



INFORME DE RESULTATS

Estudi sobre el sector de la cultura de proximitat: fases III i IV

2015

ÍNDIX

1. Presentació de l'estudi	3
2. Consideracions generals	6
2.1. Objecte d'estudi	6
2.2. Cultura i proximitat	6
3. El sector de la cultura de proximitat	8
3.1. Característiques del sector.....	8
3.2. Estimació del volum econòmic del sector	12
3.3. Estimació del volum d'activitat del sector	22
3.4. Perfil dels agents.....	27
4. Síntesi i conclusions	28
4.1. A tall de síntesi	28
4.2. A tall de conclusió	29
Annex I.....	33
Annex II	38

1. PRESENTACIÓ DE L'ESTUDI

El sector privat de la cultura de proximitat representa una part essencial de la riquesa i el valor de l'activitat cultural al nostre país. Hi ha una gran varietat d'empreses dedicades a la cultura de proximitat oferint serveis i recursos que són bàsics per al funcionament de la societat catalana. Ara bé, es tracta d'un sector poc delimitat que encara ara no ha estat dimensionat de forma rigorosa.

És precisament per la necessitat de conèixer més en profunditat el sector de la cultura de proximitat a Catalunya i a partir del convenciment de la seva importància tant a nivell cultural com empresarial que l'ACELLEC (Associació Catalana d'Empreses del Lleure, l'Educació i la Cultura) posa en marxa el present estudi per tal de poder delimitar el sector i posar-lo en valor i així trobar la millor manera de potenciar-lo com a sector cultural però també com a sector econòmic i empresarial.

Així doncs, amb aquest estudi es vol iniciar una línia d'anàlisi de les principals característiques de les empreses i entitats que formen part del sector, de manera que es pugui delimitar el sector del serveis socioculturals o de cultura de proximitat i dimensionar-lo econòmicament, al mateix temps que es detecten les possibles amenaces que pateix el sector i les oportunitats de les quals disposa i que cal aprofitar.

Partint de l'objectiu principal de l'estudi, que com ja s'ha esmentat és realitzar una aproximació al volum econòmic del sector de la cultura de proximitat, atenent a la generació de riquesa i d'ocupació dels agents que en formen part, es plantegen els següents objectius específics:

- Desenvolupar un treball de camp que permeti disposar d'informació actualitzada sobre l'activitat i estructura dels agents del sector.
- Realitzar una estimació del volum econòmic del sector que permeti fer visible la seva importància dins el sector cultural català.

- Detectar perfils o tipologies diferenciades d'agents del sector, atenent a la naturalesa de la seva activitat empresarial i la seva estructura de recursos humans i econòmics.

Metodologia

L'estudi es basa en una aproximació quantitativa a la realitat del sector de la cultura de proximitat. Per a fer-ho s'ha realitzat una enquesta dirigida a les empreses i entitats del sector, amb l'objectiu d'obtenir informació actualitzada sobre l'activitat i l'estructura dels agents.

Com s'ha comentat amb anterioritat, el sector privat de cultura de proximitat representa una part essencial de la riquesa i el valor de l'activitat cultural, però al mateix temps és un sector poc delimitat que avui dia no ha estat dimensionat de forma rigorosa.

Arrel d'aquesta manca de delimitació i de dades de les empreses i associacions del sector, un primer objectiu de la recerca ha estat la construcció, en la mesura del possible, d'un cens d'agents que ens permetés, posteriorment, fer arribar l'enquesta al major nombre d'agents possibles del sector.

Així doncs, la primera fase de l'estudi, va consistir en realitzar una recerca d'empreses i entitats que actualment treballen oferint serveis socioculturals o que formen part d'altres àmbits de la cultura de proximitat. A partir de la informació extreta de diverses fonts secundàries, que es varen contrastar entre elles per tal d'assegurar la vigència i certesa de les dades, es va elaborar un cens d'agents. En aquest sentit, alguns dels directoris, registres, entitats públiques que varen ser consultades a tal efecte han estat:

- La Diputació de Barcelona
- La Generalitat de Catalunya
- La Secretaria General de Joventut de la Generalitat de Catalunya.
- El directori d'activitat de Turisme de Catalunya

- Directori d'entitat de gestió cultural SGJ
- Directori d'associats APGC
- Directori d'associats i registre de l'Associació Catalana d'Empreses del Lleure, l'Educació i la Cultura

Aquesta cerca va permetre elaborar un cens de 147 empreses, cooperatives i associacions. El cens s'ha depurat a partir de trucades telefòniques i recerques telemàtiques, per tal de poder excloure aquelles empreses i/o entitats inactives o que no formen part del sector. Arrel d'aquesta depuració s'ha pogut obtenir un cens de 118 agents. L'enquesta s'ha facilitat a tots els agents per via telemàtica, per tal d'assegurar el màxim nivell de resposta.

Durant el període de camp de l'enquesta, que s'ha realitzat del desembre de 2014 a maig de 2015, s'ha facilitat un suport telefònic d'informació i assessorament a les empreses que ho han necessitat. Finalment, i a partir de les respostes obtingudes, de les quals cal destacar el 100% de resposta de les empreses associades a ACELLEC, s'ha realitzat una projecció dels resultats al conjunt dels agents dels cens, mitjançant l'agrupació de les empreses i entitats en funció de característiques econòmiques.

2. CONSIDERACIONS GENERALS

2.1. OBJECTE D'ESTUDI

El present estudi, i l'enquesta que s'ha realitzat com a base per a l'anàlisi i generació d'informació, han posat l'atenció específicament en aquelles empreses, cooperatives, associacions i fundacions que formen part del sector de la cultura de proximitat. En aquest sentit, en la categoria ja anomenada empresa s'han considerat tot tipus de societats, empreses individuals i autònoms.

Per tant, s'han considerat agents tant amb afany de lucre com agents sense afany de lucre. S'han tingut en compte aquelles empreses, cooperatives i entitats que realitzen activitats i ofereixen serveis amb un caràcter pròxim englobats en l'àmbit de la cultura. Però cal tenir present que els agents considerats no només delimiten el seu àmbit d'actuació a la cultura, sinó que són agents polivalents que també s'emmarquen en d'altres àmbits d'actuació, com l'àmbit educatiu, el món del lleure, entre d'altres.

És a dir, els agents considerats estan emmarcats en l'àmbit de la cultura de proximitat, però ofereixen altres serveis de proximitat a la ciutadania.

2.2. CULTURA I PROXIMITAT

L'accés a la cultura i els serveis bàsics en cultura han d'estar garantits per part del poders públics; els governs estan obligats per ordenament constitucional a vetllar per les llibertats culturals, a proveir uns serveis culturals a la ciutadania, i a recolzar la producció cultural¹.

Les polítiques culturals han de garantir l'accés a la cultura des dels principis d'igualtat i universalitat. Aquest principi parteix de la concepció del ciutadà en el seu doble paper de productor i receptor del coneixement i té com a objectiu

¹ Pascual, J. (2006) 'Las políticas culturales de proximidad' a *Interacció '06. Políticas culturales de proximidad*. Centre d'Estudis i Recursos Culturals (CERC). Diputació de Barcelona.

reduir tot tipus de barreres que dificulten la possibilitat tant del gaudi com de l'aprenentatge de coneixements i habilitats necessàries per: la recepció i creació del saber, de la cultura. Per tant, l'educació, els equipaments i programes, el coneixement dels llenguatges de les eines d'informació i comunicació, són oportunitats per l'accés.

Així, la creació de xarxes d'equipaments de proximitat és fonamental per a l'accés. Els organismes públics han de garantir la creació d'espais per a l'accés a la cultura, però la gestió d'aquests pot ser realitzada no només pels poders públics, sinó per agents del territori que disposin dels coneixements i recursos per a fer-ho.

La realitat social actual de les ciutats demanda la necessitat de proximitat i participació, d'aquesta manera la dimensió cultural ha d'agafar força en els projectes de ciutat. La resposta a la proximitat que es demanda actualment no pot ser únicament pública, del sistema cultural local, sinó que cal implicar als agents dels territoris, ja sigui aquells que fan una gestió professional amb estructures empresarials, que combinen la capacitat de gestió i eines de proximitat i participació, associacions o fundacions, és a dir, agents que estan preparats per liderar accions de proximitat. Aquí apareix el sector de la cultura de proximitat com a agent important i preparat per a realitzar aquestes tasques.

3. EL SECTOR DE LA CULTURA DE PROXIMITAT

El present estudi recull les principals característiques del sector de la cultura de proximitat, al mateix temps que presenta una estimació del volum econòmic del sector. A partir de les dades extretes de l'enquesta realitzada als agents del sector s'ha pogut elaborar una radiografia actual de la realitat del sector, que permet posar de manifest la dimensió i la importància del mateix.

