

ESTUDIO SOBRE LAS EMPRESAS Y
PROFESIONALES DEL SECTOR AUDIOVISUAL DE
NAVARRA

Informe final

ÍNDICE

1.-	PRESENTACIÓN	3
2.-	METODOLOGÍA DE TRABAJO APLICADA	4
3.-	APROXIMACIÓN A LA REALIDAD DEL SECTOR AUDIOVISUAL DE NAVARRA	9
4.-	RESULTADOS DE LA CONSULTA A EMPRESAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR AUDIOVISUAL DE NAVARRA	15
5.-	APORTACIONES DEL LABORATORIO DE REFLEXIÓN CON EL SECTOR	31
6.-	A MODO DE CONCLUSIÓN	35

1. PRESENTACIÓN

La Sección de proyectos estratégicos Audiovisuales y Digitales del Departamento de Cultura y Deporte del Gobierno Foral de Navarra ha promovido la realización de un estudio con el objetivo de recoger información sobre el sector audiovisual en Navarra centrado en el tejido productivo y, concretamente, sobre el número de empresas que forman parte del sector, las actividades que desarrollan, los datos de empleo, así como la facturación y el gasto. Se trata de obtener datos fiables que permitan hacer un seguimiento de cómo evoluciona el sector, sus fortalezas y debilidades.

La empresa Ikerpartners ha desarrollado esta investigación y en este informe se presentan los principales resultados del estudio.

Se agradece a la Sección, a los agentes sectoriales CLAVNA y NAPAR y a todo el conjunto de profesionales que han participado activamente en el proyecto su colaboración, valoraciones y aportaciones, ya que han permitido complementar los resultados y aprendizajes extraídos.

2. METODOLOGÍA DE TRABAJO APLICADA

La metodología aplicada en el presente estudio se ha articulado en torno a 5 ejes de intervención:

1. Taller de trabajo inicial con agentes del sector y responsables del estudio
2. Análisis de fuentes de información secundarias
3. Prospección
4. Laboratorio de reflexión compartida
5. Redacción del informe final y presentación pública¹

Taller de trabajo inicial con agentes del sector (CLAVNA y NAPAR) y responsables del estudio (Sección).

Tareas realizadas:

- Se ha obtenido el compromiso y la participación activa de CLAVNA y NAPAR para una mayor implicación/participación de las empresas/asociados en el estudio (y una mayor representatividad de los datos).
- Se han identificado las actividades que configuran el sector audiovisual (campo de observación y su codificación) a partir de una primera aproximación basada en la selección de actividades que ya se consideraron en el marco del Plan Estratégico de Cultura de Navarra (PECN) y que se ha contrastado previamente con las responsables del estudio.
- Se ha validado el cuestionario elaborado por el equipo consultor para la recopilación de los datos.
- Se ha identificado la base de información de empresas y profesionales a las que remitir el cuestionario.

¹ Prevista para el día 19 de diciembre.

Análisis de fuentes de información secundarias

Tareas realizadas:

- Se ha solicitado y analizado la siguiente información:
 - **Hacienda Foral de Navarra:** Base imponible del IVA devengado y base imponible del IVA deducible (desglosando el correspondiente a bienes de inversión), correspondientes a las y los declarantes dados de alta en los epígrafes del IAE identificados. Se ha tratado de identificar la correspondencia entre los códigos IAE que utiliza Hacienda Foral y los CNAEs objeto de estudio, a través del conversor de la Agencia Tributaria, siendo el resultado de ello el recogido en la tabla de correspondencia siguiente:

TABLA DE CORRESPONDENCIA IAE - CNAE

IAE EMPRESARIALES	CÓDIGOS CNAE
División 3	
Agrupación 35. Fabricación de material electrónico (excepto ordenadores).	
GRUPO 355. FABRICACIÓN DE APARATOS RECEPTORES, DE REGISTRO Y REPRODUCCIÓN DE SONIDO E IMAGEN, GRABACIÓN DE DISCOS Y CINTAS MAGNÉTICAS.	
Epígrafe 355.2.- Edición de soportes grabados de sonido, de vídeo y de informática.	5821 Edición de videojuegos 5829 Edición de otros programas informáticos 5912 Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo y de programas de televisión 5920 Actividades de grabación de sonido y edición musical
División 9. Otros Servicios	
Agrupación 96. Servicios recreativos y culturales.	
GRUPO 961. PRODUCCIÓN Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LA MISMA DE PELICULAS CINEMATOGRAFICAS (INCLUSO VIDEO).	
Epígrafe 961.1.- Producción de películas cinematográficas (incluso vídeos).	5912 Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo y de programas de televisión 5915 Actividades de producción cinematográfica y de vídeo
Epígrafe 961.2.- Doblaje, sincronización y montaje de películas o cintas cinematográficas (incluso vídeos) siempre que no se efectúe por la propia empresa productora.	

IAE EMPRESARIALES	CÓDIGOS CNAE
Epígrafe 961.3.- Decoraciones escénicas para películas o cintas cinematográficas siempre que no se efectúe por la empresa productora.	No entraría en el estudio
GRUPO 962. DISTRIBUCIÓN DE PELÍCULAS CINEMATográfICAS Y VÍDEOS.	
Epígrafe 962.1.- Distribución y venta de películas cinematográficas, excepto películas en soporte de cinta magnetoscópica.	5917 Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo
Epígrafe 962.2.- Distribución y venta al por mayor de películas cinematográficas en soporte de cinta magnetoscópica.	
GRUPO 963. EXHIBICIÓN DE PELÍCULAS CINEMATográfICAS Y VÍDEOS.	
Epígrafe 963.1.- Exhibición de películas cinematográficas y vídeos (2).	5914 Actividades de exhibición cinematográfica
Epígrafe 963.2.- Exhibición de películas cinematográficas y vídeos al aire libre.	
Epígrafe 963.3.- Exhibición de películas cinematográficas y vídeos fuera de establecimiento permanente.	
Epígrafe 963.4.- Exhibición de películas cinematográficas y vídeos en establecimientos distintos de los especificados en los epígrafes 963.1, 963.2 y 963.3 anteriores.	
GRUPO 964. SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN, TELEVISIÓN Y SERVICIOS DE ENLACE Y TRANSMISIÓN DE SEÑALES DE TELEVISIÓN.	
Epígrafe 964.1.- Servicios de radiodifusión,	6010 Actividades de radiodifusión
Epígrafe 964.2.- Servicios de televisión.	5916 Actividades de producciones de programas de televisión 5918 Actividades de distribución de programas de televisión 6020 Actividades de programación y emisión de televisión
Epígrafe 964.3.- Servicios de enlace y transmisión de señales de televisión.	6020 Actividades de programación y emisión de televisión

○ Instituto de Estadística de Navarra (Nastat):

- DENA: Número de empresas y locales de Navarra de los CNAEs seleccionados para el estudio, a 4 dígitos, por estrato de empleo, municipio y forma jurídica, para el periodo temporal 2019, 2020 y 2021.

- **Número de Cuentas de Cotización y Afiliaciones a la Seguridad Social en Navarra** en las actividades de las CNAEs delimitadas; concretamente, se ha solicitado el fichero de microdatos con información completa de las cuentas de cotización y afiliados/as referente al número de cuentas de cotización de alta en Navarra en la Seguridad Social por actividad (CNAE), estratos de empleo y ubicación (municipio), así como el número de afiliaciones en Navarra a la Seguridad Social de trabajadores y trabajadoras por actividad, régimen de cotización y sexo. La referencia temporal solicitada ha sido mensual a último día del mes de los años 2019, 2020, 2021, 2022.
- **Observatorio de la Realidad Social:** se ha solicitado la explotación de datos mensuales del número de contratos suscritos y número de personas contratadas, con la selección de CNAEs a cuatro dígitos aplicada en el estudio, por tipo de jornada (completa / parcial), modalidad (Indefinido/Temporal) y se. La referencia temporal solicitada ha sido mensual de los años 2019, 2020, 2021 y 2022.

Prospección

Tareas realizadas: Se ha realizado una encuesta a empresas y profesionales del sector audiovisual de Navarra con el fin de recoger información sobre el sector centrada en el tejido productivo y, concretamente, en el número de empresas que forman parte del sector, los datos de empleo, así como la facturación y el gasto, con el objetivo de obtener datos fiables que permitan hacer un seguimiento de su evolución. Para el envío del cuestionario se ha contado con la colaboración de las asociaciones sectoriales NAPAR y CLAVNA, que han actuado como prescriptores entre sus asociadas y asociados, haciéndoles llegar el cuestionario y animando la participación, que también ha sido fortalecida por el equipo consultor mediante llamadas telefónicas personalizadas, fruto de lo cual se ha alcanzado una participación de 48 empresas y profesionales.

