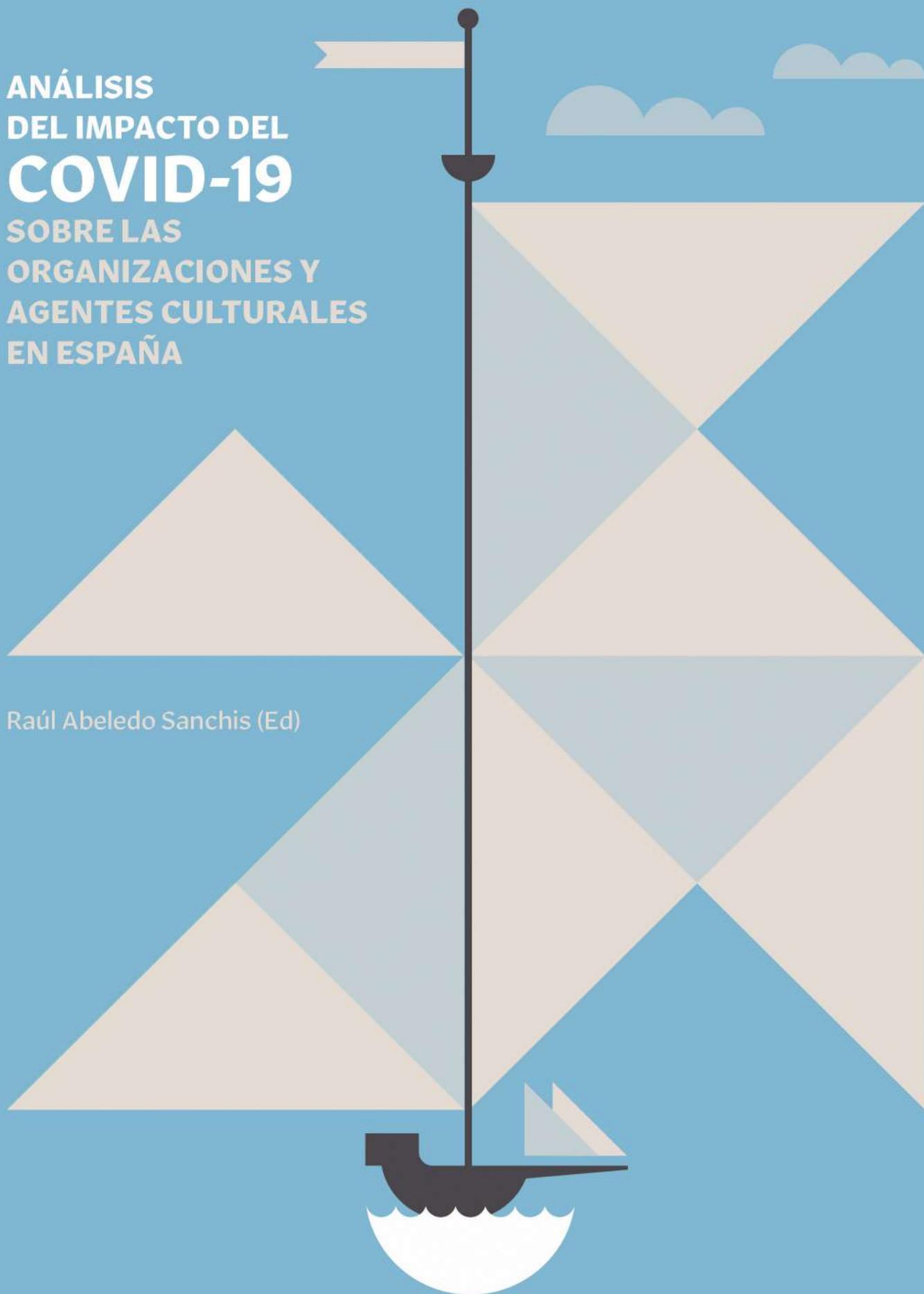


**ANÁLISIS  
DEL IMPACTO DEL  
COVID-19  
SOBRE LAS  
ORGANIZACIONES Y  
AGENTES CULTURALES  
EN ESPAÑA**

Raúl Abeledo Sanchis (Ed)





# ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL COVID-19 SOBRE LAS ORGANIZACIONES Y AGENTES CULTURALES EN ESPAÑA



**Equipo de investigación ECONCULT**  
**Universitat de València**

**Director**

Raúl Abeledo Sanchis

**Investigadores**

Guillem Bacete Armengot

Maria Sendra Moreno

**Hemeroteca y documentación**

Fernando Álvarez Teresa

**Comunicación y fotografías**

Eva Mañez

**Diseño y maquetación**

Angélica Gutiérrez Negret

**Ilustración y diseño de portada**

Luis Demano

# TABLA DE CONTENIDOS

## ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL COVID-19 SOBRE LAS ORGANIZACIONES Y AGENTES CULTURALES EN ESPAÑA

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>06</b>
<b>METODOLOGÍA</b>	<b>07</b>
<b>RESULTADOS DE LA ENCUESTA</b>	<b>09</b>
Sección A. Perfil de las organizaciones	<b>09</b>
Sección B. Adaptación de las organizaciones a la situación de crisis	<b>20</b>
Sección C. Impacto del Covid-19 a corto plazo	<b>35</b>
Sección D. Impacto del Covid-19 a largo plazo	<b>44</b>
Sección E. Ayudas a los SCC	<b>54</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>66</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>70</b>

# GRÁFICAS

<b>Gráfica 1.</b> Distribución de la muestra por CC.AA.	<b>09</b>
<b>Gráfica 2.</b> Distribución de los agentes culturales por sectores.	<b>10</b>
<b>Gráfica 3.</b> Situación profesional de los agentes culturales.	<b>12</b>
<b>Gráfica 4.</b> Tamaño de las organizaciones encuestadas	<b>16</b>
<b>Gráfica 5.</b> Facturación anual de las organizaciones encuestadas	<b>17</b>
<b>Gráfica 6.</b> Facturación anual de las organizaciones según número de empleados	<b>18</b>
<b>Gráfica 7.</b> Acciones llevadas a cabo por las organizaciones para adaptarse a la situación	<b>20</b>
<b>Gráfica 8.</b> Acciones llevadas a cabo para adaptarse a la situación por subsectores	<b>22</b>
<b>Gráfica 9.</b> Acciones llevadas a cabo para adaptarse a la situación por tamaño de empresa	<b>24</b>
<b>Gráfica 10.</b> Acciones realizadas por los agentes culturales durante el confinamiento	<b>25</b>
<b>Gráficas 11 y 12.</b> Actividades culturales gratuitas durante el confinamiento	<b>27</b>
<b>Gráfica 13.</b> Incremento del consumo cultural durante el confinamiento	<b>30</b>
<b>Gráfica 14.</b> Actividades culturales durante el confinamiento	<b>31</b>
<b>Gráfica 15.</b> Necesidades de los SCC	<b>32</b>
<b>Gráfica 16.</b> Pérdidas de ingresos (Enero - Marzo)	<b>35</b>
<b>Gráfica 17.</b> Pérdidas de ingresos (Abril - Junio)	<b>36</b>
<b>Gráfica 18.</b> Pérdidas de ingresos en el segundo trimestre por subsectores	<b>38</b>
<b>Gráfica 19.</b> Pérdidas de ingresos en el segundo trimestre por nº de empleados	<b>41</b>
<b>Gráfica 20.</b> Impactos sobre las organizaciones	<b>42</b>
<b>Gráfica 21.</b> Impactos a largo plazo de las medidas de confinamiento	<b>44</b>
<b>Gráfica 22.</b> Impactos a largo plazo de las medidas de confinamiento por subsectores	<b>46</b>
<b>Gráfica 23.</b> Impactos a largo plazo de las medidas de confinamiento por nº de empleados	<b>48</b>
<b>Gráfica 24.</b> Principales cambios esperados en los SCC tras el Covid-19	<b>51</b>
<b>Gráfica 25.</b> Acceso a las medidas de ayuda	<b>55</b>
<b>Gráfica 26.</b> Utilidad percibida de las ayudas recibidas	<b>56</b>
<b>Gráfica 27.</b> Instituciones que ofrecen ayudas	<b>58</b>
<b>Gráfica 28.</b> Percepción sobre la suficiencia de las ayudas implementadas	<b>60</b>
<b>Gráfica 29.</b> Medidas más efectivas para afrontar la crisis	<b>62</b>

# TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Ficha técnica de la encuesta	<b>07</b>
<b>Tabla 2.</b> Situación profesional según sector	<b>13</b>
<b>Tabla 3.</b> Instituciones que ofrecen ayudas, por territorios	<b>59</b>

# INTRODUCCIÓN

Este informe tiene su origen en la iniciativa de investigación impulsada por Econcult en el marco del proyecto europeo Interreg MED “Chebec” (<https://chebec.interreg-med.eu>). Entre los objetivos de Chebec se encuentra promover la capacitación de las organizaciones culturales en materia de emprendizaje e internacionalización a través de una serie de iniciativas piloto que incluyen formación, asesoramiento, movilidad y acceso a la financiación.

A partir de la encuesta original sobre el impacto del Covid-19 en el medio centenar de organizaciones beneficiarias de Chebec, hemos ampliado el ámbito de análisis a todo el territorio español. Esto nos permite tanto validar los resultados de la encuesta inicial con otra más rigurosa desde la perspectiva metodológica, como además facilitar materiales docentes a las acciones piloto formativas desarrolladas por los socios de Chebec en Sevilla, Barcelona y Valencia. De este modo, obtenemos un diagnóstico más preciso de las implicaciones de la crisis del Covid-19 sobre el sector cultural. Un sector que, recordemos, ya partía de unas condiciones muy difíciles, tras las políticas de austeridad y la reducción del gasto público en cultura, así como por unas condiciones de precariedad laboral que se han instalado en el sector de forma estructural.

De este modo, el primer objetivo del informe es analizar el impacto a corto y medio plazo de la crisis del Covid-19 sobre los Sectores Culturales y Creativos (SCC en adelante). Un segundo objetivo es analizar las estrategias de adaptación de las organizaciones ante la situación de confinamiento en un contexto de elevada incertidumbre. Finalmente, un tercer y último objetivo es evaluar la disponibilidad de ayudas destinadas al sector cultural en España y su valoración por parte de los destinatarios.

En un contexto en el que predominan las organizaciones culturales de pequeño tamaño y con escasa capacidad para hacer frente a imprevistos, la crisis del Covid-19 ha supuesto la paralización temporal de buena parte del conjunto de la economía, con especial incidencia sobre la producción cultural. Las organizaciones del sector se han visto ampliamente afectadas por motivos diversos, destacando las cancelaciones o posposiciones de eventos, la disminución o suspensión de encargos, el cierre de espacios y talleres, impactos sobre proveedores, etc.

Este informe se divide en tres partes que incluyen la metodología, el análisis de resultados y las conclusiones finales del impacto del Covid-19 sobre las organizaciones de los SCC. Por su parte, el análisis de resultados se divide a su vez en 5 secciones, siguiendo la estructura de la encuesta realizada:

- **Sección A:** descripción de las organizaciones que han respondido a la encuesta.
- **Sección B:** análisis de las estrategias de adaptación a la crisis sanitaria e identificación de necesidades específicas.
- **Sección C:** evaluación de los efectos del Covid-19 a corto plazo.
- **Sección D:** evaluación de los efectos del Covid-19 a largo plazo.
- **Sección E:** valoración del funcionamiento de las ayudas públicas y propuestas de mejora.

## METODOLOGÍA

La principal fuente de información que ha permitido realizar el análisis cuantitativo de la situación actual ha sido el diseño de un detallado cuestionario y la realización a partir del mismo de una encuesta telemática a organizaciones pertenecientes a los SCC en las distintas Comunidades Autónomas.

El cuestionario se ha diseñado en base a los modelos teóricos diseñados por Econcult a partir de la actividad desarrollada en diversos proyectos europeos de investigación cultural en las últimas décadas (Sostenuto, CreativeMED, 3C4 Incubators, CreativeWear, etc). La estructura de contenidos del cuestionario se nutre de diversas aproximaciones de análisis complementarias, destacando principalmente tres: el análisis de la función de producción de la organización cultural; el esquema de análisis del modelo de negocio a través del modelo Lienzo (Canvas model) y la Cadena de Valor del proceso productivo del sector cultural. La combinación de estas tres perspectivas permite organizar de manera precisa el análisis de los procesos de producción y gestión de los agentes y organizaciones culturales. Junto a esta aproximación microeconómica, la investigación se complementa con la perspectiva macro, en la cual se incluye el análisis de las políticas públicas y el paradigma de las relaciones entre cultura y desarrollo territorial como marco de referencia fundamental.

Por otra parte, esta información cuantitativa se ha completado con la revisión de diversas fuentes de información cualitativa que permiten contextualizar y optimizar la inteligibilidad de los datos aportados por las respuestas al cuestionario. En este sentido destaca una completa revisión bibliográfica, el repaso a la hemeroteca de las principales noticias culturales identificadas durante el confinamiento, la selección de informes oficiales sobre la situación del sector en España y en Europa o la revisión de otros informes que también analizan esta crisis en el sector cultural y análisis de las demandas realizadas por el sector.

La tabla 1 muestra el resumen técnico de la realización de la encuesta, así como el número y perfil de los encuestados.

*Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta.*

<b>Universo de la Encuesta:</b>	Organizaciones de los Sectores Culturales y Creativos en España (estimación aproximada en alrededor de 760.000 trabajadores y trabajadoras)
<b>Tamaño de la muestra:</b>	784 respuestas
<b>Fecha de inicio y final de la encuesta:</b>	16 de abril a 17 de mayo, 2020
<b>Recolección de los datos:</b>	Cuestionario telemático online - Diseñado y gestionado con el software LimeSurvey
<b>Organización Responsable:</b>	El diseño de la encuesta, la recopilación de datos y el análisis de los resultados es responsabilidad de ECONCULT en la Universidad de Valencia.

*Fuente: Elaboración propia*

La encuesta se desarrolló por vía telemática entre el 16 de abril y el 17 de mayo de 2020. El software utilizado para la recolección de datos es el Lime Survey.

El universo de la encuesta se estima en alrededor de 760.000 empleados de los sectores culturales en España. El margen de error, para un nivel de confianza del 99% y máxima indeterminación es del 4,6%.

El número total de respuestas válidas para la encuesta fue de 784, y fueron obtenidas entre el 16 de abril y el 17 de mayo de 2020. El proceso de muestreo empleado es no probabilístico, en el cual se ha empleado la metodología de la mancha de aceite (Pavía, Rausell Köster, Marco Serrano, & Coll Serrano, 2011).

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Para conocer los efectos que ha tenido la crisis del Covid-19 sobre el sector cultural y creativo, se desarrollaron diferentes secciones que analizan los principales aspectos de interés. Además de preguntarles por los efectos sobre sus propias organizaciones, también se ha querido conocer su opinión sobre la situación general del sector cultural y las posibles medidas y propuestas a considerar desde su punto de vista. A continuación, en la primera sección (A) se analiza el perfil de las organizaciones participantes en la encuesta.

### Sección A. Perfil de las organizaciones

Esta primera sección describe las características de la muestra analizada. El objetivo de este apartado es identificar los perfiles y definir sus principales características desde el punto de vista de la región de origen, el subsector al que pertenecen, su situación profesional, el tamaño empresarial y el volumen de facturación. Como veremos más adelante, muchas de estas variables resultan esenciales a la hora de analizar posteriormente los resultados obtenidos.

#### A.1 Distribución de las respuestas por Comunidad Autónoma

La gráfica 1 muestra el número de respuestas obtenidas en la encuesta por Comunidades Autónomas (CC.AA.).

Gráfica 1. Distribución de la muestra por CC.AA.



Como resultado del proceso de muestreo, realizado con la finalidad de alcanzar el máximo número posible de respuestas, y debido a la ubicación Econcult como unidad de investigación perteneciente a la Universidad de Valencia, el número de respuestas para la Comunidad Valenciana es significativamente superior al resto de la muestra, con 410 respuestas sobre el total de 784.

Se ha alcanzado un número de respuestas estadísticamente óptimo en las comunidades de las Islas Canarias (74 respuestas), Galicia (56 respuestas), Madrid (55 respuestas) y Cataluña (47 respuestas). También se ha logrado un número aceptable para las comunidades de Andalucía (39 respuestas), Asturias (22 respuestas) y Aragón (20 respuestas).

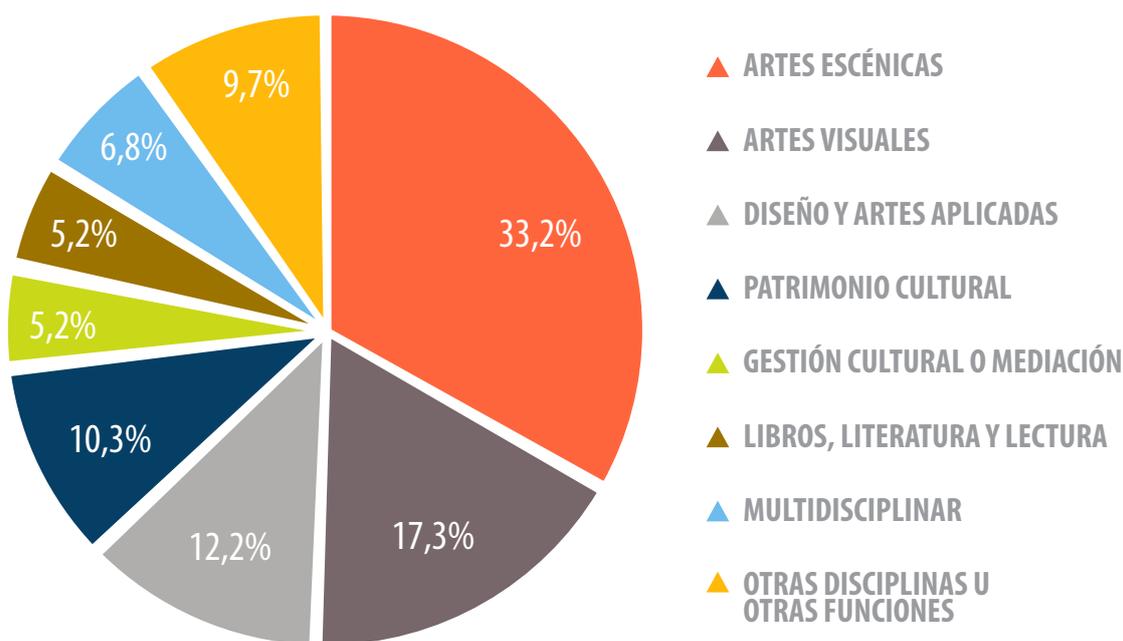
Los datos serán utilizados de forma agregada a lo largo de todo el informe, si bien se incluirá en el análisis de las ayudas recibidas un análisis desagregado a nivel regional para aquellas CC.AA. con un volumen suficiente de respuestas para conocer las diferencias en las ayudas regionales.

### A.2 Distribución por subsectores

La distribución de los encuestados por subsectores condiciona la respuesta que estos dan a la crisis del Covid-19. Dependiendo de las características de cada subsector, se han observado diferencias significativas en relación con el impacto y la capacidad de adaptación al mismo. La gráfica 2 muestra la distribución de los encuestados por subsectores.

Gráfica 2. Distribución de los agentes culturales por subsectores

## DISTRIBUCIÓN POR SUBSECTORES >>



Como se observa en la gráfica, el subsector más representado en la encuesta es el de las artes escénicas, con un 33,2% del total de respuestas, seguido del subsector de las artes visuales, con un 17,3%. El diseño y las artes aplicadas representa el 12,2% de la muestra y patrimonio cultural representa el 10,3%. El subsector de la literatura representa el 5,2% de la muestra, la misma cifra que la del subsector de la gestión cultural y la mediación.

En la encuesta se han identificado agentes culturales que no se verían representados por las opciones propuestas por el cuestionario, como sucede con las industrias auxiliares, la comunicación o la investigación. Estas respuestas se han incluido como otras disciplinas, que representan el 9,7% de la muestra, en la que también se han incorporado las respuestas del sector de la arquitectura, debido al bajo número de respuestas. Conviene señalar la paradójica situación que presentan las industrias auxiliares, ya que siendo imprescindibles para la actividad cultural (realización de conciertos, obras de teatro, etc.), no han sido elegibles en la prestación especial por desempleo cultural<sup>1</sup>. Por otro lado, también se han identificado agentes que desarrollan su actividad de forma multidisciplinar, correspondientes al 6,8% de la muestra.

### A.3 Situación profesional

Una de las características más significativas del mercado laboral de las actividades culturales es la precariedad de sus trabajadores y trabajadoras. Según datos del Ministerio de Cultura y Deportes, en el año 2019 el volumen de empleo cultural ascendió a 710.200 personas, un 3,6% del empleo total en España en la media del periodo anual. Del total de empleo cultural en 2019, **el 68,8% es asalariado**, cifra inferior a la observada en el total de la economía, con un 84,3% (MCUD, 2020). El porcentaje de empleados culturales **por cuenta propia, con un 31,2%**, duplica el porcentaje de trabajadores por cuenta propia respecto al total de la economía. Se trata de un rasgo característico de los artistas, con un fuerte vínculo emocional hacia el trabajo que realizan, debido a su orientación hacia la creación (HKU, 2010 pp. 20).

Por otro lado, dentro del colectivo de asalariados, el 87,1% corresponde a empleo a tiempo completo mientras que el 12,9% corresponde a tiempo parcial, cifras similares a las del empleo total en España.

No obstante, la tasa de asalariados a tiempo parcial asciende al 21,7% en el colectivo de escritores, artistas y archivistas (MCUD, 2020), dejando entrever notables diferencias entre colectivos dentro de los sectores culturales. Estas diferencias se acentúan cuando se atiende al tipo de contratación. En este sentido, destaca la elevada **temporalidad** del empleo de escritores y artistas, que alcanza el 23.1% para este colectivo, por encima de la media de la temporalidad del propio empleo cultural, que corresponde al 17.8% (MCUD, 2020).

En la línea de lo expuesto, y con la finalidad de identificar el perfil y **grado de vulnerabilidad** ante la crisis del Covid-19, se ha preguntado a los encuestados acerca de la situación profesional en la que se encuentran. La gráfica 3 muestra estos resultados.

**Una de las características más significativas del mercado laboral de las actividades culturales es la precariedad de sus trabajadores y trabajadoras.**

<sup>1</sup> <https://civio.es/el-boe-nuestro-de-cada-dia/2020/05/06/el-paro-especial-por-coronavirus-solo-aplicara-a-artistas-y-no-a-tecnicos-de-espectaculos-y-auxiliares/>

Gráfica 3. Situación profesional de los agentes culturales.



