

# Análisis de las oportunidades de empleo de la Industria Audiovisual en Andalucía

Caracterización, tendencias y perspectivas



Fundación Audiovisual  
de Andalucía

**RTVA**  
Radio y Televisión de Andalucía



*A Carlos Román del Río, el amigo, el maestro,  
el andaluz comprometido con la búsqueda de un mundo  
más justo, más libre, más humano.*





# **Análisis de las oportunidades de empleo de la Industria Audiovisual en Andalucía**

Caracterización, tendencias y perspectivas

JUNTA DE ANDALUCÍA  
Dirección General de Empleabilidad e Intermediación Laboral  
Servicio Andaluz de Empleo  
Consejería de Empleo

Dirección Técnica:  
Ana María Ancín Ibarburu

Coordinación Técnica:  
Antonio Urbano Mármol  
Araceli Carrillo Ureña

**ELABORADO POR:**  
FUNDACIÓN AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Presidente:  
Pablo Carrasco García

Dirección Técnica:  
May Silva Ortega

Dirección Científica:  
José Luis Osuna Llana  
Carlos Bueno Suárez  
Ana Cirera León

Investigación:  
Miriam del Toro Gómez  
María Rodríguez Pérez

Colaboración en la Investigación:  
Antonio Gómez Aguilar

Apoyo y Gestión:  
Pilar Barragán Codorníu  
Carmen Gavira Gómez  
Dolores Heredia Valle

Con la colaboración del Equipo de la Fundación Audiovisual de Andalucía

Diseño Gráfico y Maquetación: Euromedia Comunicación, S.L.

Impresión: Escandón Impresores

ISBN: 978-84-936210-4-9

Nº Registro: 09/45311

Depósito Legal: SE-30-73/2009

© Fundación Audiovisual de Andalucía

Imágenes: *A la diestra del cielo* (La Mirada Oblicua); *After* (La Zanfoña Producciones); *Aparecidos* (Jaleo Films); *¡Buenos días, Antártida!* (Vivac Documental); *Cuenta atrás* (División XL Producciones); *Dame Veneno* (La Zanfoña Producciones); *Donde hay patrón...* (Zap Producciones); *El laberinto marroquí* (Intermedia Producciones); *En la otra camilla* (Dosdecatorce Producciones); *Guerrilleros* (Inko Producciones); *Ignacio Sánchez Mejías, más allá del toro* (La Claqueta Metálica); *La banda en la isla de la magia* (Teyso Media); *La leyenda del ladrón del árbol de los colgados* (Áralan Films); *El lince perdido* (Kandor Graphics) y *Retorno a Hansala* (Maestranza Films).

# Índice

|   |    |
|---|----|
| Presentación.....   | 16 |
| I. Objetivos y consideraciones metodológicas.....   | 24 |
| 1.1. Introducción .....   | 27 |
| 1.2. Objetivos del estudio .....  | 29 |
| 1.3. Estructura organizacional. ....  | 29 |
| 1.4. Diseño y organización del trabajo de investigación. ....   | 30 |
| 1.5. Metodología.....   | 33 |
| 1.5.1. Recopilación y análisis de fuentes secundarias .....   | 33 |
| 1.5.2. Constitución de la Estructura de Apoyo .....   | 34 |
| 1.5.3. Elaboración y diseño de los cuestionarios.....   | 39 |
| 1.5.4. Diseño muestral .....  | 40 |
| 1.5.4.1. Encuesta “Expectativas de empleo en el sector audiovisual andaluz” .....                                     | 40 |
| 1.5.4.2. Encuesta “Profesionales y mercado de trabajo en el sector audiovisual andaluz” .....                         | 43 |
| 1.5.4.3. Encuesta “Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el sector audiovisual andaluz” ..... | 46 |
| 1.5.5. Trabajo de campo. Realización de encuestas y entrevistas .....   | 53 |
| 1.5.6. Análisis de la información cualitativa y cuantitativa relevante .....  | 54 |
| 1.5.7. Elaboración del informe final borrador .....   | 54 |
| 2. Delimitación y contextualización del sector audiovisual.....   | 56 |
| 2.1. Delimitación y clasificación de los productos y los servicios audiovisuales .....                                | 59 |
| 2.2. El audiovisual como sector económico .....   | 63 |
| 2.2.1. Aproximación al audiovisual como sector económico .....  | 63 |
| 2.2.2. Delimitación económica del sector audiovisual.....   | 63 |
| 2.3. El empleo en el sector audiovisual .....   | 65 |
| 2.3.1. Consideraciones previas .....  | 65 |
| 2.3.2. Los perfiles profesionales del sector audiovisual.....   | 66 |
| 2.3.3. Incidencia de la nueva economía en el empleo audiovisual.....  | 70 |
| 2.3.4. Descentralización y externalización productivas y empleo audiovisual.....                                      | 71 |
| 2.3.5. La mujer en el mercado de trabajo del sector audiovisual .....   | 72 |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2.4. El sector audiovisual en España</b> .....   | <b>73</b> |
| 2.4.1. Principales magnitudes.....  | 73        |
| 2.4.2. La industria audiovisual por subsectores.....  | 75        |
| 2.4.3. Caracterización del tejido empresarial.....  | 76        |
| 2.4.4. Mercado de trabajo.....  | 79        |
| <b>2.5. El sector audiovisual en Andalucía</b> .....  | <b>82</b> |
| 2.5.1. La actividad audiovisual en Andalucía.....   | 82        |
| 2.5.2. La industria audiovisual andaluza por subsectores.....   | 85        |
| 2.5.3. Caracterización del tejido empresarial del sector audiovisual de Andalucía.....                                | 86        |
| <b>2.6. Rasgos y oportunidades del mercado de trabajo audiovisual en Andalucía: caracterización cualitativa</b> ..... | <b>91</b> |
| 2.6.1. Rasgos del empleo.....   | 91        |
| 2.6.2. La necesidad de formación adecuada, actualizada y de calidad.....  | 93        |
| 2.6.3. Nuevas oportunidades de empleo.....  | 93        |
| <b>2.7. Conclusiones</b> .....  | <b>94</b> |

### **3. Caracterización del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz desde la perspectiva de la actual oferta de mano de obra**.....

|   |            |
|---|------------|
| <b>3.1. Introducción</b> .....  | <b>99</b>  |
| <b>3.2. Perfil de profesionales oferentes de mano de obra en el sector audiovisual</b> .....                                | <b>100</b> |
| 3.2.1. Edad y género de los y las profesionales.....  | 100        |
| 3.2.2. Perfil formativo de los y las profesionales.....   | 102        |
| <b>3.3. Rasgos del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz</b> .....  | <b>103</b> |
| 3.3.1. Reflexiones previas.....   | 103        |
| 3.3.2. Características del empleo ocupado por los y las profesionales, oferentes de mano de obra.....                       | 104        |
| <b>3.4. Valoración general del empleo en el sector audiovisual por parte de los y las profesionales que lo ocupan</b> ..... | <b>116</b> |
| 3.4.1. Aspectos laborales valorados mayoritariamente de forma satisfactoria.....  | 118        |
| 3.4.2. Aspectos laborales valorados mayoritariamente de forma insatisfactoria.....  | 119        |
| 3.4.3. Evolución de la satisfacción de los y las profesionales ante el trabajo.....   | 120        |
| <b>3.5. Conclusiones</b> .....  | <b>122</b> |

### **4. Disposición hacia el empleo de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz**.....

|  |            |
|--|------------|
| <b>4.1. Introducción</b> .....   | <b>127</b> |
| <b>4.2. El factor vocacional como motivación para la elección de la formación y el empleo en el sector audiovisual</b> .....   | <b>128</b> |
| <b>4.3. Predisposición de la potencial oferta de mano de obra hacia las condiciones laborales del sector audiovisual</b> ..... | <b>129</b> |
| 4.3.1. Predisposición a la temporalidad laboral.....   | 131        |
| 4.3.2. Predisposición a la movilidad geográfica.....   | 132        |
| 4.3.3. Predisposición a la sobrecualificación.....   | 137        |
| 4.3.4. Polivalencia y especialización.....   | 139        |
| 4.3.5. Predisposición a la exigencia de continuo esfuerzo formativo.....   | 140        |
| 4.3.6. Predisposición a jornadas laborales intensivas.....   | 141        |
| 4.3.7. Relevancia del desarrollo profesional.....  | 142        |

|  |            |
|--|------------|
| 4.3.8. Trabajo autónomo en el sector audiovisual .....   | 144        |
| 4.3.9. Retribución salarial en el sector audiovisual .....   | 145        |
| 4.3.10. El empleo público en el sector audiovisual andaluz .....   | 149        |
| 4.3.11. El contrato formativo .....  | 150        |
| <b>4.4. Conclusiones .....</b>   | <b>152</b> |
| <b>5. Proceso de inserción laboral de la potencial oferta de mano de obra en el sector audiovisual andaluz .....</b>   | <b>154</b> |
| <b>5.1. Introducción .....</b>   | <b>157</b> |
| <b>5.2. Percepción de potencial oferta de mano de obra de su propia capacitación para el empleo ....</b>   | <b>158</b> |
| 5.2.1. Capacitación teórica .....  | 159        |
| 5.2.2. Capacitación en competencias técnicas .....   | 160        |
| 5.2.3. Capacitación en competencias sociales .....   | 162        |
| 5.2.4. Capacitación a través de la experiencia profesional .....   | 162        |
| <b>5.3. Capacidad de inserción laboral y acceso al mercado de trabajo .....</b>  | <b>164</b> |
| 5.3.1. Dificultades en el acceso al empleo: otros factores condicionantes de empleabilidad .....   | 165        |
| 5.3.2. Orientación laboral .....   | 169        |
| 5.3.3. Búsqueda de empleo .....  | 171        |
| 5.3.4. Oportunidades de empleo .....   | 172        |
| 5.3.5. Inserción en el mercado de trabajo .....  | 176        |
| <b>5.4. Conclusiones .....</b>   | <b>185</b> |
| <b>6. Estrategia empresarial de la industria audiovisual en Andalucía y su impacto sobre el empleo .....</b>   | <b>188</b> |
| <b>6.1. Introducción .....</b>   | <b>191</b> |
| <b>6.2. Incidencias del modelo productivo de la industria audiovisual en su mercado laboral</b>  | <b>192</b> |
| 6.2.1. Estrategias de flexibilidad laboral externa .....   | 192        |
| 6.2.2. Estrategias de flexibilidad laboral interna .....   | 195        |
| 6.2.3. Estructura del mercado de trabajo resultado de la acumulación flexible .....  | 203        |
| <b>6.3. Puntos de encuentro en las expectativas laborales de la oferta y la demanda de mano de obra en el sector audiovisual de Andalucía .....</b>                  | <b>205</b> |
| 6.3.1. Consideraciones previas .....   | 205        |
| 6.3.2. Predisposición de los y las jóvenes al empleo audiovisual y su correspondencia con la exigencia empresarial: cumplimiento de expectativas profesionales ..... | 205        |
| 6.3.3. Accesibilidad al mercado de trabajo del sector audiovisual .....  | 213        |
| <b>6.4. Tendencias del sector audiovisual andaluz .....</b>  | <b>217</b> |
| 6.4.1. Capacidad de adaptación al cambio .....   | 217        |
| 6.4.2. Prospectiva de futuro de la potencial creación de empleo .....  | 219        |
| 6.4.3. Estrategias y líneas de actuación para la potenciación de la industria audiovisual andaluza y la mejora de su mercado de trabajo .....                        | 220        |
| <b>6.5. Conclusiones .....</b>   | <b>222</b> |
| <b>7. Conclusiones .....</b>   | <b>224</b> |
| <b>8. Bibliografía .....</b>   | <b>236</b> |
| <b>9. Anexos .....</b>   | <b>246</b> |

## Índice de cuadros

---

|  |     |
|--|-----|
| Cuadro 1. Ficha técnica de la encuesta a potenciales oferentes de mano de obra (Estudiantes en ramas asociadas al audiovisual) ..... | 40  |
| Cuadro 2. Ficha técnica de la encuesta a actuales oferentes de mano de obra (Profesionales en activo) .....                          | 44  |
| Cuadro 3. Ficha técnica de la encuesta a demandantes de mano de obra (Empresas) .....  | 47  |
| Cuadro 4. Actividades audiovisuales en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93) .....                           | 64  |
| Cuadro 5. Valoración global de las prácticas en empresas .....   | 152 |

## Índice de figuras

---

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Estructura organizacional y agentes integrantes del trabajo de investigación ..... | 30 |
| Figura 2. Estructura del trabajo de investigación .....                                      | 31 |
| Figura 3. Enfoque participativo de las Mesas Técnicas .....                                  | 36 |
| Figura 4. Contextualización de las herramientas del trabajo de campo .....                   | 39 |
| Figura 5. Propuesta de definición del sector audiovisual .....                               | 60 |
| Figura 6. Propuesta de delimitación del sector audiovisual .....                             | 62 |
| Figura 7. Estructura ocupacional de la industria audiovisual .....                           | 67 |