Laboratorio de reflexión compartida

Tareas realizadas: Se ha llevado a cabo un laboratorio/taller de reflexión con 15 empresas y profesionales del sector audiovisual de Navarra, que ha contado también con la participación de representantes de las asociaciones sectoriales NAPAR y CLAVNA. El objetivo ha sido generar ideas, reflexiones, propuestas, valoraciones y aprendizajes compartidos sobre la situación del sector, así como recoger las primeras ideas de acción en torno a los retos que se le presentarán en los próximos años.

Redacción del informe final y presentación pública

Una vez analizados todos los inputs de información (fuentes secundarias, encuesta, laboratorio de reflexión), el equipo consultor ha redactado el presente informe que se presentará públicamente.

3. APROXIMACIÓN A LA REALIDAD DEL SECTOR AUDIOVISUAL DE NAVARRA

En este apartado analizamos, desde una mirada general, algunos parámetros del sector audiovisual en Navarra (empresas, empleo, facturación, etc.) que sirven para conocer la situación actual del sector, así como su evolución en los últimos años. Para la obtención de la información se ha contado con la colaboración de diversas instituciones y organizaciones de la Comunidad Foral: Instituto de Estadística de Navarra, Observatorio de la Realidad Social, Hacienda Foral y la Tesorería General de la Seguridad Social.

A continuación, se exponen las principales conclusiones obtenidas a partir de esta información:

1. Tejido empresarial

- El sector audiovisual contaba en enero de 2022 con un total de 144 empresas y 143 locales. De estos locales, 5 corresponden a CIFs de empresas de fuera de Navarra, 3 de las cuales se dedican a actividades de exhibición cinematográfica y emplean entre 20 y 49 personas.
- A pesar de la crisis derivada de la pandemia, entre 2019 (situación prepandemia) y 2022 el número de empresas del sector ha crecido un 26,3%.
- Cerca de dos tercios de las empresas (64,6%) se encuadran en la actividad de producción cinematográfica y de vídeo.
- El tejido empresarial está mayoritariamente formado por pequeñas empresas:
 - En 2022, más de la mitad de las empresas del sector (58,3%) no tiene personas asalariadas y nueve de cada diez empresas que sí dispone de personal asalariado tienen menos de 10 empleos asalariados.
 - De las empresas sin personas asalariadas, el 67,9% corresponde a la actividad de producción cinematográfica y de vídeo, mientras que las que emplean a 20 o más personas están adscritas a las actividades de exhibición cinematográfica (1), producción de programas de televisión (1) y edición de otros programas informáticos (1).
 - Respecto a su forma jurídica, el 41,7% se constituye como persona física (personas autónomas o comunidades de bienes) y prácticamente la totalidad no dispone de personal asalariado (86,7% del conjunto de personas físicas), mientras que el resto son sociedades mercantiles, siendo las más habituales dentro de éstas las Sociedades Limitadas (61,9% del conjunto de sociedades mercantiles).

		Nº
	TOTAL EMPRESAS	144
Por actividad	Producción cinematográfica y de vídeo	93
	Resto actividades	51
Por volumen empleo	Sin personal asalariado	84
	Producción cinematográfica y de vídeo	57
	Grabación sonido y edición musical	13
	Edición de otros programas informáticos	7
	Radiodifusión	5
	Exhibición cinematográfica	1
	Distribución cinematográfica y de vídeo	1
	Con personal asalariado	60
	Menos 10 empleos	48
	10-19 empleos	9
20-49 empleos	1	
50-99 empleos	2	
Por forma jurídica	Persona física	60
	Sociedades mercantiles	84

Evolución del Nº de empresas del sector audiovisual por CNAE, 2019-2022²

COD. CNAE	CNAE	2019		2020		2021		2022		2019-2022
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
5821	Edición de videojuegos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	--
5829	Edición de otros programas informáticos	7	6,1%	8	6,9%	8	6,6%	10	6,9%	42,9%
5912	Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo	2	1,8%	2	1,7%	2	1,7%	2	1,4%	0,0%
5914	Actividades de exhibición cinematográfica	6	5,3%	6	5,2%	6	5,0%	7	4,9%	16,7%
5915	Actividades de producción cinematográfica y de vídeo	66	57,9%	64	55,2%	79	65,3%	93	64,6%	40,9%
5916	Actividades de producciones de programas de televisión	2	1,8%	2	1,7%	3	2,5%	3	2,1%	50,0%
5917	Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo	2	1,8%	1	0,9%	1	0,8%	2	1,4%	0,0%
5918	Actividades de distribución de programas de televisión	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0,0%
5920	Actividades de grabación de sonido y edición musical	12	10,5%	14	12,1%	11	9,1%	15	10,4%	25,0%
6010	Actividades de radiodifusión	15	13,2%	16	13,8%	10	8,3%	11	7,6%	-26,7%
6020	Actividades de programación y emisión de televisión	2	1,8%	3	2,6%	1	0,8%	1	0,7%	-50,0%
Total		114	100,0%	116	100,0%	121	100,0%	144	100,0%	26,3%

Fuente: DENA, Directorio de Empresas de Navarra

Nº de empresas del sector audiovisual por estrato de empleo, 2019-2022

Tramo Asalariados	2019		2020		2021		2022	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Ninguna	59	51,8%	69	59,5%	69	57,0%	84	58,3%
De 1 a 2	35	30,7%	28	24,1%	27	22,3%	35	24,3%
De 3 a 5	5	4,4%	5	4,3%	10	8,3%	10	6,9%
De 6 a 9	5	4,4%	4	3,4%	4	3,3%	3	2,1%
De 10 a 19	5	4,4%	5	4,3%	6	5,0%	9	6,3%
De 20 a 49	5	4,4%	4	3,4%	4	3,3%	1	0,7%
De 50 a 99	0	0,0%	1	0,9%	1	0,8%	2	1,4%
De 100 a 249	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
250 o más	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total general	114	100,0%	116	100,0%	121	100,0%	144	100,0%

Fuente: DENA, Directorio de Empresas de Navarra

Nº de empresas del sector audiovisual según su forma jurídica, 2019-2022

Etiquetas de fila	2019		2020		2021		2022	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Persona física	39	34,2%	42	36,2%	47	38,8%	60	41,7%
Sociedad Limitada	38	33,3%	38	32,8%	42	34,7%	52	36,1%
Sociedad Anónima	8	7,0%	9	7,8%	7	5,8%	7	4,9%
Sociedad Cooperativa	0	0,0%	3	2,6%	2	1,7%	4	2,8%
Otras formas Jurídicas	29	25,4%	24	20,7%	23	19,0%	21	14,6%
Total general	114	100,0%	116	100,0%	121	100,0%	144	100,0%

² Cabe señalar que existen en Navarra empresas que operan en el subsector de los videojuegos, pero que, al encontrarse encuadradas en otros CNAE, no han sido recogidas en este estudio, ya que incorporar dichos CNAEs implicaría incluir en el análisis a empresas de otros sectores no audiovisuales que distorsionarían los datos.

2. Empleo

2.1. Afiliación a la seguridad Social

- A la finalización del primer trimestre de 2022, había 763 personas afiliadas a la Seguridad Social en el sector audiovisual.
- De estas personas, 467 eran hombres (61,2%) y 296 mujeres (38,8%).
- Respecto al régimen de afiliación, una de cada cuatro (25,6%) está adscrita al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) y el resto al Régimen General.
- En términos evolutivos, la afiliación ha crecido un 16% respecto del primer trimestre de 2019 (16,4% Régimen General y 14,7% RETA).
- El 83% de la afiliación se concentra en cinco de las 11 actividades que conforman el sector.
- Las Actividades de producción cinematográfica y de video son las que dan empleo a un mayor número de mujeres (30% del total de mujeres afiliadas) en el sector audiovisual; no obstante, la Actividad de exhibición cinematográfica es la única que contabiliza más mujeres que hombres (60,6% y 39,4% respectivamente).