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

Como se aprecia en la gráfica, la muestra hace patente la diversidad de perfiles que podemos encontrar, aunque por cuestiones de muestreo se inclina notablemente hacia el colectivo de autónomos, con un 39,03% de respuestas. Los propietarios o gerentes de empresas con trabajadores a su cargo representan al 9,69% de la muestra. En cuanto a los asalariados, estos representan el 23,60%.

Es interesante señalar que el 15,69% de los encuestados combina su iniciativa cultural o artística con un **empleo en otro sector**, una situación habitual en los SCC. Del mismo modo, otra situación habitual en los SCC es la **irregularidad** en los trabajadores que en muchos casos realizan su actividad de manera informal, situación que representa al 6,51% de los encuestados. Esta irregularidad se une a la **temporalidad** de muchos de ellos, hecho que incide en la precariedad y fragilidad característica del sector cultural (Serafini & Banks, 2020). Finalmente, se han recogido respuestas de un 2,04% que corresponde a funcionarios, así como un 1,53% que corresponde a labores de voluntariado y prácticas.

La tabla 2 muestra la situación profesional de los encuestados para cada subsector. En la tabla se han tomado como variables de análisis la situación profesional de asalariado/a, autónomo/a y combinar la actividad cultural con un empleo en otro sector. Estas tres situaciones son las más representativas de la muestra, como se ha expuesto en la gráfica 3, tanto por la concentración de respuestas en términos agregados, como por la distribución por subsectores.

Tabla 2. Situación profesional según subsector

Subsector	Situación profesional		
	Asalariado/a	Autónomo/a	Combina actividad cultural y otro sector
<b>Artes Escénicas</b>	22%	32%	20%
<b>Artes Visuales</b>	15%	44%	27%
<b>Diseño y Artes Aplicadas</b>	20%	63%	4%
<b>Libros, literatura y lectura</b>	17%	41%	20%
<b>Patrimonio cultural</b>	46%	34%	8%
<b>Gestión cultural o mediación</b>	29%	29%	7%
<b>Multidisciplinar</b>	25%	43%	8%
<b>Otros sectores</b> (Arquitectura, Comunicación cultural, Formación e investigación, Ind. auxiliares)	28%	38%	13%

Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)



La tabla refleja el elevado porcentaje de autónomos que caracteriza la muestra, destacando los valores obtenidos por el diseño y las artes aplicadas (63%), muy por encima de otros subsectores como las artes visuales (44%) o las organizaciones multidisciplinares (43%), con una representación significativa de este colectivo. El colectivo de asalariados es el segundo en tamaño, detrás de los autónomos, con una distribución relativamente homogénea, en la que destacan el elevado porcentaje dentro del patrimonio cultural (46%) y el bajo porcentaje de las artes visuales (15%) y la literatura (17%), respecto al 25% que representa el promedio.

Si se analizan en detalle los resultados para las artes visuales y literatura, se observa un importante volumen de encuestados que combinan la actividad con otro empleo, con un 27% y un 20% respectivamente. Este fenómeno también tiene lugar en las artes escénicas (20%), siendo estos tres subsectores aquellos en los que mayor representación existe de trabajadores que alternan iniciativas culturales o artísticas con otro empleo. Esta situación caracteriza a aquellos artistas que recurren al empleo en otros sectores como fuente de ingresos principal, por tanto la disponibilidad de ayudas a este colectivo puede estar limitada, dependiendo en buena medida del tipo de empleo complementario.

Dentro del grupo de otros sectores, no hay variaciones significativas en cuanto a la distribución de asalariados y autónomos, según se refleja en la tabla. Sólo resulta remarcable el aumento de autónomos respecto a asalariados en arquitectura, industrias auxiliares y comunicación cultural, con mayor representación del colectivo de autónomos. Sin embargo, el escaso número de respuestas no nos permite un análisis más pormenorizado. No obstante, es importante identificar los colectivos más representados en cada sector, con la finalidad de identificar el tipo de ayudas de las que disponen, y el grado de vulnerabilidad ante la crisis del Covid-19. En este sentido conviene señalar que en torno al 6% de los encuestados se encuentran trabajando en situación irregular. De este porcentaje, prácticamente el 60% pertenece a las artes escénicas, revelando el importante grado de exposición a los efectos del Covid-19 en este sector por múltiples razones: cancelaciones de actuaciones, elevado volumen de trabajadores en situación irregular que no cuentan con protección de ningún tipo, situación previa de vulnerabilidad, etc.

**La tabla refleja el elevado porcentaje de autónomos que caracteriza la muestra, destacando los valores obtenidos por el diseño y las artes aplicadas (63%).**

#### ***A.4 Tamaño y volumen de facturación***

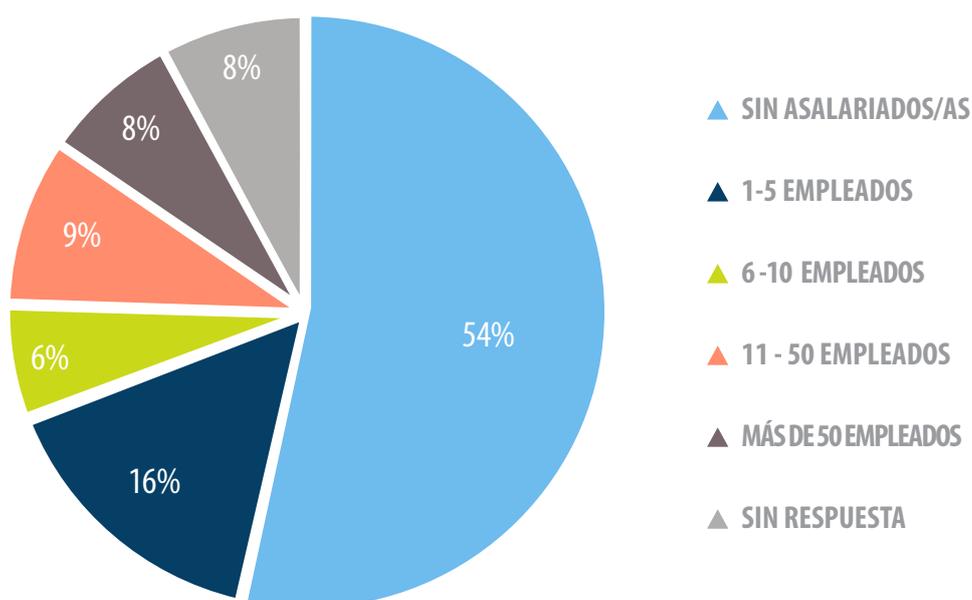
La estructura de mercado, esto es, el tamaño y el número de empresas que lo conforman, es otra característica relevante a la hora de considerar el impacto del Covid-19 sobre el sector cultural.

Según datos del Ministerio de Cultura y Deportes para el año 2018, del total de empresas dedicadas a actividades culturales, el 64,7% son empresas sin asalariados, constituyendo el grueso de las empresas del sector, seguido del 28,7% de las empresas de pequeño tamaño, de 1 a 5 trabajadores. La concentración de empresas pequeñas es un rasgo distintivo de los SCC en toda Europa, reflejando la asimetría existente en el tamaño de las empresas culturales con una muy escasa presencia de empresas medias (HKU, 2010). De hecho, el 6% de las empresas culturales en España tienen de 6 a 49 asalariados, y sólo el 0,6% restante son empresas de mayor tamaño, de 50 asalariados en adelante (MCUD, 2020).

En línea con lo anteriormente expuesto, la gráfica 4 representa la distribución por tamaño de las organizaciones a las que pertenecen los agentes encuestados.

Gráfica 4. Tamaño de las organizaciones encuestadas

## TAMAÑO DE LAS ORGANIZACIONES >>



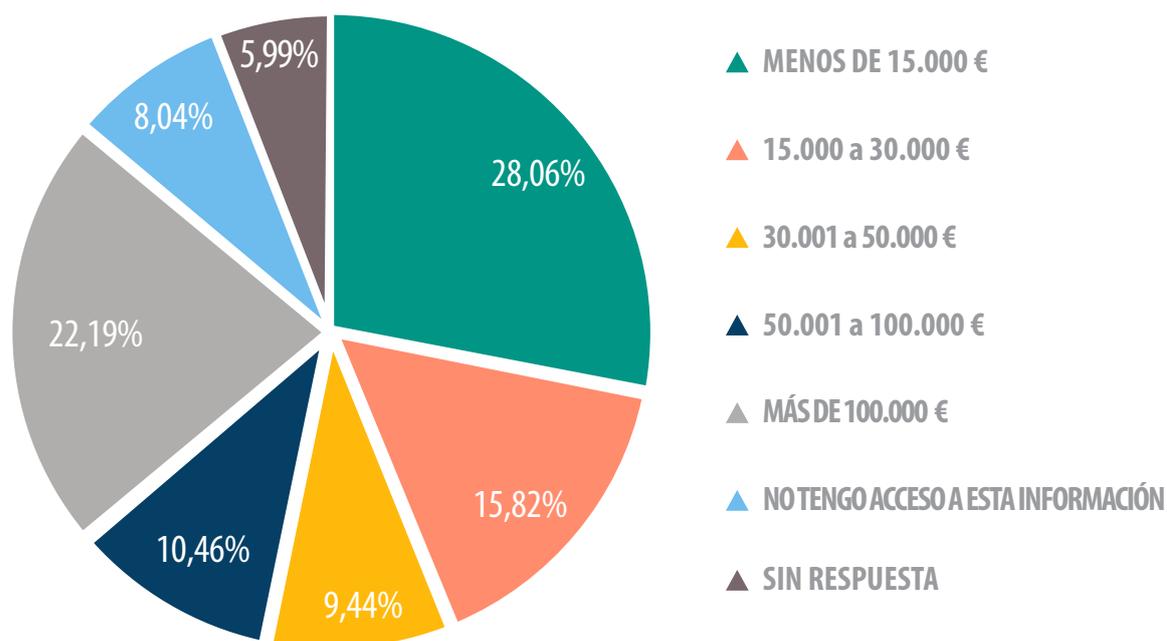
Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

El 54% de los encuestados son autónomos sin asalariados, cifra que no llega a alcanzar el volumen reflejado en los datos del Ministerio, si bien señalan la tendencia que sigue el propio sector. En cuanto a organizaciones con capacidad para contratar, el 16% tienen un tamaño de entre 1 y 5 empleados, seguidas por las empresas que disponen de 6 a 10 empleados, representadas por el 6%. Paradójicamente, las empresas que disponen de 11 a 50 empleados representan el 9% de la muestra, mientras que las empresas de más de 50 empleados suponen el 8% de la muestra. No obstante, la gráfica evidencia el **atomismo empresarial** que determina la mayoritaria presencia de autónomos y micropymes. Este aspecto se refleja en los datos de facturación. La gráfica 5 muestra la facturación anual de las organizaciones que han participado en la encuesta.

El 54% de los encuestados son autónomos sin asalariados.  
El 16% tienen un tamaño de entre 1 y 5 empleados.

Gráfica 5. Facturación anual de las organizaciones encuestadas

## FACTURACIÓN ANUAL >>

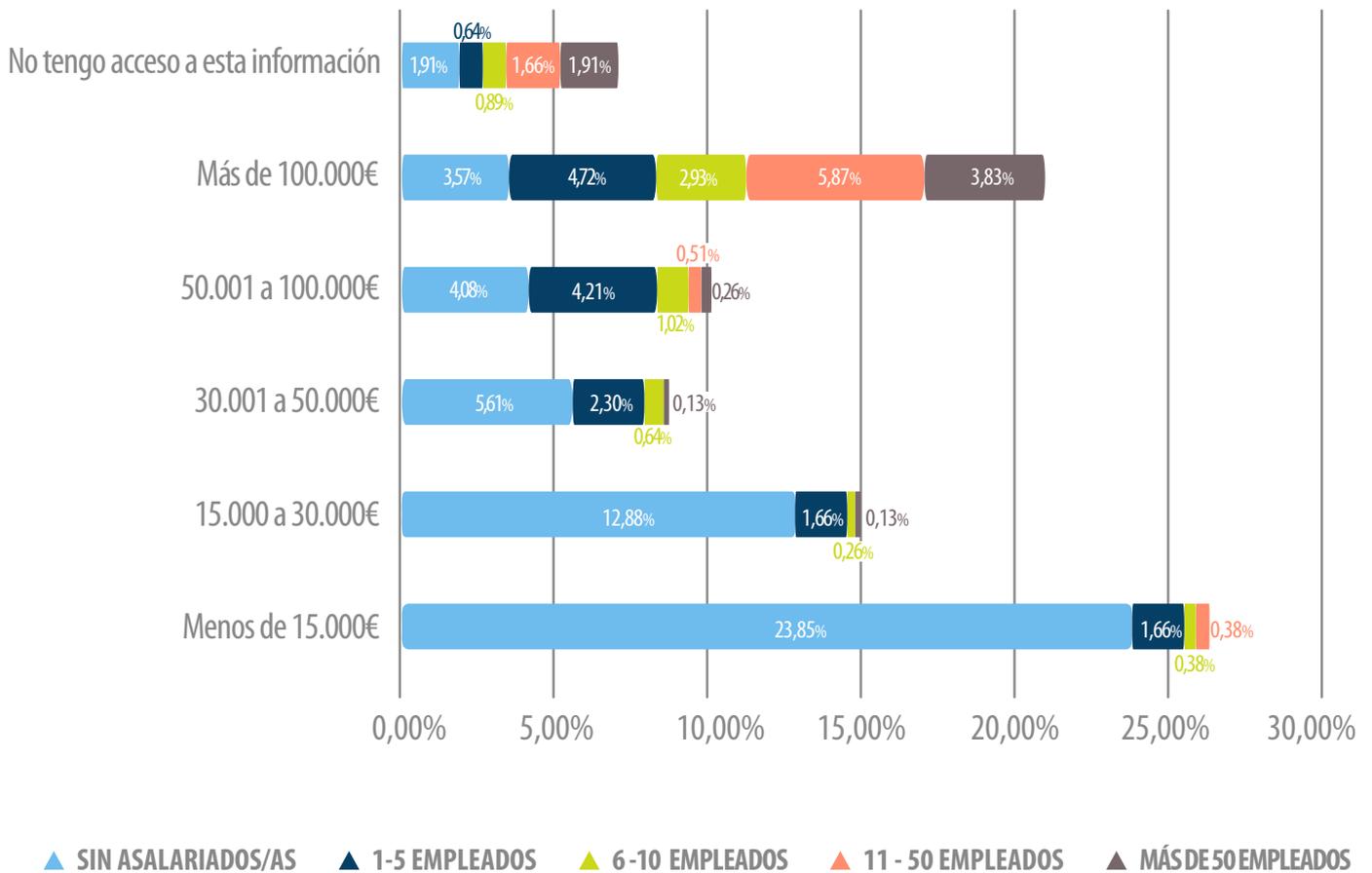


Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

De acuerdo con las respuestas, el 28% de las organizaciones encuestadas facturan menos de 15.000€ al año, seguido del 22,19% de las organizaciones que facturan más de 100.000€ al año. La polaridad en las respuestas se debe principalmente al proceso de muestreo. Entre ambos extremos se encuentran aquellas organizaciones que facturan entre 15.000 y 30.000€ (un 15,82%), aquellas que facturan entre 30.000 y 50.000€ (9,44%) y aquellas que facturan entre 50.000 y 100.000€ (10,46%). Finalmente, un 14% de las respuestas se han dejado en blanco o los encuestados manifiestan no tener acceso a la información sobre la facturación de la empresa.

Evidentemente, las cifras de facturación influyen en la capacidad de las organizaciones para afrontar la crisis del Covid-19, ya que afectan a cuestiones tan esenciales como la disponibilidad de ahorros, el acceso a la financiación y la capacidad inversora para reorganizar sus procesos productivos (por ejemplo en relación con la digitalización) y para rediseñar su modelo de negocio (nuevos servicios, nuevas audiencias, etc.). En este sentido, la relación entre el número de empleados y la facturación anual condiciona la capacidad y el tipo de respuesta de las organizaciones culturales ante la crisis. La gráfica 6 presenta los datos de facturación anual desagregada por número de empleados.

Gráfica 6. Facturación anual de las organizaciones según número de empleados



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

Teniendo en cuenta la polaridad de las respuestas señalada con anterioridad, se observa que las organizaciones que facturan menos de 15.000€ prácticamente en su totalidad son autónomos sin asalariados, es decir, un 23,85% de los autónomos sin asalariados factura menos de 15.000€ anuales, lo cual retrata las condiciones de precariedad a las que se enfrentan muchos de los artistas. En el lado opuesto, las respuestas son más variadas y se distribuyen de forma similar, destacando el ligero repunte en organizaciones que disponen de 11 a 50 empleados y aquellas que disponen de 1 a 5 empleados, que representan al 5,87% y al 4,72% del total de organizaciones respectivamente.

La gráfica pone de manifiesto la dificultad a la que se enfrentan las pequeñas organizaciones culturales para adquirir un tamaño intermedio, dando como resultado la ausencia de empresas de tamaño medio en el sector (efecto "missing middle") (HKU, 2010 pp.68).



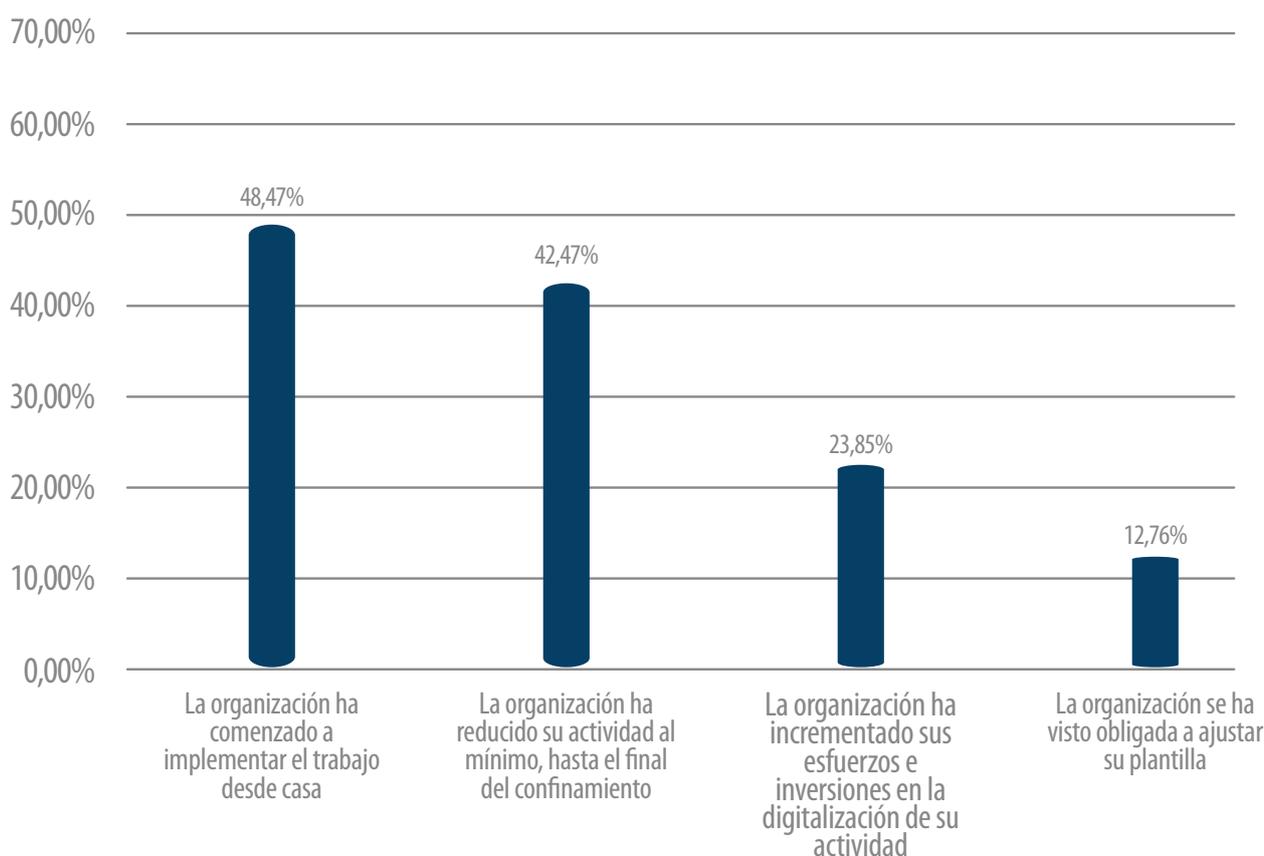
## Sección B. Adaptación de las organizaciones a la situación de crisis

La sección B analiza el tipo de actividades puestas en marcha por parte de los agentes y organizaciones culturales durante su confinamiento. En este apartado se plantean cuestiones en relación con las formas de adaptación a la nueva situación, los usos del tiempo durante el confinamiento (reorientación de las actividades desarrolladas) y las necesidades específicas frente al impacto del Covid-19.

### B.1 Acciones llevadas a cabo por las organizaciones

Uno de los objetivos de la encuesta consistía en determinar qué tipo de acciones han llevado a cabo los agentes culturales como respuesta a la crisis causada por el Covid-19. La encuesta permitía seleccionar más de una acción, por lo que se observa que muchos de los encuestados han realizado varias acciones de manera simultánea. La gráfica 7 muestra los resultados de estas acciones.

