mayor demanda.

- **Infraestructuras, recursos y espacios:**

- { Presencia de una zona gris (economía sumergida) de agentes que pueden realizar actividades de diseño gráfico debido al acceso a una cierta tecnología.

- **Política y coordinación institucional/ sectorial:**

- { Concentración de servicios en los contratos públicos a los cuales acceden las empresas más grandes.

- **Información/ Comunicación/ Difusión/ Visibilidad/ Puesta en valor:**

- { Cambio de modelo de negocio en el sector de la comunicación y la imagen publicitaria.
- { Reducción de los presupuestos de las empresas destinados a comunicación y fuerte competencia orientada al precio del servicio.
- { Falta de reflexión sobre la aplicación de nuevas estrategias relacionadas con las redes sociales como nuevos canales de comunicación.

- **Conexiones/ Redes de colaboración/ Hibridación:**

- { Menor atención al diseño gráfico y al marketing por parte de las empresas en Navarra.

- **Otros aspectos a destacar:**

- { Saturación de la oferta de empresas que realizan, en diferentes niveles, actividades relacionadas con el diseño gráfico.
- { Indefinición de la cartera de servicios que ofrecen las empresas del sector debido a la utilización de la subcontratación como herramienta de trabajo y a la gran dispersión y atomización de la oferta.

DISEÑO DE PRODUCTO

DEBILIDADES Y AMENAZAS:

- **Política y coordinación institucional/ sectorial:**
 - { Ausencia de una entidad que pueda aglutinar y vele por los intereses esta actividad en Navarra.
 - { Falta de confianza de algunas empresas (más pequeñas) en la actividad del diseñador de producto.

- **Información/ Comunicación/ Difusión/ Visibilidad/ Puesta en valor:**
 - { Falta de conocimiento de esta actividad y de las competencias técnicas de los profesionales dedicados al diseño de producto, por parte de la sociedad y las empresas.

- **Tejido empresarial:**
 - { Sector con una oferta muy atomizada y falta de recursos para la promoción de los diseñadores que trabajan en Navarra.

5.- Industria Fonográfica

A.- LA ACTIVIDAD EN CIFRAS

a.1.- RECURSOS

Caracterización del sector

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2016

	Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	Total
Industria fonográfica	37	0	2	39

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2016 (DENA).

Empleo

Número de afiliaciones al régimen general y autónomos/as según Seguridad Social en Navarra (Primer trimestre 2017)

	Autónomos/as	Régimen general	Total	% Mujeres
Industria fonográfica	35	3	38	23,7%

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los microdatos de la Tesorería General de la Seguridad Social.

a.2.- ACTIVIDAD

Evolución de editores con actividad y obras musicales inscritas en ISMN (registro de carácter voluntario). 2011-2016

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Editores	0	1	1	0	0	1
Obras musicales editadas	0	3	1	0	0	1

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Instituto Nacional de Artes Escénicas y de la Música. Centro de Documentación de Música y Danza. Estadística de la Edición Española de Música con ISMN.

Evolución de los Ingresos y Gastos de Explotación en Industrias Fonográfica (miles de €). 2010-2014

Sector		2010	2011	2012	2013	2014
Industria fonográfica	Ingreso	1.101	1.300	914	775	859
(CNAE 5920 + 1820)	Gasto	1.128	1.258	922	763	781

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los datos de la EAS y EIE, INE.

a.3.- HÁBITOS / CONSUMO CULTURAL

% de Personas según el grado de interés por escuchar música (valoración 0-10). 2014-2015

	10-9	8-7	6-5	4-3	2-0	Media
Escuchar música	43,9	31,9	14,1	4,3	5,9	7,5

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

% de personas según frecuencia del hábito de escuchar música. 2014-2015

	Todos los días	Al menos una vez por semana	Al menos una vez al mes	Al menos una vez al trimestre	Al menos una vez al año	Nunca o casi nunca
Escuchar música	68,0	82,1	85,3	86,6	87,1	12,9

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

Personas según la lectura de libros. (Unidad: En % del total de cada colectivo y media). 2014-2015