Nº de personas afiliadas a la Seguridad Social por régimen de afiliación

	2019				2020				2021				2022
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1
Rég.General	477	513	505	513	502	521	522	475	505	529	542	546	553
Reg. Gral. Artistas	11	37	16	10	35	73	107	21	10	15	9	7	15
RETA	170	173	181	180	177	177	178	182	186	189	186	196	195
Total general	658	723	702	703	714	771	807	678	701	733	737	749	763

Fuente: Nastat, a partir de información de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Distribución de la afiliación por actividad a 31 de marzo de 2022

COD. CNAE	CNAE	Nº	%
5821	Edición de videojuegos	31	4,1%
5829	Edición de otros programas informáticos	132	17,3%
5912	Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo	44	5,8%
5914	Actividades de exhibición cinematográfica	104	13,6%
5915	Actividades de producción cinematográfica y de video	190	24,9%
5916	Actividades de producciones de programas de televisión	78	10,2%
5917	Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo	7	0,9%
5918	Actividades de distribución de programas de televisión		0,0%
5920	Actividades de grabación de sonido y edición musical	34	4,5%
6010	Actividades de radiodifusión	130	17,0%
6020	Actividades de programación y emisión de televisión	13	1,7%
Total		763	100%

Fuente: Nastat, a partir de información de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Distribución de la afiliación por sexo en cada una de las actividades del sector audiovisual a 31 de marzo de 2022

COD. CNAE	CNAE	hombres	mujeres
5821	Edición de videojuegos	77,4%	22,6%
5829	Edición de otros programas informáticos	74,2%	25,8%
5912	Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo	65,9%	34,1%
5914	Actividades de exhibición cinematográfica	39,4%	60,6%
5915	Actividades de producción cinematográfica y de vídeo	53,2%	46,8%
5916	Actividades de producciones de programas de televisión	53,8%	46,2%
5917	Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo	57,1%	42,9%
5918	Actividades de distribución de programas de televisión	-	-
5920	Actividades de grabación de sonido y edición musical	94,1%	5,9%
6010	Actividades de radiodifusión	68,5%	31,5%
6020	Actividades de programación y emisión de televisión	53,8%	46,2%
Total general		61,2%	38,8%

Fuente: Nastat, a partir de información de la Tesorería General de la Seguridad Social.

2.2. Contratos suscritos³

- Durante el primer semestre de 2022 se han registrado en las oficinas de empleo un total de 1.597 contratos de trabajo correspondientes al sector audiovisual.
- El volumen de contratación alcanzado en este primer semestre supone un 73,3% de la contratación total de 2021 (2.180 contratos suscritos). A este respecto, cabe señalar que en junio de 2022 se suscribieron 853 contratos temporales, cifra inusualmente elevada; posiblemente coincida con algún rodaje, festival,..., lo que ha hecho que, a cierre del primer semestre, la rotación se haya situado en 1,55 (nº medio de contratos suscritos por las personas con un contrato temporal), cuatro décimas por encima del dato de 2021.
- Los datos de contratación no muestran cambios evidentes a partir de la última reforma laboral, que en el conjunto de los sectores muestra que parte de la contratación temporal se ha trasladado a la indefinida y a las y los trabajadores fijos discontinuos.
- De los contratos suscritos en 2022, un 5,6% fueron indefinidos y el 94,4% temporales, proporción similar a la de 2019, aunque difiere más de las de los años 2020 y 2021, sin duda por el gran impacto que tuvo la pandemia sobre la contratación en dichos ejercicios.
- El 45,3% de los contratos fueron firmados por mujeres y el 54,7% por hombres. Destacar que la mayor parte de los contratos indefinidos fueron suscritos por mujeres (58,4%).
- Por tipo de jornada, un 46,2% de los contratos suscritos fueron a jornada completa, el 53,5% a tiempo parcial y el 0,3% restante fueron fijos discontinuos. Llama la atención la mayor incidencia de los contratos a tiempo parcial en los hombres (56,6%) respecto a las mujeres (49,8%)

³ La fuente no dispone de la información desagregada a cuatro dígitos CNAE, por lo que los datos se refieren a todas las actividades incluidas en los códigos 58, 59 y 60, correspondan o no al sector audiovisual.

Contratos suscritos en el sector audiovisual por tipo de contrato

	2019	2020	2021	2022 (acumulado a junio 2022)
INDEFINIDO	132	59	95	89
TEMPORAL	2152	1887	2085	1508
Total general	2284	1946	2180	1597

Fuente: Observatorio de la Realidad Social

Distribución de los contratos suscritos en el sector audiovisual por sexo y tipo de contrato (Acumulado a junio de 2022)

	HOMBRE	MUJER
INDEFINIDO	41,6%	58,4%
TEMPORAL	55,5%	44,5%
Total general	54,7%	45,3%

Fuente: Observatorio de la Realidad Social

Evolución de la rotación

	2019	2020	2021	2022 (acumulado a junio 2022)
Contratos Temporales	2152	1887	2085	1508
Personas Contratadas	1582	1604	1848	971
Rotación	1,36	1,18	1,13	1,55

Fuente: Observatorio de la Realidad Social

Distribución de los contratos por tipo de jornada (Acumulado a junio de 2022)

	HOMBRE	MUJER	TOTAL
COMPLETA	43,2%	49,8%	46,2%
PARCIAL	56,6%	49,8%	53,5%
FIJO DISCONTINUA	0,1%	0,4%	0,3%
Total general	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Observatorio de la Realidad Social

3. Economía de las empresas

- En 2021 las empresas del sector facturaron en torno a 31,3 millones de euros⁴, de modo que la facturación media por empresa se situó en torno a 260.000 euros.
- Aunque no se dispone de datos desagregados por actividad, en el caso de la exhibición cinematográfica los datos del Ministerio de Cultura muestran un importante descenso de la recaudación a partir de la pandemia de la covid-19, que en 2021 fue de en torno a cinco millones de euros respecto a 2019 (-57,6%).
- A este respecto, señalar que el gasto liquidado por la Comunidad Foral de Navarra en el capítulo 4 de transferencias corrientes en el sector del cine se ha incrementado de un modo notable en los últimos años, hasta alcanzar la cifra de 1.170.000 euros en 2020.

Evolución de la recaudación de las salas de cine 2018-2021

	2018	2019	2020	2021
Valor absoluto (millones de euros)	8,5	8,5	2,8	3,6
Gasto medio por espectador (euros)	5,5	5,4	5,4	5,4
Gasto medio por habitante (euros)	13,1	13,1	4,3	5,5

Fuente: MCUD. Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento.

Evolución del gasto liquidado por la Comunidad Foral de Navarra en el capítulo 4 de transferencias corrientes en el sector del cine (miles de euros)

	2017	2018	2019	2020
Cine	188	794	937	1.170

Fuente: MCUD. Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, MHFP. Estadística de Liquidación de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas.

⁴ En la interpretación de los datos del IVA devengado facilitados por Hacienda Foral es necesario tener en cuenta que Hacienda suprimió de la explotación aquellos declarantes inscritos en más de un CNAE cuando ese CNAE no se correspondía con uno de los considerados dentro del sector audiovisual. De esta manera han quedado al margen, por ejemplo, las salas de exhibición cinematográfica, ya que también disponen de CNAEs asociados a la hostelería. Por ello, se ha recurrido a otras fuentes como la Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento, la Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, MHFP y la Estadística de Liquidación de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas, todas ellas del Ministerio de Cultura. Por otra parte, se ha tratado de identificar la correspondencia entre los epígrafes IAE que utiliza Hacienda Foral y los CNAEs objeto de estudio a través del conversor de la Agencia Tributaria, por lo que es posible que también por esta razón alguna actividad hay quedado excluida de la información facilitada por Hacienda.

4. RESULTADOS DE LA CONSULTA A EMPRESAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR AUDIOVISUAL DE NAVARRA

1.- PARTICIPACIÓN y CARACTERIZACIÓN

1.1.- ¿CUÁNTAS EMPRESAS Y PROFESIONALES HAN PARTICIPADO?

48 empresas y profesionales del sector audiovisual de Navarra han participado en la encuesta, lo que supone el 39,7% del total de empresas y profesionales autónomos y autónomas registradas en Navarra⁵.

Producción cinematográfica y de vídeo, la actividad principal de la mayoría de empresas y profesionales del sector audiovisual (77,1%), en coherencia con los datos registrados en el DENA (en el que la mayoría, 65,3%, se corresponde con esta actividad). En esta lógica, la producción y la creación son las dimensiones de la cadena de valor en las que mayor porcentaje de empresas y profesionales han situado su actividad.