Gráfica 7. Acciones llevadas a cabo por las organizaciones para adaptarse a la situación



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

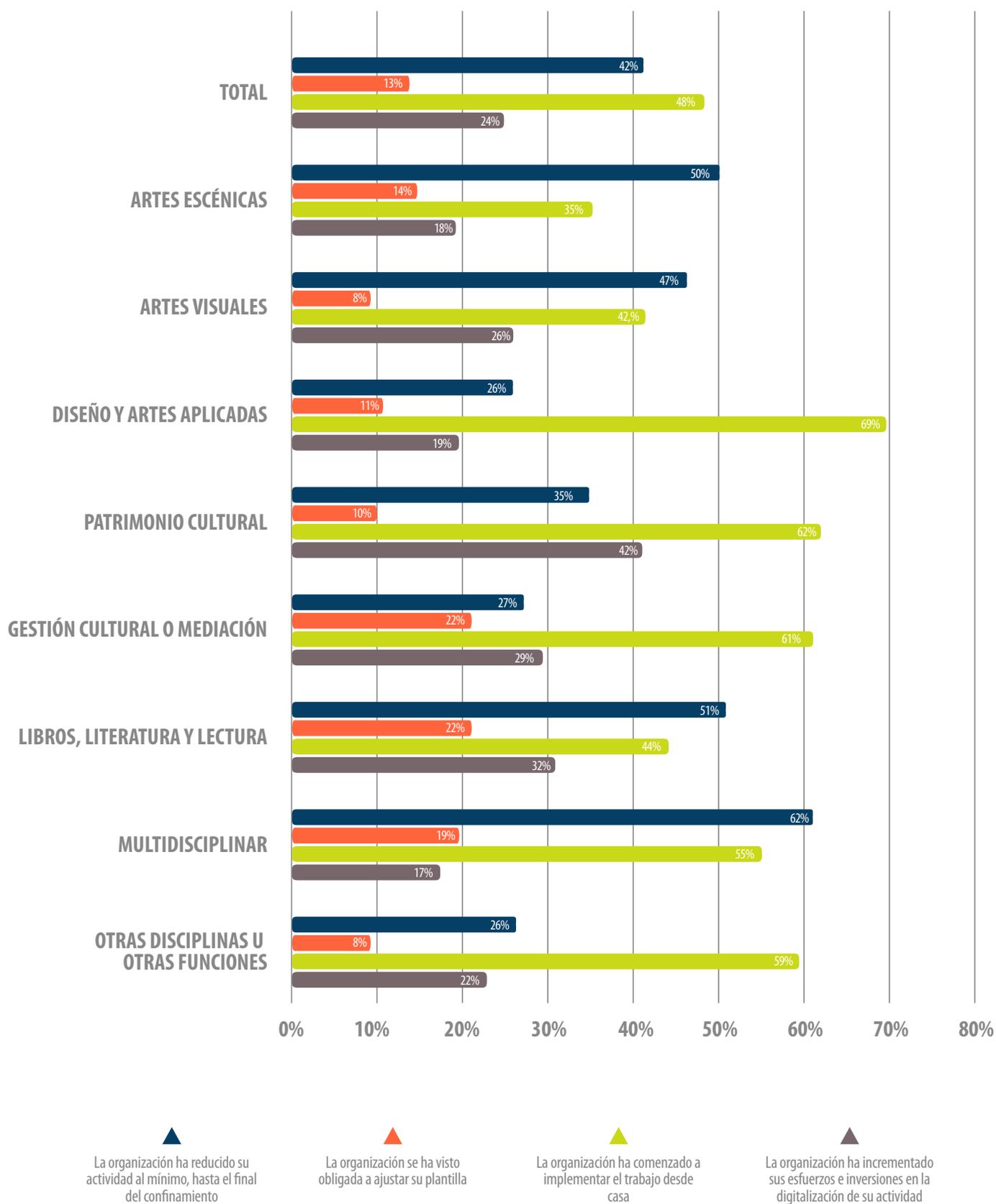
Debido a la situación de confinamiento, el 48% de las organizaciones encuestadas han comenzado a trabajar desde casa. Por tanto, la mayoría de organizaciones han optado por el **teletrabajo** en aquellas actividades en las que les ha sido posible. Con independencia de la implementación del trabajo remoto, la situación ha forzado al 42,47% de los encuestados a **reducir la actividad al mínimo** como consecuencia de la cancelación de eventos, conciertos o la imposibilidad de asistir al lugar de trabajo. Obviamente, esta situación ha afectado de manera importante a sus principales fuentes de ingresos.

Por otra parte, el 23,85% de las organizaciones ha **incrementado su inversión en la digitalización de su actividad**. Finalmente, el 12,76% de las organizaciones encuestadas se ha visto obligada a **ajustar la plantilla**, un elemento empleado como último recurso. Además de las preguntas incluidas en el cuestionario, se ofreció la posibilidad de añadir acciones que no estuvieran señaladas, obteniendo un número importante de respuestas que mencionan el cese total de la actividad (9,31%) y Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE, un 3,32%).

Si nos detenemos en el análisis de acciones y consideramos esta cuestión de manera desagregada desde la perspectiva de los diferentes subsectores, podemos observar una serie de aspectos de interés, tal y como se recoge en la siguiente gráfica.

**El 48% de las organizaciones encuestadas han comenzado a trabajar desde casa, el 42,47% ha reducido la actividad al mínimo, y el 23,85% de las organizaciones ha incrementado su inversión en la digitalización de su actividad.**

Gráfica 8. Acciones llevadas a cabo para adaptarse a la situación por subsectores



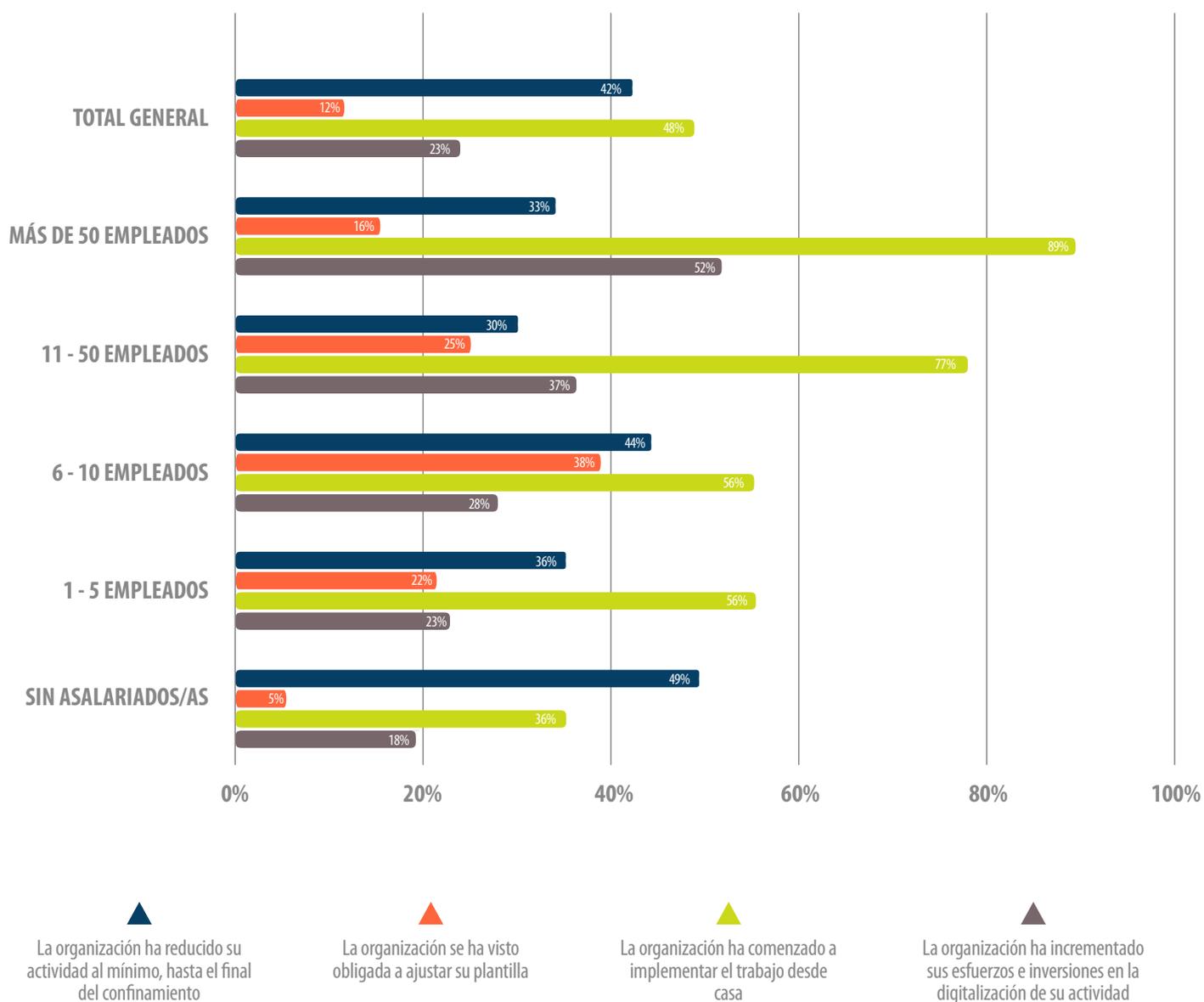
La opción de reducir la actividad se manifiesta especialmente en los subsectores multidisciplinares (62%) y de las artes escénicas (50%), en los que han tenido una especial incidencia los impedimentos físicos relacionados con la producción artística, como desplazarse a un taller o a un lugar de ensayo. Conviene destacar que buena parte de los encuestados que mencionaron el cese total de actividad o el ERTE pertenecen al subsector de las artes escénicas. De hecho, el cese total de actividad afectó al 15% de las respuestas de artes escénicas, mientras que los ERTE afectaron al 6% de los encuestados. En el lado contrario podemos encontrar los subsectores de diseño y artes aplicadas (26%) y gestión cultural (27%) como aquellos que menos han optado por la reducción de la actividad.

En relación con los ajustes de plantilla, destacan como subsectores más afectados los de gestión cultural (22%) y literatura (22%). Por contra, los menores porcentajes los presentan artes visuales (8%) y otras disciplinas (8%). En cuanto a la implementación del teletrabajo, destacan subsectores como el diseño y las artes aplicadas (69%), patrimonio (62%) y gestión cultural (61%) como aquellos que más han optado por esta acción. En el extremo opuesto encontramos a las artes escénicas, en las que este porcentaje retrocede hasta el 35%. En relación con el incremento en inversión digital, los valores más elevados corresponden a patrimonio (42%), mientras que los menores se recogen en organizaciones multidisciplinares (17%). Durante la fase de confinamiento surgieron iniciativas relacionadas con la digitalización del patrimonio que pueden explicar este incremento, como es el caso de exposiciones virtuales o la disposición de obras literarias en formato virtual.

Del mismo modo, si consideramos el análisis teniendo en cuenta el tamaño de la empresa, también observamos diferencias significativas en el comportamiento de las organizaciones culturales, como muestra la gráfica 9.

**La opción de reducir la actividad se manifiesta especialmente en los subsectores multidisciplinares (62%) y de las artes escénicas (50%). En relación con los ajustes de plantilla, destacan como subsectores más afectados los de gestión cultural (22%) y literatura (22%).**

Gráfica 9. Acciones llevadas a cabo para adaptarse a la situación por tamaño de empresa



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

La reducción de la actividad al mínimo ha sido la elección más destacada de las organizaciones sin asalariados (49%), si bien es cierto que la actividad se ha reducido en todos los segmentos. No obstante, los porcentajes con una menor reducción de la actividad se encuentran entre las empresas de mayor tamaño: de 11 a 50 trabajadores (30%) y más de 50 trabajadores (33%).

Los ajustes de plantilla han tenido lugar principalmente entre las empresas de entre 6 y 10 trabajadores (38%), mientras que las empresas con más de 50 empleados han recurrido al ajuste en menor medida (16,95%). El menor ajuste de plantilla en este último segmento tiene su explicación en la elevada implementación del teletrabajo (89,83%), una opción que no han podido llevar a cabo buena parte de las organizaciones sin asalariados, pues se trata del segmento con menor implementación del trabajo remoto (36%).

Este último aspecto puede estar relacionado en buena medida con la capacidad de la organización para invertir en la digitalización de su actividad. Se observa que el esfuerzo en digitalización es más habitual en empresas con más de 50 empleados (52,54%). De nuevo, entre las que han optado en menor medida por la digitalización se encuentran las organizaciones sin asalariados (18%) seguido de las que disponen de entre 1 y 5 trabajadores. Atendiendo al tamaño, las organizaciones pequeñas disponen de escaso margen para adaptarse a imprevistos, especialmente si se trata de actividades con un componente físico como es el caso de las artes escénicas.

## B.2 Tiempo dedicado a tareas de adaptación durante el confinamiento

Como resultado de la situación de confinamiento, los agentes culturales se han encontrado con una realidad que ha alterado radicalmente sus procesos de producción y gestión. Dada su naturaleza, ¿ha presentado la adaptación estratégica de las organizaciones culturales alguna característica particularmente creativa? ¿Cómo se refleja esta adaptación desde el punto de vista de las fases de su proceso productivo? Estas cuestiones se recogen en la gráfica 10.

Gráfica 10. Acciones realizadas por los agentes culturales durante el confinamiento



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

La gráfica muestra el modo en que durante el confinamiento se han reasignado los usos del tiempo dedicados a las diferentes tareas productivas. Para ello, se ha empleado una escala del 1 al 5, siendo 1 la asignación mínima de tiempo y 5 la asignación máxima de tiempo.

Con carácter general, conviene señalar que a pesar de la situación de parálisis provocada por el confinamiento, las organizaciones culturales y creativas no han permanecido ni mucho menos inactivas.

Entrando a un análisis más detallado, destacan las tres actividades más desarrolladas, todas ellas con valoraciones promedio superiores a 3. En primer lugar, los encuestados y encuestadas han asignado buena parte de su tiempo a la **creación de nuevas ideas o proyectos en los que no han tenido tiempo para trabajar anteriormente** (3,39), así como a **replantear su modelo de negocio o los procesos de trabajo** (3,19). **El trabajo de administración y gestión relacionada con las ayudas disponibles** también ha recibido una atención considerable (3,10), como cabría esperar de una situación de crisis.

En segundo lugar, llama la atención el tiempo dedicado a **actividades de comunicación y marketing online** (2,96) en un momento en el que la actividad productiva tiende a ralentizarse. Este incremento puede estar relacionado con la aceleración de los procesos de digitalización resultantes de la crisis del Covid-19, lo cual ha podido llevar a un incremento en los esfuerzos de posicionamiento en canales online y redes sociales. Del mismo modo, el tiempo dedicado a la **adaptación de los servicios y productos al escenario de medio plazo** (2,95) que plantea el Covid-19 sugiere que la perspectiva a medio plazo es motivo de preocupación en las organizaciones culturales.

La **gestión de archivo y puesta al día de trabajo atrasado** (2,90) también ha recibido cierta atención, seguida de la **formación** (2,77) y del **análisis de mercado** (2,59). Este último aspecto se encuentra en consonancia con las limitadas competencias empresariales que caracteriza a buena parte de las organizaciones culturales. En efecto, las dinámicas de planificación estratégica, gestión empresarial y diseño de proyectos, constituyen algunas de las carencias de competencias que caracterizan a las organizaciones culturales en toda Europa, motivado en parte por su reducido tamaño, la naturaleza de su actividad y la precariedad de las condiciones en que trabajan (HKU, 2010).

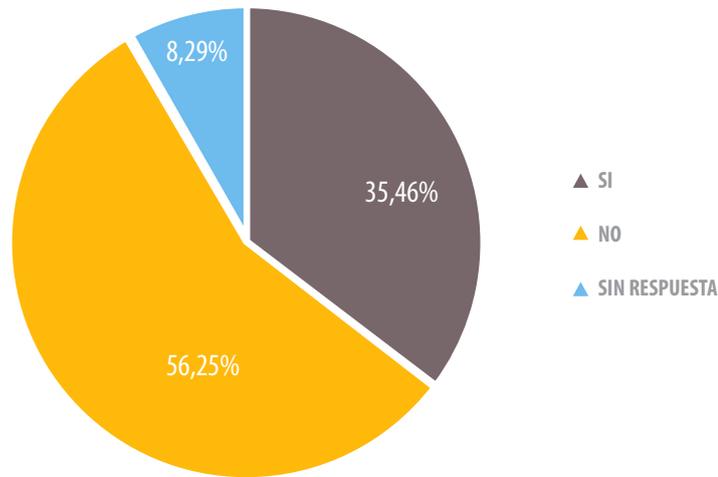
Los encuestados y encuestadas han asignado buena parte de su tiempo a la creación de nuevas ideas o proyectos en los que no han tenido tiempo para trabajar anteriormente (3,39), así como a replantear su modelo de negocio o los procesos de trabajo (3,19).

### B.3 Confinamiento y oferta de actividades gratuitas

Durante el confinamiento se ha observado un fenómeno específico del sector cultural: la aparición de numerosas iniciativas gratuitas en las redes sociales, como conciertos y eventos online. Las siguientes gráficas muestran el porcentaje de encuestados que han recibido propuestas para participar en iniciativas gratuitas y aquellos que sí las han realizado.

Gráfica 11. Actividades culturales gratuitas durante el confinamiento

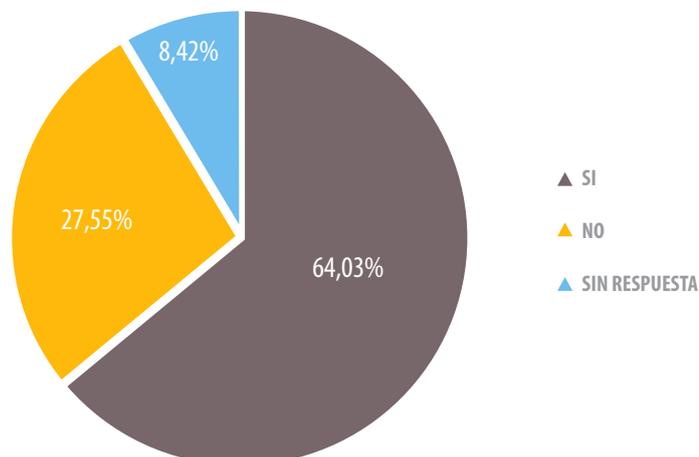
¿HA LLEVADO A CABO ALGUNA INICIATIVA CULTURAL GRATUITA DURANTE EL CONFINAMIENTO?



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

Gráfica 12. Actividades culturales gratuitas durante el confinamiento

¿HA RECIBIDO PROPUESTAS PARA PARTICIPAR EN INICIATIVAS CULTURALES GRATUITAS?



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

Los resultados indican cómo más de un tercio de los encuestados (35,46%) ha llevado a cabo iniciativas culturales gratuitas, ascendiendo hasta el 64% el número de los que afirman haber recibido alguna propuesta en este sentido. Por tanto, un 56,25% de los encuestados declinó propuestas de participar en iniciativas culturales gratuitas. Además, al analizar las respuestas se ha observado que no existen diferencias entre sectores. Es decir, todos los sectores han realizado de igual forma acciones gratuitas durante el confinamiento.

Esta cuestión también conecta con el significativo **voluntariado** del mundo cultural, y cómo sus contenidos gratuitos son tanto un indicador de las características del trabajo cultural (solidario, orientado por otro tipo de motivaciones distintas al del lucro) como un factor de riesgo que puede incidir sobre un acrecentamiento de la **precariedad** laboral de los artistas. Este riesgo es aún más evidente si consideramos un horizonte temporal a medio plazo en el que la crisis del Covid-19 va a intensificar las transformaciones estructurales en el mercado cultural. Tales transformaciones suponen un crecimiento en la asimetría de poder entre los dos factores productivos por excelencia: capital y trabajo. La tendencia hacia una mayor digitalización de las pautas de consumo cultural junto al poder de oligopolio que presentan las grandes plataformas multinacionales de distribución de contenidos son una ilustración nítida en este sentido. Además está el hecho de que si la mano de obra cultural no puede vivir de su trabajo, a medio plazo se expulsa a los agentes culturales que no disponen de rentas suficientes para financiarse una carrera, convirtiéndose la actividad artística profesional en una cuestión sólo accesible a las élites<sup>2</sup>.

“ Más de un tercio de los encuestados (35,46%) ha llevado a cabo iniciativas culturales gratuitas, ascendiendo hasta el 64% el número de los que afirman haber recibido alguna propuesta en este sentido. ”

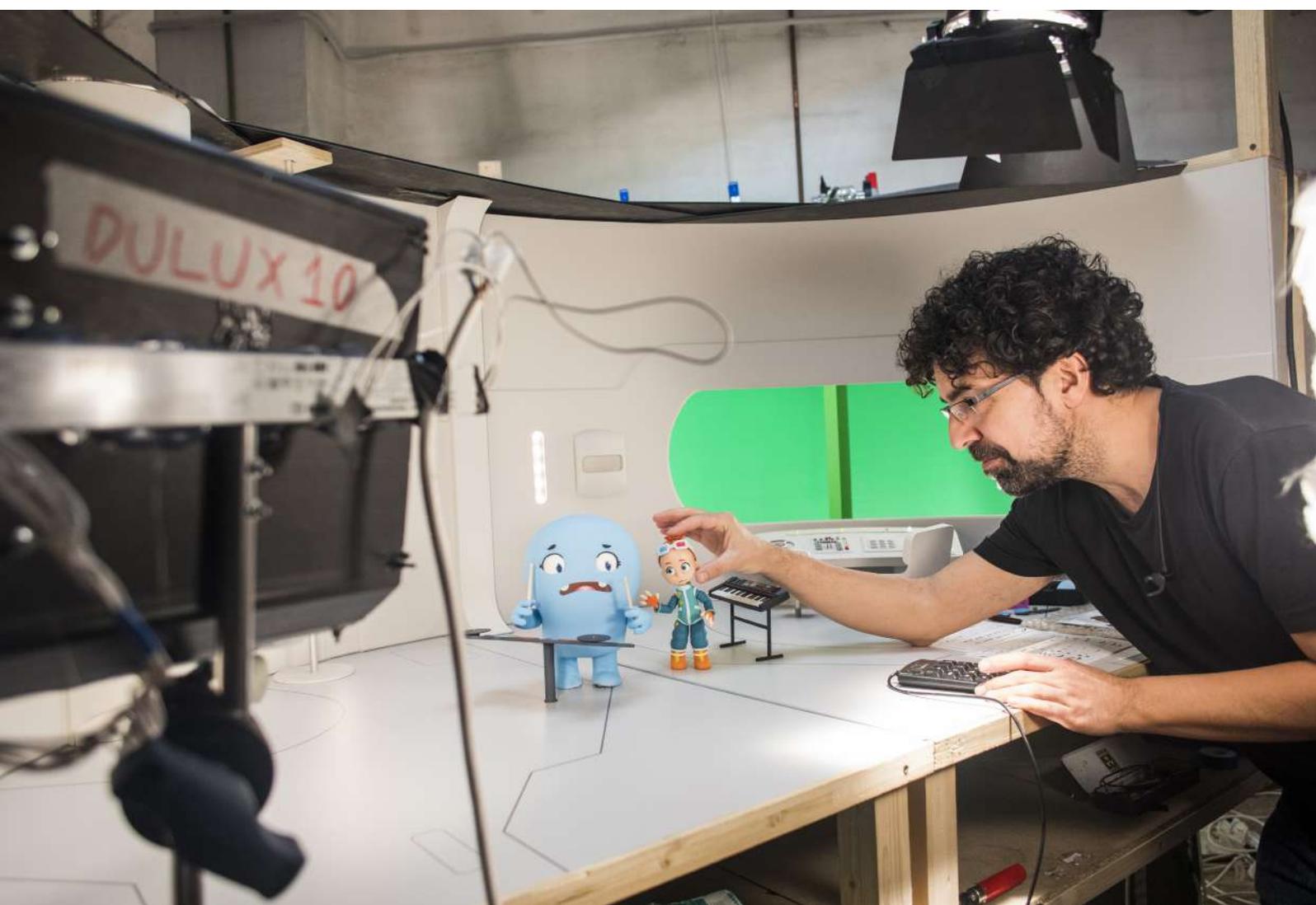
#### ***B.4 Consumo cultural durante el confinamiento entre las organizaciones culturales***

De forma complementaria a las preguntas sobre la adaptación de su producción de bienes y servicios durante el confinamiento, la encuesta incluye dos preguntas sobre la tendencia en materia de consumo cultural de los agentes culturales. Las restricciones a la movilidad y la obligación de permanecer en el entorno doméstico han influido también en una mayor necesidad de evasión y entretenimiento, jugando los bienes culturales un papel decisivo en este sentido.