## Índice de gráficos

---

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1. Distribución de la población muestral atendiendo a la titularidad de los centros de enseñanza y a la formación impartida en los mismos ..... | 42 |
| Gráfico 2. Distribución de la población muestral por sexo y edad en Andalucía .....   | 42 |
| Gráfico 3. Distribución de la población muestral según nivel de estudios alcanzado .....  | 43 |
| Gráfico 4. Distribución de la oferta de mano de obra según haya sido empleada o no en el sector audiovisual .....                                       | 46 |
| Gráfico 5. Distribución de la población muestral según actividad de la empresa .....  | 52 |
| Gráfico 6. Distribución de la población muestral según cargo que ocupa la persona entrevistada .....  | 53 |
| Gráfico 7. Estimación del consumo audiovisual interactivo en España, 2007 .....   | 65 |
| Gráfico 8. Distribución de las empresas audiovisuales en España según estrato de personal asalariado y sector de actividad, 2008 .....                  | 78 |
| Gráfico 9. Personal ocupado en el sector servicios en España a 30 de Septiembre de 2006 .....   | 79 |
| Gráfico 10. Distribución del personal ocupado a 30/09 de 2006 en el sector audiovisual .....  | 80 |
| Gráfico 11. Evolución de la tasa de variación del número de empresas audiovisuales, 1999-2008. Año base 1999 .....                                      | 82 |

|  |     |
|--|-----|
| Gráfico 12. Distribución por provincia de los establecimientos audiovisuales, Andalucía 2005.....  | 84  |
| Gráfico 13. Distribución del volumen de empresas audiovisuales según su forma jurídica, Andalucía 2008 .....   | 86  |
| Gráfico 14. Distribución de las empresas audiovisuales según antigüedad en el sector, Andalucía 2008 .....   | 87  |
| Gráfico 15. Distribución de las empresas audiovisuales según nivel de facturación, Andalucía 2008 .....  | 88  |
| Gráfico 16. Distribución de las empresas audiovisuales según el mercado que atienden, Andalucía 2008 .....   | 90  |
| Gráfico 17. Distribución de profesionales del sector audiovisual atendiendo al género.....   | 100 |
| Gráfico 18. Distribución de profesionales del sector audiovisual según el número de años trabajados en el mismo .....  | 101 |
| Gráfico 19. Distribución de profesionales del sector audiovisual según nivel de estudios alcanzado .....   | 102 |
| Gráfico 20. Distribución de profesionales del sector audiovisual atendiendo a su decisión de cursar formación complementaria .....   | 103 |
| Gráfico 21. Distribución de profesionales del sector audiovisual según la actividad de la empresa .....  | 105 |
| Gráfico 22. Distribución de profesionales atendiendo a su primera relación contractual en el sector audiovisual .....  | 107 |
| Gráfico 23. Distribución de profesionales atendiendo a la duración de su relación laboral en el sector audiovisual .....   | 109 |
| Gráfico 24. Distribución de profesionales en función de los motivos que les impulsan a la búsqueda de empleo.....  | 111 |
| Gráfico 25. Distribución de profesionales atendiendo al salario percibido en su primer empleo, el que perciben y el que esperan percibir en el próximo empleo .....                    | 113 |
| Gráfico 26. Distribución de profesionales atendiendo al número de puestos desempeñados en su empleo .....  | 114 |
| Gráfico 27. Distribución de profesionales según la movilidad geográfica que exige su puesto de trabajo.....  | 115 |
| Gráfico 28. Grado de satisfacción de los/as profesionales respecto a determinados aspectos del empleo que ocupan actualmente en el sector audiovisual.....                             | 117 |
| Gráfico 29. Distribución de profesionales del sector audiovisual según la evolución de determinadas condiciones laborales desde su primer empleo hasta el actual .....                 | 121 |
| Gráfico 30. Distribución de la potencial oferta de mano de obra atendiendo a su motivación para formarse en contenidos audiovisuales.....  | 128 |
| Gráfico 31. Disposición de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual a aceptar ciertos aspectos laborales característicos del mismo .....                             | 130 |
| Gráfico 32. Disposición de la potencial oferta de mano de obra a aceptar un empleo en el sector audiovisual si tuviese que abandonar un puesto de trabajo estable en otro sector ..... | 132 |

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico 33. Disposición a aceptar la movilidad geográfica (trabajar itinerante con una gran producción) en un empleo en el sector audiovisual según sexo y edad .....         | 134 |
| Gráfico 34. Disposición a cambiar de residencia para trabajar en una productora de prestigio en todo el país .....  | 136 |
| Gráfico 35. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su grado de acuerdo con "la movilidad geográfica es un problema a la hora de encontrar un empleo" ..... | 136 |
| Gráfico 36. Distribución de la potencial oferta de mano de obra, según sexo y edad, atendiendo a su grado de aceptación al subempleo .....                                    | 138 |
| Gráfico 37. Distribución de la potencial oferta de mano de obra atendiendo a su decisión de cursar formación complementaria .....   | 140 |
| Gráfico 38. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su preferencia al tipo de jornada laboral .....   | 142 |
| Gráfico 39. Disposición de la potencial oferta de mano de obra a aceptar empleos que no respondan a sus expectativas profesionales .....                                      | 143 |
| Gráfico 40. Disposición de la potencial oferta de mano de obra a trabajar por cuenta propia según sexo y edad .....   | 144 |
| Gráfico 41. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según el salario mínimo que aceptaría bajo tres supuestos de empleo.....                                      | 146 |
| Gráfico 42. Disposición de la potencial oferta de mano de obra al empleo en el audiovisual en función del salario .....   | 147 |
| Gráfico 43. Disposición de la potencial oferta de mano de obra a aceptar un contrato en prácticas en el sector audiovisual .....  | 151 |
| Gráfico 44. Distribución de la potencial oferta de mano de obra que afirma sentirse capacitada para el empleo.....  | 158 |
| Gráfico 45. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su capacitación teórica en función del nivel formativo que cursa .....                                  | 160 |
| Gráfico 46. Distribución de la potencial oferta de mano de obra que afirma sentirse capacitada para el empleo en competencias sociales .....                                  | 162 |
| Gráfico 47. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su disposición a formarse empleándose sin percibir salario.....   | 163 |
| Gráfico 48. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según de su percepción de la experiencia laboral como barrera al empleo.....                                  | 164 |
| Gráfico 49. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según las barreras laborales intrínsecas detectadas .....   | 165 |
| Gráfico 50. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según el grado en que se siente perjudicada por los siguientes problemas para encontrar empleo.....           | 166 |
| Gráfico 51. Distribución de la potencial oferta de mano de obra atendiendo a la edad según el principal limitador considerado.....  | 168 |
| Gráfico 52. Grado en el que la potencial oferta de mano de obra se ve afectada por la falta de asesoramiento.....   | 169 |

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico 53. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según la orientación laboral recibida y el nivel de estudios.....   | 170 |
| Gráfico 54. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según el medio utilizado para la búsqueda de empleo.....  | 172 |
| Gráfico 55. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su percepción sobre los subsectores generadores de empleo y preferencias laborales.....                                     | 173 |
| Gráfico 56. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su percepción sobre las áreas profesionales generadoras de empleo y sus preferencias laborales.....                         | 175 |
| Gráfico 57. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según haya buscado o no empleo y el éxito que haya tenido en dicha búsqueda.....  | 177 |
| Gráfico 58. Distribución de la potencial oferta de mano de obra con experiencia laboral en el sector audiovisual según sexo y tramo de edad.....  | 178 |
| Gráfico 59. Distribución de la potencial oferta de mano de obra que ha sido o es empleada según tipo de contrato.....   | 179 |
| Gráfico 60. Distribución de la potencial oferta de mano de obra que ha sido o es empleada por el sector según la actividad de la empresa empleadora.....  | 180 |
| Gráfico 61. Distribución de la potencial oferta de mano de obra empleada en el subsector de televisión según contrato.....  | 181 |
| Gráfico 62. Grado de satisfacción de la potencial oferta de mano de obra ante determinados aspectos del trabajo.....  | 183 |
| Gráfico 63. Distribución de las empresas audiovisuales según su grado de descentralización productiva.....  | 193 |
| Gráfico 64. Distribución de las empresas audiovisuales según los motivos que les inducen a la subcontratación de bienes y/o servicios.....  | 194 |
| Gráfico 65. Clasificación y distribución de las empresas audiovisuales según su capacidad de flexibilización laboral interna.....   | 196 |
| Gráfico 66. Distribución de la plantilla en empresas audiovisuales atendiendo a su relación contractual en picos de máxima producción.....  | 198 |
| Gráfico 67. Frecuencia de la fluctuación del volumen de la plantilla en las empresas audiovisuales.....   | 200 |
| Gráfico 68. Distribución de las empresas audiovisuales atendiendo al porcentaje que representan los contratos temporales con distinta duración.....   | 201 |
| Gráfico 69. Distribución de los recursos humanos en empresas audiovisuales atendiendo a su edad y a las relaciones contractuales que mantienen.....   | 202 |
| Gráfico 70. Motivos alegados por las empresas que explican la falta de ejecución de programas de formación continua.....  | 209 |
| Gráfico 71. Principales dificultades que encuentran las empresas en la contratación de personal para el desarrollo de su actividad productiva.....  | 214 |
| Gráfico 72. Comparativa de los principales medios empleados en la búsqueda de personal por parte de las empresas y en la búsqueda de empleo por parte de la potencial oferta de mano de obra..... | 216 |

|  |     |
|--|-----|
| Gráfico 73. Principales cambios a adoptar por las empresas audiovisuales en un futuro próximo..  | 218 |
| Gráfico 74. Grado de adecuación de la capacitación de las plantillas a posibles cambios organizacionales.....                                      | 219 |
| Gráfico 75. Grado de acuerdo de las empresas con la incidencia de determinados aspectos en el desarrollo y crecimiento del sector audiovisual..... | 221 |

## Índice de mapas

---

|  |    |
|--|----|
| Mapa 1. Distribución del espacio muestral por provincias y centros de formación participantes.....                 | 41 |
| Mapa 2. Distribución del espacio muestral de profesionales por provincias.....                                     | 45 |
| Mapa 3. Distribución del espacio muestral por provincias de empresas de producción audiovisual.....                | 49 |
| Mapa 4. Distribución del espacio muestral por provincias de empresas de televisión y radio.....                    | 50 |
| Mapa 5. Distribución del espacio muestral por provincias de empresas de servicios a la producción audiovisual..... | 51 |

## Índice de tablas

---

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Fases del estudio, tareas realizadas y técnicas de investigación empleadas .....                           | 32 |
| Tabla 2. Participantes en la Mesa del Ámbito Institucional y Empresarial Audiovisual.....                           | 37 |
| Tabla 3. Participantes en la Mesa del Ámbito de la Formación Audiovisual.....                                       | 38 |
| Tabla 4. Correlación de ocupaciones del audiovisual con la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-94) .....     | 68 |
| Tabla 5. Principales magnitudes de la industria audiovisual en España, 2006.....                                    | 73 |
| Tabla 6. Evolución de las principales magnitudes económicas de la industria audiovisual en España, 2000-2006.....   | 74 |
| Tabla 7. Principales magnitudes económicas de los subsectores que componen el sector audiovisual español, 2006..... | 76 |
| Tabla 8. Distribución de las empresas de la industria audiovisual en España, 2008.....                              | 77 |
| Tabla 9. Distribución del personal ocupado en España, 2006.....   | 81 |
| Tabla 10. Alumnado en España que terminó los estudios en 2006.....  | 82 |
| Tabla 11. Número de empresas por CC.AA. del sector audiovisual.....   | 83 |
| Tabla 12. Distribución de las empresas audiovisuales según su actividad productiva principal, Andalucía 2008 .....  | 85 |
| Tabla 13. Distribución de las empresas audiovisuales según el volumen de personal asalariado, Andalucía 2008 .....  | 89 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 14. Variación porcentual de las empresas audiovisuales según el volumen de personal asalariado, Andalucía 2000/08 .....                              | 89  |
| Tabla 15. Porcentaje de participación en la búsqueda de empleo.....  | 171 |
| Tabla 16. Principales competencias requeridas por las empresas del sector audiovisual y grado de capacitación de la potencial oferta de mano de obra ..... | 215 |







# Presentación







# Presentación

---

La industria audiovisual representa en Andalucía un sector productivo estratégico por su dinamismo, potencialidad de crear valor añadido en términos económicos, culturales y sociales e incuestionable capacidad de generar empleo. Asimismo, su vinculación a las nuevas tecnologías la sitúan en un nuevo paradigma en el que ha de afrontar importantes desafíos y oportunidades.

La evolución experimentada por el tejido empresarial audiovisual andaluz a lo largo de los últimos años, así como las estimaciones previstas para uno de los considerados nuevos yacimientos de empleo por la Unión Europea, ofrecen un reflejo más del potencial de esta industria.

El Servicio Andaluz de Empleo, a través de la Dirección General de Empleabilidad e Intermediación Laboral, desea ofrecer con este estudio una visión amplia y objetiva de las oportunidades y, también de los estrangulamientos, que se manifiestan en el mercado de trabajo de la industria audiovisual en Andalucía. Se trata de un estudio, que pretende, además, ilustrar las características y las tendencias del empleo en este sector desde una doble perspectiva, desde la oferta y desde la demanda de mano de obra.

Esta publicación indaga en las expectativas laborales de los y las jóvenes que se forman en el ámbito de la comunicación audiovisual, y sus factores caracterizadores de empleabilidad, analizando sus posibilidades de incorporación al mercado de trabajo, así como los obstáculos que deben afrontar en el acceso a su vida laboral activa, a su ocupación y en su posterior desarrollo profesional.

Asimismo, el Servicio Andaluz de Empleo pretende ofrecer claves sobre las tendencias de futuro del mercado de trabajo en el sector, poniendo de manifiesto oportunidades reales de empleo existentes, así como su propensión en los próximos años.

El estudio *Análisis de las Oportunidades de Empleo de la Industria Audiovisual en Andalucía: Caracterización, Tendencias y Perspectivas*, es por ello, una aportación de relevancia para el impulso de este sector y la promoción de su empleo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Las conclusiones aportadas por la investigación llevada a cabo constituyen un instrumento destacado para el sustento de estrategias que contribuyan a la dinamización y desarrollo de un empleo de calidad, a una mayor adecuación de oferta y demanda de empleo, y a un máximo aprovechamiento de la explotación y proliferación de las oportunidades detectadas en este mercado laboral de fuerte potencial.

Antonio Toro Barba  
DIRECTOR GERENTE DEL SERVICIO ANDALUZ DE EMPLEO

## Introducción

La Fundación Audiovisual de Andalucía, entidad patrocinada por la RTVA, realiza un constante esfuerzo por apoyar y dinamizar el crecimiento del audiovisual andaluz, un sector estratégico, con gran potencial de crecimiento e importante capacidad de generar riqueza.

Gracias a la situación privilegiada que ocupa en este sector, la Fundación AVA promueve el conocimiento, potenciación y mejora del audiovisual andaluz y viene desarrollando su trabajo bajo estas motivaciones.

De este modo, las acciones promovidas por y desde la Fundación dan respuesta a las necesidades del sector, articulando líneas de colaboración, programas formativos, apertura de mercados y todos aquellos proyectos que doten al mismo de la competitividad adecuada para su expansión y fortalecimiento a nivel nacional, europeo e internacional.