Base: 48 empresas y profesionales

Nota: la suma de porcentajes no es 100 por tratarse de una pregunta de respuesta múltiple.

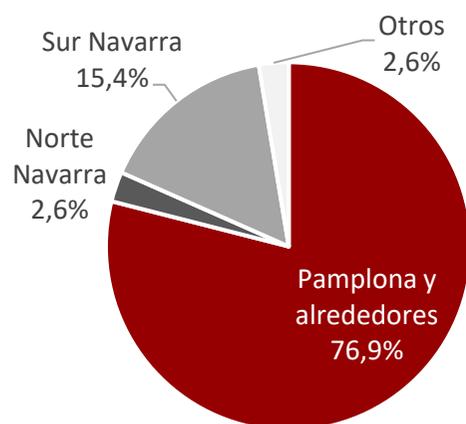
⁵ Fuente: Directorio de Empresas de Navarra (DENA), 2021.

1.2.- ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LAS EMPRESAS Y PROFESIONALES QUE HAN PARTICIPADO?

La capital y alrededores concentran el mayor número de empresas y profesionales audiovisuales. Cerca de 8 de cada 10 empresas y profesionales del sector que han contestado a la encuesta se localizan en Pamplona y otros municipios del entorno.

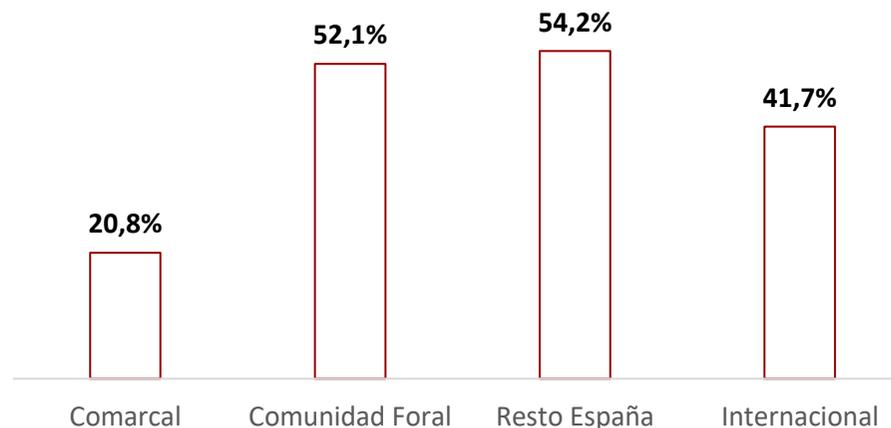
El radio de influencia nacional, el más habitual. El 54,2% del colectivo desarrolla su actividad en un radio de influencia que abarca todo el territorio nacional y el 52,1% lo hace en la Comunidad Foral. No obstante, es destacable en nivel de internacionalización, 41,7%.

Empresas y profesionales del sector audiovisual de Navarra según localización



Base: 39 empresas y profesionales

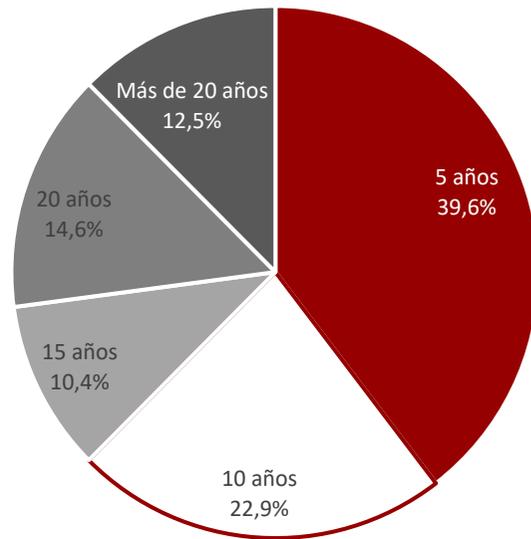
Empresas y profesionales del sector audiovisual según radio de influencia



Base: 48 empresas y profesionales

Sector relativamente joven. La mayor parte de las empresas/profesionales (39,6%) se han creado/han iniciado su actividad en los últimos 5 años, aunque también hay un pequeño grupo de empresas que acumulan más de 20 años de trayectoria profesional.

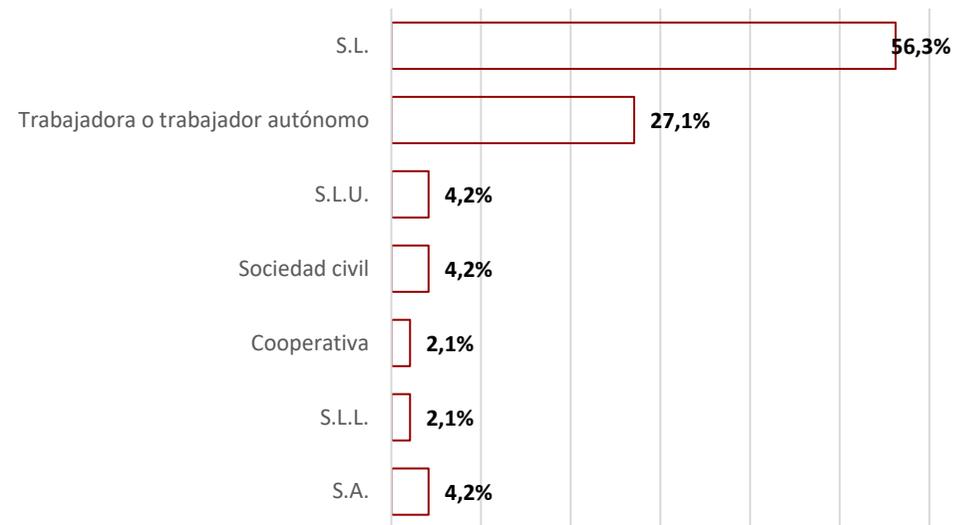
La empresa se creó/la actividad se inició hace...



Base: 48 empresas y profesionales

Sociedad Limitada, la forma jurídica más habitual, concentrando a más de la mitad de las empresas que han contestado al cuestionario; aunque existe un porcentaje significativo de profesionales autónomas y autónomos. Por otra parte, todas las empresas y profesionales que han contestado a la encuesta se enmarcan en el ámbito privado.

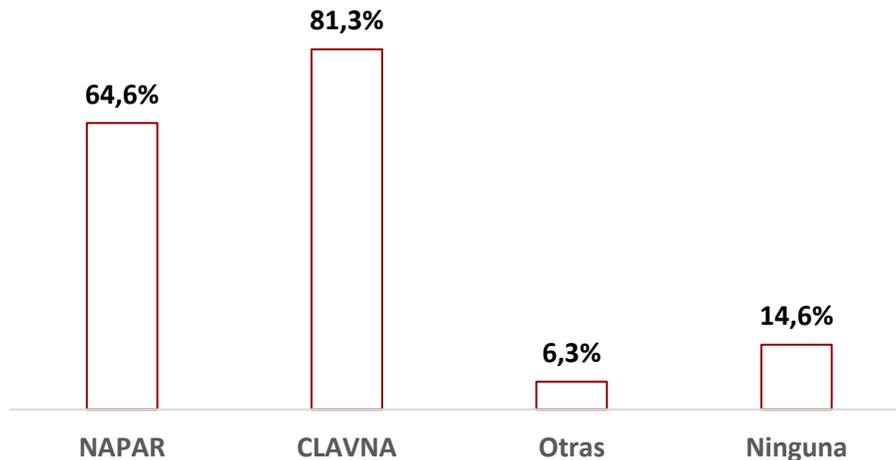
Empresas y profesionales del sector audiovisual de Navarra según forma jurídica



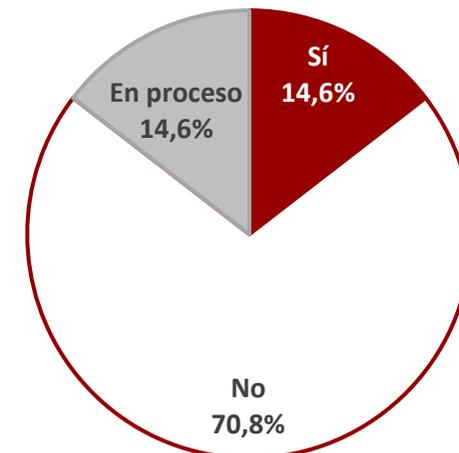
Elevado grado de asociacionismo entre las empresas y profesionales. 8 de cada 10 pertenecen al Clúster del Audiovisual de Navarra y casi 7 de cada 10 también están asociadas a NAPAR, Asociación de empresas y profesionales de la producción audiovisual de Navarra. No obstante, hay un colectivo que actualmente no se encuadra en ninguna asociación. Entre quienes han señalado otras asociaciones más allá del sector destacan Ibaia (Asociación de Productoras Audiovisuales Independientes del País Vasco), Apika (Asociación de Productores Audiovisuales Independientes de Álava) y la Asociación de Agencias de publicidad.