Adicionalmente, esta cuestión resulta de interés ya que debemos considerar el impacto que el consumo cultural supone para los productores de cultura, dada su naturaleza de prosumidores (esto es, producen lo que consumen). La existencia de estas sinergias entre consumo y producción cultural (como fuente de inspiración, benchmarking, etc) para los agentes culturales reclaman nuestra atención sobre esta cuestión.

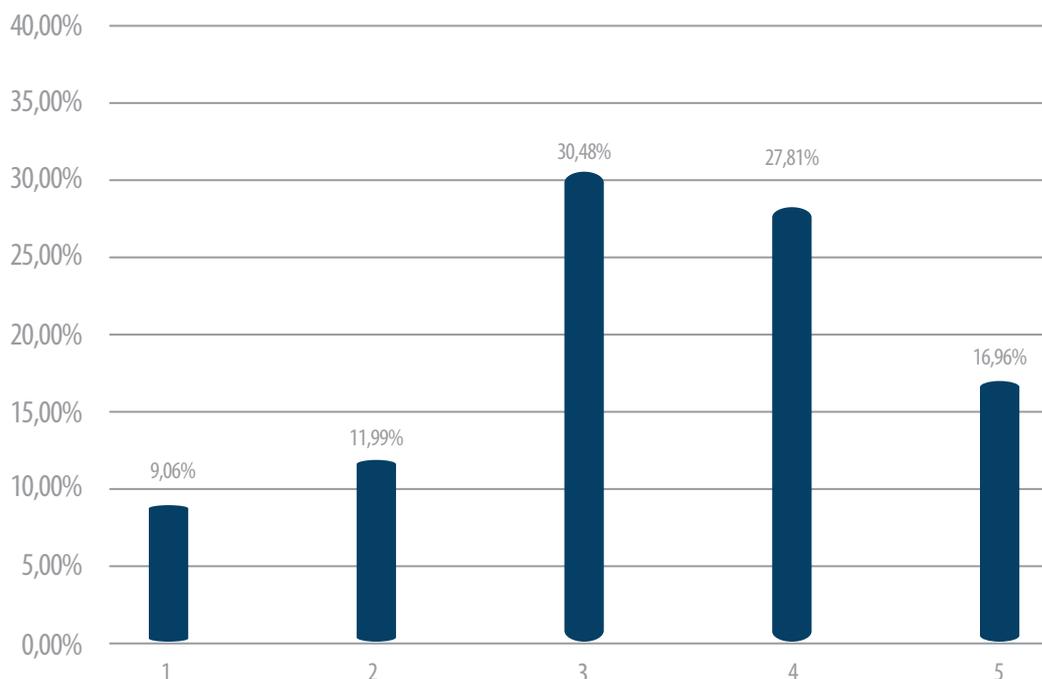
En primer lugar se preguntó a los encuestados en qué grado se incrementó su consumo de bienes culturales durante el confinamiento, empleando una escala del 1 al 5, siendo 1 mínimo y 5 máximo. De media, los encuestados han incrementado moderadamente su consumo de bienes culturales, con una valoración de 3.33 sobre 5. La siguiente gráfica muestra los resultados de la pregunta.

<sup>2</sup> Durante el confinamiento han surgido reflexiones sobre la cultura gratuita, el acceso a la cultura y el trabajo cultural como [https://elpais.com/economia/2020/03/21/alternativas/1584798329\\_964874.html](https://elpais.com/economia/2020/03/21/alternativas/1584798329_964874.html) y también en <https://www.elsaltodiario.com/culturas/cultura-gratis-confinamiento-industria-precariedad>



Gráfica 13. Incremento del consumo cultural durante el confinamiento

## NIVEL DE AUMENTO DEL CONSUMO CULTURAL DURANTE EL CONFINAMIENTO >>



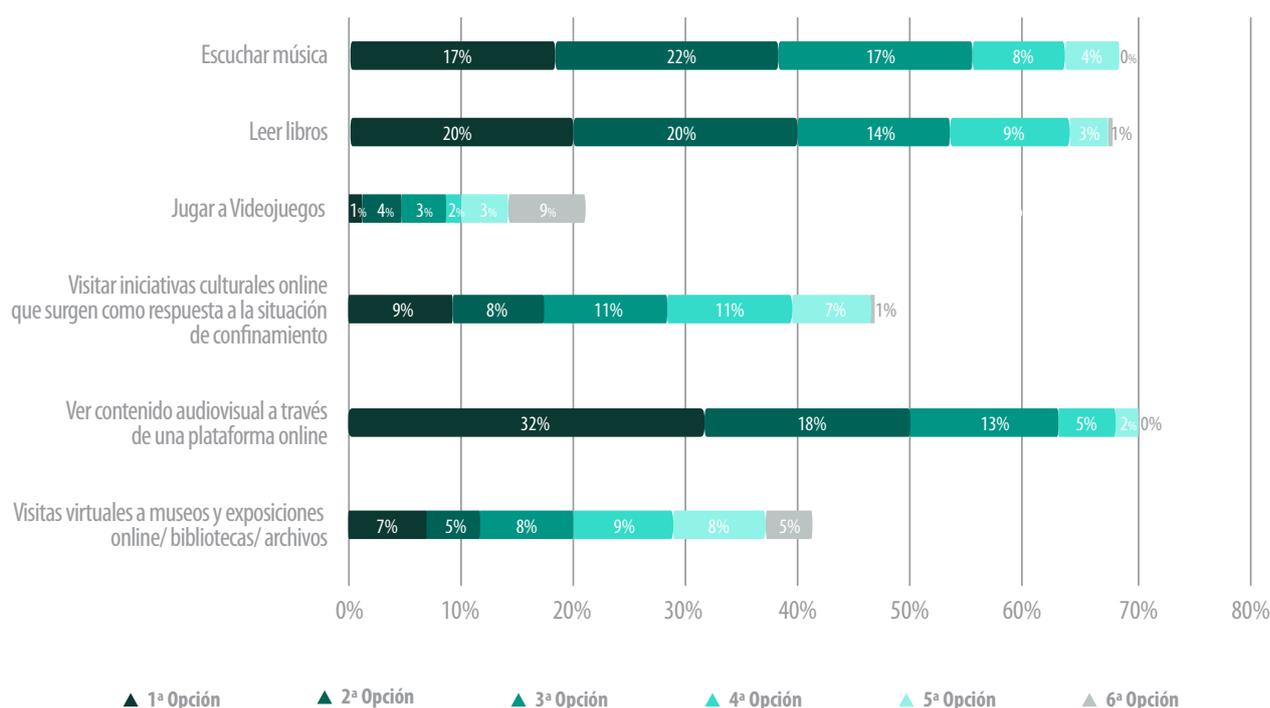
Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

Los resultados indican un incremento moderado (30,48%) o relativamente elevado (27,81%) en el número de horas dedicadas a consumir bienes culturales durante el confinamiento, en un momento en el que las opciones lúdicas disponibles se han visto limitadas por las restricciones a la movilidad impuestas por el Estado de Alarma. Es importante destacar que este incremento se observa sobre unos niveles de consumo cultural que ya de por sí son más elevados en promedio para los agentes culturales respecto al resto de la ciudadanía.

La siguiente pregunta planteaba qué tipo de bienes culturales se habían consumido en mayor grado durante el confinamiento. Para ello se solicitó a los encuestados ordenar una serie de bienes de distinta naturaleza a partir del tiempo dedicado a los mismos. Los resultados de la pregunta se muestran a continuación en la gráfica 14.

Gráfica 14. Actividades culturales durante el confinamiento

## CONSUMO CULTURAL DURANTE EL CONFINAMIENTO >>



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

La gráfica anterior presenta el porcentaje de respuestas que ha obtenido cada variable a partir del orden de su elección. Cabe señalar que las primeras opciones (Opciones 1ª, 2ª y 3ª) concentran un mayor número de respuestas, mientras que la 5ª y 6ª opción han quedado en blanco un 71% y un 84% respectivamente. Esto implica que los encuestados y encuestadas han concentrado su tiempo en opciones muy determinadas, esto es, no se ha diversificado el mismo, sino que se ha hecho un uso (o consumo) intensivo de las opciones seleccionadas.

En la gráfica se observan tres variables que sobresalen respecto a las demás en un doble sentido, tanto en términos cuantitativos (porcentaje total de encuestados que han seleccionado la variable como alguna de las opciones) como cualitativos (porcentaje de encuestados que seleccionan la variable como primera opción).

Las variables mencionadas son el **consumo de contenido audiovisual en plataformas online, escuchar música y leer libros**, pues la práctica de estas actividades ha sido seleccionada como opción entorno al 70% de las ocasiones, superando ampliamente otras actividades. Además, estas actividades han sido seleccionadas como opciones principales (entre 1ª opción y 3ª opción), lo cual deja entrever las necesidades de evasión y entretenimiento durante el confinamiento, si bien no hay una evidencia explícita que lo justifique con certeza. Como la primera opción, predomina el consumo de contenido audiovisual a través de plataformas online con un 32%, seguido por la lectura de libros con un 20% y escuchar música con un 17%. Destaca el hecho de que el 61% de encuestados pertenecientes al sector de la literatura han afirmado que leer libros ha sido la actividad cultural que más han realizado durante la cuarentena.

Tal y como hemos señalado anteriormente, la situación de confinamiento ha generado una respuesta espontánea y solidaria en los SCC, impulsando iniciativas culturales online además de la apertura de archivos digitales y visitas virtuales a museos, con la finalidad de hacer más llevadera la situación a la sociedad.

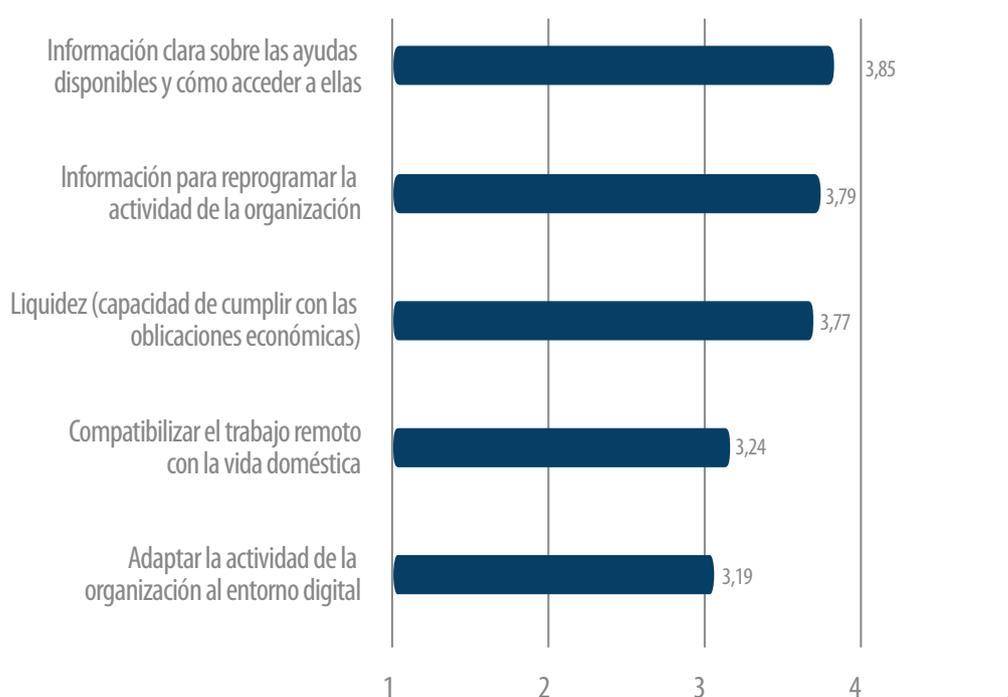
De forma complementaria, el 46% de los encuestados ha **visitado iniciativas culturales online** de este tipo, especialmente como tercera opción y cuarta opción (ambas con un 11%). El 42% de los encuestados ha **visitado museos y exposiciones online** o consultado archivos digitales, principalmente como tercera (8%), cuarta (9%) o quinta opción (8%). Los resultados obtenidos para ambas prácticas pueden ser de interés de cara a una futura investigación, pues reflejan de algún modo la importancia de la cultura como el crisol en el que se funde la necesidad de estar en contacto con los demás con la curiosidad o incluso el sentimiento de pertenencia. Finalmente, el 23% de los encuestados ha jugado a videojuegos durante el confinamiento, lejos de las demás actividades.

### **B.5 Necesidades de las organizaciones culturales para hacer frente a la crisis**

Una de las claves para la adaptación de los agentes culturales al Covid-19 se refiere a las necesidades que se plantean para superar las restricciones de movilidad, la paralización de la actividad económica y la imposibilidad de desplazarse al lugar de trabajo o asistir a reuniones. Se ha preguntado a los encuestados sobre las necesidades concretas que les han surgido con la finalidad de visibilizarlas, de manera que las posibles ayudas puedan diseñarse de manera más eficiente.

La gráfica 15 muestra el grado de necesidad que suponen las diversas variables identificadas. Para ello, se ha empleado una escala del 1 al 5, siendo 1 mínima necesidad y 5 máxima necesidad.

Gráfica 15. Necesidades de los SCC



A partir del análisis de los valores promedios, podemos destacar las **necesidades de información** por parte del sector cultural, tanto en relación con las ayudas disponibles y cómo acceder a ellas (3,85), como información para reprogramar la actividad de la organización (3,79) una vez se recupere progresivamente la actividad económica. Esto se debe a la incertidumbre derivada de no saber cuándo y cómo se podrán reactivar los eventos culturales. Una información precisa y una orientación clara por parte de las Administraciones públicas destacan así como necesidades de primer orden para afrontar la salida de la crisis.

En segundo lugar, con una valoración ligeramente inferior, los encuestados manifiestan **necesidades de liquidez** (3,77), dado el negativo impacto generado por el confinamiento sobre las fuentes de ingresos habituales, tal y como se analiza en detalle en la siguiente sección.

Finalmente, los encuestados manifiestan una necesidad moderada de adaptación a la situación actual, caracterizada por el **teletrabajo**. En este sentido, compatibilizar el trabajo con la vida doméstica en un solo espacio (3,24) y la necesidad de adaptar la actividad de la organización al entorno digital (3,19) son consideradas necesidades a tener en cuenta, aunque en menor grado.

**A partir del análisis de los valores promedios, podemos destacar las necesidades de información por parte del sector cultural, en relación con las ayudas disponibles y cómo acceder a ellas (3,85), como información para reprogramar la actividad de la organización (3,79) una vez se recupere progresivamente la actividad económica.**



## Sección C. Impacto del Covid-19 a corto plazo

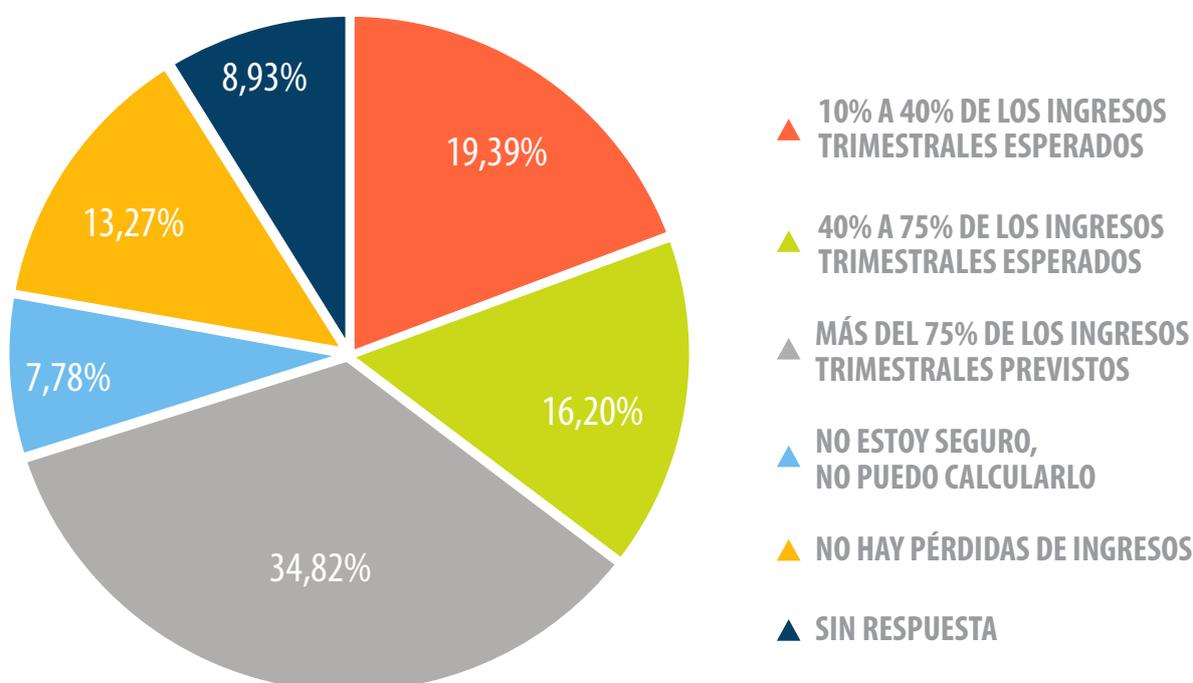
Esta sección estudia el impacto económico que a corto plazo ha generado la situación de confinamiento sobre las organizaciones y agentes culturales. La sección trata de determinar en qué grado esperan pérdidas de ingresos las organizaciones para los dos primeros trimestres de 2020, y el modo en que les ha afectado.

### C.1 Pérdidas de ingresos esperados

Las siguientes gráficas toman como referencia el primer y el segundo trimestre de 2020 con la finalidad de comparar el impacto ocasionado por el Covid-19. Debido a la implantación del estado de alarma a partir del 14 de marzo y el consecuente período de confinamiento, se aprecian diferencias en ambos períodos.

Gráfica 16. Pérdidas de ingresos (Enero - Marzo)

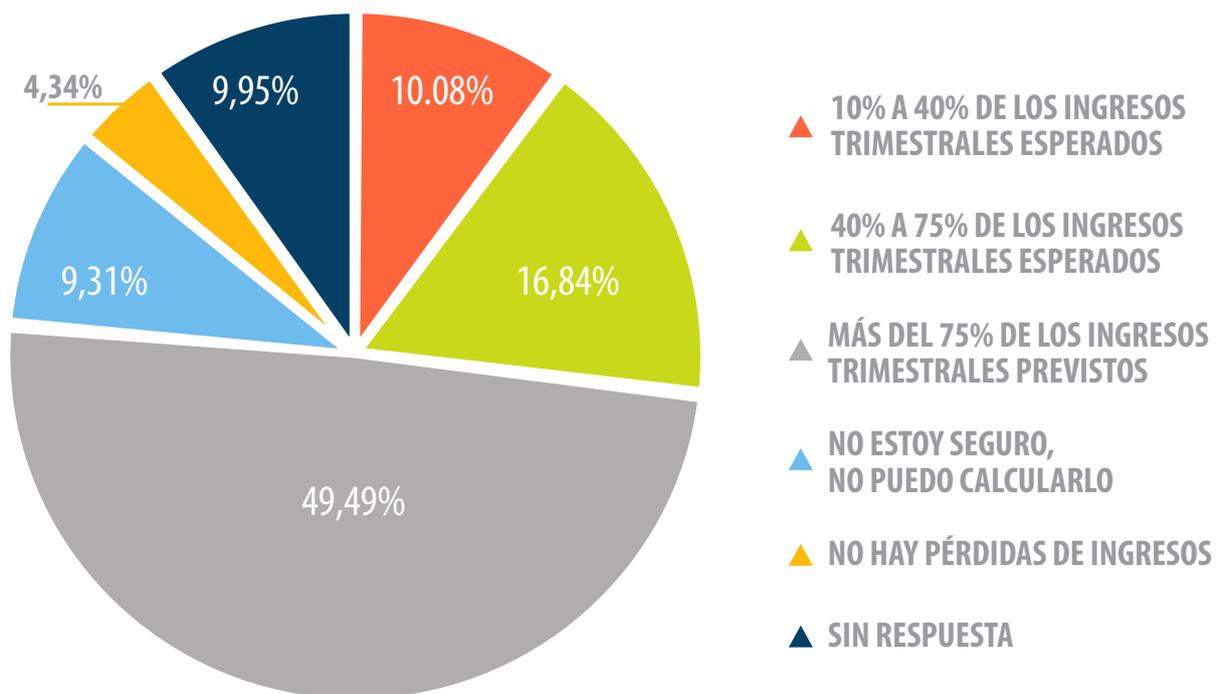
## PÉRDIDAS 1<sup>er</sup> TRIMESTRE (ENERO - MARZO) >>



En relación con los datos para el primer trimestre, la gráfica 15 señala cómo un 70% de los encuestados afirma haber tenido pérdidas de ingresos. En este sentido, el 34,82% de los encuestados afirma haber perdido más del 75% de los ingresos que esperaba para este periodo, cifra superior al 16,20% de los mismos que afirman haber perdido entre un 40% y un 75% de los ingresos esperados o al 19,39% de los que afirman haber perdido entre un 10% y un 40% de los ingresos esperados. Un 13,27% de los encuestados afirma no registrar pérdidas en este primer trimestre.

Gráfica 17. Pérdidas de ingresos (Abril - Junio)

## PÉRDIDAS 2<sup>do</sup> TRIMESTRE (ABRIL - JUNIO) >>



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

En relación con el segundo trimestre, la gráfica 17 muestra a las claras cómo este trimestre concentra el impacto de las medidas de confinamiento, desde abril a junio. De hecho, el número de agentes culturales que esperan **pérdidas en la previsión de ingresos** se eleva hasta el 76,40%. Además, el incremento de encuestados que afirman que estiman **pérdidas mayores del 75% de los ingresos** esperados se ha incrementado significativamente hasta alcanzar casi la mitad de los mismos (49,49%). Aquellos que estiman pérdidas entre el 40% y el 75% de los ingresos esperados se mantienen en el 16,84%. Sólo el 10,08% de los encuestados espera pérdidas entre el 10% y el 40% de los ingresos previstos para el segundo trimestre. Únicamente el 4,34% de los agentes culturales encuestados afirmaron que para el segundo semestre no tendrían pérdidas de ingresos.