3.1. CARACTERÍSTIQUES DEL SECTOR

Característiques generals

Analitzant el sector de Cultura de Proximitat des d'una visió general i panoràmica es destaquen les següents característiques generals²:

- Volum econòmic del sector: **41.208.612**
- Mitjana de facturació: **349.226**
- Volum d'usuaris atesos pel sector: **2.807.113**
- Mitjana d'usuaris atesos: **23.992**
- Volum de persones treballadores del sector: **2.564**
- Mitjana de persones treballadores: **21,7**

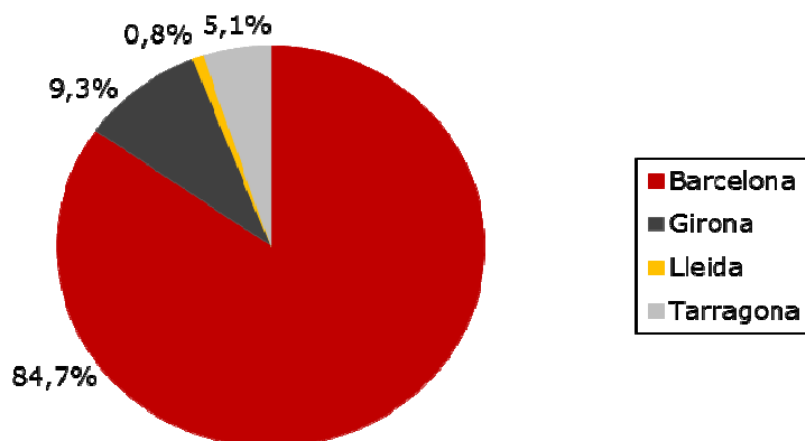
² Dades de l'any 2013.

La distribució territorial dels agents del sector

La distribució territorial dels agents per província mostra que la major concentració es troba a Barcelona (100), en aquesta zona del territori es concentren prop del 85% de les empreses, entitats i cooperatives del sector de la cultura de proximitat. Per altra banda, la província on se situen menys agents és Lleida, on es concentren només el 0,8% dels agents.

Aquesta concentració té una relació directa amb el volum de població de cada província, degut a què les activitats principals de les empreses, cooperatives i associacions d'aquest sector es basen en donar serveis a la població en general. A la província de Barcelona es concentra aproximadament el 73% de la població catalana, a Tarragona l'11%, a Girona el 10% i, finalment, a Lleida el 5,8%.

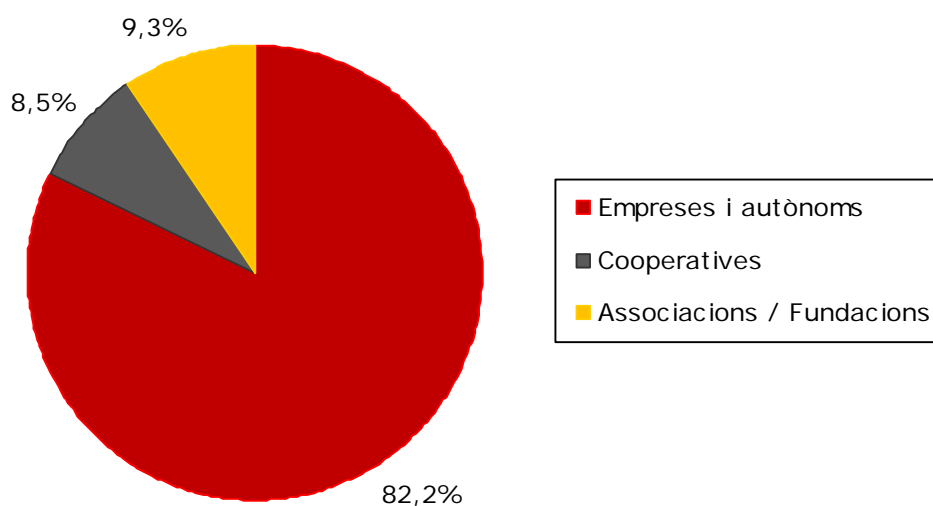
Figura 1. Distribució territorial dels agents per província.



Distribució dels agents segons forma jurídica

La major part dels agents estan constituïts com empreses i/o autònoms (97), els segueixen les associacions i fundacions (11) i les cooperatives (10).

Figura 2. Distribució dels agents segons forma jurídica.

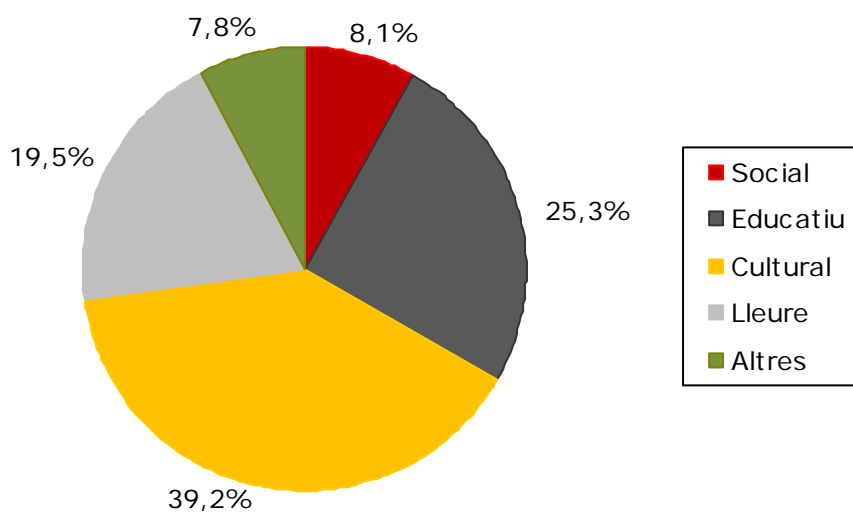


Com s'observa a la figura 2 la forma jurídica no determina en gran mesura l'heterogeneïtat del sector, ja que el 80% dels agents estan constituïts com a empreses, en canvi i com es podrà veure en el següent punt de l'informe, quan s'observen els agents des de la consolidació i grandària dels mateixos es comencen a veure les diferències i similituds entre ells.

Distribució per activitat econòmica

La totalitat dels agents analitzats intervenen en diferents activitats econòmiques. En aquest sentit, cal remarcar la polivalència i diversitat de les empreses, cooperatives i associacions del sector, al mateix temps que cal tenir present que aquesta diversitat i heterogeneïtat dificulta la seva delimitació, ja que les fronteres entre les diferents activitats són difuses. Malgrat això, i partint de la base que s'està fent una immersió en el sector de la cultura de proximitat, val a dir que la principal activitat econòmica, evidentment, és la cultura, però també, hi té un pes important, l'àmbit educatiu.

Figura 3. Pes de l'activitat dels agents del sector.



3.2. ESTIMACIÓ DEL VOLUM ECONÒMIC DEL SECTOR

Les empreses del sector de la Cultura de Proximitat generen aproximadament més de **40.000.000€** de facturació anuals.

Més del 70% d'aquests es concentren en les empreses de més de 1.000.000€ d'ingressos. Seguit d'aquelles empreses d'entre 100.001 i 300.000€ que representen el 13,4%. Durant els últims anys però el volum econòmic dels agents que conformen el sector s'ha vist reduït en un 5,1%.

Figura 4. Variació de la facturació dels agents segons nivell d'ingressos. 2011-2013.

	Facturació 2011	Facturació 2012	Facturació 2013	% variació 2011-2013
Menys de 100.000€	1.009.867	994.737	978.536	-3,1%
Entre 100.001 i 300.000€	5.017.595	4.760.019	5.512.051	9,9%
Entre 300.001 i 1.000.000€	4.419.289	4.731.432	4.702.970	6,4%
Més de 1.000.000€	32.982.343	30.988.392	30.015.055	-9,0%
Total	43.429.094	41.474.580	41.208.612	-5,1%

Com s'observa a la figura 4 aquesta disminució s'ha donat en les empreses que facturen menys de 100.000€ i més de 1.000.000€ d'ingressos (-9,0% i -3,1%, respectivament). En canvi, en les empreses que facturen entre 100.001 i 300.000€ d'ingressos i entre 300.001 i 1.000.000€ d'ingressos la facturació ha augmentat (9,9% i 6,4%, respectivament).