	Lectura de libros	Lectura de libros relacionados con la profesión o estudios	Lectura de libros no relacionados con la profesión o estudios
Total han leído en el último año	72,1	34,6	64,8
En el último mes	51,5	22,9	42,7
Entre uno y tres meses	59,6	28,4	51,9
Entre tres meses y un año	12,5	6,2	13
Hace más de un año	15,1	20,9	18,9
Nunca o casi nunca	12,9	44,4	16,2

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

Personas que escuchan música según los equipos que suelen utilizar. 2014-2015

	%
Radio	73,4
Móvil	29,0
Ordenador	25,5
Tablet	6,0
Equipos de música portátiles	19,1
Televisión	12,9
Otros equipos	15,2

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

Personas según la compra de música. 2014-2015

	Último año	Últimos 3 meses	Entre tres meses y un año	Hace más de un año	Nunca o casi nunca
Compra de música	13,8	8,8	5,0	28,2	58,0

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

% de personas según la grabación de música. 2014-2015

	Último año	Últimos 3 meses	Entre tres meses y un año	Hace más de un año	Nunca o casi nunca
Grabación de música	23,2	19,2	4,0	9,7	67,1

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015.

B.- MIRADA ACTUAL Y RETOS

DEBILIDADES Y AMENAZAS:

- **Infraestructuras y espacios:**

- { Liberalización del mercado a través de las tecnologías, las cuales permiten a los grupos musicales autogestionar todo el proceso desde la creación a la venta.

- **Producción/ Creación:**

- { Desaparición de la gestión tradicional en la producción y postproducción musical.

- **Tejido empresarial:**

- { Progresiva desaparición de las productoras musicales en Navarra debido al incremento de la distribución de contenidos musicales gratuitos a través de Internet.

- { Concentración de la oferta musical en grandes establecimientos.

- { Indefinición del modelo de negocio en Internet para la venta/alquiler de contenidos musicales y audiovisuales (vídeos – musicales).

6.- Moda

A.- LA ACTIVIDAD EN CIFRAS

a.1.- RECURSOS

Caracterización del sector

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2016

	Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	De 20 a 49 asalariados/as	De 50 a 99 asalariados/as	De 100 a 249 asalariados/as	Total
Moda	82	19	9	4	1	4	1	1	121

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2016 (DENA).

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2015

	Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	De 20 a 49 asalariados/as	De 50 a 99 asalariados/as	De 100 a 249 asalariados/as	Total
Moda	95	15	11	5	5	8	1	0	140

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2015 (DENA).

Empleo

Número de afiliaciones al régimen general y autónomos/as según Seguridad Social en Navarra (Primer trimestre 2017)

	Autónomos/as	Régimen general	Total	% Mujeres
Moda	146	494	640	60,9%

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los microdatos de la Tesorería General de la Seguridad Social.

a.2.- ACTIVIDAD

Evolución de los Ingresos y Gastos de Explotación en Moda (miles de €). 2010-2014

Sector		2010	2011	2012	2013	2014
Moda	Ingreso	52.222	46.705	45.049	57.352	75.203
(CNAE 5920 + 1820)	Gasto	43.125	46.093	46.084	49.618	66.107

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los datos de la EIE, INE.

a.3.- HÁBITOS / CONSUMO CULTURAL

Evolución del gasto familiar en moda. 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto total (miles)					
0312 Prendas de vestir	310.435,69	287.010,32	299.254,43	296.210,08	305.978,53
0313 Otros artículos y accesorios de vestir	12.053,48	12.008,30	16.664,88	12.839,15	12.164,03
0321 Zapato y otro tipo de calzado	91.589,15	88.876,32	88.827,15	95.746,54	101.531,42
Gasto medio por hogar					
0312 Prendas de vestir	1.264,77	1.154,22	1.195,67	1.175,96	1.207,53
0313 Otros artículos y accesorios de vestir	49,11	48,29	66,58	50,97	48,00
0321 Zapato y otro tipo de calzado	373,15	357,42	354,91	380,12	400,69
Gasto medio por persona					
0312 Prendas de vestir	492,16	454,40	475,99	472,30	487,38
0313 Otros artículos y accesorios de vestir	19,11	19,01	26,51	20,47	19,38
0321 Zapato y otro tipo de calzado	145,21	140,71	141,29	152,66	161,72

Fuente: INE, Encuesta de Presupuestos Familiares.