En este sentido, cobra importancia la labor de la Fundación AVA en el ámbito de la investigación, labor con la que se identifica como entidad de estudio, abarcando el audiovisual desde distintas perspectivas y aportando claves al sector, documentando su realidad y abriendo nuevos horizontes en la misma.

En el desarrollo de dicha labor, desde la Fundación se detectó la necesidad de atender un área específica de la industria audiovisual andaluza: la perspectiva laboral de la misma y el conocimiento y análisis de su mercado de trabajo.

Si bien es cierto que el audiovisual ha generado múltiples debates y protagonizado diversos foros, apenas se ha prestado atención a la caracterización del mismo como sector económico y, aún en menor medida, a las dinámicas de trabajo que en él se desarrollan.

Conocedora de esta carencia y contando con el antecedente *Estudio de prospección del mercado de trabajo y detección de necesidades formativas en sector audiovisual de Andalucía* elaborado por la Fundación, ésta se propuso realizar un estudio de investigación con estas pretensiones. Hay que tener en cuenta que, desde que se elaborara ese estudio en el año 2001 hasta la actualidad, el audiovisual ha experimentado fuertes cambios, protagonizando en primera persona las modificaciones derivadas de la evolución tecnológica.

Contando con el inestimable apoyo de la Consejería de Empleo, a través de la Dirección General de Empleabilidad e Intermediación Laboral del Servicio Andaluz de Empleo, la Fundación AVA emprendió una investigación sin precedentes en Andalucía.

La pertinencia de la misma y la oportunidad de realizarla culminaron en la ejecución del estudio *Análisis de las Oportunidades de Empleo de la Industria en Andalucía: caracterización, tendencias y perspectivas*, que no sólo por el objeto del que se ocupa, sino por la perspectiva desde la que lo hace, se erige como referencia esencial en el audiovisual y en el mercado de trabajo andaluz.

Dicha perspectiva, de carácter innovador, plural e integrador, pone el acento en las potenciales expectativas de los y las jóvenes en proceso de formación para incorporarse al sector audiovisual en



Andalucía, en su predisposición hacia el empleo que en él se genera y en los puntos de encuentro con el tejido empresarial de esta industria.

La presente publicación recoge las conclusiones fundamentales aportadas por este estudio y ofrece un profundo conocimiento acerca de las características actuales del mercado de trabajo audiovisual de Andalucía.

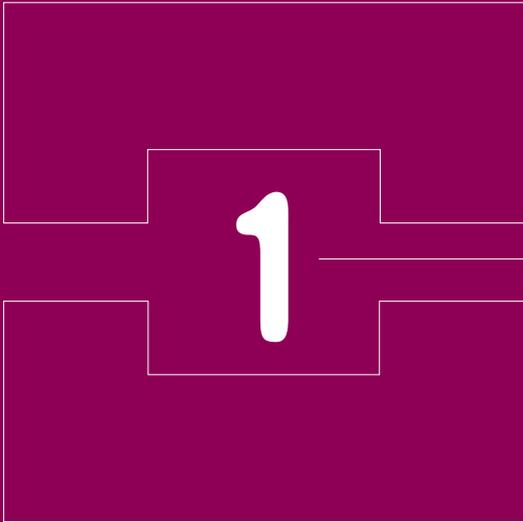
Es necesario apuntar la relevancia de dichas conclusiones y el consiguiente éxito de la investigación, ya que han servido para detectar una serie de desafíos en este mercado laboral y, de forma general, en el propio sector. Entre ellas, necesidades como la exigencia de actualización de las especialidades formativas o la de la creación de estrategias de colaboración intersectoriales aparecen como marcos sobre los que centrar nuevas actuaciones en el sector.

Estas necesidades son interpretadas y transmitidas desde la Fundación como los motores esenciales sobre los que articular medidas adecuadas para dotar al audiovisual andaluz de los instrumentos necesarios para aprovechar sus oportunidades y potenciar sus fortalezas. Atendiendo a las mismas, se podrán instrumentar planes y acciones dirigidos al fomento de la empleabilidad del sector.

Desde la Fundación Audiovisual de Andalucía sólo nos queda transmitir nuestro más profundo agradecimiento a todas las personas que han participado en el estudio, a los y las profesionales, y a las empresas que han colaborado en su ejecución, a los centros de formación que han facilitado nuestro trabajo y a todas las entidades que han hecho posible la consecución de los objetivos planteados. Sin sus aportaciones, sin su esfuerzo y su dedicación este estudio no habría sido posible.

May Silva Ortega  
DIRECTORA DE LA FUNDACIÓN AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

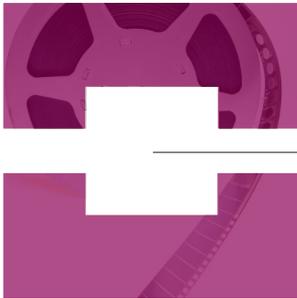






# Objetivos y consideraciones metodológicas

- 1.1. Introducción
- 1.2. Objetivos del estudio
- 1.3. Estructura organizacional
- 1.4. Diseño y organización del trabajo de investigación
- 1.5. Metodología



# Objetivos y consideraciones metodológicas

## 1.1. Introducción

El estudio *Oportunidades de empleo de la industria audiovisual en Andalucía: caracterización, tendencias y perspectivas* está motivado por la necesidad de generar información y conocimiento precisos acerca de una industria incipiente como la audiovisual, esta vez, desde la perspectiva de su mercado laboral.

De este modo, se trata de indicar en qué ámbitos se localizan las oportunidades del sector audiovisual en Andalucía; cómo se caracteriza el empleo que en él se genera; cuáles son las expectativas de oferentes y demandantes de mano de obra<sup>1</sup> del sector audiovisual; cuáles podrían ser las propuestas de mejora y qué tendencias de futuro del empleo se proyectan en este sector.

A través de este estudio se pretenden arrojar algunas de las claves que inciden en las posibilidades de inserción laboral en la industria audiovisual, un sector cada vez más estratégico para el dinamismo económico por su capacidad para generar empleo. Asimismo, se pretende contribuir a vislumbrar algunos de los factores de desarrollo y crecimiento de la industria audiovisual andaluza.

De otro lado, es necesario destacar que la ausencia de estudios específicos sobre las posibilidades de empleo reales en el sector audiovisual andaluz y la falta de actualización de los que transversalmente lo hayan analizado con anterioridad, llevan a que el presente trabajo de investigación aporte elementos innovadores de referencia para el empleo en la actividad audiovisual.

---

1.- En este estudio se denomina como oferta de mano de obra a la población que demanda empleo o está empleada (profesionales) y como demanda de mano de obra a la oferta de empleo (empresas).

Con objeto de facilitar la lectura y la consulta de datos, el presente estudio se estructura en siete capítulos, bibliografía y anexos. El **primer capítulo** introduce los objetivos generales y específicos de este proyecto, la estructura del equipo de investigación que lo ha llevado a cabo y la metodología empleada, detallando las técnicas de investigación utilizadas en cada fase del trabajo.

El marco teórico y referencial en que se basa el estudio se expone en el **capítulo segundo**, en el que, partiendo de la conceptualización y delimitación del sector audiovisual, se profundiza en su perspectiva económica y su mercado laboral. Posteriormente, se especifican las características generales de la industria audiovisual en la actualidad, tanto a nivel nacional como autonómico.

En el **tercer capítulo**, se analiza el mercado de trabajo audiovisual en Andalucía a través de la encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz" que recoge el enfoque de trabajadoras y trabajadores que se ocupan en empresas del sector. De este modo, se describe el perfil profesional de la fuerza laboral del sector audiovisual en Andalucía, las principales características del mercado laboral que protagonizan, esto es, sus condiciones de trabajo, y el cumplimiento de sus expectativas laborales mediante la valoración general que realizan de su empleo.

A continuación, en el **capítulo cuarto**, se presentan los principales resultados obtenidos de la encuesta dirigida a los/as jóvenes estudiantes que se forman en materias del audiovisual y que componen por tanto, la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz. Se explora la motivación de estos/as jóvenes y, esencialmente, su predisposición hacia el empleo en el sector y las condiciones laborales que lo caracterizan: temporalidad, movilidad geográfica, polivalencia, etc. Se conocen así las expectativas laborales de los/as futuros/as oferentes de mano de obra que se incorporarán próximamente al mercado de trabajo audiovisual.

El **capítulo quinto**, se corresponde, al igual que el capítulo anterior, con la explotación de la encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz" dirigida a la potencial oferta de mano de obra, y en él se analiza el proceso de inserción laboral que ésta sigue. Así, partiendo de una amplia descripción acerca de la capacitación teórica y práctica que caracteriza a quienes orientan su formación y su cualificación para el empleo en el ámbito audiovisual, se analizan las principales dificultades en el acceso a un puesto de trabajo en dicho sector, así como las oportunidades de empleo detectadas.

En el **capítulo sexto**, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a los empresarios y las empresarias del sector audiovisual, completando el estudio del mercado laboral audiovisual con la perspectiva que ofrece la demanda de mano de obra. Se explora la dinámica productiva del sector, su incidencia en el mercado de trabajo y las condiciones laborales resultantes. Asimismo, se detectan las posibilidades de la potencial oferta de mano de obra de alcanzar sus expectativas profesionales, y se presentan rasgos generales sobre la tendencia esperada para la industria audiovisual en Andalucía en los próximos años.

Por último, en el **capítulo séptimo**, se exponen las principales conclusiones extraídas del conocimiento generado a lo largo del estudio; y en los **capítulos octavo y noveno**, se recogen la bibliografía empleada y los anexos, respectivamente.

## 1.2. Objetivos del estudio

El objetivo general de este estudio es analizar las principales características y tendencias del mercado de trabajo andaluz en la actividad audiovisual. La concreción de este objetivo se realiza a través de los siguientes ejes de contenido:

- Contextualizar la realidad del mercado de trabajo de la industria audiovisual en España y Andalucía.
  - Localización de las oportunidades de empleo.
  - Detección de las tendencias y las perspectivas futuras.
  - Caracterización cuantitativa y cualitativa del empleo y condiciones laborales generadas en el sector.
  - Información sobre los perfiles profesionales más demandados, los subsectores con mayor potencialidad de crecimiento y la estructura de la realidad empresarial.
  
- Analizar el grado de cumplimiento de las expectativas profesionales de la actual oferta de mano de obra y de quienes potencialmente participarán en el mercado de trabajo audiovisual de Andalucía.
  - Valoración de la capacidad del mercado de trabajo audiovisual andaluz para absorber a la oferta de mano de obra.
  - Valoración de la capacitación que los/as jóvenes adquieren con la formación y su ajuste a los requerimientos de las empresas del sector audiovisual.
  - Detección de las expectativas de la potencial oferta de mano de obra y nivel de cumplimiento de las creadas por quienes ya integran el mercado laboral audiovisual.
  
- Detectar los nexos de unión entre las expectativas de la oferta y la demanda de mano de obra del mercado de trabajo de la industria audiovisual de Andalucía.
  - Análisis de los puntos de conexión entre las expectativas y percepciones de oferentes y demandantes de mano de obra, requerimientos y pronósticos de las empresas audiovisuales.
  
- Facilitar el diseño de nuevos instrumentos y medidas de actuación.
  - Generación de reflexiones y propuestas que vertebran los pilares de un sector con un importante potencial de desarrollo y que ayuden a paliar los elementos que limitan su adecuado crecimiento.

## 1.3. Estructura organizacional

El equipo de investigación creado para la ejecución de este estudio se ha formado por un grupo multidisciplinar de personal experto en la materia, profesorado del ámbito universitario y profesionales en actividades de investigación, especializado en el desarrollo de estudios de análisis y prospectivas de mercados de trabajo.

Un aspecto crucial en la estructura formada para la ejecución de este estudio de investigación ha sido la incidencia del enfoque participativo, que supone la implicación de las personas beneficiarias del proyecto en la producción de conocimiento para el mismo.

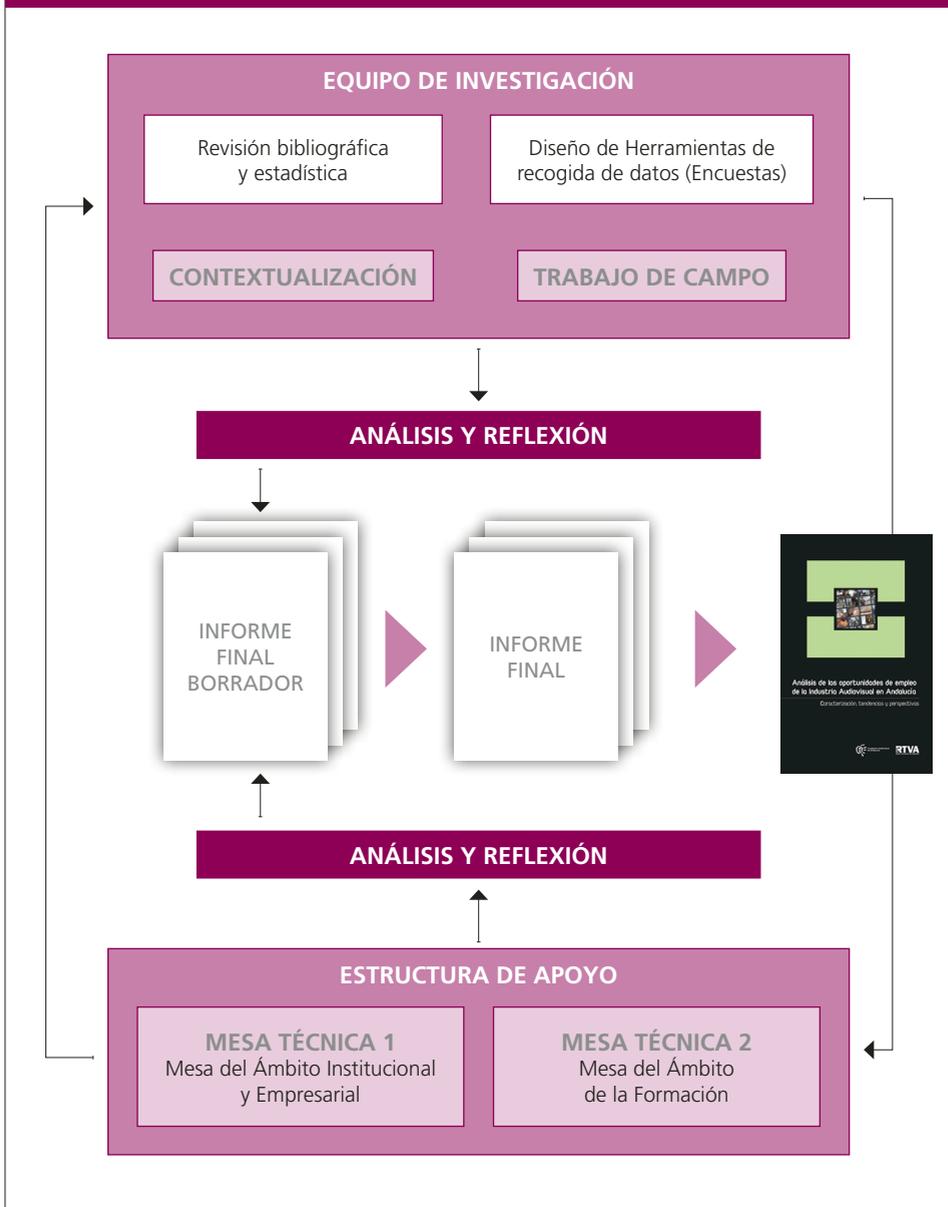
Con esta finalidad, se constituyó una estructura permanente de apoyo, compuesta por los y las participantes de las Mesas Técnicas, agentes informadores clave en el ámbito formativo, institucional y empresarial del sector audiovisual, cuya visión integral y pormenorizada del objeto de estudio, ofreció la oportunidad de comunicación y contacto constante con la realidad del sector más diversa y contrastada.