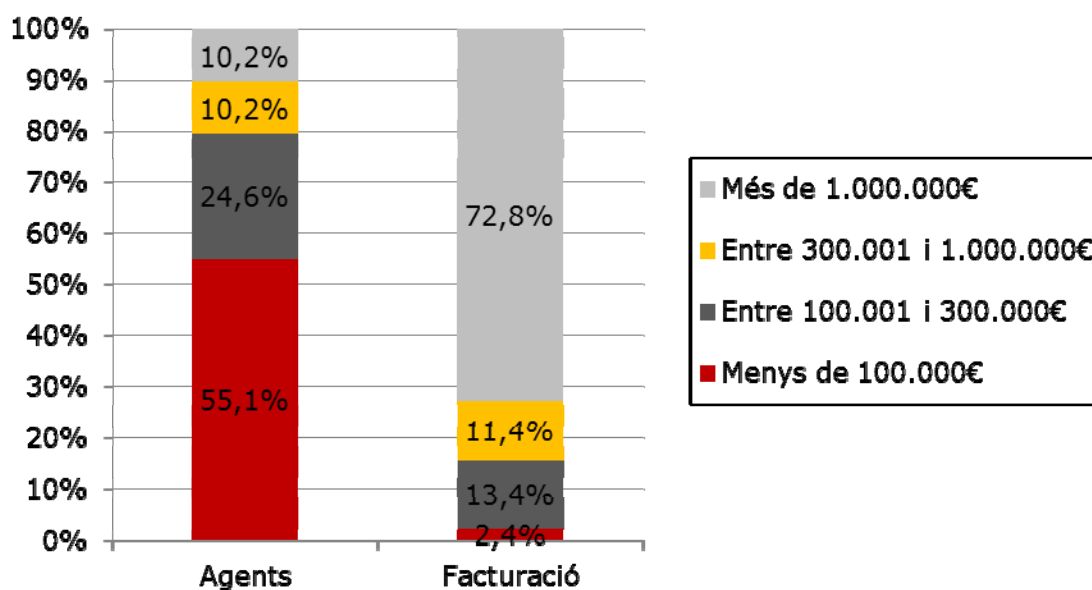
Per l'any 2013, la xifra de 41.208.612€ representa un 1,56% respecte el volum de negoci de les branques "Activitats de creació, artístiques i d'espectacles", "Activitats biblioteques, arxius i museus" i "Activitats esportives, recreatives i entreteniment", considerades dintre del sector cultural per l'IDESCAT (Dades provinents de l'Anuari Estadístic de Catalunya 2013). Si no consideréssim la darrera branca, la xifra pujaria al 6,71%.

Distribució del volum econòmic del sector

Les empreses i associacions de **més de 300.000€ d'ingressos** gestionen un volum econòmic superior al **85%** del total.

Com s'ha comentat anteriorment i com es pot observar en la figura presentada a continuació, són els agents més grans i consolidats els que concentren el major volum econòmic, més del 80%. En canvi, les empreses i associacions més petites, que representen el 50% dels agents, només concentren un 2,4% de la facturació.

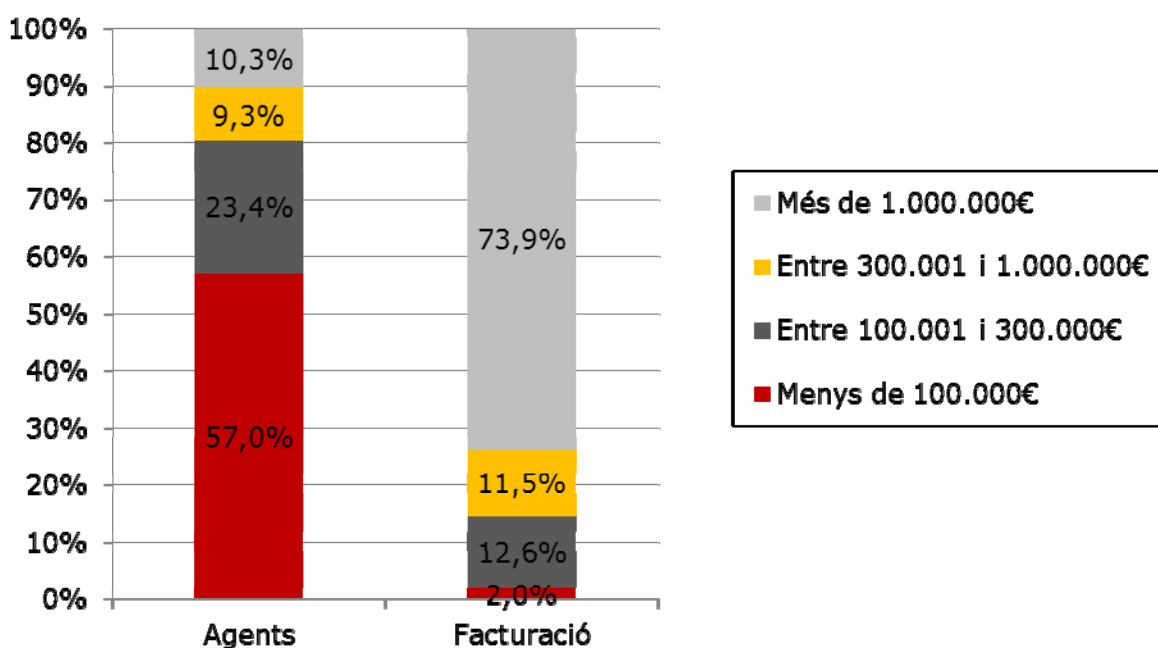
Figura 5. Distribució dels agents i la facturació segons nivell d'ingressos. 2011-2013.



Si s'observa aquesta tendència segons si els agents estan consolidats com a empreses (considerant també autònoms i cooperatives) o com a associacions i fundacions es pot veure com la tendència és la mateixa. Per tant, la forma jurídica no determina tant el volum econòmic o les característiques dels agents, sinó que és la seva grandària i consolidació qui ho fa.

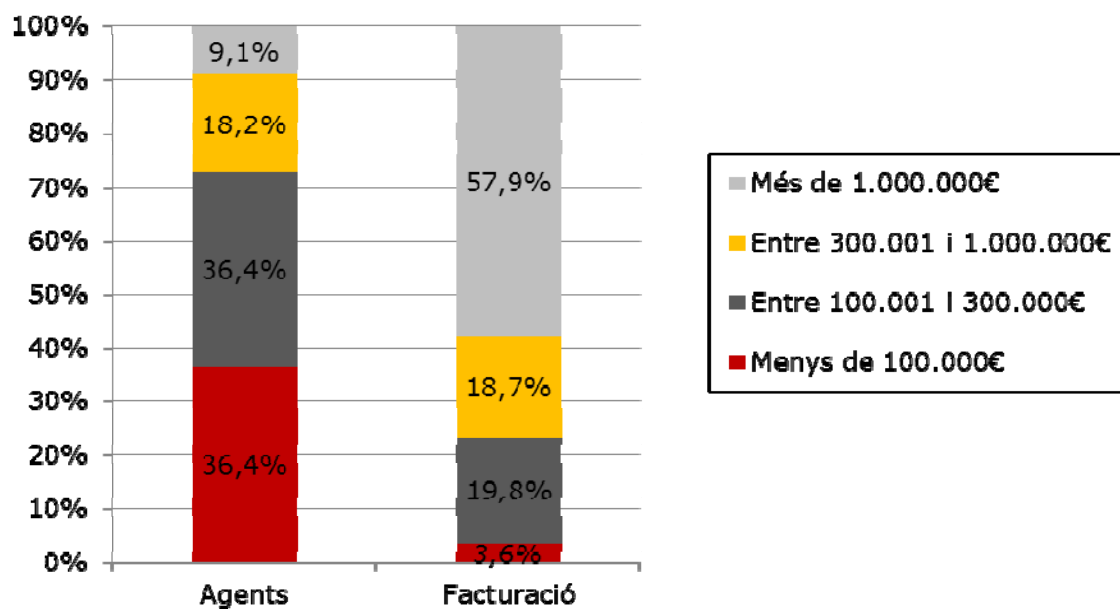
En aquest sentit, analitzant les figures 6 i 7 es pot veure com són les empreses i les fundacions més consolidades i de més grandària aquelles que concentren la major part del volum econòmic. Les empreses de més de 300.000€ d'ingressos gestionen un volum econòmic superior al 85%, i les associacions i fundacions d'aquestes característiques superior al 75%. En canvi, aquelles empreses i associacions més petites, que representen el 57% i el 36,4%, respectivament, gestionen un volum econòmic no superior al 4% del total.

Figura 6. Distribució dels agents i facturació per grandària de les empreses*.



*Es tenen en compte els agents considerats empreses, autònoms o cooperatives.