Por otra parte, además del análisis de ingresos debe considerarse el **análisis de costes**. En efecto, muchos de los costes que asumen las organizaciones culturales son de naturaleza fija (como el pago de alquileres, cuotas a la seguridad social), lo que agrava la situación. En este sentido, un reciente informe sobre el sector gráfico en España estimó la cuantía de estos gastos fijos durante el confinamiento en valores en torno a los 954€ mensuales<sup>3</sup>.

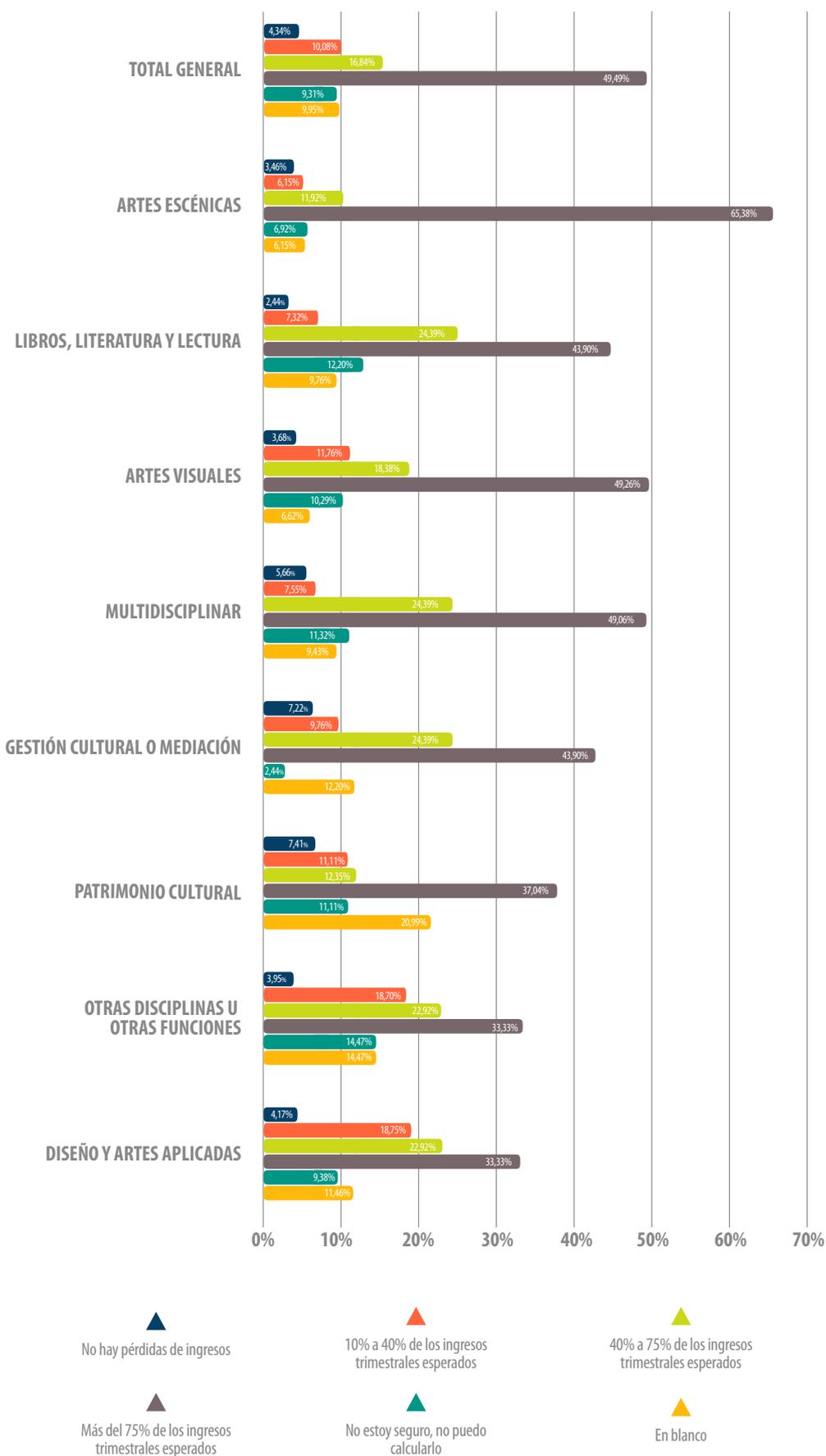
En definitiva, estos resultados ponen de manifiesto la grave situación a la que se enfrentan las organizaciones en el segundo trimestre de 2020 si no reciben ayudas de ningún tipo. En un contexto donde las organizaciones culturales son principalmente autónomas o microempresas, con un nivel de facturación reducida y trabajando en condiciones de precariedad e irregularidad, los efectos del Covid-19 dejan a las mismas expuestas y con escaso margen para adaptarse. En este sentido, es previsible un incremento de la fragilidad estructural de las organizaciones culturales, dificultando la supervivencia de las mismas y la sostenibilidad del ecosistema cultural.

Sin embargo, si atendemos al impacto económico por subsectores, se pueden apreciar con mayor detalle los efectos de la paralización de la actividad durante el segundo trimestre de 2020. La siguiente gráfica aporta información desagregada en este sentido.

El número de agentes culturales que esperan pérdidas en la previsión de ingresos se eleva hasta el 76,40%.

<sup>3</sup> La asociación sectorial SOS Sector Gráfico realizó un estudio del sector del diseño gráfico en abril de 2020. Disponible en el siguiente enlace: <https://sossectorgrafico.wordpress.com/encuesta/>

Gráfica 18. Pérdidas de ingresos en el segundo trimestre por subsectores



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

Como se evidencia en la gráfica, las artes escénicas son las más afectadas por la paralización de la actividad, las medidas de confinamiento y distancia social. De hecho, el 65,38% de las respuestas reflejan pérdidas económicas de más del 75% de los ingresos trimestrales previstos. Las considerables pérdidas agravan la situación de partida para el sector, recordemos que prácticamente un tercio de los encuestados que pertenecen a este subsector combinan la actividad con otro empleo o lo ejercen en situación irregular.

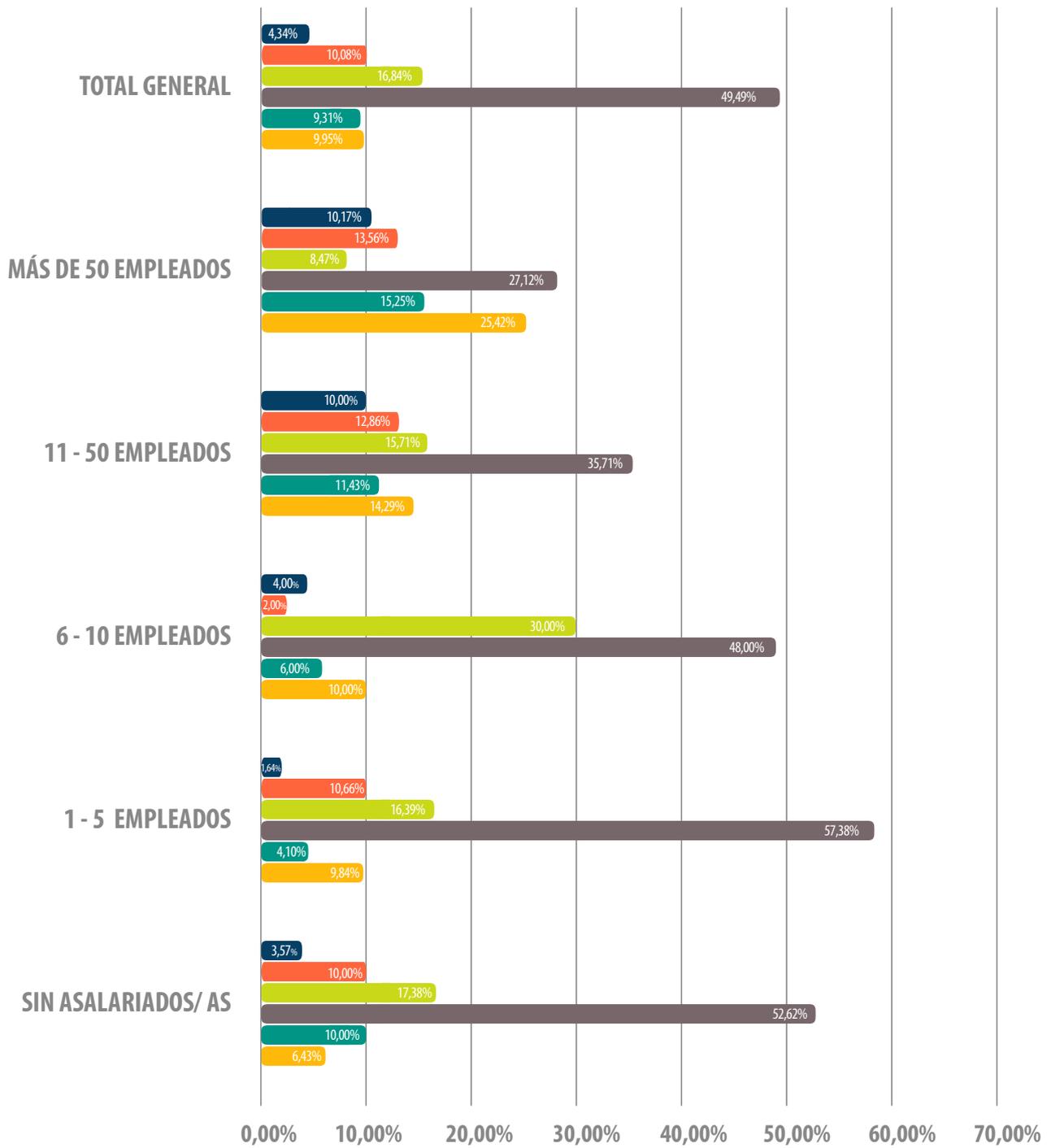
En la situación opuesta se encuentran el diseño y artes aplicadas, pues el 33,33% de los encuestados prevé pérdidas mayores del 75% de los ingresos esperados. Los resultados indican que este subsector se verá menos afectado, pues el 18,75% de las respuestas de este subsector esperan pérdidas entre el 10% y el 40%.

Del mismo modo, podemos considerar si existen diferencias significativas en el impacto sobre los ingresos atendiendo al tamaño de las organizaciones. La gráfica 19 aporta información desagregada en este sentido.

**Las artes escénicas son las más afectadas por la paralización de la actividad, las medidas de confinamiento y distancia social. De hecho, el 65,38% de las respuestas reflejan pérdidas económicas de más del 75% de los ingresos trimestrales previstos.**



Gráfica 19. Pérdidas de ingresos en el segundo trimestre por nº de empleados



▲ No hay pérdidas de ingresos  
▲ Más del 75% de los ingresos trimestrales esperados  
▲ 10% a 40% de los ingresos trimestrales esperados  
▲ No estoy seguro, no puedo calcularlo  
▲ 40% a 75% de los ingresos trimestrales esperados  
▲ En blanco

Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

En términos generales, la gráfica evidencia un impacto mayor en las organizaciones más pequeñas. De hecho, el porcentaje de organizaciones que esperan pérdidas mayores al 75% son significativamente superiores en organizaciones sin asalariados (52,62%) y organizaciones de entre 1 y 5 empleados (57,38%) respecto a organizaciones con más de 50 empleados (27,12%). Para este último segmento se observa un elevado índice de respuestas en blanco o imposibilidad de calcularlo, lo cual también puede estar relacionado con las características de la muestra.

### C.2 Tipología de impactos sobre la organización

Tras estimar la magnitud del impacto en términos cuantitativos y generales, nuestro cuestionario abordaba en su siguiente pregunta la naturaleza cualitativa de los mismos, identificando para su valoración diversas incidencias posibles derivadas del confinamiento.

La gráfica 20 muestra en qué modo afecta la situación derivada del Covid-19 a los encuestados. Se ha empleado una escala del 1 al 5, siendo 1 "muy en desacuerdo" y 5 "muy de acuerdo". En este caso, sí podemos identificar una mayor diferencia en la valoración de las variables.

Gráfica 20. Impactos sobre las organizaciones



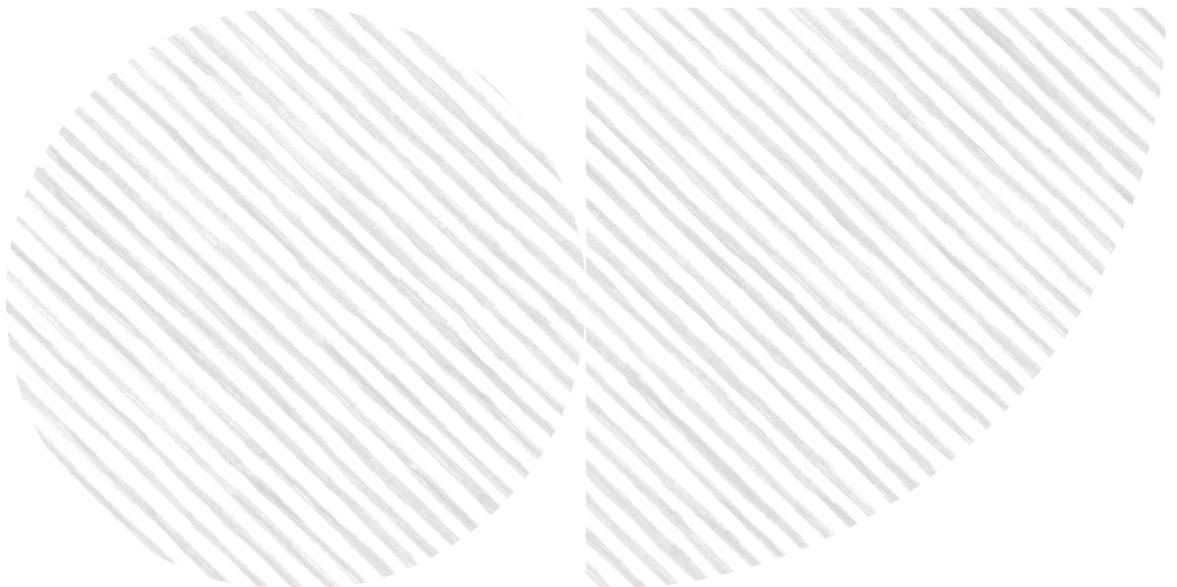
De acuerdo con la gráfica, y como resultado de las medidas de confinamiento, los encuestados han mostrado un nivel de acuerdo de 4,37 sobre 5 en el impacto que ha supuesto el **“retraso en la organización de eventos”**. El confinamiento y la posterior desescalada han imposibilitado la realización de eventos, siendo esto especialmente perjudicial para las artes escénicas. Además, en muchos de los casos los eventos no se han podido aplazar y se han tenido que cancelar, con las implicaciones económicas que ello genera.

Seguidamente, la **pérdida de ventas y pedidos cancelados** ha generado un impacto en los encuestados de 4,30 sobre 5. De este modo, debido a la incertidumbre de la situación los sectores culturales y creativos han visto cómo se reducían drásticamente sus ventas y pedidos.

Como se aprecia en la gráfica, los encuestados también afirman haber **perdido oportunidades de negocio con otros socios**, con un 4,07 de media. Esta afirmación se confirma en un momento en el que las restricciones en los viajes impiden la posibilidad de realizar visitas técnicas a instalaciones o reuniones presenciales.

En este sentido, la **imposibilidad de participar o asistir a ferias y exhibiciones** también ha tenido efectos significativos sobre el sector cultural, con un 3,91 de valoración media. Los encuestados también se han visto afectados en gran medida (nivel de acuerdo de 3,83) por los **impedimentos físicos** derivados del confinamiento como la imposibilidad de practicar la actuación o acudir al taller.

Por último, existen dos variables que sí han tenido cierto impacto sobre la actividad del sector cultural, aunque no en la misma medida de las analizadas anteriormente. La variable **“reducción de la fuerza de trabajo y recorte de personal”** ha recibido un nivel de acuerdo de 3,02 sobre 5. Esto implica que, tras la crisis derivada del confinamiento y la pérdida de ingresos, las organizaciones culturales tendrán que realizar ajustes de personal aunque tratarán de evitar este impacto sobre el mismo. También hay que tener en cuenta que el 54% de los encuestados no tienen asalariados, por lo que en su caso no sería posible reducir el personal de la organización. Aunque también ha tenido cierto impacto, el hecho de que **los proveedores no puedan asegurar el suministro a corto plazo** ha sido la variable que menos ha impactado al sector (2,97 sobre 5).



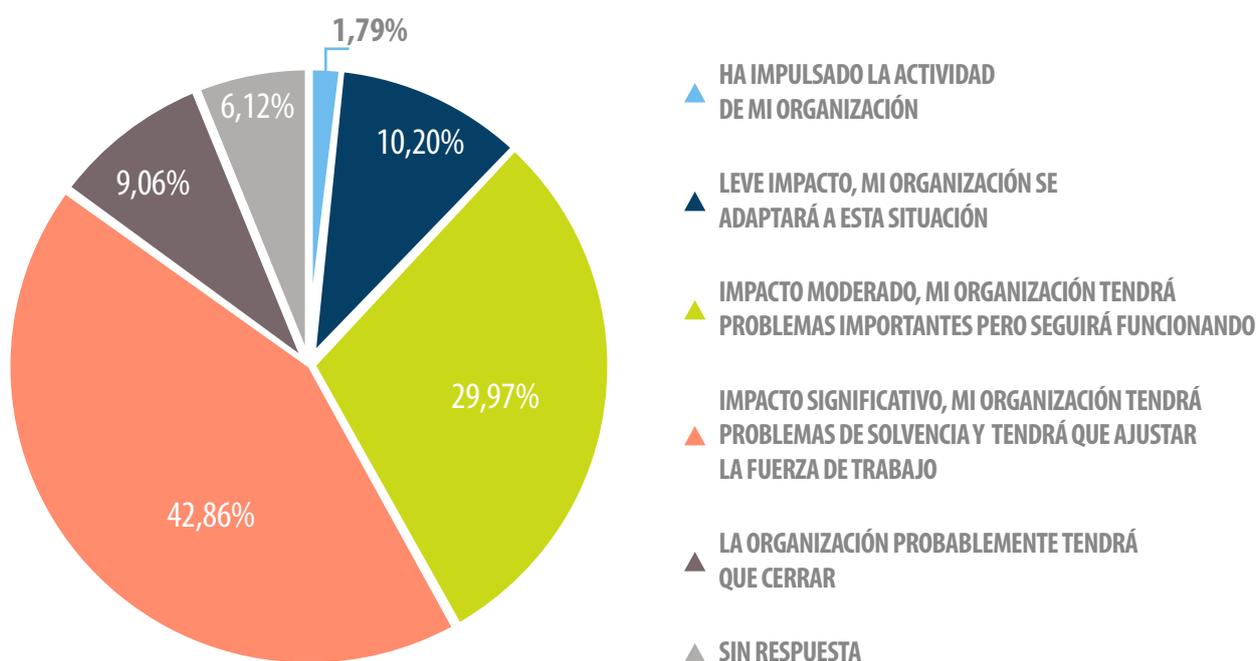
## Sección D. Impacto del Covid-19 a largo plazo

Además de los impactos directos a corto plazo que experimentan las organizaciones y agentes culturales, las implicaciones del Covid-19 van a suponer importantes transformaciones a medio plazo en los modelos de consumo y producción culturales. Esta sección analiza cómo afectarán dichos cambios sobre estos e identifica sus expectativas sobre los principales cambios que anticipan en el mercado cultural. Cuestiones como la aceleración de tendencias en aspectos como la digitalización, la globalización o la precariedad laboral resultan de especial interés en este sentido.

### D.1 Estimación del impacto de la crisis a largo plazo en el sector cultural y creativo

El parón en la actividad del sector cultural y creativo debido al confinamiento tendrá impacto tanto a corto como a largo plazo. En la siguiente gráfica se observa la valoración del mismo por parte de los encuestados.

Gráfica 21. Impactos a largo plazo de las medidas de confinamiento



Prácticamente la totalidad de los encuestados (92,09%) afirman que se verán afectados a largo plazo por las medidas de confinamiento con un impacto que oscila entre leve y el cierre de la organización. Únicamente un 10,20% de los encuestados valoran como pequeño dicho impacto, pudiendo adaptarse fácilmente a la nueva situación de distanciamiento social. Prácticamente un 30% valoran como moderado el impacto, calificando como **importantes los problemas** a los que deberán hacer frente a medio y largo plazo. Por otra parte, el 42,86% de los encuestados valoran como significativo el impacto que experimentarán, el cual les obligará a realizar **reducciones en sus plantillas** para poder seguir adelante, con la consecuente pérdida de empleo cultural que ello supondrá. Hay un 9,06% de los encuestados que no podrán afrontar los problemas derivados de la crisis y probablemente tendrán que cerrar. Solamente un 1,79% han considerado que esta situación ha impulsado su actividad.

En definitiva, el **72,83%** de las organizaciones encuestadas tendrán **problemas moderados o significativos** para seguir adelante en el largo plazo y del **9,06% probablemente tendrán que cerrar**. Tras estas cifras se encuentra tanto la precariedad estructural del sector como las implicaciones de la anterior crisis financiera de 2008, que supuso importantes recortes presupuestarios en las políticas culturales de las diferentes Administraciones públicas. La paralización de la actividad cultural derivada de la crisis del Covid-19, la consecuente pérdida de ingresos y las expectativas de cambios en el mercado (transformaciones en los modelos de producción y consumo, imposibilidad de celebrar eventos en las condiciones previas, limitaciones en los presupuestos públicos en cultura, etc.) suponen un serio revés sobre el sector cultural y creativo, además de una seria dificultad para la recuperación del sector pese a su notoria capacidad de resiliencia (Bustamante, 2013).