Necesidad de fortalecer el compromiso con la igualdad de género. El 70,8% de las empresas y profesionales del sector audiovisual que han contestado a la encuesta no dispone de Plan de Igualdad.

Empresas y profesionales del sector audiovisual de Navarra según pertenencia a asociaciones sectoriales u otras



Empresas y profesionales del sector audiovisual según disponibilidad de Plan de Igualdad



Nota: la suma de porcentajes no es 100 por tratarse de una pregunta de respuesta múltiple

Base: 48 empresas y profesionales.

2.- EMPLEO

Mayor presencia de hombres entre las empresas y profesionales del sector audiovisual, sobre todo en la gerencia y el departamento técnico. Las empresas y profesionales que han respondido a la encuesta suman 235 empleos, de los cuales el 56,4% corresponde a hombres y el 43,6% a mujeres. La presencia de los hombres destaca en casi todas las áreas, sobre todo en los puestos de gerencia (73,7%) y departamento técnico (75,6%); por su parte, las mujeres son mayoría en el área de la gestión y la administración y su presencia es más escasa en los puestos de gerencia y departamento técnico.

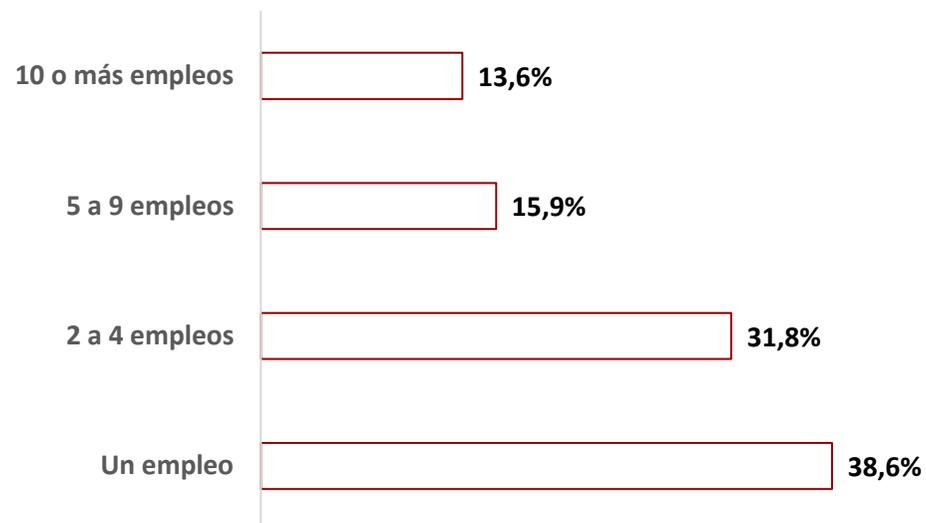
Empleo en las empresas y profesionales del sector audiovisual de Navarra según área y sexo (porcentajes horizontales)

Área	Mujeres	Hombres	TOTAL
Gerencia	26,3%	73,7%	100,0%
Administración/Gestión	70,6%	29,4%	100,0%
Elenco autoral	40,0%	60,0%	100,0%
Elenco artístico	0,0%	100,0%	100,0%
Jefaturas creativas	37,5%	62,5%	100,0%
Departamento técnico	24,4%	75,6%	100,0%
marketing/Desarrollo negocio	67,7%	32,3%	100,0%
Otras	70,6%	29,4%	100,0%
TOTAL	43,6%	56,4%	100,0%

Base: 44 empresas y profesionales

Considerable presencia de microempresas (menos de 10 trabajadores y trabajadoras) entre las que han respondido al cuestionario. El 86,4% de las empresas y profesionales que han participado en la encuesta contabiliza menos de 10 empleos; el 38,6% dispone de un solo empleo, siendo el 64,7% de este colectivo trabajadores y trabajadoras autónomas.

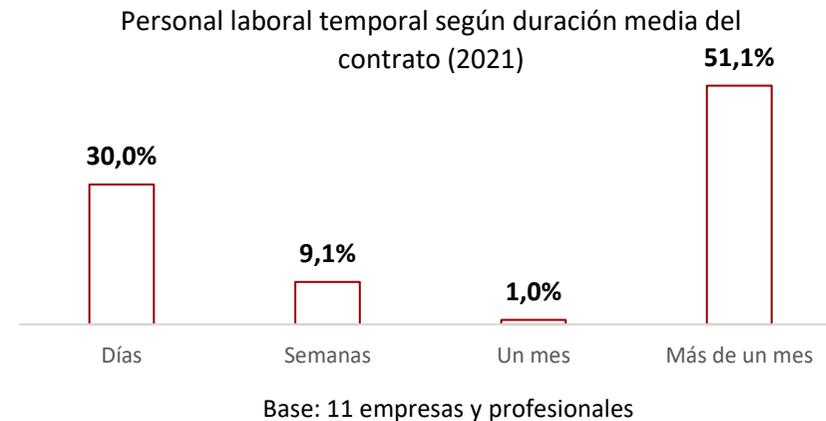
Empresas y profesionales del sector audiovisual de Navarra según volumen de empleo



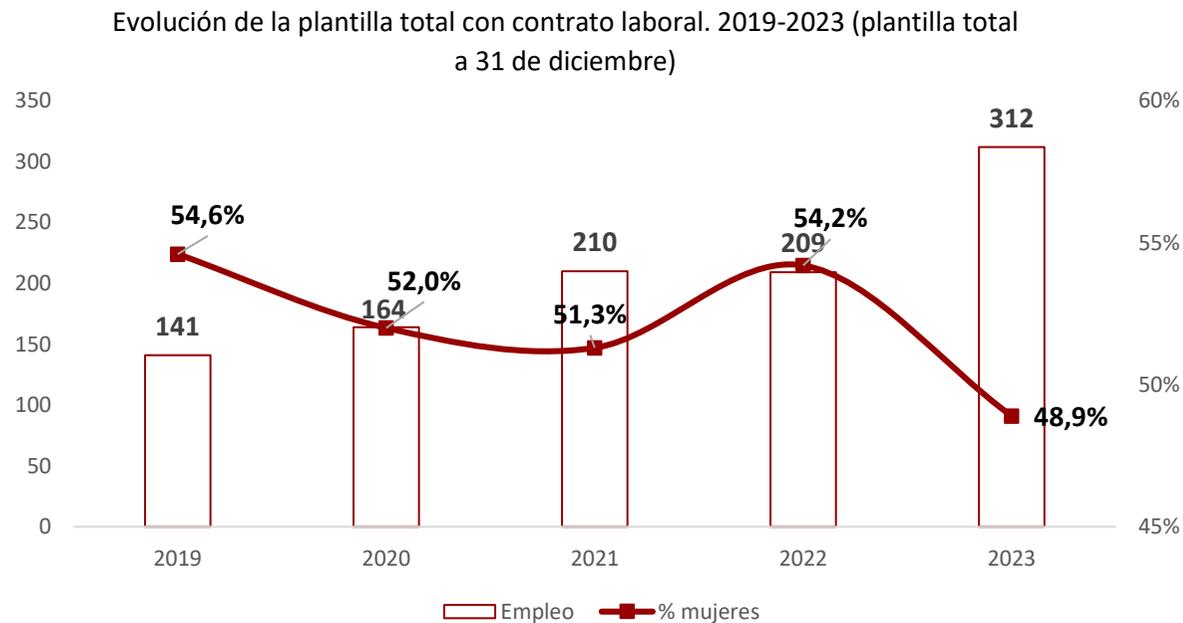
Base: 44 empresas y profesionales

El 27% de las empresas y profesionales que han respondido al cuestionario dispone de contratos mercantiles en el momento actual, sumando un total de 50 contratos en esta modalidad. La mitad de estas empresas tienen menos de 5 empleos en sus plantillas (base: 37 empresas y profesionales).