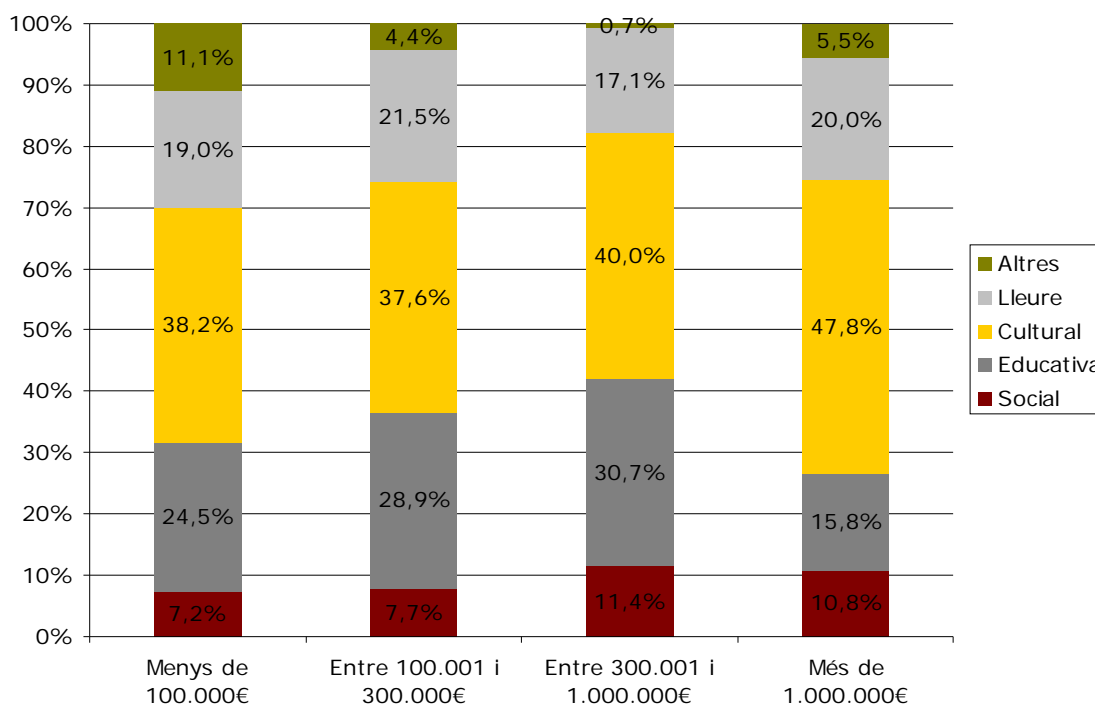
Figura 7. Distribució dels agents i facturació per grandària de les associacions i fundacions.



Activitat econòmica

Com s'ha vist en la caracterització general les activitats econòmiques més destacades del sector són la cultural i l'educativa. Si es considera aquesta variable segons la grandària o volum econòmic dels agents es pot veure com en tots els perfils econòmics aquestes activitats són les més destacades, seguides del lleure que en algun dels perfils té un pes més important que l'activitat educativa.

Figura 8. Pes de les activitats econòmiques del sector segons intervals econòmics.



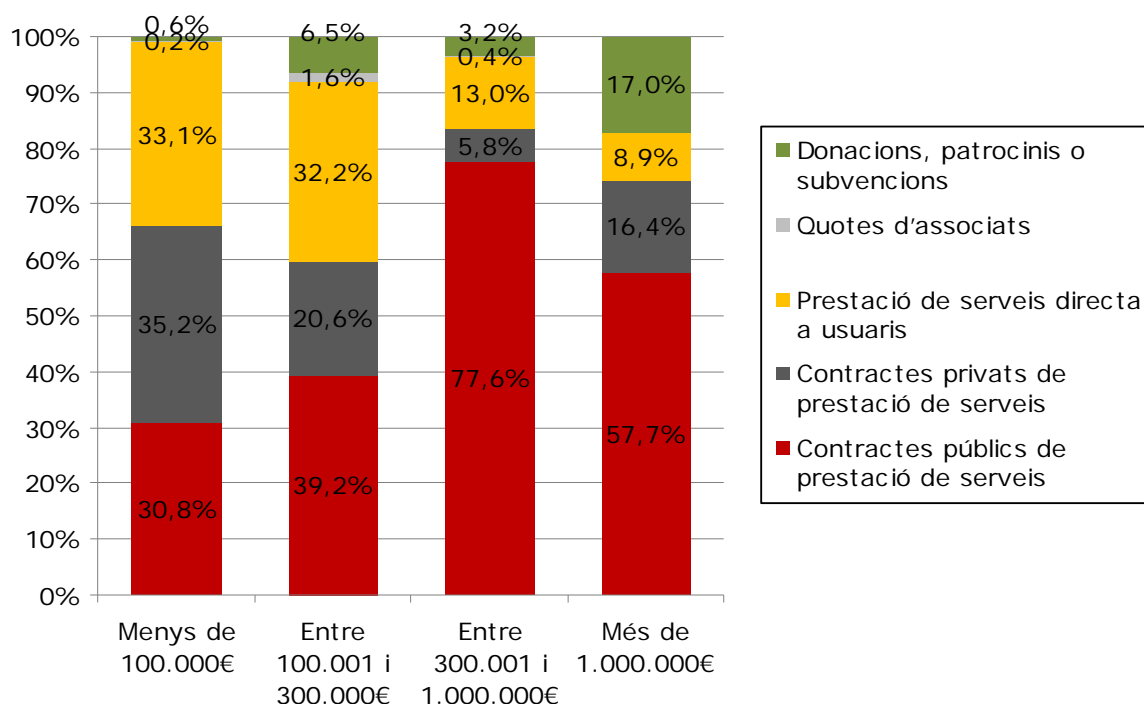
En aquells agents amb un volum econòmic inferior el pes de les activitats econòmiques es reparteix en major mesura entre les diferents activitats, en canvi en aquells agents on el volum econòmic és major el pes es concentra en major mesura. Per tant, a major nivell d'ingressos hi ha una tendència cap a l'especialització. En aquelles empreses i/o associacions de més d'1.000.000€ pràcticament el 50% de l'activitat econòmica se centre en la cultura, en canvi, en aquelles que no superen els 300.000€ no superen el 40%.

Ingressos del sector

Si s'analitza amb més profunditat el volum econòmic del sector s'observa que els ingressos dels agents provenen majoritàriament de contractes públics i privats de prestació de serveis i de prestació de serveis directa a usuaris.

En observar les dades segons la grandària dels agents, segons intervals de volum econòmic, es pot veure com a major nivell de moviment econòmic major concentració de contractes públics de prestació de serveis. En canvi, a menor grandària de l'agent la procedència dels ingressos és més diversa, destacant la prestació de serveis directa a l'usuari i els contractes privats i públics de prestació de serveis

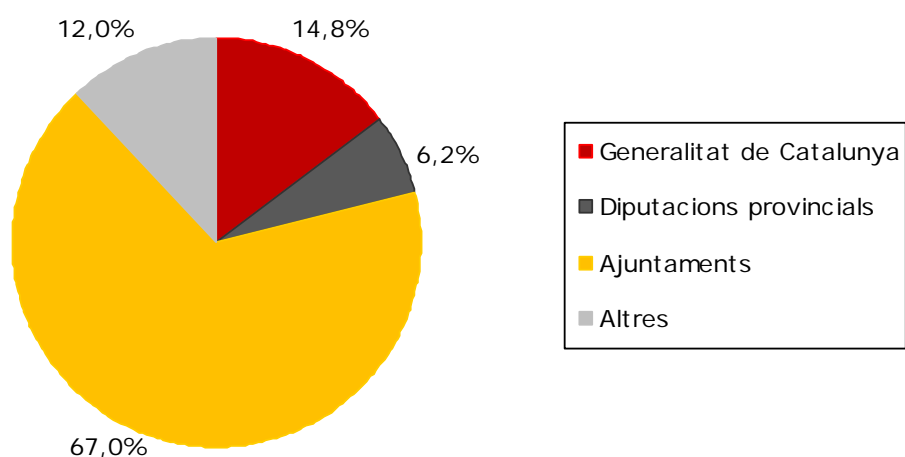
Figura 9. Procedència dels ingressos segons intervals econòmics.



Val a dir, que pràcticament la totalitat dels agents realitzen activitats que ofereixen serveis públics a la ciutadania, serveis de proximitat. Sota aquests condicionant s'estableix una relació clara amb l'administració pública.

En aquest sentit, si es centra la mirada en els ingressos públics dels agents del sector s'observa com el 67,0% prové dels ajuntaments, aquest fet ve determinat per el caràcter pròxim dels serveis que ofereixen els agents del sector. L'administració pública més pròxima a la ciutadania són els ajuntaments fet que estableix una relació directa que permet entendre el major volum d'ingressos provinent d'aquests ens públics. A aquests ingressos segueixen amb un 14,8% els que procedeixen de la Generalitat de Catalunya, un 12,0% d'altres organismes i un 6,2% de les diputacions provincials.

Figura 10. Ingressos públics segons procedència.