#### 1.4. Diseño y organización del trabajo de investigación

El diseño de la investigación se ha programado desde el planteamiento de un trabajo sistémico, y su desarrollo responde a un procedimiento reflexivo, flexible y crítico con la realidad que analiza.

Figura 2. Estructura del trabajo de investigación



El desarrollo de una metodología plural ha supuesto la aplicación simultánea de diversas técnicas, cuantitativas y cualitativas, complementarias y planteadas para la consecución de las distintas fases que integran el trabajo de investigación.

Las distintas etapas señaladas han guardado una estrecha relación en tanto que la consecución de cada una de ellas conllevaba el nacimiento o desarrollo de otras.

Además, la retroalimentación informativa acordada con el grupo experto integrante de las Mesas Técnicas ha constituido un eje de colaboración esencial para el trabajo de investigación. El **informe final**, en el que se han plasmado los resultados del estudio, así como la presentación del mismo, es el resultado que demuestra la consecución de los objetivos de partida y responden al fin último de la producción de conocimiento del sector audiovisual andaluz y de su mercado de trabajo.

La organización del trabajo de investigación ha respondido al cumplimiento de una serie de etapas previamente formuladas desarrollándose en éstas un amplio conjunto de actividades y tareas que fueron programadas en función de los objetivos a seguir.

A través del cuadro que se presenta a continuación, se ofrece una visión global y resumida de las principales actividades desarrolladas, así como la inclusión de cada una de las distintas fases abordadas que se describirán de forma más detallada con posterioridad:

| <b>Tabla 1. Fases del estudio, tareas realizadas y técnicas de investigación empleadas</b> |  |  |
|--|--|--|
| Fase del Estudio   | Tareas Realizadas  | Técnicas de Investigación  |
| <b>Fase 1. Contextualización de la industria audiovisual andaluza</b>                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recopilación documental</li> <li>2. Revisión de la documentación sobre la temática de estudio</li> <li>3. Análisis de la información de fuentes estadísticas secundarias y bases de datos</li> <li>4. Estudio detallado y compendio</li> </ol>   | Recopilación y Análisis Documental   |
| <b>Fase 2. Constitución de grupos expertos</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis de agentes informadores clave dentro del sector</li> <li>2. Convocatoria del grupo experto implicado</li> <li>3. Elaboración de documentos guía de las Mesas Técnicas</li> <li>4. Celebración de las Mesas Técnicas</li> <li>5. Análisis, reflexión y extracción de conclusiones de la información aportada por el grupo experto</li> <li>6. Retroalimentación a participantes</li> <li>7. Validación por el grupo experto del documento de retroalimentación.</li> <li>8. Ampliación del documento de retroalimentación según aportaciones de participantes</li> </ol> | Mesas Técnicas de Trabajo <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa del Ámbito Institucional y Empresarial</li> <li>• Mesa del Ámbito de la Formación</li> </ul> |
| <b>Fase 3. Diseño de encuesta dirigida a estudiantes</b>                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selección de los parámetros de interés y definición de variables objeto de estudio.</li> <li>2. Diseño del cuestionario</li> <li>3. Realización de pre-test</li> <li>4. Diseño y distribución muestral</li> </ol>  | Encuestación. Diseño del cuestionario y diseño muestral  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| Fase 4. Diseño de encuesta dirigida a jóvenes trabajadores/as           | <ol style="list-style-type: none"> <li>Definición de variables objeto de estudio</li> <li>Diseño del cuestionario</li> <li>Realización de pre-test</li> <li>Diseño y distribución muestral</li> </ol>   | Encuestación. Diseño del cuestionario y diseño muestral |
| Fase 5. Diseño de encuesta dirigida a empresas                          | <ol style="list-style-type: none"> <li>Definición de variables objeto de estudio</li> <li>Diseño del cuestionario</li> <li>Realización de pre-test</li> <li>Diseño y distribución muestral</li> </ol>   | Encuestación. Diseño del cuestionario y diseño muestral |
| Fase 6. Trabajo de campo: realización de encuestas                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>Realización de encuestas dirigidas a potenciales oferentes de mano de obra. Registro de datos</li> <li>Realización de encuestas dirigidas a profesionales. Registro de datos</li> <li>Realización de encuestas dirigidas a demandantes de mano de obra. Registro de datos</li> </ol> | Encuestación. Trabajo de Campo: Aplicación de encuestas |
| Fase 7. Análisis de la información cualitativa y cuantitativa relevante | <ol style="list-style-type: none"> <li>Tratamiento estadístico de las bases de datos</li> <li>Explotación de las base de datos.</li> <li>Análisis de los datos extraídos en las encuestas</li> <li>Elaboración de informes parciales</li> </ol>   | Encuestación. Explotación e Interpretación de datos     |
| Fase 8. Elaboración del informe final borrador                          | <ol style="list-style-type: none"> <li>Agregación de informes parciales en informe final</li> <li>Revisión y corrección del informe final</li> </ol>  | Análisis y reflexión                                    |
| Fase 9. Elaboración del informe final                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Maquetación y edición del informe final</li> </ol>   | Corrección - Edición                                    |
| Fase 10. Publicación y presentación del informe final                   |   |   |

## 1.5. Metodología

Para la realización del presente estudio se han empleado y combinado diversas técnicas de investigación a lo largo de las distintas etapas desarrolladas, en función de su conveniencia y adecuación a los propósitos y los resultados prefijados para cada fase.

### 1.5.1. Recopilación y análisis de fuentes secundarias

La finalidad de esta técnica ha sido obtener la información secundaria y los datos necesarios para contextualizar el estudio desde una perspectiva estructural, esto es, para la ejecución de la *FASE 1. Contextualización de la Industria Audiovisual Andaluza*.

La recopilación y el análisis se han llevado a cabo a través de fuentes secundarias bibliográficas y estadísticas<sup>2</sup>. Se ha contactado, para ello, con aquellos organismos y entidades que podían aportar información de relevancia e interés.

La presentación de los datos se ha realizado tras la consulta de fuentes estadísticas oficiales, así como tras acceder a informes elaborados por otra serie de organismos o asociaciones con entidad y representatividad suficientes que han validado la información extraída.

2.- Véase capítulo octavo: Bibliografía.

La aplicación de esta técnica de revisión documental ha sido esencial en la elaboración de la contextualización del objeto de estudio, de las definiciones y la conceptualización oportunas acerca del sector audiovisual, desde sus perspectivas cultural y económica, y de las referencias y consideraciones desde las que abordar el mercado de trabajo audiovisual.

La compilación de la información bibliográfica y estadística, asimismo, ha servido para establecer el marco teórico sobre el que se ha estructurado todo el proceso de la investigación.

Es preciso señalar que, en ocasiones, la aproximación al objeto de estudio no ha estado exenta de dificultad porque su especificidad hace que no se registren datos oficiales conforme a la delimitación conceptual y económica planteada desde este estudio. Se han detectado, de un lado, disparidad de datos según las diversas fuentes consultadas y, de otro, inexistencia de los mismos.

No se puede obviar que, pese a la importancia adquirida por el sector audiovisual como motor de desarrollo económico, generador de riqueza y empleo, aún prevalece su concepción como bien cultural sobre bien económico. De ahí que hayan cobrado especial relevancia en este estudio las otras técnicas de investigación empleadas en la caracterización del sector audiovisual, en la descripción del mismo y en el análisis de las tendencias de su mercado de trabajo y potencialidad de ambos ante el futuro.

### 1.5.2. Constitución de la Estructura de Apoyo

Dada la relevancia y la trascendencia del presente estudio, en el que la investigación debe ser entendida como un proceso de creación de conocimientos acerca de la estructura o el cambio de algún aspecto de la realidad, se ha considerado clave la participación de los principales agentes vinculados al sector audiovisual andaluz, quienes han constituido la denominada Estructura de Apoyo del estudio.

El principal objetivo de esta colaboración fue la de contar con la implicación de agentes informadores clave permitiendo recabar el conocimiento, la experiencia y la opinión de los mismos. Las Mesas Técnicas, constituidas por grupos expertos en la materia, como instrumento de recogida de información dentro del proceso de investigación, se plantearon como una herramienta adecuada para este fin, ya que ofrecían la oportunidad de contactar directamente con el sector objeto de estudio, obteniendo una visión más integral, plural y detallada del mismo.

Las Mesas Técnicas y la concepción de las mismas como estructura de apoyo al estudio, por tanto, fuente de consulta permanente, sirvieron para darle la actualización a los contenidos del estudio que un sector como el audiovisual precisa, recabando información cualitativa que adquiere un valor de elevada trascendencia.

Esta técnica de investigación ha resultado especialmente conveniente para recavar información acerca del sector audiovisual andaluz y de su mercado de trabajo, ampliando y contrastando los resultados obtenidos a lo largo del proceso de análisis documental.

#### A. Dinámica de las sesiones de trabajo

El desarrollo de mesas de trabajo compuestas por grupos expertos se configuró como una forma de

aplicar la técnica del grupo de discusión<sup>3</sup>, herramienta cualitativa propia de la investigación social que se caracteriza por su enfoque participativo<sup>4</sup>. La dinámica de las mesas comenzó con una reunión clave con la que se inició un proceso de trabajo que se desarrolla y parte de un enfoque participativo. En este proceso de consulta permanente, los y las participantes jugaron un papel decisivo como informadores esenciales.

Con el planteamiento inicial de contar con todos los agentes integrantes de la industria audiovisual, la convocatoria de las mesas se realizó atendiendo a esta pluralidad. Se celebraron dos mesas técnicas de trabajo, una correspondiente al ámbito formativo y, otra, a los ámbitos institucional y empresarial:

- MESA I: Mesa de Profesionales del Ámbito de la Formación Audiovisual Andaluza.
- MESA II: Mesa del Ámbito Institucional y Empresarial del Sector Audiovisual en Andalucía.

Para poder plantear de forma ordenada los temas de interés, en la convocatoria de estas mesas, se propusieron tres enunciados para iniciar las intervenciones, que respondían a los objetivos principales del estudio:

- La adecuación de la formación a los requerimientos y necesidades de la industria audiovisual
- Características del empleo que genera la industria audiovisual en Andalucía.
- Nuevas oportunidades de empleo en el marco de la industria audiovisual en Andalucía.

Con el objeto de fomentar el enfoque transparente y participativo de esta metodología, se adquirió el compromiso de informar a los y las asistentes, finalizada la sesión, a través de un informe resumen que recogiese y conciliase las principales conclusiones extraídas de las mesas de trabajo.

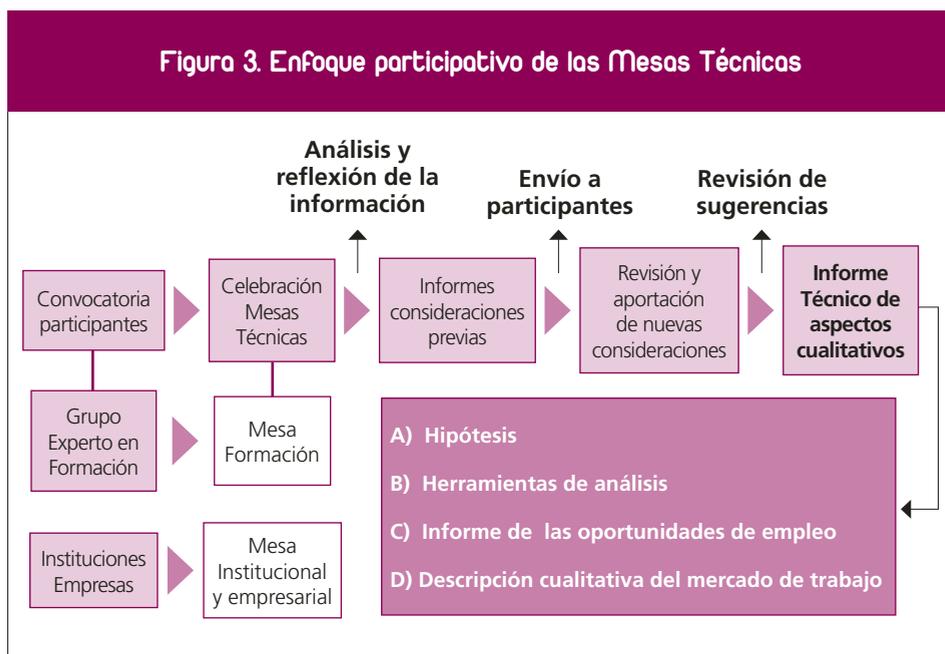
Los documentos de retroalimentación originados respondían a una labor de reflexión, creación de vínculos y síntesis de los aspectos y experiencias aportados por los grupos expertos y no a una transcripción literal de las consideraciones planteadas en las mesas. Se redactaron con la convicción de que eran muchas las nuevas aportaciones que con la retroalimentación podrían enriquecer la base documental de partida.