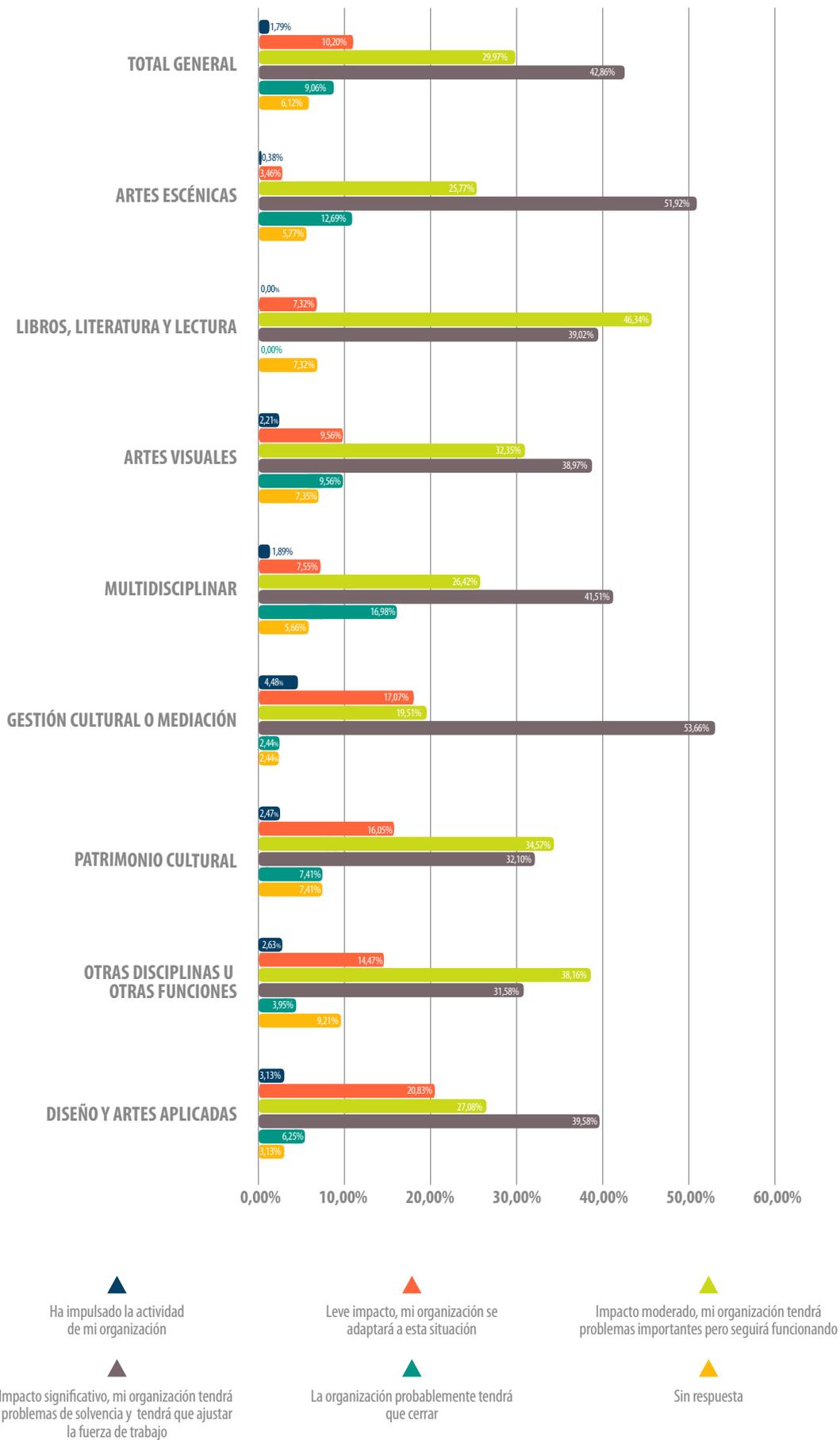
Frente a una cuestión tan trascendental y dada la diversidad de actividades que integra la cultura, nos preguntamos si existen diferencias relevantes al analizar la valoración de los impactos a largo plazo entre los diferentes subsectores. La siguiente gráfica recoge los resultados detallados.



Más del 40% de los encuestados (42,86%) valoran como significativo el impacto que experimentarán, el cual les obligará a realizar reducciones en sus plantillas



Gráfica 22. Impactos a largo plazo de las medidas de confinamiento por subsectores



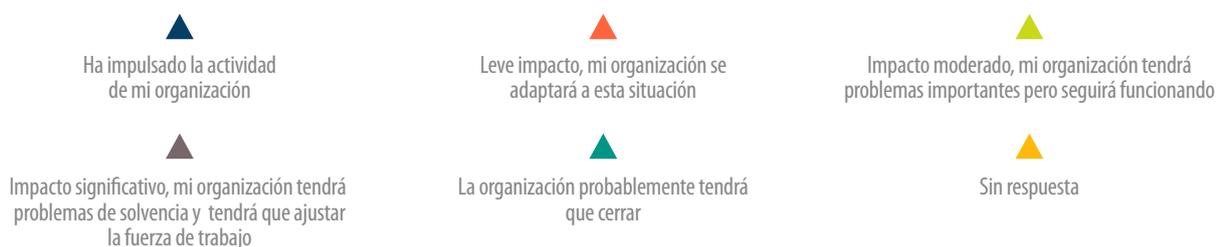
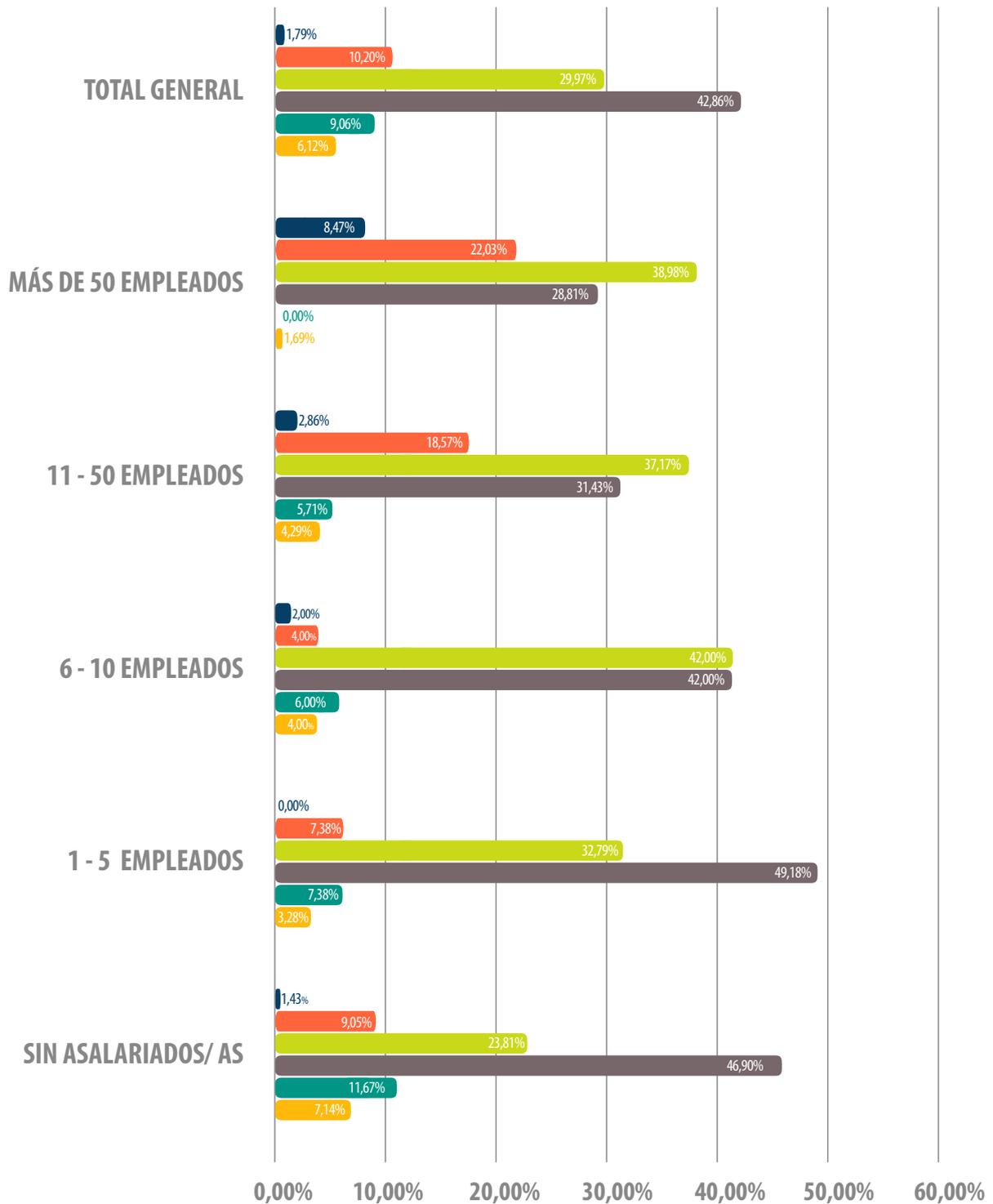
Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

A partir de los resultados desagregados podemos señalar cómo los subsectores de diseño y artes aplicadas o patrimonio destacan por el menor impacto a largo plazo y una mayor capacidad de adaptación, pues un 20,38% y un 16,05% respectivamente califican el impacto de leve. En el extremo opuesto encontramos a las artes escénicas: la mitad de las empresas (51,92%) encuestadas de este sector señalan que tendrán problemas significativos que supondrán ajustes de personal, teniendo que cerrar el 12,69% de las mismas. Una situación similar presenta el subsector de gestión cultural, en el que un 53,66% de las empresas encuestadas señalan que tendrán problemas de solvencia que requerirán ajustes de personal, si bien será un porcentaje menor (2,44%) el de las que tendrán que cerrar. Por último, en relación con la obligación de cierre destacan las organizaciones multidisciplinares, donde esta cifra se eleva hasta el 16,98%.

También resulta interesante atender a esta cuestión desde la perspectiva del tamaño de las empresas. La gráfica 23 recoge la valoración del impacto a largo plazo desagregando las respuestas de las empresas encuestadas según número de trabajadores.

**En las artes escénicas, la mitad de las empresas (51,92%) encuestadas de este sector señalan que tendrán problemas significativos que supondrán ajustes de personal, teniendo que cerrar el 12,69% de las mismas.**

Gráfica 23. Impactos a largo plazo de las medidas de confinamiento por nº de empleados



A partir de los resultados desagregados, conviene señalar que las organizaciones sin asalariados representan el mayor porcentaje de las que probablemente se verán obligadas al cierre, siendo el 11,67% de las mismas. No obstante, en términos generales el impacto será significativo, especialmente en relación con la solvencia y los posibles ajustes de fuerza de trabajo. En este sentido, los segmentos más afectados corresponden a las empresas que disponen entre 1 y 5 empleados, seguidas de las empresas sin asalariados, con un 49,18% y un 46,90%, respectivamente.

En el lado opuesto, se encuentran las empresas de mayor dimensión, para las cuales se prevé un impacto entre leve y moderado. El 38,98% de las empresas de más de 50 empleados valora el impacto como moderado, superando a aquellas que consideran que el impacto será significativo (28,81%). De hecho, el porcentaje de organizaciones de este segmento que considera que el impacto será leve (22,03%) es mayor que en el resto de segmentos.

**Las organizaciones sin asalariados representan el mayor porcentaje de las que probablemente se verán obligadas al cierre, siendo el 11,67% de las mismas.**



## D.2 Expectativas sobre cambios a largo plazo en los SCC

Además de los impactos sobre las propias organizaciones, la crisis del Covid-19 también generará cambios a largo plazo en el conjunto de SCC. La siguiente gráfica muestra los principales cambios que los encuestados prevén que se producirán en el sector y en ella se valora la probabilidad (1 probabilidad mínima, 5 probabilidad máxima) de una serie de tendencias identificadas como posibles a medio y largo plazo.

Gráfica 24. Principales cambios esperados en los SCC tras el Covid-19



El cambio más esperado por las organizaciones culturales encuestadas es una **intensificación de las condiciones de precarización** del sector (4,17 sobre 5). Condiciones de precariedad, temporalidad e irregularidad que ya se caracterizan por el notable nivel estructural de partida en que se encuentra la cultura. Por el contrario, en el otro extremo encontramos el apoyo al sector a través de políticas públicas, que obtiene la más baja valoración (2,7) de todos los ítems. Ya sea por su capacidad, ya sea por la voluntad mostrada, la confianza en la respuesta de la Administración pública a la crisis del sector es muy reducida.

De este modo, los aspectos menos valorados por los encuestados son los relacionados con el **sector público**: “incremento de las colaboraciones público-privadas” se ha valorado de media con un 2,84 sobre 5 y al cambio “incremento del apoyo al SCC a través de políticas públicas” se ha valorado con un 2,78 sobre 5. Por tanto, el sector cree que la solución a la crisis vendrá más desde el propio sector que desde los organismos públicos. Las críticas a la gestión de la crisis por parte del Ministerio de Cultura y Deportes son un reflejo de este desencuentro entre las organizaciones y agentes culturales y la Administración pública.

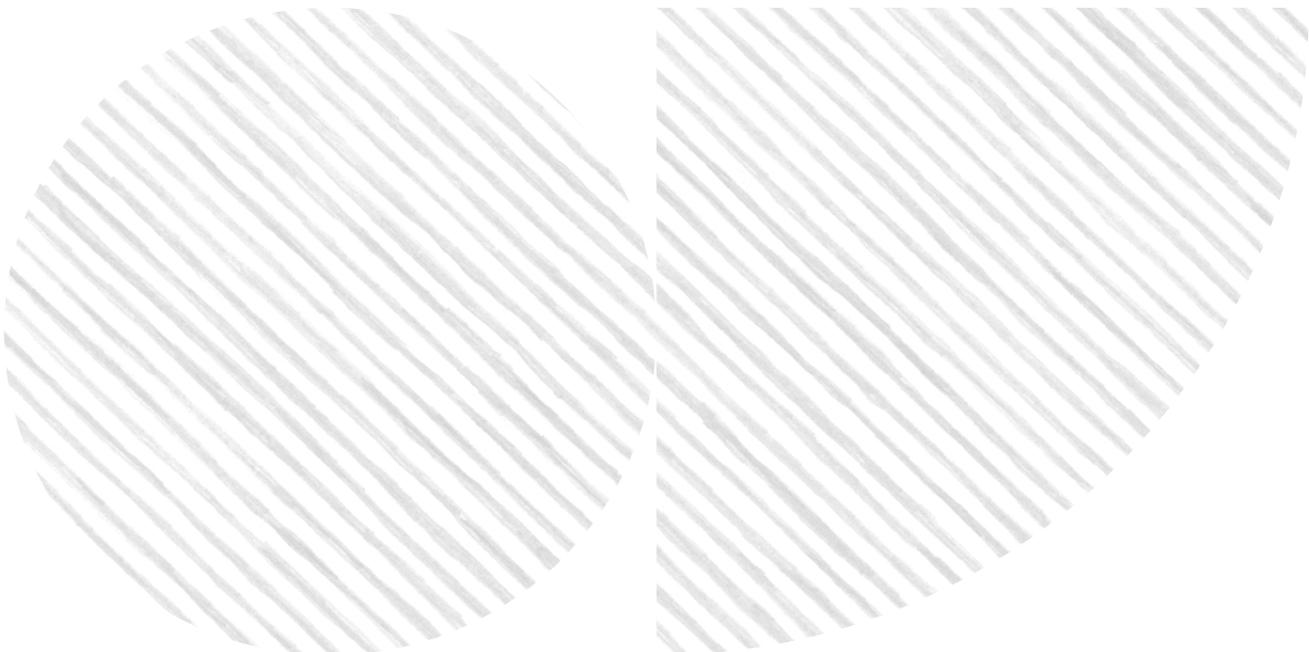
A partir del complicado panorama que definen ambos extremos (probable incremento de la precariedad y escasa confianza en el apoyo público) podemos señalar por orden de importancia diferentes cuestiones. La primera es la aparición de **nuevos modelos de negocio en el sector cultural y creativo**. Éste es el tercer ítem más valorado como probable (3,58 sobre 5). Es decir, tras esta crisis las organizaciones y agentes culturales encuestados creen que será necesario **readaptar sus modelos de negocio a un entorno nuevo definido por la digitalización** de la producción y el consumo cultural (cuya probabilidad se valora con un 3,81 sobre 5). La de economía social (por ejemplo, cooperativas de trabajo asociado) se presenta como un referente de singular importancia dadas las características de su filosofía y modelos de negocio: objeto social, principio de solidaridad, primacía del recurso trabajo sobre el capital, funcionamiento democrático, autonomía frente a la Administración pública. En el mismo sentido se posicionan González y Lorenzo (2015) cuando indican que la economía social es una buena forma para dotar de estabilidad al sector cultural y fomentar la creatividad y la innovación. Además, la primacía de valores alejados al lucro y el arraigo territorial conectan con la idiosincrasia de los sectores culturales.

Siguiendo con las expectativas más probables encontramos a continuación la **necesidad de internacionalización**. El incremento de las necesidades de internacionalización a largo plazo ocupa el cuarto lugar y se ha valorado con un nivel de acuerdo de 3,40 sobre 5. De este modo, la internacionalización se va a convertir en un mecanismo de cierta relevancia para garantizar la supervivencia del sector en un futuro próximo. Junto a la digitalización, la globalización constituye el otro vector clave de la transformación de los mercados culturales. Y sin embargo la internacionalización supone una de las asignaturas pendientes del sector por múltiples motivos (atomismo empresarial, dificultades de acceso a la financiación necesaria, falta de información sobre los mercados internacionales, falta de experiencia y conocimientos empresariales, limitaciones institucionales y carencias administrativas, etc.). Diseñar planes factibles de internacionalización, organizarse estratégicamente en redes internacionales de cooperación o mejorar las competencias empresariales, resultan aspectos decisivos para competir e innovar en un mercado globalizado.

“ El cambio más esperado por las organizaciones culturales encuestadas es una intensificación de las condiciones de precarización del sector (4,17 sobre 5). ”

Adicionalmente, los encuestados también prevén que las implicaciones de la crisis provocarán un importante ajuste en términos de **reorganización y reestructuración del sector** (3,07). Esta cuestión es de singular interés, ya que los retos a los que se enfrentan los SCC se ven lastrados en la actualidad por la deficiente vertebración organizativa que caracteriza el tejido productivo cultural como resultado de diversos factores que incluyen la diversidad de disciplinas y subsectores que integra, el atomismo empresarial y cierto comportamiento individualista. Todo ello incide negativamente en su capacidad de movilización y negociación en los procesos de toma de decisiones de las políticas públicas que les afectan.

Por último, también debemos considerar la moderada valoración sobre la mejora de la percepción del valor económico y social de la cultura (2,98 sobre 5). Este resultado implica que los encuestados si creen que se incrementará esta percepción aunque no de manera relevante. La sensibilización social sobre el valor público de la cultura constituye una de las principales palancas de transformación de la situación actual, ya que constituye una condición necesaria para ganar peso sectorial en las políticas públicas y poner en valor la centralidad de la cultura como motor de desarrollo socio-económico e innovación territorial, en consonancia con los postulados a nivel internacional (OECD, UCLG, Comisión Europea).



## Sección E. Ayudas a los SCC

Otro de los objetivos de este estudio era evaluar la respuesta de los gobiernos y organismos privados sin ánimo de lucro en forma de ayudas y medidas para mitigar los efectos de la parálisis económica. En esta última sección analizamos las ayudas recibidas por los encuestados y la utilidad percibida. Además, también se analiza la opinión de las organizaciones beneficiarias sobre posibles medidas que resultarían de mayor utilidad para solucionar la crisis en los sectores culturales y creativos.

Es importante señalar que la respuesta estatal tuvo lugar en primer lugar de forma general, con ayudas orientadas a autónomos y trabajadores, por tanto las medidas específicas para la cultura no llegaron hasta el mes de Mayo. Este hecho contrasta con las iniciativas surgidas en otros países de nuestro entorno<sup>4</sup>. Desde un primer momento, Alemania respaldó a los sectores culturales y creativos, llegando a reconocer los bienes y servicios culturales como de primera necesidad<sup>5</sup>. En este sentido, la respuesta de Alemania a la crisis ha sido contundente, anunciando medidas específicas como son la adaptabilidad de las cotizaciones sociales a las fluctuaciones de ingresos, una línea de liquidez de 30.000 millones de euros y 10.000 millones de euros en subsidios para el mantenimiento del empleo para Pymes, accesibles para artistas. En el mismo sentido, Italia ha aprobado el plan "Cura Italia", con 25.000 millones de euros, que incluye medidas como la suspensión de pagos a la seguridad social, extensión del subsidio por desempleo a trabajadores de la cultura y organizaciones sin ánimo de lucro o la creación de fondos de apoyo para el sector audiovisual y al de las artes escénicas, con 130 millones de euros. Francia ha establecido medidas similares que combinan ayudas transversales con ayudas específicas para cada subsector.

Sin embargo, en España las ayudas específicas para la Cultura no se anunciaron hasta Mayo<sup>6</sup>, casi dos meses después de la declaración de Estado de Alarma. España ha movilizado 780 millones de euros a través del plan CREA SGR, que recoge medidas como el acceso extraordinario a la prestación por desempleo de trabajadores intermitentes de la cultura, así como facilidades de liquidez al sector mediante créditos y avales, anticipos e indemnizaciones para artistas que no han percibido ingresos por cancelaciones y creación de fondos de soporte en los subsectores audiovisual y artes escénicas. No obstante, conviene considerar que la cuantía de las ayudas ha sido menor en España que en los países anteriormente citados.

### E.1 Acceso a ayudas

Frente una situación en la que la mayoría de los agentes culturales ha visto reducidos sus ingresos de manera notable, tal y como recogemos en el apartado C1 de este informe, el acceso a las ayudas públicas resulta esencial para garantizar la sostenibilidad económica. En la siguiente gráfica se analiza qué proporción de encuestados ha tenido acceso a ayudas.

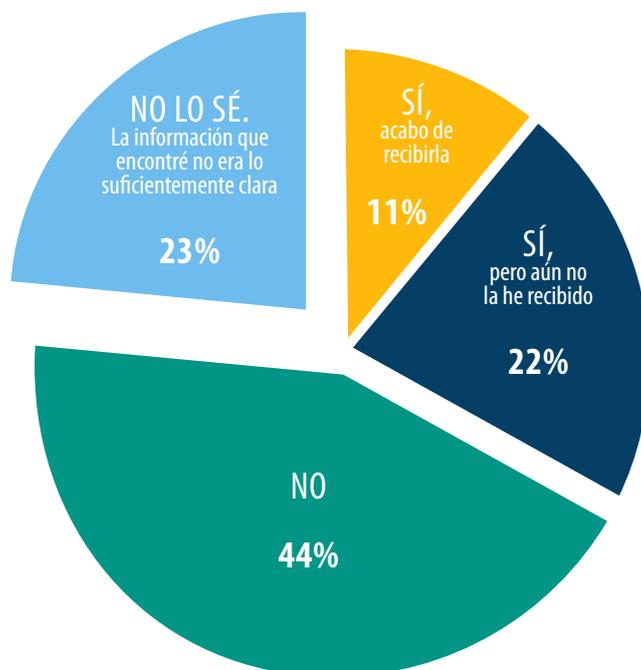
<sup>4</sup> Para más información, consultar el informe [Culture, Cities and the COVID-19 Pandemic y Worldwide policy response to COVID-19 in support of the CCS](#)

<sup>5</sup> Alemania incluye a la cultura entre los «bienes de primera necesidad»

<sup>6</sup> El Gobierno favorecerá líneas de financiación a la Cultura por valor de 780 millones a través de CREA SGR"

Gráfica 25. Acceso a ayudas

## ACCESO A AYUDAS &gt;&gt;



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

Una primera cuestión a señalar es la lentitud en la recepción de las mismas, un aspecto común a todos los sectores por las dificultades de una Administración pública desbordada por la situación: únicamente un 11% de los encuestados señalan haberla recibido en el momento de realizar la encuesta. No obstante, otro 22% de los encuestados todavía no la habían recibido pero señalaban que sí la tenían aprobada. Por otra parte, un 23% no tenía claro en el momento de responder a la encuesta si podría acceder a alguna ayuda o no. Esto implicaría una situación de incerteza y necesidad de información. Adicionalmente, un **44% de los encuestados no tiene acceso a ayudas** de ningún tipo. Tal y como venimos señalando a lo largo de este informe, la **irregularidad y temporalidad** de las condiciones de trabajo en el sector cultural influyen de manera decisiva en las dificultades de acceso a las ayudas por no cumplir con los requisitos administrativos necesarios.