Volum de persones treballadores

El sector de cultura de proximitat genera un volum anual de més de 2.500 persones treballadores. Del total d'agents del sector se'n destaquen les següents característiques³:

- Percentatge mig de despesa anual en recursos humans: **68,7**
- Mitjana de personal als òrgans de govern: **2,2**
- Mitjana de personal a l'equip de direcció tècnica: **3,2**
- Mitjana de personal contractat: **21,7**

Els agents del sector de la cultura de proximitat destinen el 68,7% del seu pressupost en despesa en recursos humans. Les dades varien segons la grandària i consolidació dels agents, aquells més petits destinen un percentatge més baix que aquells amb més ingressos.

Figura 11. Percentatge mig de despesa segons intervals econòmics.

	%
Menys de 100.000€	63,7
Entre 100.001 i 300.000€	76,2
Entre 300.001 i 1.000.000€	69,4
Més de 1.000.000€	76,5
Total	68,7

Si s'analitzen les dades mitges de les persones treballadores per intervals de volum econòmic s'observa com són aquelles empreses més grans qui generen més llocs de treball. La mitjana de persones treballadores en aquelles empreses, cooperatives i associacions amb un volum econòmic superior a 1.000.000€ està 50 punts per sobre de la resta. En canvi, pel que fa al volum de personal que ocupa llocs de treball als òrgans de govern o als equips

³ Dades de l'any 2013.

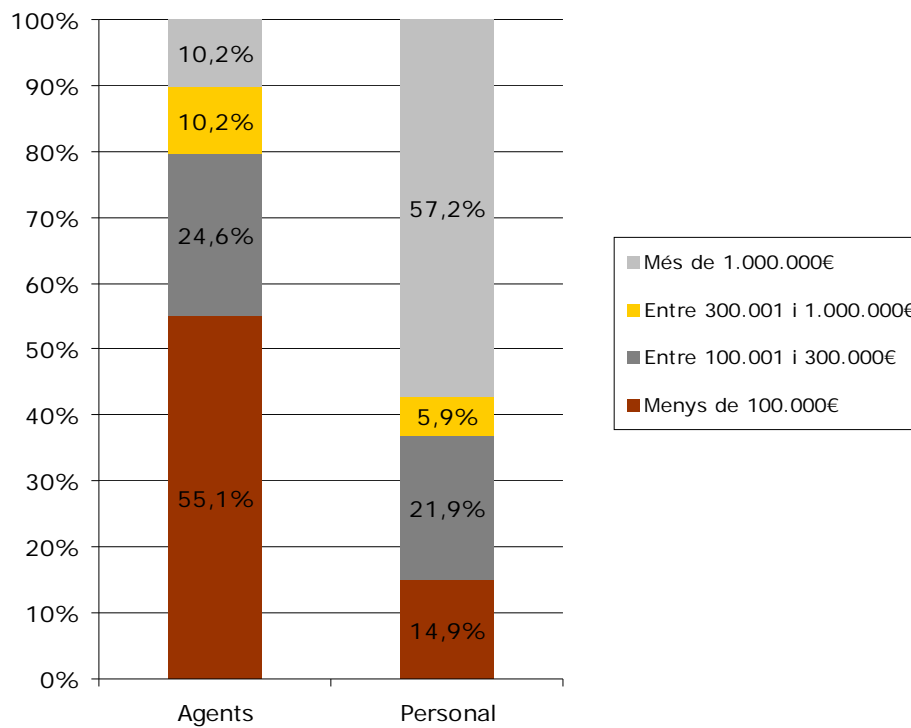
tècnics és bastant homogeni en tots els grups, destacant un lleuger augment a mesura que augmenta el volum de moviment econòmic dels agents. Aquest fet estaria correlacionat amb les variacions en les dades de despesa en recursos humans.

Figura 12. Mitjana de personal segons intervals econòmics, 2013.

	Mitjana personal	Mitjana personal òrgans de govern	Mitjana personal equip tècnic
Menys de 100.000€	5,9	1,7	2,4
Entre 100.001 i 300.000€	19,4	2,6	2,9
Entre 300.001 i 1.000.000€	12,7	2,8	2,4
Més de 1.000.000€	122,3	3,3	8,2
Total	21,7	2,2	3,2

La distribució del personal segons intervals econòmics permet més del 50% de les persones treballadores total del sector es concentren en el 10,2% dels agents. Per tant, i com ja s'ha vist anteriorment amb el volum econòmic, són les empreses i entitats més consolidades i amb un major volum d'ingressos les que gestionen més de la meitat del personal del sector. En canvi aquelles empreses i associacions de mida mitjana o petita, que representen més del 70% dels agents, concentren només el 30% de les persones treballadores.

Figura 13. Distribució dels agents i el personal segons intervals econòmics.

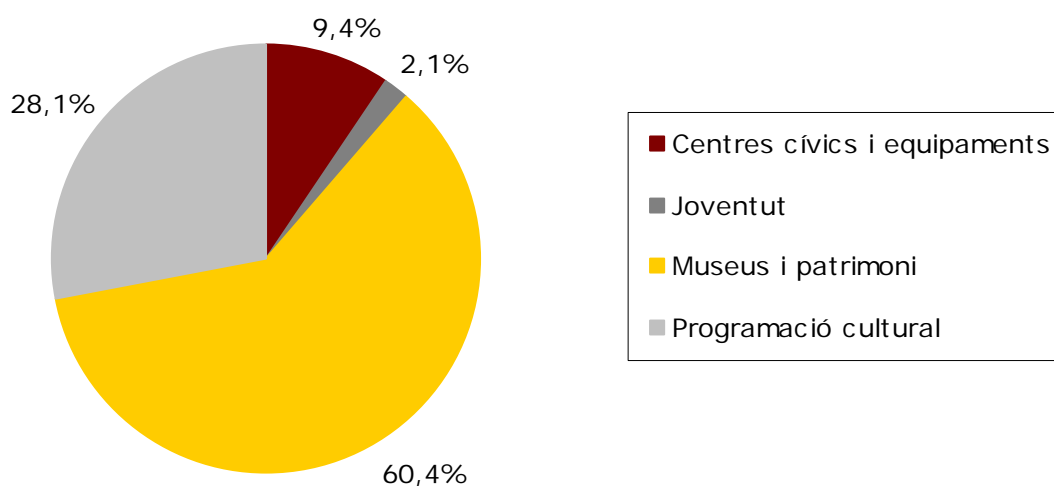


3.3. ESTIMACIÓ DEL VOLUM D'ACTIVITAT DEL SECTOR

Àmbits d'actuació

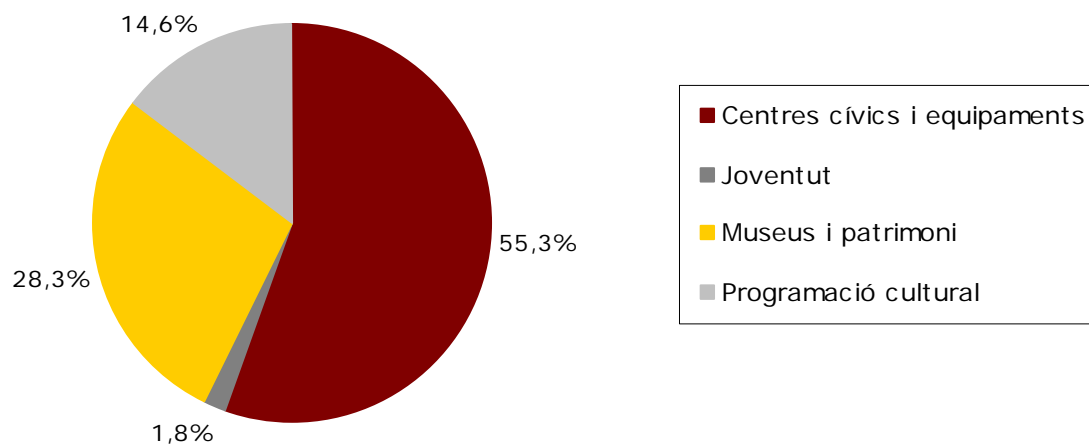
Si s'observa la distribució dels agents pels principals àmbits d'actuació es pot veure com el pes més important el tenen la gestió de museus i activitats relacionades amb la conservació, foment i difusió del patrimoni i la programació cultural. Això guarda una clara relació amb el fet que el sector d'activitat econòmica principal sigui el cultural.

Figura 16. Distribució dels agents segons subsectors d'activitat.



Si es consideren els subsectors d'activitat segons els ingressos dels diferents agents s'observa com tot i que hi ha un nombre major d'agents els quals la seva activitat principals són els museus i el patrimoni, aquests no són els que generen un volum major de facturació. En canvi, aquelles empreses les quals la seva activitat principal està encaminada cap els centres cívics i equipaments, acumulen el 50% dels ingressos del sector.

Figura 17. Distribució dels ingressos dels agents segons subsectors d'activitat.