De esta forma, los resultados obtenidos en las distintas mesas así como las sugerencias aportadas por quienes participaron se incorporaron en un informe que, de modo conclusivo, incluye de forma conjunta las consideraciones realizadas en las mesas de los ámbitos formativo, institucional y empresarial del sector audiovisual. Dicho informe, también se utilizó para:

---

3.- Grupo reducido de personas reunidas para el intercambio de ideas sobre un tema de interés común, bajo un clima distendido y la moderación de personas expertas a fin de obtener información relevante para la temática objeto de la investigación.

4.- Según Nidia González, el enfoque participativo explota técnicas y recursos que dentro de una metodología permiten obtener los conocimientos necesarios para transformar realidades y generar nuevas prácticas, reformulando la propia interacción de los participantes.



- a) el planteamiento de **hipótesis**,
- b) el diseño de **herramientas de análisis** (cuestionarios, guión de entrevistas, etc.)
- c) la **caracterización cualitativa del mercado de trabajo audiovisual andaluz** desde la perspectiva conjunta de la demanda de mano de obra y los y las profesionales de la formación.
- d) la introducción de consideraciones analíticas, cualitativas, y de carácter descriptivo en el proceso de elaboración del presente estudio de investigación: **Análisis de Oportunidades de Empleo de la Industria Audiovisual en Andalucía**.

### B. Mesa del Ámbito Institucional y Empresarial Audiovisual

Esta mesa integró dos ámbitos del audiovisual especialmente relevantes porque implicó la participación de quienes más y mejor lo conocen, como propios protagonistas e interventores en los terrenos institucional y empresarial del sector.

Con el objeto de obtener diferentes puntos de vista sobre las cuestiones planteadas en el debate de la mesa y sobre las distintas etapas de retroalimentación informativa desarrolladas a lo largo del estudio, se conformó una estructura en la que instituciones de distinta índole y empresas de diversos ámbitos productivos del audiovisual andaluz estuvieran en suficiencia representadas.

**Tabla 2. Participantes en la Mesa del Ámbito Institucional y Empresarial Audiovisual**

|                        |  |
|------------------------|--|
| D. Marcelino Almansa   | Director de Administración de Kandor Graphics  |
| D. Álvaro Alonso       | Productor ejecutivo de Jaleo Films. Presidente de la Plataforma de Empresarios y Creadores del Audiovisual Andaluz - PECAA                     |
| D. Álvaro Anglada      | Director de Producción de Linze TV Empresa asociada a AEPAA-APRIA  |
| D. Francisco Cervantes | Consejero del Consejo Audiovisual de Andalucía   |
| D. Pedro Feria         | Subdirector de EMARTV, Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía de Radio y Televisión   |
| D. Rafael García       | Director de Recursos Humanos del Grupo ZZJ Empresa asociada a AEPAA-APRIA.   |
| D. Antonio López       | Presidente de Prototec Desarrollo Tecnológicos   |
| D. Pedro Masa          | Productor de Studio Luzdemente   |
| D. Juan Carlos Moreno  | Asesor del Gabinete de Análisis y Prospectiva de Innovación, Desarrollo y Empresa de Andalucía Agencia IDEA                                    |
| D. Francisco Palacios  | Productor ejecutivo de Palacios Productores S.L. Vicepresidente de la Asociación Docus Andalucía.  |
| Dña. Salud Reguera     | Directora de ESE & ERRE Asociados  |
| D. Juan Miguel Rivas   | Director-Gerente de Uvitel. Delegado de Nuevas Tecnologías de Acutel - Asociación de Televisiónes Locales de Andalucía                         |
| D. Carlos Salazar      | Director de Organización, RR.HH y SS.GG. de la RTVA  |
| D. Antonio Urgal       | Subdirector del Gabinete de Análisis y Prospectiva de Innovación, Desarrollo y Empresa de Andalucía Agencia IDEA                               |
| D. Peter Welter        | Director de Producción de Fresco Film Services, S. L. Apoderado General de la Asociación de Empresas de Productoras de Publicidad de Andalucía |
| D. Antonio Zurera      | Presidente de M5 Audiovisual. Director del Festival Animacor'08.   |

### C. Mesa del Ámbito de la Formación Audiovisual

Esta mesa atendía al ámbito formativo del audiovisual en sus diversas vertientes (pública y privada, profesional y académica, formativa e institucional...). Igualmente sus participantes adquirieron un papel relevante por el carácter estratégico de la formación como factor clave del sector, que contribuye al desarrollo del mismo y a la conformación de un mercado laboral competitivo.

Los y las integrantes de la mesa del ámbito formativo representaban los distintos sectores que integraban la formación audiovisual en Andalucía, desde los centros docentes pasando por las secciones de representación sindical pertinentes o instituciones como el Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales.

**Tablo 3. Participantes en la Mesa del Ámbito de la Formación Audiovisual**

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| D. Óscar Manuel Blázquez            | Coordinador del Área de Diseño del Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales                         |
| D. Carlos Conde                     | Profesor de la Escuela de Cine de Puerto Real (Cádiz)   |
| Dña. Pilar de Miguel                | Jefa de Dpto. de Comunicación, Imagen y Sonido del I.E.S. Ángel de Saavedra (Córdoba)                         |
| Dña. Estefanía Galán                | Profesora de la Confederación de Empresarios de Andalucía - CEA   |
| Dña. Ana Hernández                  | Directora de CESUR – Centro Superior de Formación Europa Sur (Málaga)   |
| D. Miguel Jurado                    | Secretario de Política Sindical de la F.C.T.- Comisiones Obreras de Andalucía                                 |
| D. Hilario Lugo                     | Jefe de Dpto. de Comunicación, Imagen y Sonido del I.E.S. Néstor Almendros de Tomares (Sevilla)               |
| D. Eduardo Martos                   | Profesor de Imagen y Sonido de la E.T.S.I. de Telecomunicaciones de la Universidad de Málaga                  |
| Dña. Noelia Medina                  | Profesora de Sonido del I.E.S. Ángel de Saavedra (Córdoba)  |
| Dña. Patricia Mejías                | Técnico del Dpto. de Formación de la Confederación de Empresarios de Andalucía – CEA                          |
| D. Félix Prado                      | Formación del Instituto de Formación y Estudios Sociales de Sevilla, IFES – UGT                               |
| Dña. M <sup>a</sup> del Mar Ramírez | Vicedecana de Ciencia y Empresa de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla                   |
| Dña. Yolanda Rodríguez              | Profesora de Imagen y Sonido del I.E.S. Néstor Almendros de Tomares (Sevilla). Gerente de Background 3D S.L.  |
| D. Ignacio Sánchez                  | Director de ESAMA – Escuela Superior de Medios Audiovisuales (Sevilla)  |
| Dña. M <sup>a</sup> José Sánchez    | Técnico de Formación de RTVA  |
| D. Carlos Tuñón                     | Profesor de la Escuela Andaluza de Cinematografía (Sevilla)   |
| D. Francisco Vázquez                | Jefe de Dpto. de Comunicación, Imagen y Sonido del I.E.S. Pablo Neruda (Huelva)                               |
| Dña. Teresa Vera                    | Vicedecana de Investigación e Innovación de la Facultad de CC. de la Comunicación de la Universidad de Málaga |

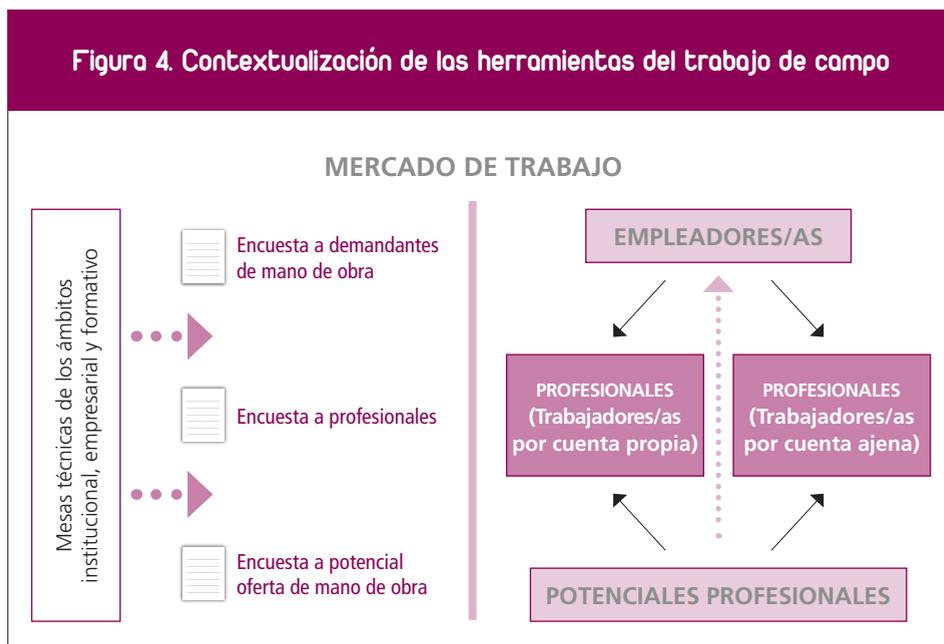
### 1.5.3. Elaboración y diseño de los cuestionarios

La elaboración y diseño de encuestas, entrevistas personales en el caso del estrato poblacional correspondiente a empresas, bajo un modelo de encuesta predefinido, tenía como objetivo obtener información relevante y puntual acerca de las oportunidades de empleo de la industria audiovisual de Andalucía y las características de su mercado de trabajo desde la perspectiva no sólo de las empresas, sino también de la población ocupada que lo conforma.

Asimismo, el diseño de estas herramientas se orientó hacia la identificación de las expectativas que se generaban en torno al sector audiovisual en Andalucía, así como las propias tendencias de futuro. Todo ello con el objetivo de determinar aquellos nexos de unión entre demandantes y oferentes de mano de obra en lo que al empleo del sector audiovisual se refiere y, poner de manifiesto por otra parte, aquellas divergencias que pudiera haber entre unos y otros.

Respecto a la población objetivo, ésta estaba conformada por los y las integrantes del mercado laboral del sector audiovisual andaluz, tanto desde la vertiente de la demanda como desde la oferta de mano de obra.

Los ítems considerados, la conformación de escalas y demás técnicas empleadas en el diseño de dichos cuestionarios atendieron a las características de las variables objeto de estudio, marcadas a su vez por los objetivos a alcanzar en el mismo<sup>5</sup>. Para cada uno de los cuestionarios se realizó una prueba pre-test que validó el contenido de los mismos.



5.- Es preciso matizar que en el caso de las empresas se realizó una entrevista personal al considerar ésta como la técnica más apropiada para recabar la información precisada. Las distintas entrevistas se desarrollaron bajo el guión de un cuestionario cerrado para poder ajustar los resultados de las mismas con los obtenidos en la encuestación a los/as estudiantes.

## 1.5.4. Diseño muestral

Se diseñó un esquema de muestreo adaptado a las características de cada una de las poblaciones objeto de estudio, con la finalidad de obtener en todo caso muestras representativas.

### 1.5.4.1 Encuesta *Expectativas de empleo en el sector audiovisual andaluz*

#### A. Aspectos técnicos de la encuesta

En el presente apartado se recogen los aspectos técnicos de la encuesta realizada a potenciales oferentes de mano de obra.

#### Cuadro 1. Ficha técnica de la encuesta a potenciales oferentes de mano de obra (Estudiantes en ramas asociadas al audiovisual)

**NOMBRE DE LA ENCUESTA:** Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz

**ÁMBITO:** Comunidad Autónoma de Andalucía

**UNIVERSO:** Jóvenes de ambos sexos que cursan formación relacionada con el ámbito audiovisual.

**TAMAÑO DE LA MUESTRA:** Realizada: 883

**PROCEDIMIENTO DE MUESTREO:** Muestreo aleatorio simple

Datos y Coeficientes:

NIVEL DE CONFIANZA ..... 95,5%

ERROR DE MUESTREO .....  $\pm 3\%$

CONDICIONES DE MUESTREO DESFAVORABLE .....  $p = q = 50\%$

POBLACIÓN FINITA..... 5.114

DISEÑO DE LA MUESTRA A NIVEL LOCAL:

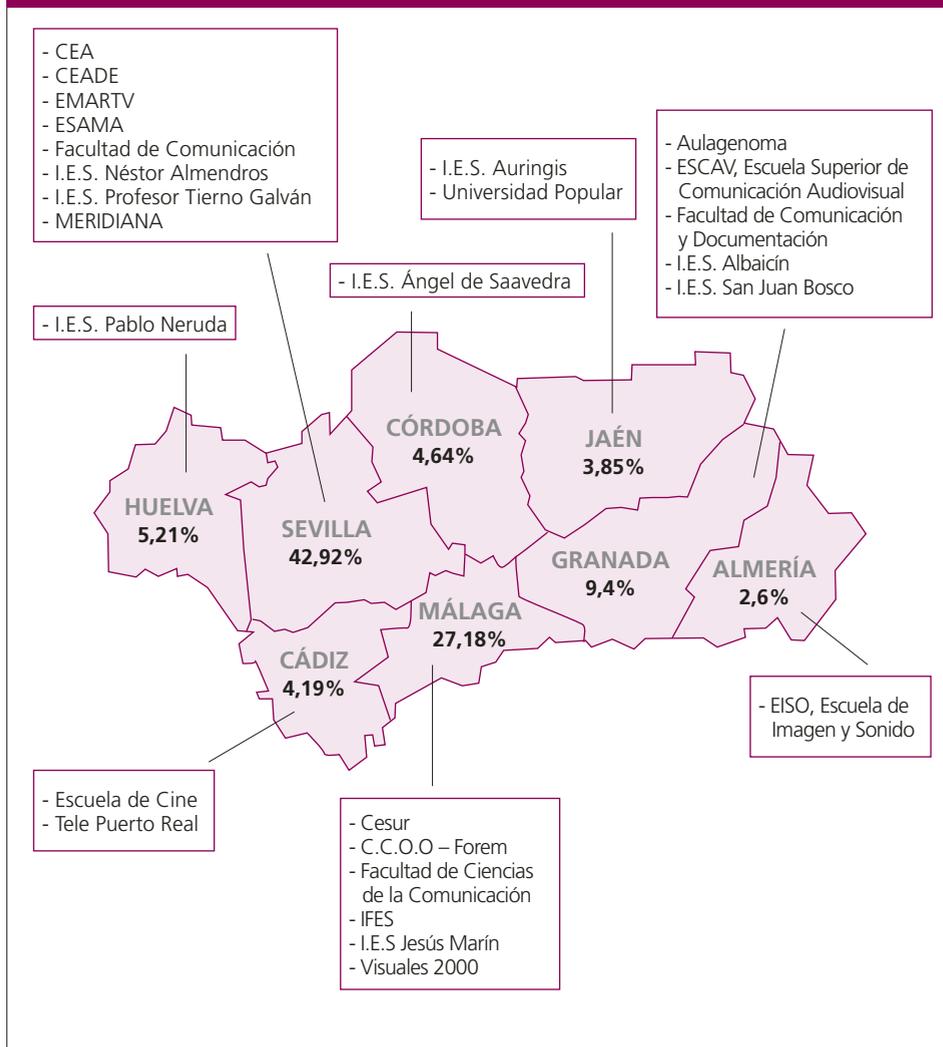
$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q} = \frac{3 \times 50 \times 50 \times 5.114}{16 \times (5.114 - 1) + 3 \times 50 \times 50} \approx 883$$

#### B. Diseño y distribución muestral

La encuesta se dirigió a una muestra significativa de jóvenes de último curso de distintos niveles y especialidades relacionadas con el ámbito audiovisual en Andalucía. Para llevar a cabo el desarrollo de dicha encuesta y con objeto de asegurar resultados válidos a nivel regional, se contó con la participación de Centros de Formación de las ocho provincias andaluzas, a través de los cuales se accedió a dicha muestra.