En una situación en la que estas organizaciones han visto reducidos sus ingresos de forma drástica, el hecho que entre un 44% y un 67% de las organizaciones no tengan acceso a ningún tipo de ayuda generará un fuerte impacto económico y financiero sobre las mismas (endeudamiento, cierre de la actividad, etc.).

Únicamente un 11% de los encuestados señalan haber recibido alguna ayuda en el momento de realizar la encuesta. Adicionalmente, un 44% de los encuestados no tiene acceso a ayudas de ningún tipo.

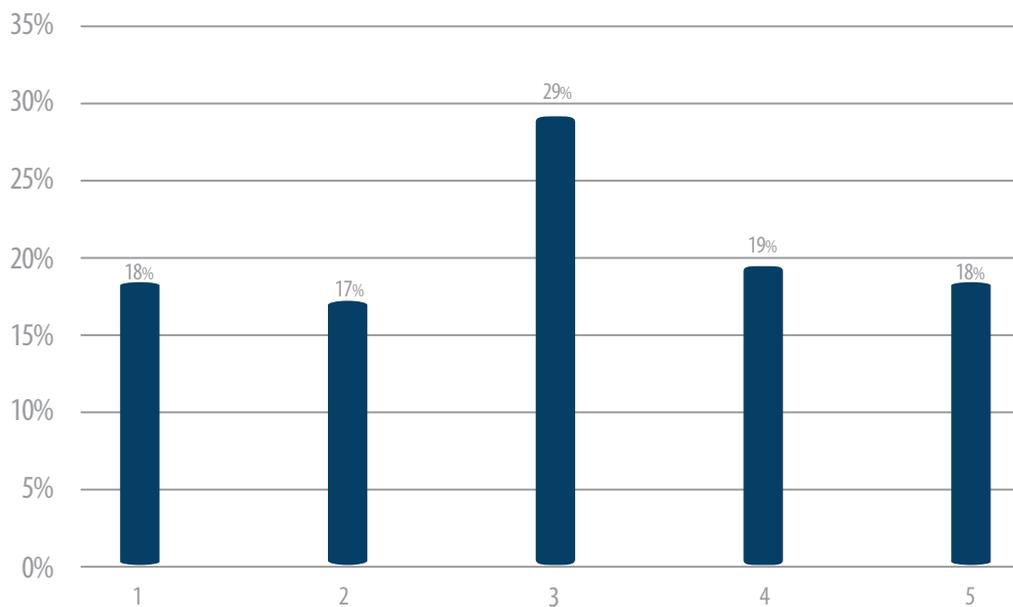
Algunos de los encuestados indicaron la principal tipología de ayudas a las que han podido acceder. Con carácter general, las principales fuentes de ayuda de los encuestados son ayudas generales para todos los sectores económicos. Las principales ayudas han sido la concesión de los ERTes, la prestación extraordinaria por cese de actividad para autónomos y otras ayudas para autónomos de los gobiernos regionales. En otros casos, las ayudas han consistido en el acceso a préstamos como los ICO o el aplazamiento de impuestos. Este tipo de ayuda implica una solución a corto plazo, aunque dificulta el pago de dichas obligaciones a largo plazo si la organización no consigue recuperarse.

## E.2 Utilidad percibida de las ayudas

A aquellos encuestados que afirmaron tener acceso a ayudas, se les preguntó por la utilidad de las mismas. La gráfica 26 muestra las respuestas del 1 al 5 del nivel de utilidad percibida.

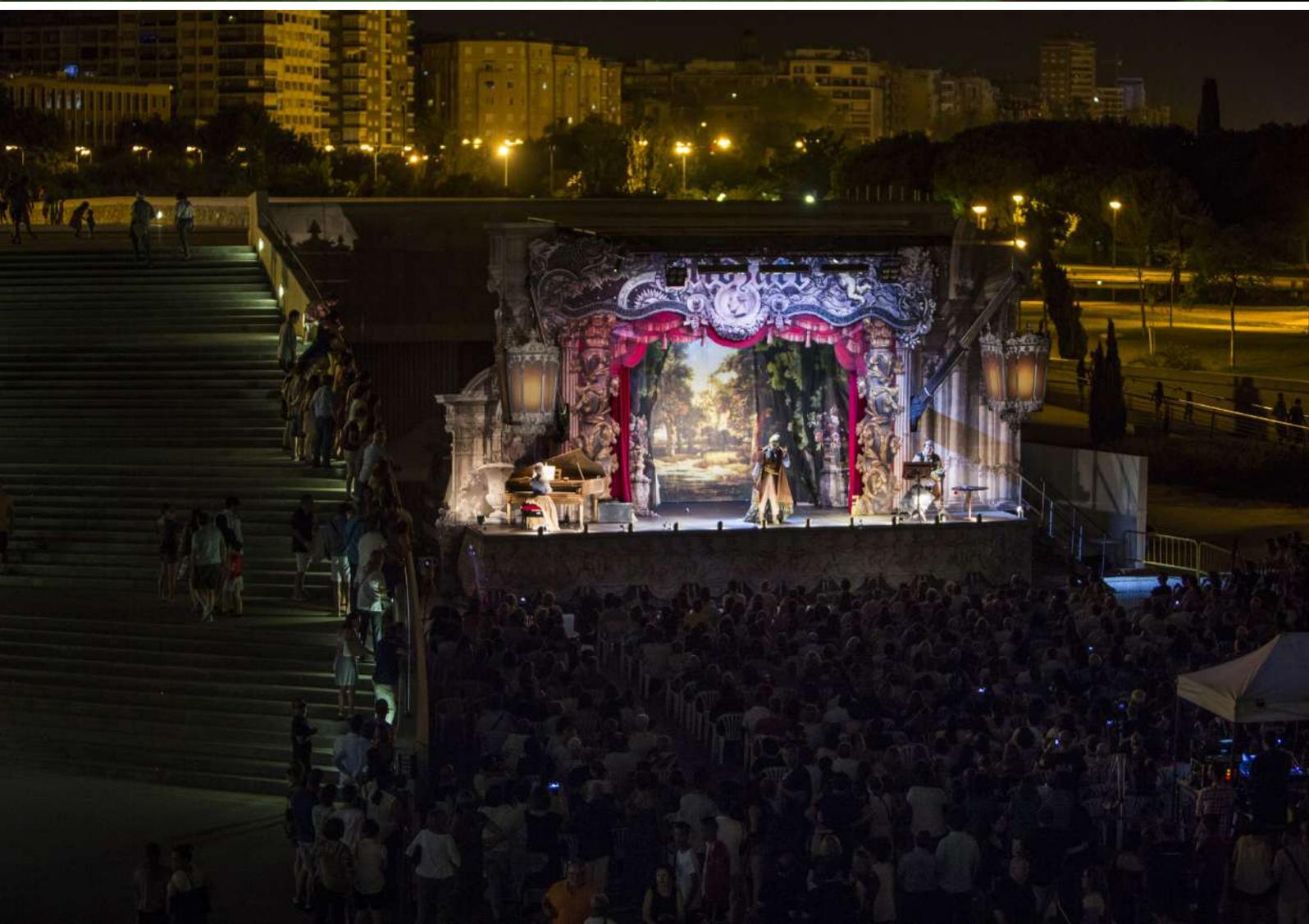
Gráfica 26. Utilidad percibida de las ayudas recibidas

### UTILIDAD PERCIBIDA DE LAS AYUDAS >>



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

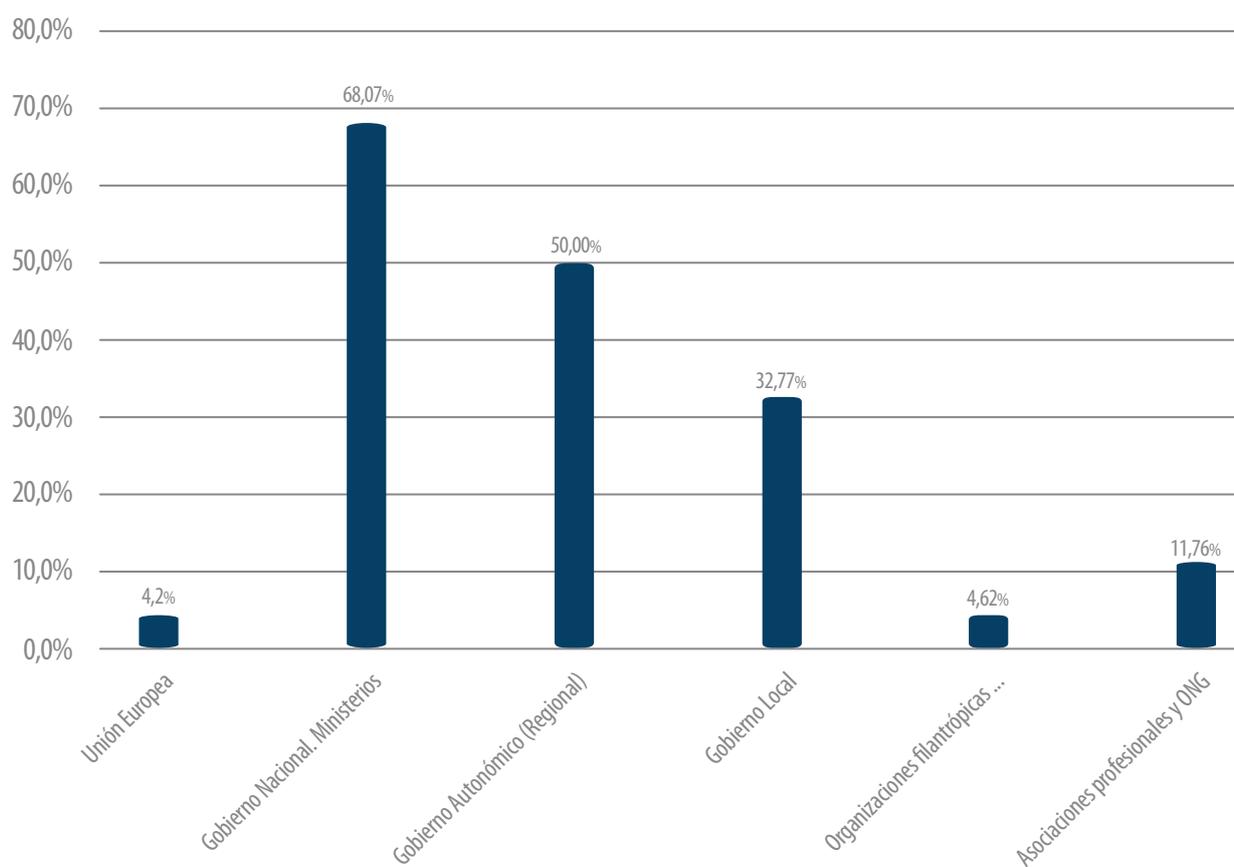
Con carácter general, aquellas organizaciones que sí han recibido o que tienen pendiente recibir algún tipo de ayuda (recordemos que conjuntamente representan el 32% de los encuestados) han valorado la utilidad con una nota media de 3,02 sobre 5. Apenas se obtiene el aprobado. Si consideramos en detalle la distribución de las respuestas, casi un 30% de estos lo ha valorado con una nota de 3 sobre 5 y un 17% y 18% con una valoración de 2 y 1 respectivamente. Esto implicaría que los encuestados consideran las ayudas como **modestas desde el punto de vista de su utilidad e insuficientes** para poder afrontar la situación.



### E.3 Origen de las ayudas

Entre aquellas organizaciones y agentes culturales que afirmaron haber tenido acceso a ayudas, se les preguntó el origen de éstas. La siguiente gráfica muestra la distribución porcentual del origen de las ayudas recibidas por tipo de instituciones. Cabe destacar que muchos de los encuestados han manifestado haber recibido ayudas de más de una institución diferente.

Gráfica 27. Instituciones que ofrecen ayudas



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

Tal y como se observa en la gráfica, la institución principal que ha proporcionado ayudas a al sector cultural ha sido el **gobierno nacional** (el 68,07% de los que han recibido ayudas lo han hecho por parte del gobierno nacional). A continuación le siguen en importancia los **gobiernos autonómicos**, dado que la mitad de los que han recibido ayudas han recibido una por parte de estas instituciones regionales. En tercer lugar, los gobiernos locales han sido fuente de ayudas del 32,77% de los que sí han recibido alguna<sup>7</sup>. Destaca en este sentido cómo únicamente un 4,2% de estos ha afirmado haber recibido ayudas de la Unión Europea. Además, un 7% de los que sí han recibido ayudas lo han hecho por parte de asociaciones profesionales u ONGs.

<sup>7</sup> En este sentido, se puede encontrar un análisis comparativo internacional de las políticas culturales locales implementadas durante el confinamiento en <http://interaccio.diba.cat/blogs/2020/05/07/plans-de-xoc-per-cultura-ciutats-covid-19>

Tabla 3. Instituciones que ofrecen ayudas, por territorios.

	PÚBLICAS				PRIVADAS	
	Unión Europea	Gobierno Nacional	Gobierno autonómico	Gobierno Local	Fundaciones	Asociaciones
<b>Comunitat Valenciana</b>	4%	66%	58%	44%	2%	10%
<b>Madrid + Catalunya</b>	17%	70%	48%	17%	13%	9%
<b>Canarias</b>	0%	42%	46%	17%	4%	8%
<b>Galicia</b>	0%	93%	13%	0%	0%	33%
<b>Resto CCAA (ESP)</b>	2%	80%	40%	27%	2%	13%

Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

Desagregando los datos por territorio, observamos ciertas diferencias en cuanto al origen de las ayudas según la región en que se localice la organización cultural. La mayoría de los beneficiarios de los subsidios europeos se encuentran en Madrid y Catalunya (17%), aunque la mayoría de las ayudas de estas CCAA provienen del gobierno nacional (70%) y autonómico (48%). En ese sentido, junto al caso de la Comunidad Valenciana, las respuestas se ajustan a la media española.

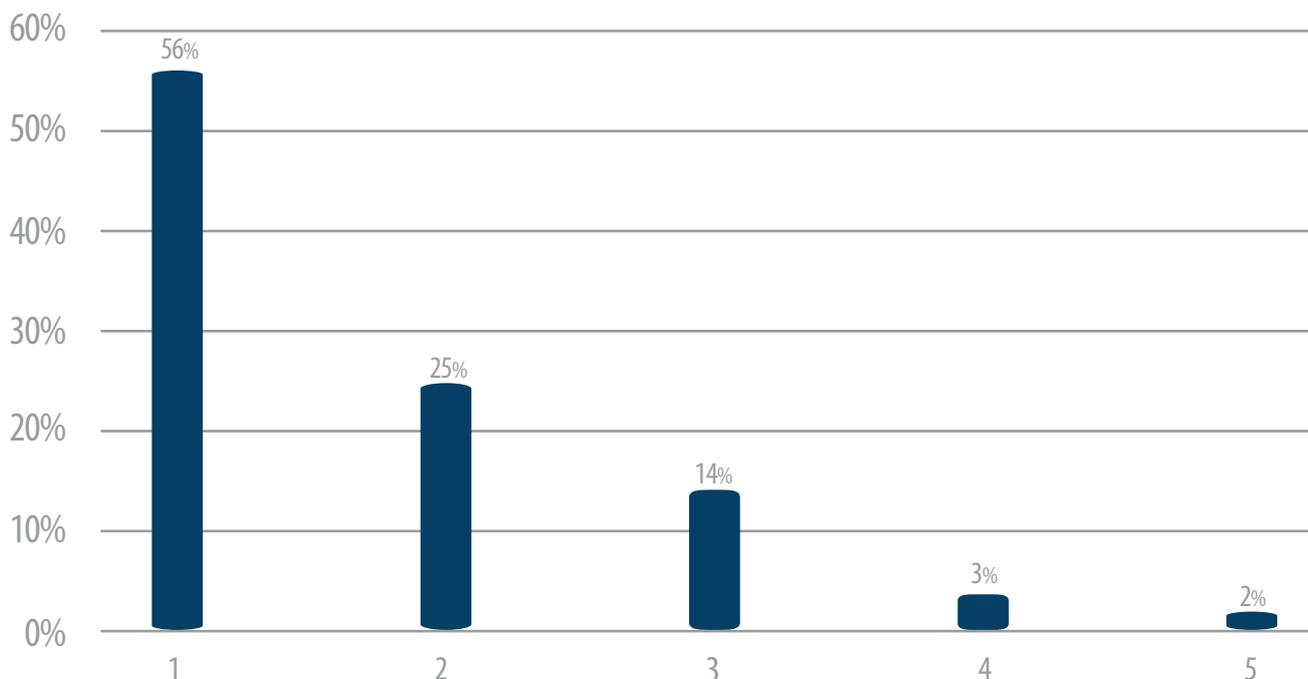
En Galicia y el resto de España, las ayudas provienen del gobierno nacional en un mayor porcentaje (93% y 80%, respectivamente). Además, las empresas gallegas han recibido soporte de instituciones privadas como asociaciones y otras organizaciones sin ánimo de lucro (33%). Por su parte, las organizaciones culturales Canarias son las que menos fondos han captado de las instituciones públicas y privadas, registrando un valor aceptable en las ayudas locales (17%), aunque bastante por debajo de la media española.

#### **E.4 ¿Serán suficientes las ayudas desplegadas en España para lidiar con la crisis?**

En cuanto a las ayudas generadas en España a las que el sector cultural puede acogerse, es relevante conocer si realmente serán suficientes para la recuperación del sector. La siguiente gráfica muestra la valoración del 1 al 5 de la suficiencia de las ayudas creadas para gestionar la crisis.

Gráfica 28. Percepción sobre la suficiencia de las ayudas implementadas

## ¿SERÁN SUFICIENTES LAS AYUDAS? >>



De media, los encuestados consideran claramente la **insuficiencia del respaldo público**: las ayudas se valoran con una nota 1,69 sobre 5 de media. Más de la mitad de los encuestados han puntuado con la opción más baja (1), por lo que consideran que las ayudas derivadas por los gobiernos son completamente insuficientes. Cabe destacar que únicamente el 3% y 2% de los encuestados consideran las ayudas como moderadamente suficientes y completamente suficientes respectivamente.

Los encuestados consideran claramente la insuficiencia del respaldo público: las ayudas se valoran con una nota 1,69 sobre 5 de media.

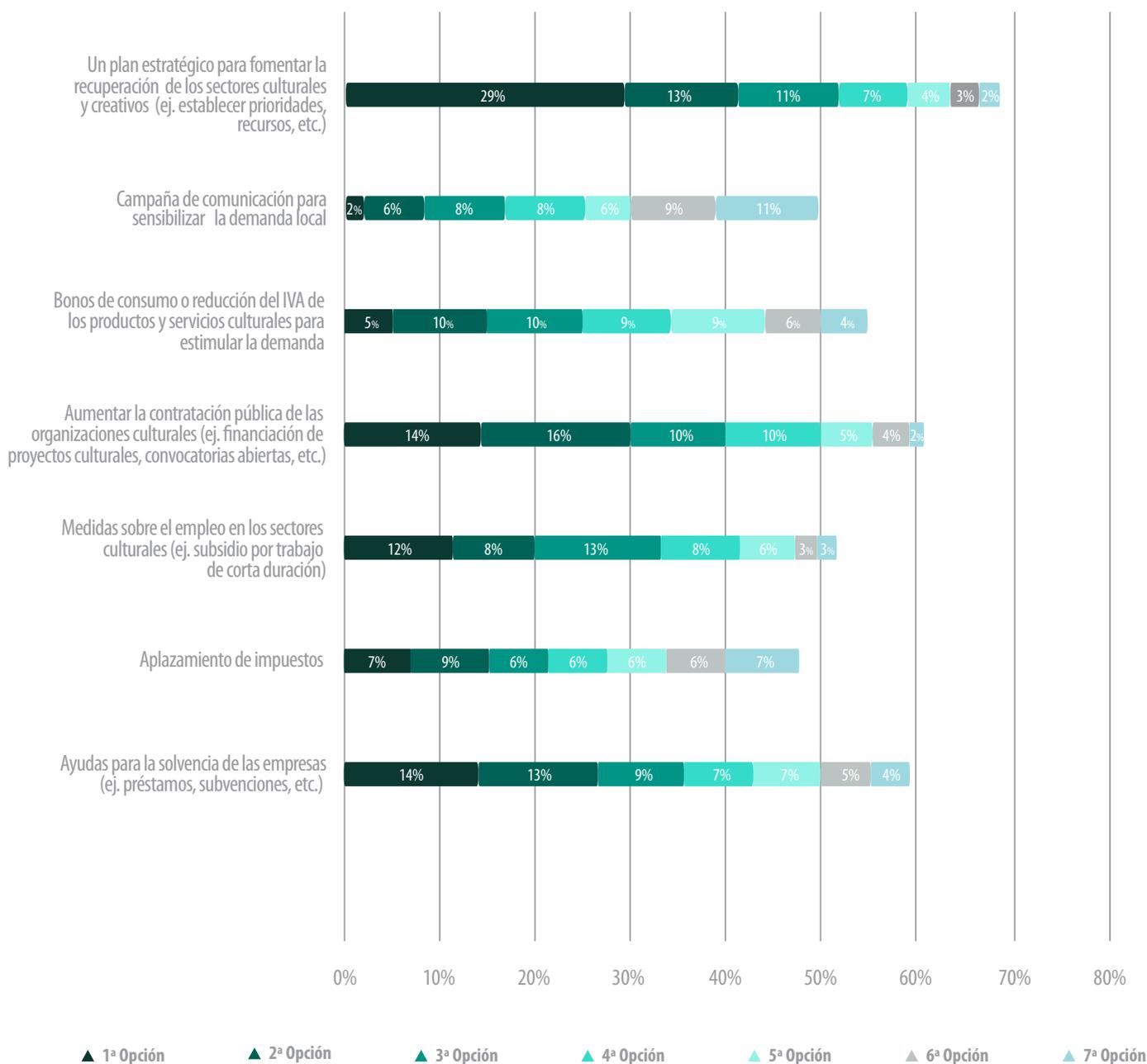
### ***E.5 Valoración de las medidas más efectivas para lidiar con la crisis***

A partir del panorama anterior, nuestra siguiente cuestión planteaba qué medidas serían las más efectivas para solucionar la crisis desde la perspectiva de los encuestados. Para conocer la opinión del propio sector, en la encuesta realizada se pidió a los agentes participantes que ordenasen de mayor a menor efectividad una serie de propuestas de medidas para contrarrestar los efectos de la crisis.