B.- MIRADA ACTUAL Y RETOS

DEBILIDADES Y AMENAZAS:

- **Personal y desarrollo profesional:**

- { Imagen muy distorsionada de la actividad y de las competencias necesarias para ser diseñador de moda.
- { Pérdida de profesionales cualificados (patronaje, corte y confección) en el sector, debido al abandono de la actividad de algunos talleres y fábricas significativas del sector textil en Navarra.

- **Formación e investigación:**

- { Falta de profesionales cualificados en el sector debido a la falta de una formación más específica.

- **Generación/ Fortalecimiento de públicos:**

- { Fuerte inversión y riesgo por parte de diseñadores para realizar colecciones sin tener asegurada una red de clientes fija.

- **Otros aspectos a destacar:**

- { Problemáticas para conseguir proveedores especializados en determinados productos.
- { Fuerte competencia de marcas internacionales en un sector ya saturado que producen diversas colecciones al año.
- { Fuerte competencia debida al incremento de las copias producida, en parte, por la subcontratación de la producción en países emergentes.

7.- Publicidad

A.- LA ACTIVIDAD EN CIFRAS

a.1.- RECURSOS

Caracterización del sector

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2016

Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	De 20 a 49 asalariados/as	De 50 a 99 asalariados/as	De 100 a 249 asalariados/as	Total
279	78	10	6	2	2	0	1	378

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2016 (DENA).

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2015

Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	De 20 a 49 asalariados/as	De 50 a 99 asalariados/as	De 100 a 249 asalariados/as	Total
308	35	13	10	2	1	0	1	370

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2015 (DENA).

Empleo

Número de afiliaciones al régimen general y autónomos/as según Seguridad Social en Navarra (Primer trimestre 2017)

	Autónomos/as	Régimen general	Total	% Mujeres
Publicidad	312	410	722	46,7%

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los microdatos de la Tesorería General de la Seguridad Social.

a.2.- ACTIVIDAD

Evolución de los Ingresos y Gastos de Explotación en Publicidad (miles de €). 2010-2014

Sector		2010	2011	2012	2013	2014
Publicidad	Ingreso	49.879	36.989	25.941	17.268	29.107
	Gasto	45.923	32.484	22.261	16.225	21.691

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los datos de la EAS, INE.

8.- Videojuego y Cultura Digital

A.- LA ACTIVIDAD EN CIFRAS

a.1.- RECURSOS

Caracterización del sector

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2016

Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	De 20 a 49 asalariados/as	De 50 a 99 asalariados/as	De 100 a 249 asalariados/as	250 ó más asalariados/as	Total
106	23	12	8	5	2	2	1	0	159

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2016 (DENA).

Empresas por tramo de personas asalariadas a 1 de enero de 2015

Sin asalariados/as	De 1 a 2 asalariados/as	De 3 a 5 asalariados/as	De 6 a 9 asalariados/as	De 10 a 19 asalariados/as	Total
90	0	0	0		91

Fuente: Instituto Navarro de Estadística, Directorio de Empresas de Navarra 2015 (DENA).

Empleo

Número de afiliaciones al régimen general y autónomos/as según Seguridad Social en Navarra (Primer trimestre 2017)

	Autónomos/as	Régimen general	Total	% Mujeres
Cultura Digital	209	658	867	27,7%

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los microdatos de la Tesorería General de la Seguridad Social.

a.2.- ACTIVIDAD

Evolución de los Ingresos y Gastos de Explotación en Cultura Digital (miles de €). 2010-2014

SECTOR		2010	2011	2012	2013	2014
Cultura Digital	Ingreso	65.484	86.556	66.982	66.629	73.438
	Gasto	57.155	69.505	55.183	48.264	59.253

Fuente: Instituto Navarro de Estadística a partir de los datos de la EAS, INE.

ANÁLISIS TRASVERSAL

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES:

- **Personal y desarrollo profesional:**

- { Vocación y autoesfuerzo en una mayoría de profesionales que trabajan en las industrias creativas.

- **Formación e investigación:**

- { Preocupación en el sector por la definición de planes estratégicos y de planes de formación entre las empresas en el actual momento de fuerte crisis económica.

- { Identificación de necesidades de formación que se deberán trabajar en el futuro en el sector para mejorar, especialmente, la gestión empresarial y el conocimiento de los nuevos modelos de negocio.