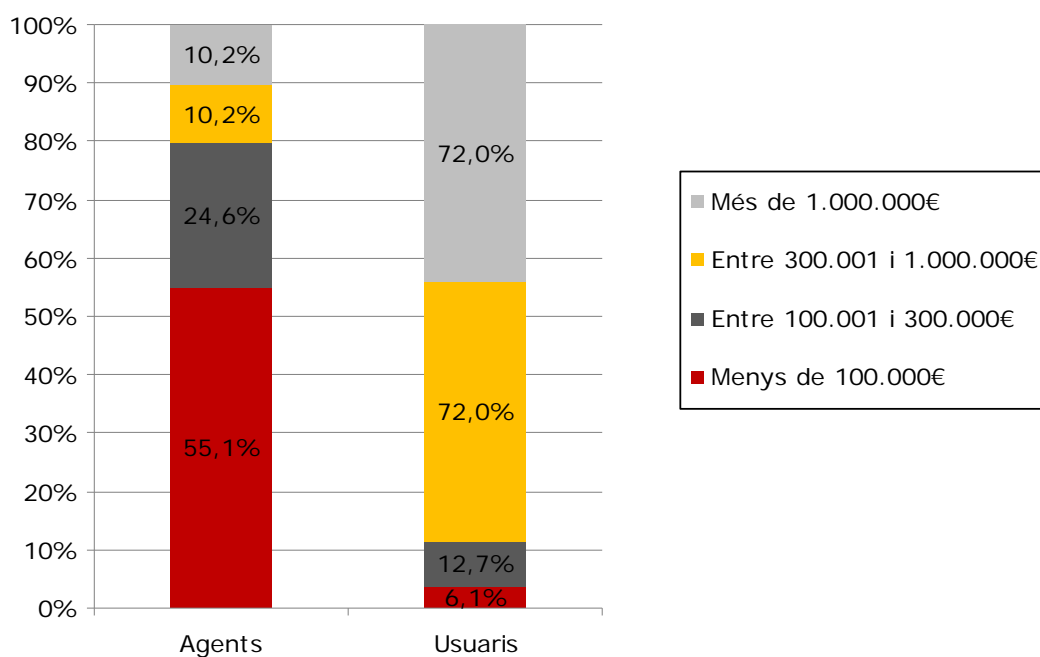


Volum d'usuaris atesos

L'any 2013 el sector de la cultura de proximitat va atendre **més de 2.800.000 usuaris**.

El 72,0% d'aquests més de 2.800.000 van ser atesos per les empreses i entitats que disposen d'un volum econòmic superior a 1.000.000€. Tal com s'ha vist tant en el moviment econòmic dels agents com en el volum de persones treballadores, el 10,2% dels agents del sector són els que concentren el major volum d'usuaris.

Figura 18. Distribució dels agents i els usuaris atesos segons intervals econòmics.



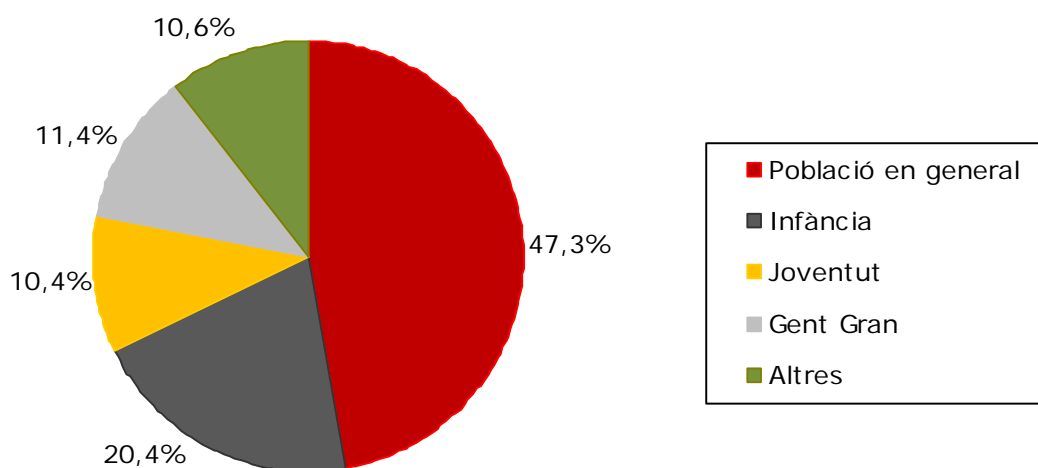
Els usuaris atesos de l'any 2011 a l'any 2013 han augmentat en un 8,2%. Aquest augment està determinat en gran mesura pels usuaris atesos pels agents amb un volum econòmic d'entre 100.001 i 300.000€, aquests pràcticament han doblat els usuaris atesos en 3 anys.

Figura 19. Variació dels usuaris atesos segons nivell d'ingressos. 2011-2013.

	Usuaris 2011	Usuaris 2012	Usuaris 2013	% variació 2011-2013
Menys de 100.000€	200.771	174.371	172.003	-14,3
Entre 100.001 i 300.000€	178.624	213.682	355.289	98,9
Entre 300.001 i 1.000.000€	306.982	273.194	257.465	-16,1
Més de 1.000.000€	1.907.558	2.051.334	2.022.356	6,0
Total	2.593.935	2.712.582	2.807.113	8,2

Pràcticament el 50% del volum d'usuaris dels serveis que s'ofereixen són població en general; això estaria correlacionat al fet que són empreses, cooperatives i associacions que estan enfocades a oferir serveis de proximitat, centrats sobretot en l'àmbit de la cultura.

Figura 20. Volum d'usuaris atesos per tipus de serveis oferts.

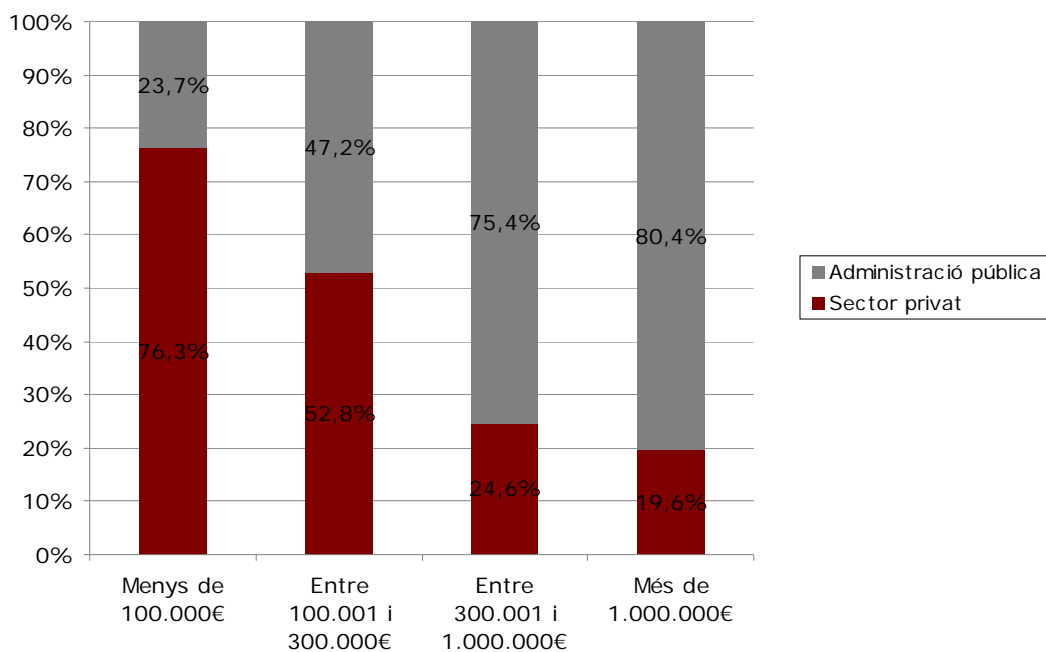


Com es destacava anteriorment un altre dels àmbits d'activitat principals és l'educatiu i aquest fet també queda reflectit en els serveis que tenen un volum d'usuaris més elevat, ja que els serveis destinats a la infància tenen un pes del 20,4%. El pes dels usuaris dels serveis destinats a la gent gran, la joventut i a altres sectors de la població és inferior.

Clients principals dels agents del sector

Finalment, en relació als principals clients dels agents del sector es pot veure com a major capacitat de facturació dels agents major és el pes de l'administració pública com a client. El sector privat com a client guanya rellevància en aquelles empreses que tenen una capacitat econòmica menor.

Figura 21. Pes de l'administració pública i el sector privat com a clients per intervals econòmics.