La distribución se realizó de manera proporcional al número de alumnos/as matriculados/as en los centros de formación incluidos en una base de datos previamente elaborada.

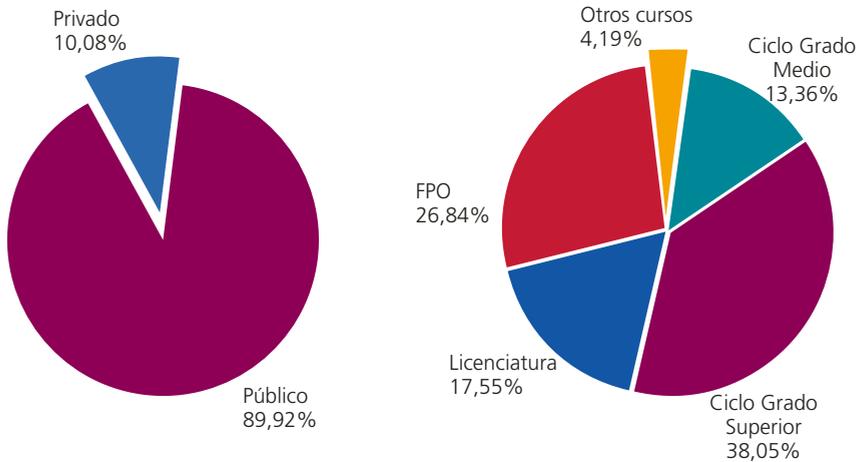
## Mapa 1. Distribución del espacio muestral por provincias y centros de formación participantes



Fuente: Elaboración propia

En referencia a la titularidad de los centros formativos a los que pertenecía la muestra, casi 9 de cada 10 integrantes de la misma estudiaban en centros públicos y 1 de cada 10 lo hacía en centros privados. Además, estos centros abarcaban los distintos niveles formativos que impartían algún tipo de enseñanza en audiovisual: Formación Profesional Ocupacional, Ciclos Formativos de Grado Medio y Superior, Estudios Universitarios y otros cursos de otra índole, contemplando las especialidades y/o ramas que integran el audiovisual.

**Gráfico 1. Distribución de la población muestral atendiendo a la titularidad de los centros de enseñanza y a la formación impartida en los mismos**

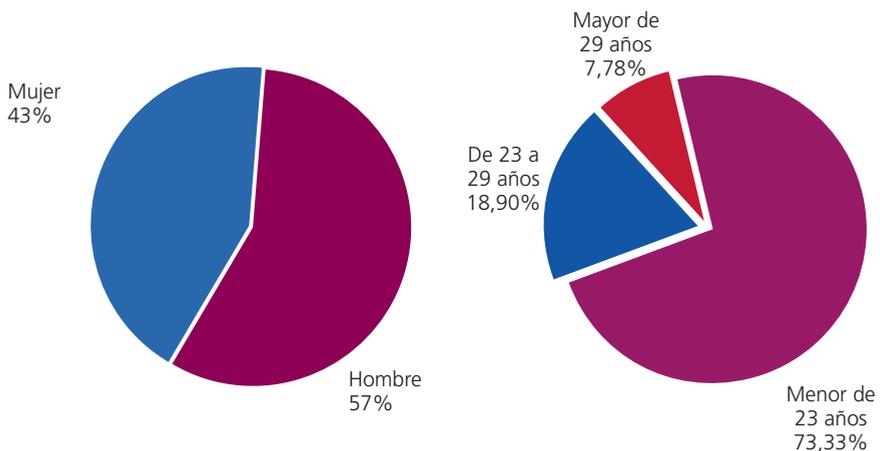


Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

### C. Caracterización de la población muestral (estudiantes)

Los rasgos fundamentales de la población encuestada se extraen de variables básicas relativas al perfil de quienes actualmente se forman en Andalucía en materias relacionadas con el sector audiovisual, en definitiva, de la futura oferta de mano de obra. Tales variables han permitido estructurar la diversidad de opiniones recogidas en el total de la población encuestada.

**Gráfico 2. Distribución de la población muestral por sexo y edad en Andalucía**

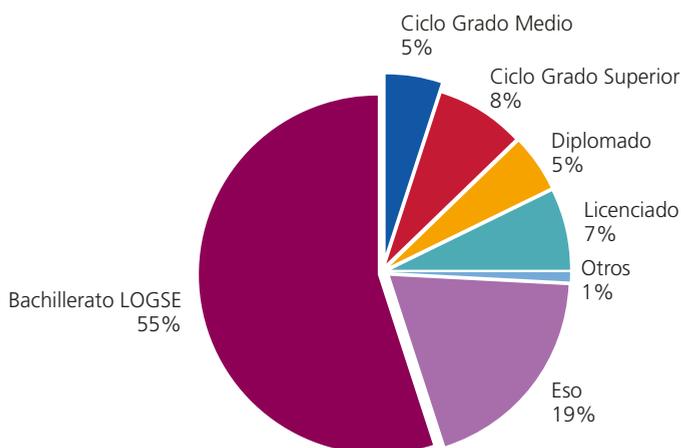


Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Se observa entre la población muestral un cierto predominio de hombres (57%), con una proporción ligeramente superior a la de mujeres; y en cuanto a la edad, se observa cierta concentración (el 73,33%) entre jóvenes de edad inferior a los 23 años.

El nivel de estudios mayoritariamente alcanzado es Bachillerato LOGSE seguido de la Educación Secundaria Obligatoria. Hay que tener en cuenta que la población está en proceso de consecución de titulación de mayor grado.

### Gráfico 3. Distribución de la población muestral según nivel de estudios alcanzado



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

#### 1.5.4.2. Encuesta Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz

Su realización responde al objetivo de describir las condiciones y las características de las relaciones laborales básicas en el sector audiovisual andaluz.

##### A. Aspectos técnicos de la encuesta

En el presente apartado se recogen los aspectos técnicos de la encuesta realizada a oferentes de mano de obra.

## Cuadro 2. Ficha técnica de la encuesta a actuales oferentes de mano de obra (Profesionales en activo)

**NOMBRE DE LA ENCUESTA:** Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz

**ÁMBITO:** Comunidad Autónoma de Andalucía

**UNIVERSO:** Actuales oferentes de mano de obra de ambos sexos que desarrollan su actividad profesional en el ámbito del audiovisual andaluz

**TAMAÑO DE LA MUESTRA:** Realizada: 229

**PROCEDIMIENTO DE MUESTREO:** Muestreo aleatorio simple.

Datos y Coeficientes:

CONDICIONES DE MUESTREO DESFAVORABLE .....  $p = q = 50\%$

POBLACIÓN NO FINITA

### B. Diseño y distribución muestral

La encuesta se dirigió a una muestra relevante de actuales oferentes de mano de obra en situación activa (bien ocupados/as, bien en desempleo), cuya ocupación principal se desarrolla dentro del sector audiovisual andaluz.

Con la finalidad de optimizar los recursos disponibles y ya que la población presentaba un potencial uso masivo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, se realizó un envío electrónico de la encuesta. Para minimizar la mayor limitación que presenta este procedimiento, la alta tasa de no respuesta, se procedió a la elaboración meticulosa del cuestionario electrónico y a la organización de un posterior sistema de seguimiento. Con el objeto de obtener la mayor participación posible, la encuesta se re-envió una vez por semana durante un período de tres meses a quienes iban retrasando su cumplimentación en los primeros envíos.

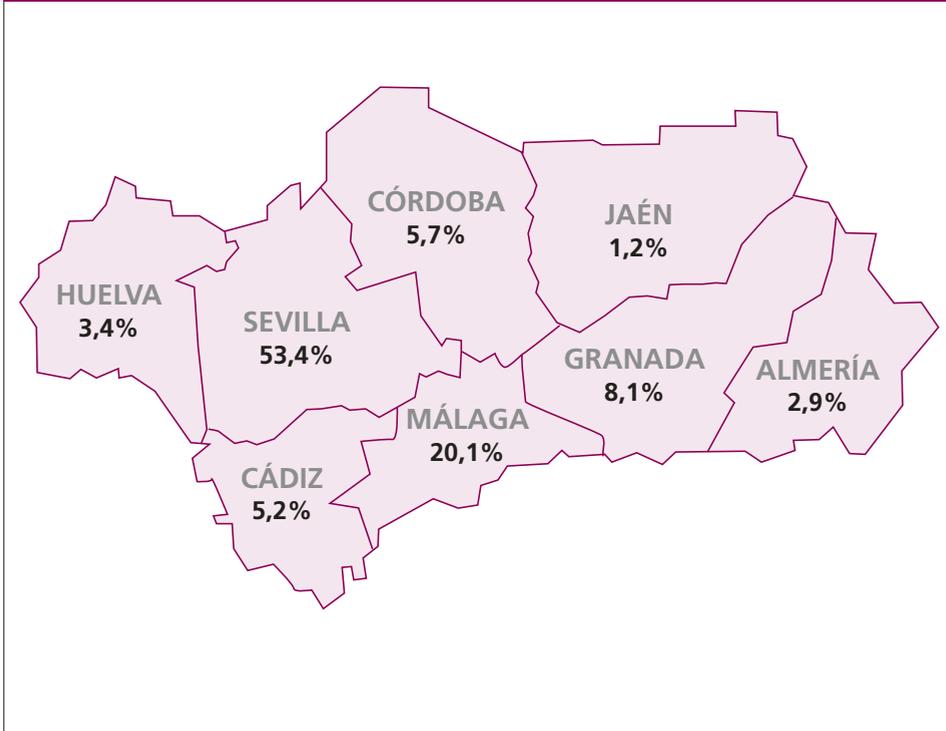
La base de datos de profesionales del sector audiovisual se obtuvo del registro de profesionales que la Fundación Audiovisual de Andalucía incorpora en su Guía del Audiovisual en Andalucía 2007- 2008.

Además, junto a la opción de encuestación on-line, se aprovechó la presencia de profesionales en las VII Jornadas Profesionales, *Tendencias e innovación de la producción y distribución en el audiovisual: Nuevas ventanas de explotación*, organizadas en junio de 2008 por la Fundación AVA y Sandetel, para encuestar a profesionales asistentes a esta actividad formativa.

Así pues, la distribución muestral resultante atiende a los/as profesionales inscritos/as en la Guía del Audiovisual en Andalucía 2007 - 2008<sup>6</sup> y/o asistentes a las jornadas técnicas referidas.

6.- Se trata de un registro voluntario de profesionales del audiovisual, que por iniciativa propia y a través del portal de la Fundación AVA se inscriben en dicha Guía. Por su parte la Fundación tras la verificación de los datos los hace públicos.

## Mapa 2. Distribución del espacio muestral de profesionales por provincias



Fuente: Elaboración propia

### C. Caracterización de la población muestral (profesionales)

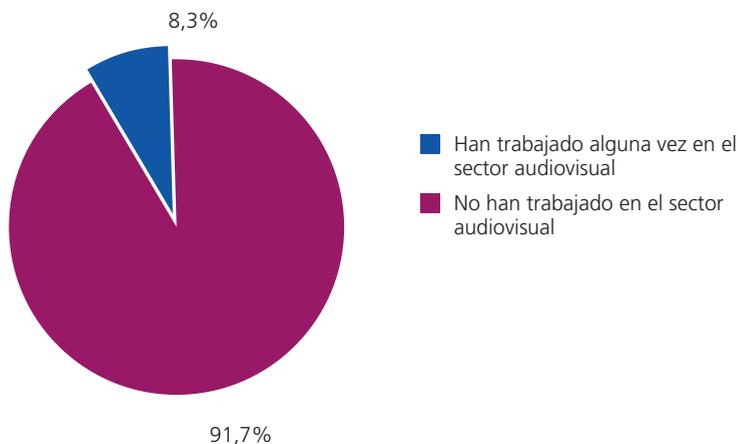
La caracterización de la población encuestada de profesionales se realiza a través de los rasgos fundamentales que atienden a ciertas variables estudiadas en esta encuesta. Así, se puede realizar un perfil de esta población acercándonos, en definitiva, a las características de la actual oferta de mano de obra que conforma el mercado de trabajo del sector audiovisual en Andalucía.

Dicho perfil confiere al sector un carácter notablemente masculinizado, ya que entre los/as profesionales del mismo se detecta una proporción claramente superior de hombres, el 70%, que de mujeres, el 30%.

Además, la variable edad arroja información acerca de la juventud de la población activa perteneciente al sector, ya que la media de edad de la misma se sitúa en torno a los 32 años.