La mitad del personal laboral temporal ha tenido contratos con una duración media de más de un mes. El 30% del personal temporal ha tenido contratos que han durado días y algo más del 10% varía entre varias semanas y un mes.



Perspectiva favorable en la evolución del empleo en el sector, no así en la presencia de mujeres en las plantillas. Según las respuestas recogidas, las empresas y profesionales prevén un considerable aumento de sus plantillas para el próximo año (un aumento de 103 empleos en 2023 respecto al año anterior, lo que supone un crecimiento del 49,3%). Sin embargo, se prevé un retroceso en la presencia de mujeres en dichas plantillas, concretamente un 9,8% menos en 2023 respecto a 2022.

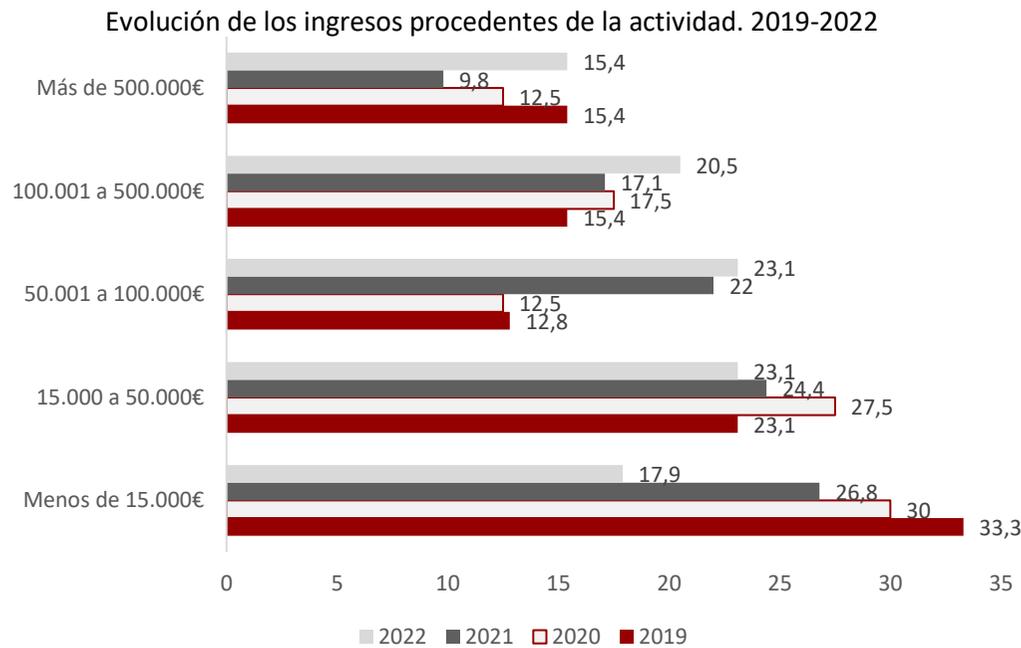


Base: una media de 23 empresas y profesionales para la evolución del empleo y una media de 15 para el porcentaje de mujeres en el empleo total.

3.- INDICADORES ECONÓMICOS

3.1.- FACTURACIÓN

Previsión de aumento de los ingresos procedentes de la actividad de las empresas y profesionales en 2022 respecto al año anterior. Salvo en los tramos de ingresos de menos de 50.000€, en 2022 se prevé aumentar los ingresos en el resto de los tramos, sobre todo en el tramo más elevado (ingresos de más de 500.000€), que muestra una previsión de crecimiento del 57,1%.

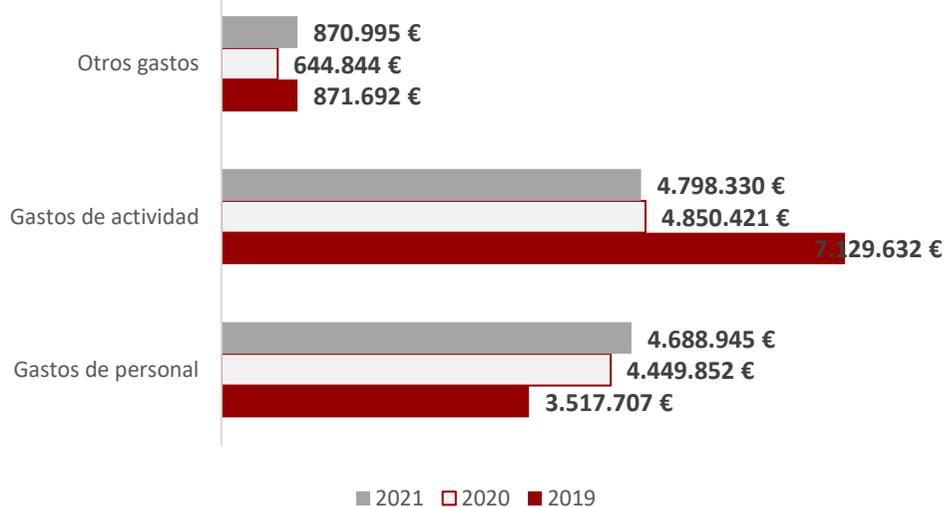


Base: 40 empresas y profesionales de media.

3.2.- GASTOS

La actividad absorbe la mayor parte del gasto de las empresas y profesionales del sector. Cerca de la mitad del gasto corresponde a la actividad, aunque el gasto de personal ha aumentado en torno al 48% en los tres últimos años; en segundo lugar, se sitúan los gastos de la actividad, que se han incrementado un 11% en los tres últimos años.

Evolución del gasto realizado por las empresas y profesionales del sector audiovisual según concepto de gasto. 2019-2021



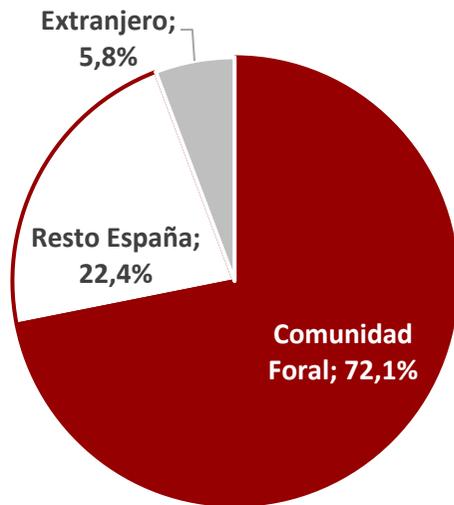
Base: 25 empresas y profesionales

Cerca de tres cuartas partes del gasto se queda en la Comunidad Foral. En 2021, el 72,1% del volumen total del gasto de las empresas y profesionales que han respondido a la encuesta se produjo en territorio navarro; el 22,4% se produjo en el resto de España y un 5,8% fue en el extranjero.

3.3.- PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO EN RELACIÓN A LA ACTIVIDAD

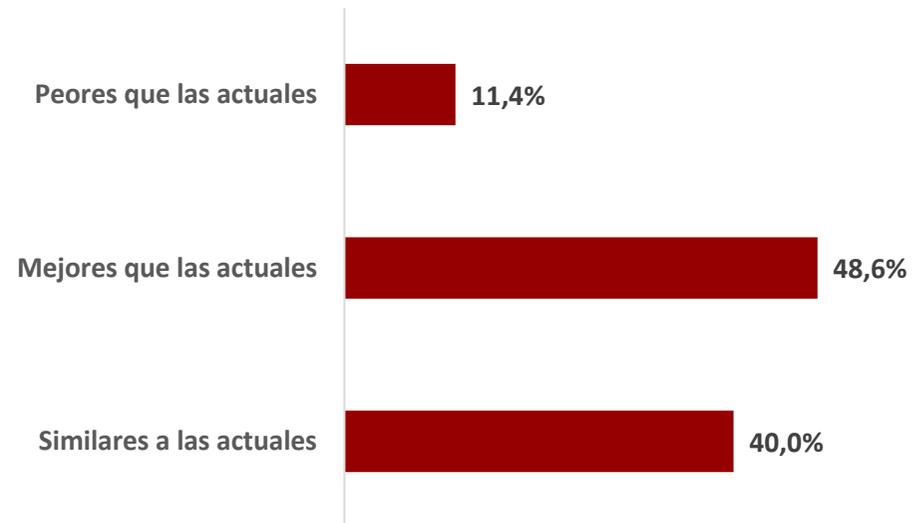
Perspectivas mejores o similares a las actuales en relación a la actividad. Las empresas y profesionales que han participado en la encuesta afirman que sus perspectivas en el medio plazo son mejores que las actuales (48,6%) o al menos similares (40%).