3.4. PERFIL DELS AGENTS

A l'hora de detectar i concretar perfils en aquest sector hi ha la dificultat de delimitació del sector a nivell d'activitat, públic al que s'orienta, que permet una polivalència dels agents, però que dificulta la seva concreció. També cal afegir que la forma jurídica, com s'ha comentat, no és determinant a nivell de característiques dels agents, sinó que la consolidació dels agents i el volum econòmics són els qui determinen.

En aquests sentit, i com s'ha pogut entreveure al llarg de l'informe, es poden destacar tres perfils generals en el sector que tenen relació amb la grandària i consolidació dels agents.

PERFIL 1. GRANS EMPRESES I ASSOCIACIONS

Aquests tipus d'agents estan molt consolidats a nivell econòmic. Es dediquen principalment a gestionar centres cívics, altres equipaments de proximitat i museus. Els seus principals clients són les administracions públiques. El volum de personal i la despesa en recursos humans és elevada.

PERFIL 2. EMPRESES I ASSOCIACIONS MITJANES

Aquets agents tenen un volum econòmic d'entre 100.001 i 300.000€. Són gestors d'equipaments de proximitat, però també es centren en programar i realitzar activitats culturals. Els seus clients estan consolidats tant com a sector privat com a administració pública. El volum de personal contractat és baix.

PERFIL 3. PETITES EMPRESES I ASSOCIACIONS

El seu volum econòmic és inferior al 100.000€. Es dediquen a programar i realitzar activitats culturals, però també es centren en centres cívics i altres equipaments de proximitat. Els seus principals clients s'emmarquen dins del sector privat. El volum de personal contractat és baix..

4. SÍNTESI I CONCLUSIONS

4.1. A TALL DE SÍNTESI

- Pràcticament el 85% dels agents del sector estan ubicats a la província de Barcelona.
- Més del 80% dels agents estan constituïts com a empreses (incloent tot tipus de societats, empreses individuals i autònoms).
- El sector de la cultura de proximitat té un volum econòmic anual de més de 40.000.000€ (41.208.612 l'any 2013).
- El volum econòmic del sector ha disminuït en els últims anys: la facturació s'ha reduït un 5,1% del 2011 al 2013, veient-se més afectat el període del 2011 al 2012 amb una disminució del 4,5%.
- Les empreses i associacions de més de 300.000€ d'ingressos gestionen més del 85% del volum econòmic del sector.
- El 67,0% dels ingressos de procedència pública provenen dels ajuntaments.
- El sector de cultura de proximitat genera un volum anual de més de 2.500 persones treballadores. Del 2011 al 2013 però hi ha hagut una disminució del 3,6% del personal contractat.

- El volum d'usuaris atesos pel sector supera les 2.800.000 persones (2.807.113 l'any 2013).
- De l'any 2011 a l'any 2013 els usuaris atesos pels agents del sector augmenta en un 8,2%.
- Les principals activitats econòmiques del sector són la cultural i l'educativa.
- El 60,4% dels agents es centren en la gestió de museus i activitats relacionades amb la conservació, foment i difusió del patrimoni.

4.2. A TALL DE CONCLUSIÓ

Una mirada interna als agents del sector

El grau de coneixement i informació disponible sobre els agents del sector de la cultura de proximitat és insuficient. Caldria que el propi sector, més enllà de l'ACELLEC, prengui consciència de la importància de disposar de dades actualitzades per tal de posar-les en valor, detectar necessitats i dèficits i definir estratègies de futur. Les dades i la informació sobre el sector ajudarien a tots els agents implicats en aquest, i permetrien generar sinergies, mecanismes de foment del sector, estratègies de col·laboració i d'ajuda entre els diferents agents.

Actualment, la transparència és un puntal per a la ciutadania, en aquest sentit, i degut a la dificultat d'accedir a les dades dels agents del sector, caldria treballar per a passar de l'opacitat actual a la transparència, de manera que també s'enfortiria el caràcter de proximitat del sector.

Arrel de l'estudi realitzat es planteja la necessitat d'enfortir el sector i de generar contactes i xarxes en ell, ja que molts dels agents actualment no tenen un sentiment de pertinença al mateix. Caldria reforçar el caràcter pròxim i cultural dels serveis i fer veure a tots els agents participants del sector que en formen part. Un actor a destacar aquí seria l'ACELLEC, ja que podria ser instrument de reconeixement públic del sector, d'una banda, i per incrementar entre les empreses del sector el sentiment o noció de pertinença, d'una altra banda.

Una mirada al context econòmic

En relació al context econòmic del sector, en primer lloc, cal tenir present que el sector s'ha vist afectat per la crisi econòmica a nivell de facturació i a nivell de creació de llocs de treball.

Malgrat això, el sector de cultura de proximitat és un sector que genera un volum econòmic anual de més de 40.000.000€. Cal tenir present però que més del 80% d'aquest volum econòmic es concentra en un grup reduït dels agents del sector. Aquest fet és rellevant i cal tenir-lo present, ja que podria haver risc de que aquelles empreses, cooperatives i associacions/fundacions més petites, menys consolidades econòmicament, desapareguin.

Un altre fet a tenir en compte és que la realitat jurídica dels agents del sector no és tant determinant com les característiques econòmiques d'aquests. Val a dir que d'aquest informe se'n desprèn que aquelles empreses més consolidades econòmicament s'assemblen en gran mesura, tant a nivell de personal contractat com a serveis i activitats realitzades, entre d'altres variables, a entitats i fundacions sense afany de lucre, que no pas a altres empreses també amb afany de lucre però de menys consolidació a nivell econòmic. Així doncs, en aquest sentit, es planteja un nou objecte d'estudi el què caldria examinar amb més profunditat per veure quin és l'efecte real en el sector.

En relació als llocs de treball creats pel sector seria interessant elaborar un seguit de perfils professionals propis del sector, que serien especialment interessants per treballar les mixtures entre educació i cultural, dinamització i gestió, entre d'altres.

Finalment, també cal tenir present la relació del sector amb l'administració pública. El fet que molts dels agents del sector realitzin serveis públics fa que aquesta relació sigui major que en d'altres sectors. Aquí cal plantejar si la relació actual amb l'administració genera dependència de les empreses i entitats. Per tant, aquí es planteja una línia d'estudi en la qual caldria aprofundir, per tal de veure si el sector té dependència de l'administració pública i en quin grau, ja que en el cas de veure's reduïdes les aportacions d'aquesta podria generar un punt d'inflexió important pel sector.

Una mirada als àmbits d'actuació i serveis

Pel que fa als àmbits d'actuació i els serveis oferts pel sector val a dir que es presenten una gran varietat, diversitat, d'activitats i d'àmbits d'actuació. Aquest fet genera tant punts forts com punts dèbils en el sector.

Aquesta gran diversitat fa del sector de la cultura de proximitat un sector polivalent, que permet oferir a la ciutadania un seguit de serveis i activitats pròximes i per a tots els públics. Però al mateix temps, fa que les fronteres siguin difuses i que la capacitat de delimitació del sector sigui dèbil. Aquesta poca delimitació del sector fa que sigui més difícil fer-lo visible a la ciutadania.

La ciutadania disposa d'activitats, serveis, equipaments de proximitat, que són oferts i gestionats per el sector de la cultura de proximitat, però normalment no són conscients de l'existència del sector ni del pes i importància que aquest té.

Així doncs, és necessari mantenir aquesta polivalència del sector, ja que permet oferir un gran ventall de serveis a la ciutadania i donar resposta a les necessitats que aquesta planteja, però al mateix temps cal reforçar el sector i

fer-lo visible de manera que no només sigui visible per la ciutadania, sinó pels propis agents del sector, permetent, com s'ha comentat anteriorment, sinergies i col·laboracions entre ells, que permetrien avantatges tant per ells com per la societat civil.

En aquest sentit, es planteja la necessitat de descriure conceptualment el sector, com també la possible creació d'un catàleg de serveis propis del sector. D'aquesta manera es reforçaria el sector i seria més fàcil de visualitzar per part dels usuaris, i per part del mateix sector.

Finalment, es considera seria interessant reformular el qüestionari emprat per a realitzar la present aproximació al sector de la Cultura de Proximitat, de manera que es pogués realitzar una actualització periòdica, més simple i fàcil d'omplir.

ANNEX I

Resultats de l'enquesta

Els resultats obtinguts a partir de l'enquesta als agents del sector són els següents:

Taula 1. Agents segons forma jurídica. Absoluts i percentatges.

Forma jurídica	Agents	%
Empresa (SL, SA,...)	90	76,3
Autònom	7	5,9
Cooperativa	10	8,5
Associació / fundació	11	9,3
Total	118	100,0

Taula 2. Pes de les activitats principals realitzades per les empreses de cultura de proximitat.

	%
Social	8,1
Educativa	25,3
Cultural	39,2
Lleure	19,5
Altres	7,8
Total	100,0

Taula 3. Pes de les activitats econòmiques principals de les empreses de cultura de proximitat segons nivell d'ingressos. Percentatge en files.