Por último, es interesante señalar que casi un 8% de quienes han recibido formación en materia audiovisual y pese a registrarse como profesionales del medio, no han logrado ocuparse en este sector.

**Gráfico 4. Distribución de la oferta de mano de obra según haya sido empleada o no en el sector audiovisual**



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Además, en lo concerniente a la capacidad de absorción de mano de obra que tiene a su disposición el mercado de trabajo del sector audiovisual, hay que señalar que, junto a ese 8% que no ha trabajado en el mismo, la proporción restante, si bien es población activa, puede encontrarse en situación de desempleo u ocupada en otro sector, ya que el marcado carácter temporal de este mercado de trabajo no garantizaba que la totalidad de profesionales que lo componen ocupasen un empleo en el momento de realización del trabajo de campo.

#### 1.5.4.3 Encuesta *Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el sector audiovisual andaluz*

##### A. Aspectos técnicos de la encuesta

En el siguiente apartado se recogen los aspectos técnicos de la encuesta realizada a las empresas del sector audiovisual andaluz.

En primer lugar, es preciso señalar que esta encuesta se realizó mediante entrevistas personales a las empresas del sector, si bien respondía a un guión previo estructurado, a modo de cuestionario. El diseño de dicho cuestionario estuvo marcado por los ítems contemplados en las otras dos encuestas con el objetivo de contrastar la información recopilada, y detectar la existencia o no, de puntos de unión entre la oferta y la demanda de mano de obra de la industria audiovisual en Andalucía.

### Cuadro 3. Ficha técnica de la encuesta a demandantes de mano de obra (Empresas)

**NOMBRE DE LA ENCUESTA:** Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz

**ÁMBITO:** Comunidad Autónoma de Andalucía

**UNIVERSO:** Demandantes de mano de obra de ambos sexos que desarrollan su actividad económica en el ámbito del audiovisual andaluz

**TAMAÑO DE LA MUESTRA:** Realizada: 367

**PROCEDIMIENTO DE MUESTREO:** Muestreo aleatorio simple

Datos y Coeficientes:

NIVEL DE CONFIANZA ..... 95,5%

ERROR DE MUESTREO ..... ± 5%

CONDICIONES DE MUESTREO DESFAVORABLE .....  $p = q = 50\%$

POBLACIÓN FINITA ..... 3.330\*

DISEÑO DE LA MUESTRA A NIVEL LOCAL:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 p q N}{E^2 (N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 p q} = \frac{3 \times 50 \times 50 \times 3.330}{16 \times (5.114 - 1) + 3 \times 50 \times 50} \approx 367$$

\*Nota metodológica: La población de empresas audiovisuales en Andalucía se cifra en 4.758 (INE), no obstante, dada la particularidad de este tejido empresarial, en el que determinadas empresas poseen una existencia intermitente (véase capítulo 6), se redujo la población en un 30%.

#### B. Diseño y distribución muestral

La encuesta se dirigió a una muestra significativa de empresas cuya actividad productiva principal se desarrollaba en el marco de la industria audiovisual de Andalucía.

El objetivo perseguido con esta encuesta se centró en la intención de obtener la dimensión dada por la realidad empresarial acerca del mercado de trabajo del sector y poder, de este modo, establecer un marco comparativo con la perspectiva de la oferta de mano de obra, a la vez que se actualizaba y caracterizaba la actividad audiovisual andaluza y el entorno laboral de ésta.

La ejecución de la encuestación se realizó mediante la subcontratación de empresas especializadas en la materia, que procedieron al contacto con la persona de responsabilidad dentro de cada empresa y a la concertación de una visita para realizar la encuesta de modo más personalizado.

Se agrupó la multiplicidad de actividades productivas que abarcaba el audiovisual para poder facilitar así el acceso al abanico de empresas que se enmarcan en él. Las empresas se clasificaron como:

- ❑ Empresas productoras de contenidos audiovisuales
- ❑ Televisiones y radios
- ❑ Empresas de servicios auxiliares a la producción audiovisual

El cálculo de la población se realizó a través de la base de datos que integra la Guía del Audiovisual en Andalucía 2007-2008 de la Fundación AVA, de las empresas pertenecientes a las asociaciones andaluzas vinculadas al sector audiovisual, de las productoras inscritas en la banco de coproducciones andaluzas *Avándalus* y de la búsqueda en Internet y otras fuentes diversas.

La distribución de la población de empresas en la Comunidad Autónoma andaluza se recoge en los siguientes mapas, según la actividad productiva principal de cada una de ellas (empresas productoras, empresas de servicios auxiliares a la producción y televisiones y/o radios):

### Mapa 3. Distribución del espacio muestral por provincias de empresas de producción audiovisual

1951 MEDIA SL / 2 PUNTO PRODUCCION ADUDIOVISUAL SL / ANIMAMOS FILM SLL / ARALAW FILMS ATHENEA PRODUC. / ATLAS / ATM BROAPLAST / ATRIUM DIGITAL SA / AZAFRAN SL / BENNASSAR ALCALDE / CERO DECIBELIOS / CINEMAX SL / COMCRETA / CREA MULTIMEDIA / CREACION VISUAL FACTORYDEA / CUBICA MULTIMEDIA SL / CYAN ANIMADOS SL / DES - ANIMADOS FILM / DEX MEDIA PRODUCCIONES SL / DIVISION XL PRODUCCIONES SL / DUD INTERACTIVOS SL / DUO CREATIVOS / EKIRAN EVENTOS AUDIOVISUALES / EKIRAN EVENTOS AUDIOVISUALES / EL MANDAITO PRODUC. SL / EMSISAIT SL / ENIL NIGHT PRODUCTIONS / ENTRETINEBLAS SL / EQUAL SOLFWARG SL / EUROPROGRAMMES / FABULA FILMS SL / FACTOR 3 / FMB SL / FORMA ANIMADA SL / FREE SUR TRES SL / GAMIANI ENTERPRISE SL / GENERAL DE PRODUCCIONES Y DISEÑO SA / GESPROSUR CONSULTORES / GOMCARU SL / GRIAL PRODUCCIONES / GRUPO EXCLUSIVE / GRUPO ZZJ SA / IBÁÑEZ Y CHIARA DISEÑOS SL /

IDEAS Y PROYECTOS CINEMATOGRAFICO SL / LA GUADAÑA SL / LETRA M PRODUC. SL / Mª DEL MAR PEREZ DE LA CONCHA GALERA / MALABARES / MANUEL FARFAN DIVISION / MANUFACTURAS AUDIOV. / MEDIASUR / MOVILVIDEO SUR SL / MUNDOFICCCION / NIEBLA SL / OBJETIVO 4 / CTAVA PLANTA PROP. SL / ORIZON MEDIA / PASOALSUR SL / PRODUCCIONES BARATARIA SL / PROD. TALENTO AND./REDSUR PRODUCCIONES SL/ ILSUR / IMAGO PRODUCCIONS SL / IMASUR SERVICIOS EVENTUALES / INFOVITEC SL / ITACA DIVISION SL / JUAN LEBRON PRODUCCIONES SA / SERV. DE PRODUCCION E,B TV SL / SUMA Y SIGUE COMUNICACION SL / TECNICAS VISUALES DE CARMONA/ TRIANA TV SL / UVITEL PRODUCCIONES / VIDEOSTUDIO PRODUCCIONES SL / VIDYTEL S.L.

3 VISUAL COMUNICACION SC / ARCO DIGITAL COMUNICACION SL / EDIT MEDIA PROD. SL / IMAGEN ESTUDIOS PROFESIOANALES SL / INEDITA ESTUDIO DE GRABACION SLU Y M. JESÚS ZAMORA GONZÁLEZ / JOSE ALCAIDE SANCHEZ / MANUEL LAMARCA / PUNTOREKLAMO KONSTRUKTOR SL / RENDE TECHNOLOGY / VIDEOPRODUC. AL-ANDALUS SL / VISUALDOS

COLUMBUS SCA  
DOÑANA PRODUCCIONES SL  
NIEBLA PRODUCCIONES AUDIOVISUALES SL  
UTH PRODUCCIONES SL

CLM PRODUCCIONES PROD. LA 7ª ESTACION



ARENAL MEDIA SL / CADIGRAFIA PROD. GRAFICA/ EH PRODUCCIONES / EUROPCAR IBERICA SA FILMED / LA NIÑA DE TARIFA SL  
OLVERA CA TA SCOOP. AND. / ONDA 4 JIMENA PC AGE CIRAS SL. / PELAYO PRODUCCIONES SL  
PRODUCCIONES MARIA MARQUEZ SL  
TELE PUERTO REAL / TEMPUS / TPN3  
VISUAL BOX / WOODY FILMS

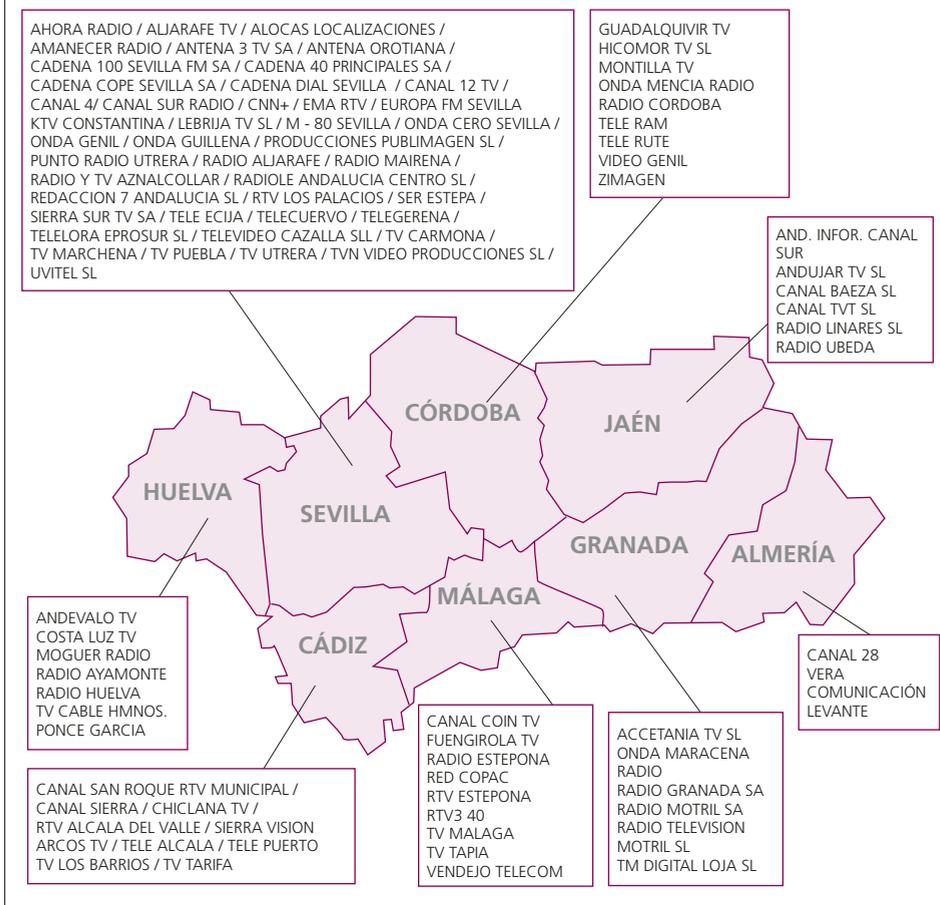
SERVYIMAGEN UNION SL  
CYM COMUNICACION Y MULTIMEDIA  
REC PRODUCCIONES AUDIOVISUAL  
PROVIDEOFILMS PROD. CINEMATOG. SL  
IMANIMA SL  
29 LETRAS SL  
KINETIKA  
EUROPE CASTING  
PLANOVISION PROD. AUDIOVISUALES SL

21 ST CENTURY PRODUCTIONS SL / AIRON SESENTA SL / ALBERT NASH PC ARTICO PRODUCCIONES / ATICO PRODUCCIONES / BIDA MULTIMEDIA SL / BORVOLETA FILMS / BOSSENOVA SL / CAMARA CAR SWEDEN / CENTRO DE TECNOLOGIA Y DE IMAGEN DE LA UMA / CRISAL FILMS SL / EL DIENTE DE LEON SL / FACTORÍA. de la HISTORIA y el ARTE SL / GREEN MOON ESPAÑA SL / INCITE PRODUCTIONS ESPAÑA SL / JS PRODUCCIONES / KALIDA PRODUCCIONES SL / KALUROCA DIGITAL / KINO PC / LEGEND STUDIOS SL / MBOM PROD. AUDIOVISUALES SCA / MALAKA PRODUCCIONES / MALAPARTE PRODUCCIONES / MALAVENTURA NET / MARENOSTRUM SL / MLK PRODUCCIONES / MULTI SERVICIOS INTERNAC. MUNDO STUDIOS SA / PICTACO PRODUCCIONES / PRODUCCIONES EXCLUSIVAS TV / PRODUCCIONES PIERROT SL / RADIKAL VIDEO AUDIO SL / Sta. MONICA PRODUCTIONS / SMITHWOOD PRODUCTIONS SL / SDAD DE PLANIFICACION Y DESARROLLO / SONIMAGEN / TOMA 27 SL / TV MEDIA 2 PRODUCCIONES / TVO PROD. MALAGEÑAS DE TV SL / VISUALES 2000 SL / WIDESCOPE PRODUCTION CINIMOD SL

ACABA VIDEO SL  
ADREDE PRODUCCIONES AUDIOVISUALES SL  
ALCAZABA DOCUMENTAL PROD. SL  
ALTERNATIVA COMUNICACION  
BERNARDI PRODUCCIONES SL  
GENOMA IMAGEN DIGITAL SL  
GRANADA NETWORKS SL  
IMAGEN Y DEPORTE SL  
JUAN CARLOS ROMERA PROD. AUDIOVISUALES MULTIMEDIA  
KAPLAN DISEÑO E INTERNET  
LINTE TV SA  
MOHA AUDIOVISUALES SL  
PRODISA COMUNICACION SL  
PRODUCTORA VIDEOSUR-COM  
SALDO PRODUCCIONES SL  
TC VIDEO Y MULTIMEDIA  
UTOPI COMUNIQUE SL