- **Infraestructuras, recursos y espacios:**

- { Flexibilidad y operatividad de una mayoría de empresas pequeñas en la transformación de los modelos de negocio.

- { Conocimiento y experiencia en el mercado para ir adaptando los modelos de negocio a las nuevas demandas y a los cambios en el mercado debido a la llegada de una competencia cada vez más global.

- { Fuerte capacidad de “supervivencia” en un momento de fuerte reducción del consumo y de la financiación pública hasta alcanzar un nuevo ciclo económico.

- { Presencia en asociaciones sectoriales, lo que puede generar una mayor orientación a la colaboración entre las empresas del sector.

- { Red de infraestructuras que se deberán aprovechar, en mayor grado, para generar proyectos colaborativos en algunos subsectores de las industrias creativas.

- **Financiación/ Ayudas:**

- { Posibles sinergias con las Ayudas a la I+D+i y las ayudas a la competitividad.

- { Incorporación en las subvenciones de una partida específica destinada a la creación y difusión artística y otra convocatoria para giras.

- **Política y coordinación institucional/ sectorial:**

- { Oportunidad para definir una Plan Director con objeto de organizar y dirigir, de manera integral, las políticas creativas en Navarra mediante la colaboración de CEIN con las diferentes instituciones públicas y entidades del sector.

- { Proyecto “Organza” como oportunidad para iniciar algunas acciones específicas en el sector a partir de un planteamiento integral.

- **Conexiones/ Redes de colaboración/ Hibridación:**

- { Colaboración con free-lances que aporta un cierto valor añadido a su actividad y posición en el mercado.

- { Nuevas oportunidades mediante la adaptación de los diferentes entornos tecnológicos.

- { Fuerte disposición a colaborar con CEIN en la elaboración y puesta en marcha de acciones de apoyo al sector.
 - { Posible ampliación de la cartera de servicios en el caso de algunas empresas que ya tienen una presencia consolidada en la misma.
- **Información/ Comunicación/ Difusión/ Visibilidad/ Puesta en valor:**
 - { Posición ya consolidada en el sector de una parte significativa de empresas para amortiguar las consecuencias de la crisis económica.
 - { Red de clientes consolidada en el mercado y confianza de los mismos en el valor añadido de las empresas del sector.
 - { Significativo nivel de conocimiento de “Navarra Factori” como espacio dedicado a la creatividad aplicada a la empresa.
- **Otros aspectos a destacar:**
 - { Orientación a la creatividad y a la innovación no tecnológica y tecnológica en la caracterización de los servicios y en la transformación de los mismos.
 - { Mayor estándar de calidad de vida en Navarra, en comparación con otras comunidades, para mantener un cierto nivel de consumo relacionado con el sector.
 - { Menos morosidad y menor retraso en el pago por parte de las instituciones y entidades públicas y empresas de la Comunidad.

DEBILIDADES Y AMENAZAS:

- **Personal y desarrollo profesional:**
 - { Atomización empresarial entre profesionales autónomos y empresas muy pequeñas (menos de cinco trabajadores) que se debe tener en cuenta en la definición de las posibles líneas de trabajo.
 - { Autoesfuerzo y dedicación muy intensa por parte de un parte significativa de empresas que produce cierto “desgaste” y “desánimo” entre los profesionales en el actual contexto de fuerte crisis económica.
 - { Falta de proveedores y de profesionales cualificados en algunos sectores específicos.
 - { Presencia de agentes semi-profesionales en algunos sectores que combinan diferentes actividades.
 - { Problemáticas de algunas empresas especializadas para contratar profesionales especializados en economía en red que deben captar y reclutar fuera de Navarra.
- **Formación e investigación:**
 - { Desconocimiento en las escuelas de formación de las necesidades “reales” del mercado de trabajo y de los cambios en los perfiles profesionales.
 - { Falta de definición del modelo educativo relativo a las industrias creativas entre los Ciclos (Formación Profesional) y los Grados (Formación Universitaria) en Navarra.
 - { Falta de una oferta en Formación Continua de calidad para el sector de las industrias creativas.