	Social	Educativa	Cultural	Lleure	Altres	Total
Menys de 100.000€	7,2	24,5	38,2	19,0	11,1	100,0
Entre 100.001 i 300.000€	7,7	28,9	37,6	21,5	4,4	100,0
Entre 300.001 i 1.000.000€	11,4	30,7	40,0	17,1	0,7	100,0
Més de 1.000.000€	10,8	15,8	47,8	20,0	5,5	100,0
Total	8,1	25,3	39,2	19,5	7,8	100,0

Taula 4. Pes de les activitats econòmiques principals de les empreses de cultura de proximitat segons nivell d'ingressos. Percentatge en columnes.

	Social	Educativa	Cultural	Lleure	Altres
Menys de 100.000€	49,0	53,5	53,9	53,7	78,4
Entre 100.001 i 300.000€	23,0	27,8	23,4	27,0	13,6
Entre 300.001 i 1.000.000€	14,3	12,3	10,4	8,9	0,9
Més de 1.000.000€	13,6	6,4	12,4	10,4	7,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Taula 5. Usuaris atesos segons nivell d'ingressos. Absoluts i percentatges. 2011-2013.

	Agents		Usuaris 2011		Usuaris 2012		Usuaris 2013	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Menys de 100.000€	65	55,1	200.771	7,7	174.371	6,4	172.003	6,1
Entre 100.001 i 300.000€	29	24,6	178.624	6,9	213.682	7,9	355.289	12,7
Entre 300.001 i 1.000.000€	12	10,2	306.982	11,8	273.194	10,1	257.465	9,2
Més de 1.000.000€	12	10,2	1.907.558	73,5	2.051.334	75,6	2.022.356	72,0
Total	118	100,0	2.593.935	100,0	2.712.582	100,0	2.807.113	100,0

Taula 6. Volum d'usuaris rebuts als serveis de les empreses de cultura de proximitat. Percentatge.

	%
Serveis a tota la població en general	47,3
Serveis d'infància	20,4
Serveis de Joventut	10,4
Serveis de gent gran	11,4
Altres	10,6
Total	100,0

Taula 7. Pes dels clients: administració pública i sector privat. Percentatge.

	%
Sector privat	52,6
Administració pública	47,4
Total	100,0

Taula 8. Mitjana del personal que conforma els òrgans de govern i l'equip de direcció tècnica segons nivell d'ingressos.

	Òrgans de govern	Equip de direcció tècnica
Menys de 100.000€	1,7	2,4
Entre 100.001 i 300.000€	2,6	2,9
Entre 300.001 i 1.000.000€	2,8	2,4
Més de 1.000.000€	3,3	8,2
Total	2,2	3,2

Taula 9. Volum i variació de facturació segons nivell d'ingressos. 2011-2013.

	Facturació 2011	Facturació 2012	Facturació 2013	% variació 2011-2013
Menys de 100.000€	1.009.867	994.737	978.536	-3,1%
Entre 100.001 i 300.000€	5.017.595	4.760.019	5.512.051	9,9%
Entre 300.001 i 1.000.000€	4.419.289	4.731.432	4.702.970	6,4%
Més de 1.000.000€	32.982.343	30.988.392	30.015.055	-9,0%
Total	43.429.094	41.474.580	41.208.612	-5,1%

Taula 10. Ingressos segons procedència. Percentatge.

	%
Contractes públics de prestació de serveis	38,4
Contractes privats de prestació de serveis	24,1
Prestació de serveis directa a usuaris	31,6
Quotes d'associats	1,0
Donacions, patrocinis o subvencions	5,0
Altres	0,0
Total	100,0

Taula 11. Ingressos públics segons procedència. Percentatge.

	%
Generalitat de Catalunya	14,8
Diputacions provincials	6,2
Ajuntaments	67,0
Altres	12,0
Total	100,0

ANNEX II

Questionari sector cultura de proximitat

Qüestionari sector cultura de proximitat

Dades de l'organització

Nom fiscal

Nom comercial

Adreça

Carrer, número i pis

Codi Postal

Municipi

Província

Telèfon

e-mail

Forma jurídica

- SA
- SL
- SCP
- Cooperativa
- Fundació Associació
- Altres:

Si heu respost "cooperativa" a la pregunta anterior, especifiqueu de quin tipus

Any de fundació

Nom complet i càrrec de la persona que contesta

La seva organització actua a les comarques de...

- Alt Camp
- Alt Empordà
- Alt Penedès
- Alt Urgell
- Alta Ribagorça
- Anoia
- Bages
- Baix Camp
- Baix Ebre
- Baix Empordà
- Baix Llobregat
- Baix Penedès
- Barcelonès
- Cerdanya
- Conca de Barberà
- Garraf
- Garrigues
- Garrotxa
- Gironès
- Maresme
- Montsià
- Noguera
- Osona
- Pallars Jussà
- Pallars Sobirà
- Pla de l'estany
- Pla d'Urgell
- Priorat
- Ribera d'Ebre
- Ripollès
- Segarra
- Segrià
- Selva
- Solsonès
- Tarragonès
- Terra Alta
- Urgell
- Vall d'Aran
- Vallès Occidental
- Vallès Oriental

La seva organització actua a les CCAA de...

- Andalusia
- Aragó
- Astúries
- Illes Balears
- País Basc
- Canàries
- Cantàbria
- Castella-la Manxa
- Castella-Lleó
- Catalunya
- Extremadura
- Galícia
- Comunitat de Madrid
- Regió de Múrcia
- Navarra
- La Rioja
- País Valencià

A nivell internacional, en quins estats?

Quants centres de treball propis té l'organització?

(comptant la seu central)

Si hagués de classificar l'activitat econòmica de la seva organització, com ho faria?

Assignar un percentatge a cada etiqueta en funció d'allò que representa més la seva entitat.
Comprovar que la suma és igual a 100

Social

Educativa

Cutural

Lleure

Altres

si respon altres, especifiqui a continuació

Si ha respost "altres" especifiqui, siusplau

Quines són les principals activitats de la seva organització

podem escollir més d'una resposta

- Centres cívics i altres equipaments similars
- Museus i difusió del patrimoni
- Serveis i polítiques de Joventut
- Equipaments i serveis infantils
- Serveis d'envelliment actiu
- Programació i activitats culturals
- Altres serveis sectorials (interculturalitat, igualtat de gènere, drets civils, usos del temps, participació...)
- Altres:

Indiqui aproximadament quin percentatge representa l'administració pública i el sector privat com a client dels seus serveis

Comprovar que la suma és igual a 100

Administració pública

Sector privat

Quants usuaris diferents atén aproximadament la seva organització en un any?

usuaris atesos el 2013

usuaris atesos el 2012

usuaris atesos el 2011

Quin percentatge d'usuaris ateneu des de cadascun d'aquests tipus de serveis?

Comprovar que la suma és igual a 100

Serveis a tota la població en general

Serveis d'infància

Serveis de Joventut

Serveis de gent gran

Altres 1

Especifiqueu "altres 1"

Altres 2

Especifiqueu "altres 2"

Quantes persones formen part dels següents òrgans de la seva organització?

Òrgans de govern (consell administració, patronat, junta directiva, consell rector...)

Equip de direcció tècnica

Altres

Especifiqueu "altres"

Quantes persones contractades formen part de l'equip humà de la seva organització en mitjana anual?

Personal fix 2011

Personal fix 2012

Personal fix 2013

Personal eventual 2011

Personal eventual 2012

Personal eventual 2013

Altres 2011

especificar a continuació

Especificar "altres 2011"

Altres 2012

especificar a continuació

Especificar "altres 2012"

Altres 2013

especificar a continuació

Especificar "altres 2013"

Quin percentatge de les persones assalariades treballa a temps parcial?

Quin percentatge de les persones assalariades treballa a temps complet?

Indiqui la facturació anual aproximada dels últims tres anys en el sector de la cultura de proximitat

facturació de 2011

facturació de 2012

facturació de 2013

Indiqui el percentatge aproximat dels seus ingressos segons la procedència:

Comprovar que la suma és igual a 100

Contractes públics de prestació de serveis

Contractes privats de prestació de serveis

Prestació de serveis directa a usuaris

Quotes d'associats

Donacions, patrocinis o subvencions

Altres

Especificar "altres"

Indiqui la procedència dels ingressos públics per percentatges

Comprovar que la suma és igual a 100

Generalitat de Catalunya

Diputacions provincials

Ajuntaments

Altres

Especificar "altres"

Indiqueu quin percentatge de les vostres despeses anuals correspon a recursos humans

Coneixia l'existència de l'Acellec abans de rebre aquest qüestionari?

- Sí
- No