La gráfica 29 muestra el porcentaje de encuestados que seleccionó cada opción de la primera a la séptima opción más efectiva. Algunos de los encuestados no seleccionaron las 7 opciones, por lo que solamente consideraron relevantes algunas de las opciones propuestas.

Gráfica 29. Medidas más efectivas para afrontar la crisis

# MEDIDAS PARA CONTRARRESTAR LOS EFECTOS DEL COVID-19 EN LOS SCC >>



Fuente: Encuesta Econcult Impacto Covid-19 en los SCC (2020)

De acuerdo con la gráfica anterior, la medida preferida por los encuestados es una acción integral y sistemática a través de la creación de un **plan estratégico** para fomentar la recuperación de los sectores culturales y creativos. Un 29% de los mismos lo han considerado como la primera opción. Esto demuestra que el sector reclama que se les preste atención atendiendo a sus necesidades, creando una estrategia específica que permita su viabilidad a largo plazo.

La segunda medida más valorada es el **aumento de la contratación pública de las organizaciones culturales**, como por ejemplo la financiación de proyectos culturales o las convocatorias abiertas. Un 14% de los encuestados ha considerado esta ayuda como la más eficaz frente a la crisis, y un 16% y 10% como segunda y tercera opción más eficaz respectivamente.

La tercera medida más valorada por los encuestados son las ayudas a la solvencia de las organizaciones como **préstamos o subvenciones** (un 14% lo ha elegido como la medida más efectiva y un 13% como segunda). Esto muestra la necesidad de liquidez que presentan las organizaciones como resultado de la pérdida de ingresos.

Las siguientes medidas mejor valoradas integran cuestiones que van desde el apoyo al **mantenimiento del empleo cultural** (por ejemplo, mediante subsidios) o el aplazamiento de impuestos. El 12% de los encuestados seleccionaron las ayudas al empleo como las más eficaces y el 7% seleccionaron el aplazamiento de impuestos como la más eficaz.

La medida preferida por los encuestados es una acción integral y sistemática a través de la creación de un plan estratégico para fomentar la recuperación de los sectores culturales y creativos.

Estos resultados muestran que el sector cultural y creativo cree que es de especial interés promover las **políticas públicas desde el lado de la oferta**, mientras que las de estímulo de la demanda no se aprecian tan útiles. La medida *“Bonos de consumo o reducción del IVA de los productos y servicios culturales para estimular la demanda”* no es considerada como especialmente relevante para superar la crisis: únicamente un 5% creen que es la medida más efectiva y un 10% que es la segunda más efectiva. La medida menos valorada por los encuestados es la creación de campañas de comunicación para sensibilizar a la demanda local, dado que solamente un 2% lo ha considerado como la opción más eficaz y un 6% como segunda. En definitiva, las dos medidas que se consideran menos relevantes son las que implican una reactivación de la demanda.

Los agentes encuestados también plantearon otras medidas alternativas que podrían ayudar a mejorar la recuperación tras la crisis del Covid-19. Algunos de los comentarios de los encuestados van destinados a establecer un **plan de reapertura de las actividades locales** adaptadas a las nuevas medidas de distanciamiento social: fomentar los eventos al aire libre, sustituir las inauguraciones por varias actividades de grupos reducidos (como visitas guiadas), protocolos de adaptación de espacios y aforos, subvenciones como compensación en la reducción de entradas, entre otros. Otras propuestas incluyen ayudas al **fomento de la digitalización** del sector. Los encuestados destacan también la posibilidad de fomentar la contratación de artistas y proyectos locales.

Por último, los encuestados ponen en manifiesto la implantación de una renta básica universal o subsidio al artista como posible medida eficaz. En este sentido, la crisis derivada por el Covid-19 ha abierto un debate global sobre la necesidad de implantar una renta básica universal para hacer frente a la supervivencia del ecosistema cultural. Frente a la precariedad del sector cultural, esta renta básica permitiría unas condiciones mínimas de vida de todos aquellos que realizan prácticas culturales. Además de la mejora directa de las condiciones de los agentes culturales, la renta básica universal también resultaría positiva para la democratización del consumo cultural. Un ejemplo de que esta medida podría resultar beneficiosa es el manifiesto firmado por profesionales de la cultura en España reclamando la medida como necesaria para el sector<sup>8</sup>. Si no se garantiza una calidad de vida mínima universal, solamente podrá acceder a la cultura la población que se lo pueda permitir, convirtiéndola en un recurso elitista. De este modo, la renta básica universal permitiría el acceso de toda la sociedad a la cultura como un derecho, preservando el valor social y estratégico de la cultura como clave de identidad y cohesión de las sociedades.

Estos resultados muestran que el sector cultural y creativo cree que es de especial interés promover las políticas públicas desde el lado de la oferta, mientras que las de estímulo de la demanda no se aprecian tan útiles.

<sup>8</sup> Disponible en el siguiente enlace: <https://nativa.cat/2020/04/gent-que-treballa-en-cultura-per-una-renda-basica-universal-i-incondicional/#castella>



## CONCLUSIONES

Del análisis de resultados del cuestionario se desprende en primer lugar cómo los esfuerzos de las organizaciones y agentes culturales se han centrado prioritariamente en actividades de naturaleza operativa orientadas a la supervivencia a corto plazo. Una cuestión lógica dado el momento en que se ha realizado el cuestionario, en la fase del confinamiento, así como por la necesidad de una respuesta urgente dado el carácter extremo de esta situación.

Ante la situación del confinamiento, prácticamente la mitad de los encuestados (48,47%) han señalado haber implantado el teletrabajo como respuesta. Una forma de trabajar que ha llegado para quedarse: la aceleración que en materia de digitalización supone esta crisis, va a generar importantes transformaciones estructurales en los modos de producción y consumo cultural a medio y largo plazo. Sin embargo, para el sector de las artes escénicas, que representa un tercio de los encuestados, esta implantación del teletrabajo no ha sido tan elevada por las dificultades que esto conlleva.

Por otro lado, la naturaleza creativa y cognitiva del sector cultural se deja sentir en el tipo de respuesta ante la crisis: las principales estrategias de adaptación del sector cultural y creativo han sido la creación de nuevas ideas y la innovación en productos y servicios, repensar el modelo de negocio y la imprescindible gestión de ayudas. Al respecto, una línea de desarrollo de nuevos modelos de negocio en el ámbito cultural se encuentra en la economía social y cooperativas. Algunas buenas prácticas detectadas en este sentido se encuentran en González y Lorenzo (2015) o en la Guía del Ajuntament de Barcelona para la creación de cooperativas culturales<sup>9</sup>.

Otro rasgo específico de los SCC se encuentra relacionado con el significativo y generalizado desarrollo de contenidos gratuitos online durante la fase de confinamiento. Esta cuestión, determinada por las particularidades del trabajo cultural y artístico (de vocación social, solidario, orientado por otro tipo de ánimos distintos al del lucro), presenta como contrapartida el riesgo de una mayor precarización laboral por auto-explotación.

En relación con las necesidades prioritarias para las organizaciones, destacan en primer lugar las de naturaleza **informativa** (ayudas disponibles, orientación sobre trámites, reprogramación de las actividades). Una orientación clara y precisa por parte de las Administraciones públicas destaca así como necesidad de primer orden para afrontar la salida de la crisis. En este sentido, destacan las buenas prácticas llevadas a cabo por la Comunitat Valenciana implementando un buscador online de ayudas económicas en el marco del Plan Hope, la creación de la plataforma Creative Unite de la UE para favorecer el intercambio de información entre artistas, o la reorientación del Centro de Arte LABoral de Xixón hacia una Oficina de Proyectos Culturales y asesoramiento informativo.

En tercer lugar, se identifican las **necesidades de liquidez**. Para aliviar la merma de ingresos, el Gobierno de España ha desarrollado una serie de medidas coyunturales de carácter general, como el acogimiento a ERTES para evitar despidos, el aplazamiento de las cuotas a la Seguridad Social o la suspensión de pagos. Asimismo, se ha puesto a disposición de las PYMES culturales un fondo de 780 millones de euros a través de CREA SGR, además del establecimiento de ayudas de carácter subsectorial.

No obstante, las medidas específicas para el sector de la cultura han llegado más tarde y son menores que en los países de nuestro entorno. Además, desde un punto de vista estructural es necesario profundizar en una Ley de Mecenazgo Cultural que incorpore las nuevas realidades ligadas al micromecenazgo como fuente de financiación democratizadora de la cultura.

<sup>9</sup> Disponible en: <https://ajuntament.barcelona.cat/culturaviva/es/publicaciones/cultura-cooperativa/>

En relación con las pérdidas de ingresos esperadas, la comparativa entre el primer y el segundo trimestre de 2020 señala cómo el impacto se intensifica a partir de este último, dado que en el primer trimestre las organizaciones prácticamente operaron con normalidad hasta el mes de marzo. Por otra parte, también es importante recordar cómo las pequeñas organizaciones se mueven generalmente en un marco de previsiones a muy corto plazo, lo cual influye en la elevada incertidumbre en relación con sus expectativas para el segundo trimestre.

La cuantía de las pérdidas esperadas resulta también muy significativa: prácticamente la mitad de los encuestados estiman pérdidas mayores del 75% en sus ingresos durante el segundo trimestre. En un contexto productivo y de gestión en el que los costes fijos que asumen las organizaciones son realmente importantes, se agrava notablemente la situación de fragilidad estructural de las organizaciones culturales, dificultando la supervivencia de las mismas y la sostenibilidad del ecosistema cultural.

Más allá de la cuantía de las pérdidas económicas, el análisis del cuestionario también señalaba las consecuencias del confinamiento sobre las diversas actividades previstas por el sector. Se destacaban así cuestiones como **el retraso o cancelación en la organización de eventos, la pérdida de ventas y la pérdida de oportunidades de negocio.**

En relación con el largo plazo, prácticamente la totalidad de los encuestados (92%) afirman que se verán afectados negativamente a largo plazo por la crisis del Covid-19. Más de un tercio de los encuestados (42%) prevén que a causa de este impacto se verán forzados a reducir sus plantillas y un 9% probablemente tendrá que cerrar. Cuestiones de fondo como la precariedad estructural del sector o los importantes recortes presupuestarios en cultura fruto de las políticas de austeridad, inciden adicionalmente sobre un sector que, pese a su notoria capacidad de resiliencia cultural, va a encontrarse en **serias dificultades para sobrevivir** en unas mínimas condiciones dignas. Sobre este punto, es necesario impulsar la consecución del Estatuto del Artista <sup>10</sup> como una agenda legislativa que reconoce las particularidades del trabajo cultural y que se caracteriza por el consenso alcanzado por todas las fuerzas políticas.

Sin embargo, la percepción sobre las medidas coyunturales es que se han caracterizado por el **lento acceso y la baja valoración de las ayudas públicas.** En el momento de realización de la encuesta, tan sólo un 11% de los encuestados disponían de manera efectiva de las mismas, ascendiendo hasta el 44% el número de encuestados sin ningún tipo de ayuda. La valoración de la utilidad de las ayudas apenas alcanza el aprobado entre los que la reciben, señalando los resultados la clara insuficiencia de las mismas para hacer frente a la situación. Por otra parte, el origen de tales ayudas provenía en su mayoría de la Administración central (68%), seguido en importancia por los Gobiernos Autonómicos (50%).

Por último, en relación con la valoración de posibles propuestas y medidas para solucionar la crisis, los encuestados observan una mayor necesidad de planteamientos desde el lado de la oferta, esto es, políticas públicas orientadas a la empresa. Destaca como primera opción la necesidad de una acción integral a través de un plan estratégico para fomentar la recuperación de los sectores culturales y creativos. En este sentido, podemos destacar la visión a largo plazo de los planes estratégicos franceses (Baltá, 2016), en donde la democratización de la cultura, la transversalidad y la interseccionalidad, así como la investigación, la colaboración público-privada y el apoyo a la internacionalización son las claves sobre las que se asienta la Política Cultural.

Otras cuestiones señaladas como relevantes son las ayudas al mantenimiento de las empresas (subsidios). Del lado de la demanda únicamente se considera relevante el fomento de la contratación pública, ya que medidas “Vales de consumo o reducción del IVA de los productos y servicios culturales para estimular la demanda” o campañas de promoción de la producción cultural de proximidad no son consideradas relevantes para superar la crisis.

<sup>10</sup> Cuyo contenido se puede consultar en el siguiente enlace: [http://www.congreso.es/backoffice\\_doc/prensa/notas\\_prensa/61825\\_1536230939806.pdf](http://www.congreso.es/backoffice_doc/prensa/notas_prensa/61825_1536230939806.pdf)

En definitiva, ante este panorama podemos anticipar dos escenarios probables y posibles (futuribles) entre los que ubicar la próxima evolución futura. Su probabilidad dependerá de diversas variables trascendentales como el valor social, prioridad y respaldo que la ciudadanía otorgue a la cultura, la capacidad de vertebración sectorial y movilización de los agentes y organizaciones culturales, así como la articulación de políticas públicas decididas, innovadoras y con recursos suficientes. A partir de las combinaciones que encontremos entre estos elementos, podemos situarnos a medio plazo en un escenario indeseable, caracterizado por la pérdida de autonomía del sector cultural (debido a su precariedad e irregularidad laboral, a su atomismo empresarial, a las dificultades de acceso a la financiación) y una creciente instrumentalización por parte tanto del mercado (estructuras oligopolistas globales, digitalización de procesos y contenidos) como del Estado (dependencia de la financiación pública, discrecionalidad política, tendencias populistas, recorte de derechos culturales, creciente censura...) Un escenario que podemos sintetizar como el de una aproximación a la cultura como un lujo reservado para unas determinadas élites para su producción y disfrute.

Frente a esta posibilidad podemos definir la alternativa de la cultura como un derecho básico de la ciudadanía. Este escenario se caracteriza por la posibilidad de desplegar las potencialidades de la relación de centralidad de la cultura para un desarrollo humano y ambientalmente sostenible, en consonancia con los principios y directrices de la Agenda 21 de la Cultura. En este planteamiento, la puesta en valor social de la cultura, la dignificación del trabajo cultural, las acciones de gobernanza estratégica (coordinación entre niveles de la Administración territorial, coordinación transversal entre sectores productivos), la mejora de la vertebración del sector cultural o la aplicación de principios y estrategias de economía social cobran un papel protagonista en el desarrollo de la vitalidad del ecosistema cultural.

Evidentemente, la realidad es diversa y compleja, por lo que la evolución futura no se encontrará en ninguno de estos dos extremos definidos en blanco y negro. Podemos definir un tercer escenario que se moverá en una escala de grises entre los dos anteriores, en una "ecualización" intermedia. Que el gris sea más luminoso o más oscuro va a depender en buena medida de visibilizar, posicionarnos y comprometernos frente a esta problemática todas y todos, de acuerdo con nuestras respectivas capacidades, recursos y competencias.

**En definitiva, ante este panorama podemos anticipar dos escenarios probables y posibles (futuribles) entre los que ubicar la próxima evolución futura. Su probabilidad dependerá de diversas variables trascendentales como el valor social, prioridad y respaldo que la ciudadanía otorgue a la cultura, la capacidad de vertebración sectorial y movilización de los agentes y organizaciones culturales y la articulación de políticas públicas decididas, innovadoras y con recursos suficientes.**



## REFERENCIAS

- Abeledo Sanchis, R. (2020). Evaluando la vitalidad (y la sostenibilidad) cultural: algunas cuestiones para el debate. Accesible en: <http://www.econcult.eu/es/publicaciones/evaluando-la-vitalidad-la-sostenibilidad-cultural-algunas-cuestiones-debate/>

---

- Abeledo, R., Blanco, O; Sendra, M; Bacete, G. (2019) How Culture Feeds Industrial Innovation? A strategic evaluation from CreativeWear Project. Accesible en: <http://www.econcult.eu/es/publicaciones/how-culture-feeds-industrial-innovation-strategic-evaluation-from-creativewear-project/>

---

- Baltá, Jordi (2016). "El ejemplo francés. Cómo Francia protege la Cultura". Fundación Alternativas. Accesible en: [https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/recursos\\_descargas/aaf6581d1ac124fb62b20b8e2c046e85.pdf](https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/recursos_descargas/aaf6581d1ac124fb62b20b8e2c046e85.pdf)

---

- Bustamante, E. (2013). España: La cultura en tiempos de crisis: fuentes financieras y políticas públicas. Fundación Alternativas.

---

- Creative Med Project. (2013). White Paper. The CreativeMED Model for Smart Specialisation. <https://doi.org/10.1038/058324a0>

---

- European Commission, (2010). GREEN PAPER Unlocking the potential of cultural and creative industries. Brussels, COM (2010), 183.

---

- European Council (2007). "Conclusions on Contribution of the Cultural and Creative Sectors to the Achievement of the Lisbon Objectives" Adoption of the Council conclusions, 9021/07, DGI-2A, Doc 8635/2/07 CULT 25 REV 2

---

- González, C., & Lorenzo, M. (2015). Cooperativismo y cultura: Una alianza necesaria. Xunta de Galicia.

---

- Hawkes, J.(2001). The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning. Vic-Cultural Development Network. Australia

---

- HKU (2010). "The Entrepreneurial Dimension of Cultural and Creative Industries". Accesible en: [http://kultur.creative-europe-desk.de/fileadmin/user\\_upload/The\\_Entrepreneurial\\_Dimension\\_of\\_the\\_Cultural\\_and\\_Creative\\_Industries.pdf](http://kultur.creative-europe-desk.de/fileadmin/user_upload/The_Entrepreneurial_Dimension_of_the_Cultural_and_Creative_Industries.pdf)

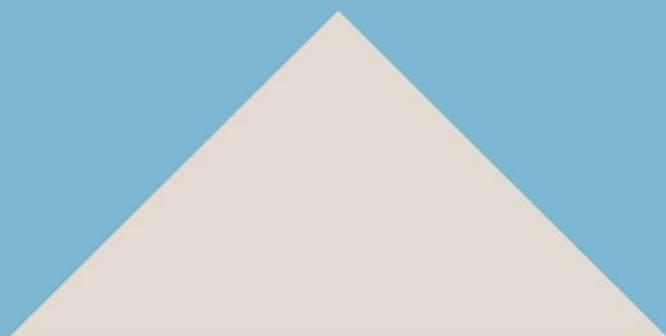
---

- KEA, (2009): The impact of culture on creativity. KEA European Affairs: Brussels. Accesible en: <https://keanet.eu/publications/impact-of-culture-on-creativity/>

---

- Marco serrano, F; Rausell Köster, P., Abeledo, R. (2016): Economic Development and the Creative Industries: A tale of Causality. Edward Elgar Publishing

- 
- OECD (2018) Culture and Local Development. Accessible en: [www.oecd.org](http://www.oecd.org)
- 
- Open Method of Coordination-expert Working Group, (OMC-EWC). (2010). OMC – Expert Working Group on maximising the potential of Cultural and Creative Industries, in particular that of SMEs. Accesible en: [https://issuu.com/afcrew/docs/eu\\_omc\\_wg\\_cci\\_final\\_report\\_june\\_2010](https://issuu.com/afcrew/docs/eu_omc_wg_cci_final_report_june_2010)
- 
- Pavía, J., Rausell, P., Marco-Serrano, F., & Coll, V. (2011). Encuestas electorales online: nuevos retos, viejos problemas. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), 135(1), 107-121.
- 
- Rausell Köster, Pau (dir.); Abeledo Sanchis, Raül (2014) CreativeMED Toolkit Platform for Political Recommendations. Accesible en: <http://toolkit.creativemed.eu/>
- 
- Rausell Köster, P., Abeledo, R. et Al. (2012). Sostenuto Project: Culture as a Factor for Economic and social Innovation (Tome 1) ECONCULT Universitat de València. Accesible en: <http://www.econcult.eu/es/publicaciones/culture-as-a-factor-of-social-and-economic-innovation/>
- 
- Rausell, P., Abeledo, R., Carrasco, S, (2007): Cultura: estrategia para el desarrollo local. Accesible en: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/cultura-estrategia-para-el-desarrollo-local--0/>
- 
- Rowan, J.(2009) Emprendizajes en Cultura. YProductions. Accesible en: [www.ypsite.net/biblio.php](http://www.ypsite.net/biblio.php)
- 
- Segovia, C; Marrades, R; Rausell, P; Abeledo, R (2016). Spaces for Innovation, Creativity and Culture.
- 
- Serafini, P., & Banks, M. (2020). Living Precarious Lives? Time and Temporality in Visual Arts Careers. Culture Unbound, 1-21.
- 
- TILLT. (2011). Artistic interventions to stimulate innovation, sustainability and inclusiveness March 2011, (March). Accesible en: [http://creativeclash.squarespace.com/storage/TILLT\\_Europe\\_Policy\\_recommendations\\_March\\_2011.pdf](http://creativeclash.squarespace.com/storage/TILLT_Europe_Policy_recommendations_March_2011.pdf)
- 
- UCLG (2009) Culture and sustainable development: examples of institutional innovation and proposal of a new cultural policy profile. Accesible en: [http://www.agenda21culture.net/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=241&Itemid=86&lang=es](http://www.agenda21culture.net/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=241&Itemid=86&lang=es)
-



La crisis del Covid-19 ha supuesto un tremendo impacto sobre el ecosistema productivo cultural en España, ya de por sí amenazado por la precariedad estructural y los modelos dominantes de globalización financiera y digitalización productiva.

En este contexto, nuestra publicación analiza el impacto a corto y medio plazo del Covid-19 sobre los agentes y organizaciones culturales en España, las diferentes estrategias de adaptación desarrolladas, así como la valoración del papel desempeñado por las ayudas públicas y las propuestas que se plantean desde el propio sector para la superación de esta crisis.

La fuente de información principal han sido las casi 800 respuestas de agentes culturales de toda España al cuestionario telemático diseñado por Econcult y distribuido entre los meses de abril y mayo de 2020.