Distribución del volumen de gasto de las empresas y profesionales del sector audiovisual, según lugar donde se produce (2021)



Base: 32 empresas y profesionales

Perspectivas a medio plazo de las empresas y profesionales en relación a la actividad



Base: 35 empresas y profesionales

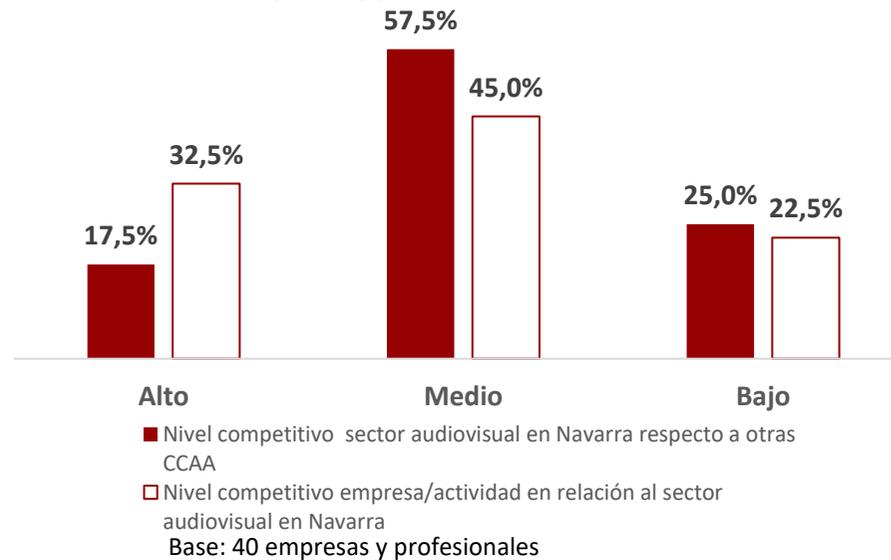
4.-

VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN NAVARRA

4.1.- NIVEL COMPETITIVO DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN NAVARRA

Sector competitivo en relación al conjunto de Comunidades Autónomas. Las empresas y profesionales que han contestado a la encuesta consideran que el sector audiovisual en Navarra goza de un nivel competitivo medio o alto (75%) si se compara con las realidades en otras Comunidades Autónomas. Preguntadas por su propia competitividad, las empresas y profesionales también la sitúan en valores medios o altos (77,5%) respecto al conjunto del sector en Navarra.

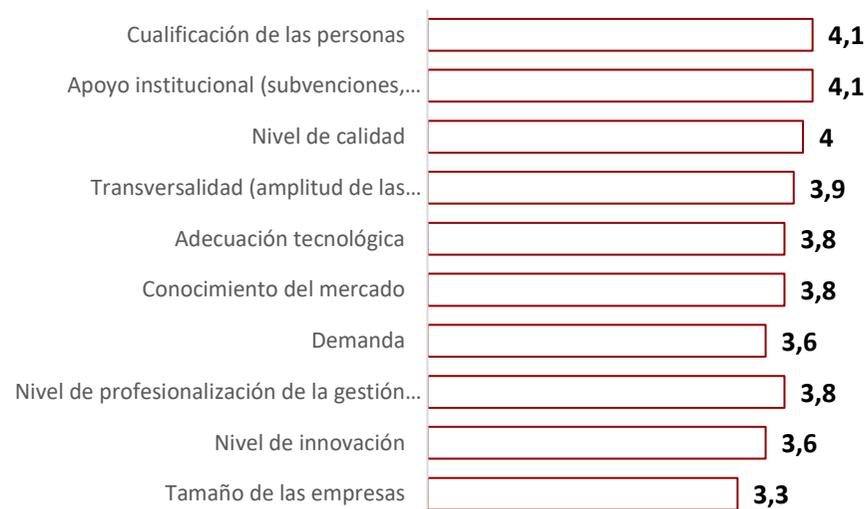
Valoración sobre el nivel competitivo del sector audiovisual en Navarra y de las empresas y profesionales del sector



4.2.- ASPECTOS QUE INFLUYEN EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN NAVARRA

La cualificación de las personas y el apoyo institucional, aspectos mejor valorados frente al tamaño de las empresas, el aspecto peor valorado en la competitividad del sector audiovisual. Hay cuatro aspectos con puntuaciones en torno a 4 que, según han contestado las empresas y profesionales que han participado en la encuesta, influyen positivamente en la competitividad del sector audiovisual: la cualificación de las personas, el apoyo institucional, el nivel de calidad y la amplitud de las aplicaciones de la actividad audiovisual. El resto de los aspectos valorados se sitúa por debajo de los 4 puntos, siendo la puntuación más baja para el tamaño de las empresas.

Valoración de la influencia de determinados aspectos en la competitividad del sector audiovisual de Navarra



Base: 41 empresas y profesionales

4.3.- FORTALEZAS, DEBILIDADES Y RETOS DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN NAVARRA

D E B I L I D A D E S :

Asociadas al perfil de las empresas/profesionales:

- Atomización
- Tamaño pequeño, unipersonales, que impide abordar proyectos grandes
- Profesionalización
- Formación
- Recursos técnicos escasos
- Alta dependencia de proyecto y empresas de fuera de Navarra

Asociadas al entorno productivo:

- Ausencia de ventanas de distribución propias tractoras que dinamicen el mercado: TV pública, plataformas, festivales,...
- Débil tejido industrial/logístico (servicios, proveedores,...) para atraer empresas grandes
- Escaso negocio en la Comunidad Foral

Asociadas al apoyo institucional/financiación:

- Falta de subvenciones, incentivos fiscales, inversión
- Falta de campañas que animen a venir a trabajar a Navarra, que informen sobre oportunidades de rodajes,...
- Falta de capital privado que disminuya la dependencia de recursos públicos
- Carencia de empresas con una producción ejecutiva gestora con visión global de negocio (se "sobrevive" proyecto a proyecto sin un plan sólido a largo plazo, lo que limita tener músculo financiero propio).

F O R T A L E Z A S :

De las empresas y profesionales:

- Capacidad de adaptación, flexibilidad del sector
- Capacidad de cohesión, alianzas, unidad
- Profesionalidad, **calificación**
- Capacidad creativa y de generación de ideas, talento, potencial, cantera
- Experiencia, saber hacer
- Fuertes en animación y videojuegos
- Número de empresas
- Nivel de actualización en lo tecnológico

A nivel institucional:

- Voluntad política de consolidar el sector
- **Incentivos fiscales**, fiscalidad
- Accesibilidad (ser una comunidad pequeña lo facilita)
- Buena comunicación público-privada, que permite ir reforzando, aparte de otras cosas, herramientas de financiación sólidas
- Gran apoyo institucional y facilidades en las relaciones con las instituciones
- Universidades

A nivel territorio:

- Localizaciones únicas y variación de estilos
- Diversidad de paisajes

R E T O S D E L O S P R Ó X I M O S A Ñ O S :

Dinamización del mercado y el tejido productivo:

- Abordar proyectos grandes
- Atraer a empresas internacionales y darles servicio
- Crecer para situarse como sector estratégico
- Fortalecer la logística y los servicios para dar respuesta de calidad a las necesidades de quienes vienen a Navarra
- Incrementar la producción propia con seña de identidad navarra
- Conseguir afianzar ventanas propias de distribución, con recursos para invertir en el sector
- Conseguir rodajes, generar contenido
- Buscar nuevos modelos de financiación alternativos que garanticen la continuidad del sector en territorio
- Crear un depósito del audiovisual de Navarra
- Trabajar con todas las plataformas de difusión existentes (televisión, movistar +, Netflix, Amazon...) para llegar a más público
- Adaptarse a los nuevos hábitos de consumo

Mejora de la cualificación profesional/formación y de las empresas:

- Actualizarse en contenidos digitales
- Adaptarse tecnológicamente
- Innovación I+D
- Apostar por la especialización en servicios necesarios que aún no existen en la comunidad, sobre todo en cuanto a renting de material cámara, iluminación, sonido y procesos de postproducción/finalizado de proyecto.
- Inversión en equipos y recursos tecnológicos

Apoyo institucional:

- Competir fiscalmente y con las televisiones de otras comunidades
- Cuidar el entorno navarro, legislando para que las empresas grandes pidan colaboración a empresas del territorio

5. APORTACIONES DEL LABORATORIO DE REFLEXIÓN CON EL SECTOR

Con el fin de añadir una mirada más cualitativa al estudio, se han incorporado ideas, reflexiones, propuestas, valoraciones y aprendizajes compartidos a través del taller/laboratorio de reflexión en el que han participado 15 empresas y profesionales del sector audiovisual de Navarra, además de representantes de las asociaciones sectoriales NAPAR y CLAVNA. Estas aportaciones complementan el input de información que se ha extraído de la encuesta y la información de fuentes secundarias, y contribuyen a consolidar la información de carácter cuantitativo.