- **Financiación/ Ayudas:**

- { Dependencia del mercado local y en algunos casos de la financiación pública y poca presencia en otros mercados, especialmente de las empresas más pequeñas.
- { Falta de recursos financieros de una mayoría de empresas para poner en marcha alternativas y estrategias para consolidar nuevos mercados.
- { Acceso muy limitado a las ayudas de I+D.
- { Desconfianza por parte de un colectivo de empresas respecto a las instituciones debido a la falta de ayudas para el sector en comparación a otras Comunidades.
- { Reducción de la financiación en el sector de las industrias creativas y falta de ayudas directas o indirectas (desgravaciones fiscales) para las empresas de las industrias creativas.
- { Reducción de los presupuestos de la administración que están afectando a los fondos destinados a las industrias creativas.

- **Política y coordinación institucional/ sectorial:**

- { Carencias a la hora de aplicar estrategias de gestión empresarial entre los profesionales de las empresas más pequeñas.
- { Problemas para acceder por parte de las empresas pequeñas a los concursos de la administración debido a la actividad que supone el mismo y a la competencia de empresas más grandes, con mayores recursos, en un sector formado por empresas pequeñas (10 trabajadores o menos).
- { Falta de presencia del sector de las industrias creativas en el PLAN MODERNA.
- { Falta de una apuesta significativa por el sector de las industrias creativas en Navarra y falta de reconocimiento del sector por parte de la sociedad en Navarra y de las diferentes entidades e instituciones.
- { Mayor capacidad estratégica y operativa en la definición de los concursos públicos y en la adjudicación de los mismos por parte de la administración.
- { Mayor aplicación de políticas integrales en cada uno de los subsectores de las industrias creativas.
- { Insuficiencia de proyectos por parte de la administración para incorporar diferentes lenguajes de programación y nuevos productos/servicios en la Red, tanto en las instituciones como entre las empresas.

- **Información/ Comunicación/ Difusión/ Visibilidad/ Puesta en valor:**

- { Falta de conocimiento en la utilización de las redes sociales por parte de algunas empresas del sector.
- { Falta de identificación por parte de algunos clientes de los servicios específicos que se ofrecen en un determinado subsector.
- { Desconocimiento de la agenda cultural por parte de la ciudadanía.

- **Conexiones/ Redes de colaboración/ Hibridación:**

- { Fuerte problemática para poner en marcha posibles líneas de trabajo en el sector creativo debido a la diversidad de subsectores de actividad y mercados en las industrias creativas.
- { Poca colaboración entre las empresas con las instituciones y entidades para la puesta en marcha de proyectos innovadores.
- { Falta de creatividad para generar proyectos colaborativos con la participación de capital privado y público en determinadas actividades de las industrias creativas.

- { Tejido empresarial en Navarra muy atomizado y segmentado que dificulta la penetración de algunos servicios/productos en el mercado.

- **Generación/ Fortalecimiento de públicos:**

- { Cambios en la pautas de ocio y consumo hacia el hogar digital como lugar de consumo.
- { Escasa cultura del diseño entre la sociedad y el empresariado local.
- { Segmentación de la demanda (clientes) en Navarra entre empresas pequeñas o muy pequeñas (mayores problemas para acceder a los servicios de economía en la red) y empresas más grandes, donde las decisiones respecto a la contratación de estos servicios se realizan en departamentos ubicados fuera de la Comunidad.

- **Otros aspectos a destacar:**

- { Importante colectivo de empresas orientadas al autoempleo en su nivel de facturación.
- { Reducción de la facturación y de los beneficios de una parte importante de las empresas.
- { Cambios en los modelos de negocio debido a la irrupción de las TIC en algunos sectores específicos a los cuales no se han podido adaptar algunas empresas.
- { Competencia global por parte de algunas economías emergentes mediante una reducción muy significativa de los precios en el mercado y de la calidad de los productos, debida a la falta de condiciones laborales y de controles de calidad para garantizar la producción de los mismos.
- { Fuerte incremento de empresas en algunos sectores, lo que ha producido una saturación de la oferta.
- { Aumento de los costes de producción (materia prima y personal) y mantenimiento de los precios en el mercado.
- { Endurecimiento de las condiciones económicas por parte de los proveedores.
- { Competencias de las grandes marcas y de los grandes centros de distribución comercial y de ocio dentro de un nuevo modelo de desarrollo urbano.
- { Falta de “masa crítica” en Navarra para algunos mercados que ya están saturados.