En el laboratorio desarrollado, a partir de una presentación de los datos más significativos de la encuesta y una serie de fichas, se ha realizado una reflexión compartida en torno a las dificultades y retos a los que se enfrenta el sector, con el fin de identificar el contexto de interacción actual y, por otro lado, recopilar ideas que sirvan de punto de partida para articular soluciones a dichos retos en los próximos años.

De esta manera, a las empresas y profesionales se les ha pedido reflexionar individual y grupalmente en torno a tres dimensiones identificadas a lo largo del estudio:

- Retos del sector audiovisual en Navarra en los próximos 5/10 años en un entorno incierto, variable y cada vez más competitivo
- Mejora de la competitividad del sector y de sus empresas teniendo en cuenta la elevada atomización y la necesaria innovación tecnológica y no tecnológica
- Estrategias y proyectos palanca puede favorecer estos escenarios de colaboración interempresariales dentro del sector y con otros sectores (industrias creativas, turismo, ...)

A continuación, se resumen las aportaciones recogidas en el laboratorio (literales):

PROYECCIÓN, VISIBILIZACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL SECTOR

Desde las Administraciones Públicas

- Poner en marcha el Agregador de Contenidos Audiovisuales de proximidad
- Impulsar una empresa tractora (agregador de contenidos, acuerdo con EITB,...)
- Favorecer el acceso a TVs y mercados
- Aumentar el incentivo fiscal y promover incentivos específicos para grandes producciones que proyecten Navarra y fortalezcan el sector y para productoras navarras establecidas durante más de 3 años
- Impulsar el territorio a nivel comercial en ferias y visitas comerciales (ejemplo: Canarias Film Comission)
- Apoyar la internacionalización fortaleciendo las ayudas y subvenciones para proyectos
- Fomentar cauces de comunicación entre la Administración y el sector, estables y transparentes
- Conocer a fondo el sector para poder visibilizarlo
- Generar herramientas de promoción: festivales, eventos internos y relaciones con otros territorios

Desde las empresas / profesionales

- Promover la cooperación entre empresas para que se produzcan las necesarias fusiones y alianzas que permitan crecer al sector, con proyectos más ambiciosos en los que puedan participar colaborativamente empresas que, por su tamaño, no acceden por sí solas a proyectos grandes
- Promover acuerdos con grandes operadores internacionales
- Impulsar acciones comerciales
- Formarse/asesorarse en materia de estrategia y promoción empresarial
- Favorecer en encuentro permanente con la Administración
- Comunicar los proyectos de las empresas
- Implicar proactivamente a las empresas en las asociaciones, fomentar el asociacionismo
- Buscar otras fuentes de financiación privada (requiere formación en materia de fiscalidad)
- Impulsar estancias en el extranjero para sumergirse en otros ecosistemas del audiovisual e intercambiar talento

Desde las Asociaciones / otros agentes

- Promover tiempos y espacios para el contacto y conocimiento mutuo entre empresas/profesionales que generen un clima de confianza que favorezca las fusiones, colaboraciones, etc.
- Estimular las alianzas y los proyectos colaborativos
- Aumentar la presencia en mercados internacionales
- Impulsar la acción comercial
- Colaborar con otros sectores como turismo, comercio, etc.
- Actuar de interlocutor con las Administraciones como portavoz de las necesidades del tejido empresarial
- Informar de oportunidades a las empresas
- Gestionar asesorías entre empresas

MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR AUDIOVISUAL DE NAVARRA Y SUS EMPRESAS/PROFESIONALES

Desde las Administraciones Públicas

- Poner en marcha el proyecto estratégico del Agregador de Contenidos Audiovisuales de proximidad y alimentarlo sistemáticamente, además de dotarlo de fondos, apoyo económico real y claro (con partida presupuestaria)
- Facilitar la burocracia en general, la tramitación de las subvenciones; se trata de empresas pequeñas y poco especializadas en gestión
- Ajustar los procesos a la realidad y ritmos del sector
- Incentivar los proyectos que impliquen la asociación de empresas
- Modificar la legislación del I+D navarro para adaptarlo al sector audiovisual
- Promover ayudas específicas al I+D audiovisual
- Crear un Hub audiovisual donde las empresas y profesionales colaboren, trabajen juntos y formen una comunidad, optimizando recursos técnicos y humanos, y reduciendo así la inversión individual que debe realizar cada empresa (mancomunar algunos servicios)

Desde las empresas / profesionales

- Impulsar la unión y las fusiones entre las empresas
- Promover proyectos colaborativos o coproducciones, alianzas, superando el interés particular
- Promover alianzas para conformar consorcios y unidades de I+D
- Aumentar la inversión en innovación
- Generar espacios de trabajo más dinámicos
- Promover el intercambio de talento; una propuesta puede ser a través de una bolsa de horas: una empresa/profesional facilita un servicio a cambio de otro servicio de otra empresa/profesional (apoyo mutuo)

Desde las Asociaciones / otros agentes

- Promover contactos entre empresas para abordar proyectos colaborativos o coproducciones, favorecer sinergias
- Impulsar acciones formativas en materia jurídica, fiscalidad, gestión
- Impulsar el emprendimiento
- Identificar las necesidades del sector para elaborar perfiles de empresas
- Facilitar apoyo práctico para hacer frente a las necesidades de las empresas y profesionales, una propuesta puede ser un sistema de servicios comunes centralizados

ESTRATEGIAS Y PROYECTOS PALANCA PARA FAVORECER ESCENARIOS DE COLABORACIÓN ENTRE EMPRESAS DENTRO DEL SECTOR Y CON OTROS SECTORES (INSUTRIAS CREATIVAS, TURISMO,...)

Desde las Administraciones Públicas

- Poner en marcha el agregador de contenidos audiovisuales de proximidad y alimentarlo sistemáticamente
- Conectar los diferentes sectores mediante apoyos concretos (por ejemplo, que Turismo invierta en recursos audiovisuales); favorecer mediante ayudas que otros sectores contraten audiovisual navarro
- Impulsar un Plan de Desarrollo del Turismo de Cine

Desde las empresas / profesionales

- Promover las UTE para proyectos concretos
- Promover la dinamización del sector que posibilite estas conexiones
- Impulsar una empresa de servicios que traccione los rodajes y contrate al tejido productivo (del sector audiovisual) navarro
- Ofrecer formación, facilidades administrativas y fiscales

Desde las Asociaciones / otros agentes

- Seguir insistiendo a la Administración pública para que aborde el tema del agregador de contenidos
- Generar espacios que favorezcan la colaboración entre empresas
- Favorecer proyectos que generen tracción
- Favorecer el conocimiento mutuo entre empresas
- Impulsar encuentros dinámicos entre Clústers
- Promocionar el sector audiovisual en otros sectores
- Fomentar proyectos interclusters: con el agro, con las energías renovables, con el sector de la salud
- Favorecer espacios para compartir información, conocimiento, experiencias

6. A MODO DE CONCLUSIÓN

Los resultados recogidos en este informe representan inputs de información de gran valor sobre distintas dimensiones (tejido productivo, empleo, facturación, competitividad, perspectivas de futuro, ...) que nos sitúan en la realidad del sector audiovisual de Navarra y nos ofrecen una aproximación a sus debilidades o áreas de mejora, sus fortalezas y los retos que le tocará enfrentar en los próximos años.

El proceso de trabajo para la elaboración del estudio también ha evidenciado el espíritu de colaboración que existen entre los distintos agentes en base a unos objetivos comunes de visibilización, puesta en valor y desarrollo del sector audiovisual en el territorio.

A partir de esta información, los agentes implicados (empresas, profesionales, agentes sectoriales y administraciones públicas) disponen de datos de interés y gran valor para seguir trabajando y profundizando en las diferentes líneas, de cara a establecer la hoja de ruta necesaria para continuar desarrollando el sector.