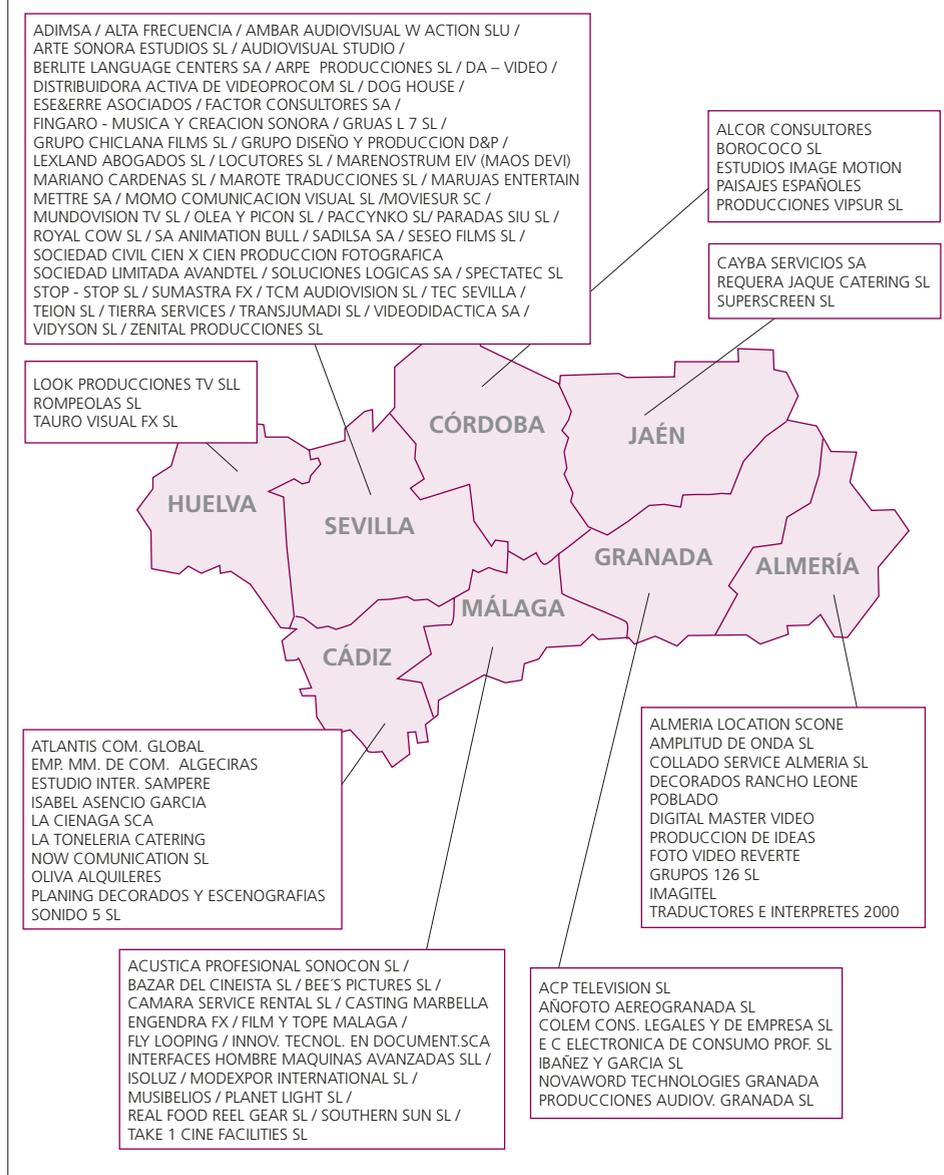
Fuente: Elaboración propia

## Mapa 4. Distribución del espacio muestral por provincias de empresas de televisión y radio



Fuente: Elaboración propia

## Mapa 5. Distribución del espacio muestral por provincias de empresas de servicios a la producción audiovisual

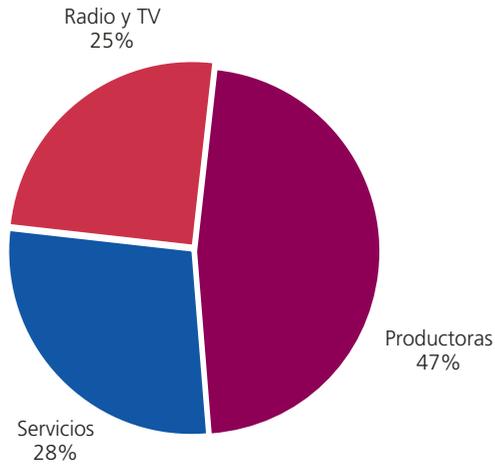


Fuente: Elaboración propia

### C. Caracterización de la población muestral de empresas

Como rasgo representativo de las empresas que conforman la población muestral, se ha observado la variable relativa a su actividad principal, atendiendo a una clasificación básica: productoras, empresas de servicios audiovisuales y empresas de radio y televisión. La observación de esta clasificación, a grandes rasgos, tiene por objeto asegurar que no existe una concentración de empresas excesiva por actividad económica que impida garantizar la representatividad de los resultados obtenidos, así como la posibilidad de estructurar los resultados en función de las mismas para la realización de contrastes.

**Gráfico 5. Distribución de la población muestral según actividad de la empresa**

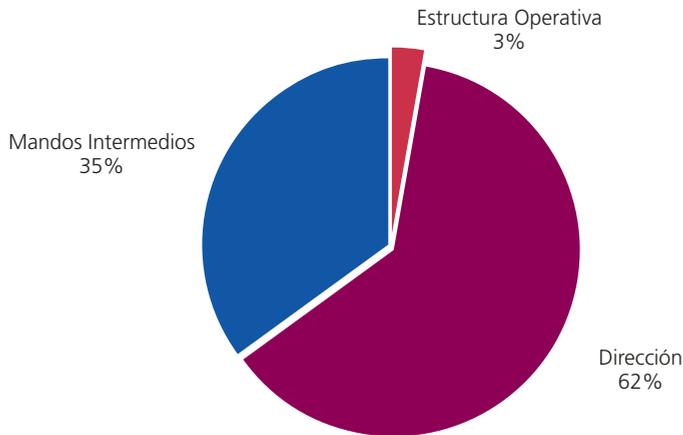


Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Entre los rasgos de la muestra poblacional entrevistada, es importante tener en cuenta a la persona que respondió a dicha entrevista, en tanto que se convierte en la voz de la empresa a la que representa.

Es por esto que se ha contemplado en el análisis el puesto de trabajo ocupado por la persona entrevistada en la empresa, ya que se ha considerado que éste condiciona el conocimiento y la perspectiva que puede ofrecer sobre la misma.

## Gráfico 6. Distribución de la población muestral según cargo que ocupa la persona entrevistada



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

En este sentido, los resultados han sido positivos, más de 9 de cada 10 entrevistas han sido concedidas por la dirección de la empresa (propietarios/as, gerentes, etc.) y/o por cargos de dirección de área (delegados/as, jefe/a del departamento de personal, etc.), lo cual garantiza la fiabilidad de los resultados obtenidos, en tanto que el conocimiento de la persona encuestada acerca del sector se considera válido.

### 1.5.5. Trabajo de campo. Realización de encuestas y entrevistas

Diseñadas las herramientas de recopilación de datos y las muestras poblacionales se inició el trabajo de campo, esto es, con la realización efectiva de las encuestas y entrevistas.

Por las características inherentes a cada una de las poblaciones objeto de estudio y en búsqueda de la mejor y mayor accesibilidad a las mismas, se procedió de forma distinta en el trabajo de campo:

1. Visita a los distintos centros formativos andaluces y encuestación del alumnado.
2. Envío electrónico a profesionales inscritos/as en la Guía del Audiovisual en Andalucía 2007-2008 de la Fundación AVA y encuestación puntual y de forma presencial con la asistencia a jornadas profesionales del sector.
3. Concertación de citas con representantes, gerentes u otros cargos directivos de las empresas audiovisuales andaluzas.

### 1.5.6. Análisis de la información cualitativa y cuantitativa relevante

Finalizado el trabajo de campo, y tras la codificación de las variables, se realizó el registro informático de los datos para su posterior tratamiento. En primer lugar, los datos fueron tratados y analizados a través de una base de datos con objeto de garantizar la calidad de los mismos, después se volcaron a formato informático y se procedió a su tratamiento estadístico y su explotación.

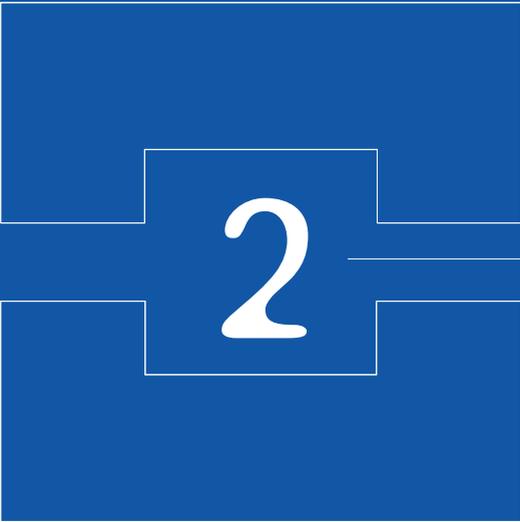
A continuación se analizaron en profundidad los resultados obtenidos y se interpretaron originando información precisa, con el afán de concretar y materializar los objetivos perseguidos en este estudio.

### 1.5.7. Elaboración del informe final borrador

En esta fase del estudio, se incorporaron los análisis de toda la información primaria y secundaria obtenida hasta ese momento, integrándola de forma redactada y estructurada en este único documento final en el que, básicamente, se ha tratado de dar respuesta a los objetivos propuestos.

---

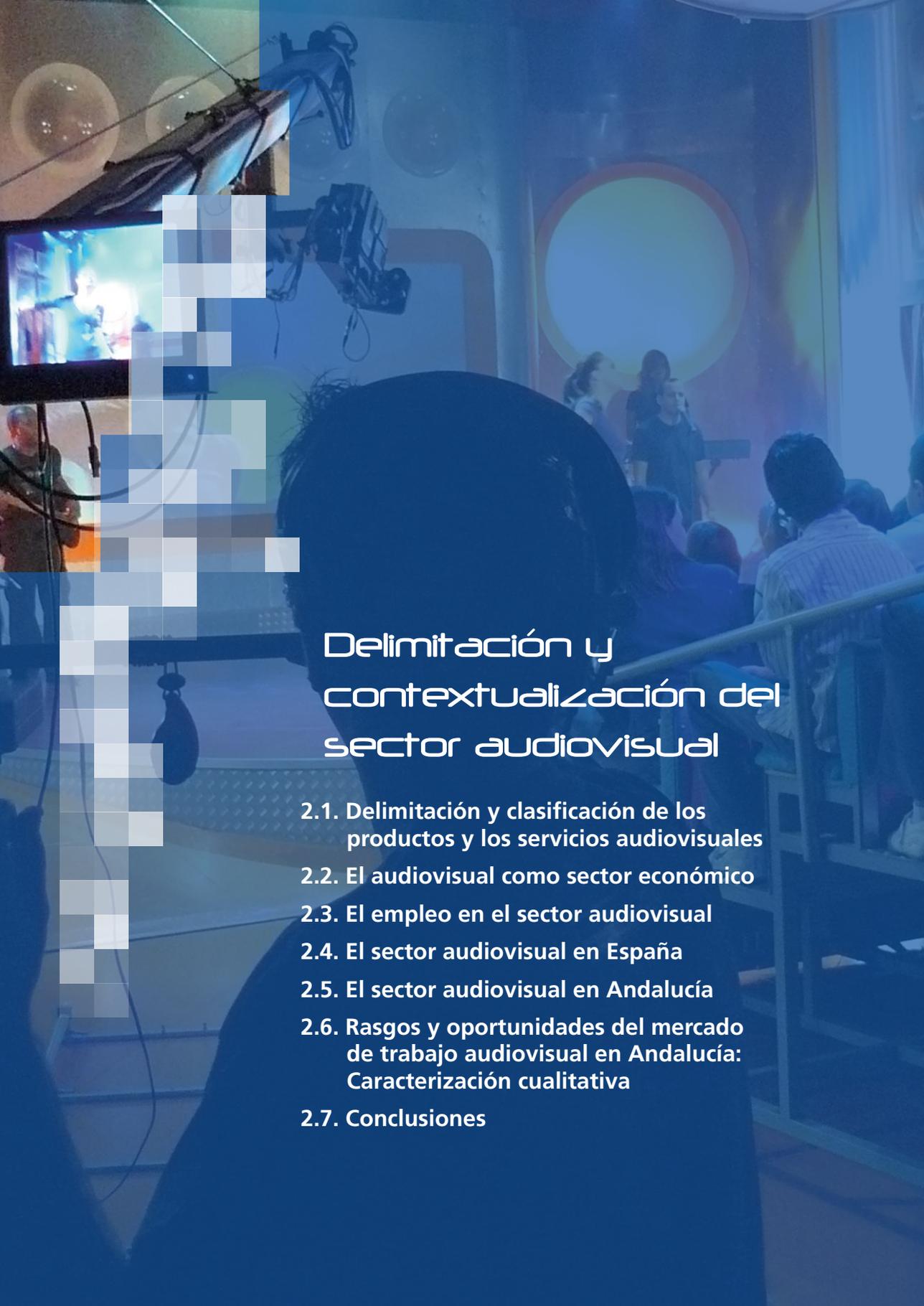


A large, white, stylized number '2' is centered within a white-outlined graphic. The graphic consists of a central square containing the number, with four rectangular shapes extending outwards from the corners of this central square, creating a cross-like structure. The entire graphic is set against a solid blue background.

# 2

Introducción a la industria audiovisual  
como sector económico en España y  
Andalucía.

Caracterización del mercado de  
trabajo audiovisual.



# Delimitación y contextualización del sector audiovisual

- 2.1. Delimitación y clasificación de los productos y los servicios audiovisuales
- 2.2. El audiovisual como sector económico
- 2.3. El empleo en el sector audiovisual
- 2.4. El sector audiovisual en España
- 2.5. El sector audiovisual en Andalucía
- 2.6. Rasgos y oportunidades del mercado de trabajo audiovisual en Andalucía: Caracterización cualitativa
- 2.7. Conclusiones



# Delimitación y contextualización del sector audiovisual

## 2.1. Delimitación y clasificación de los productos y los servicios audiovisuales

La concreción de una definición consensuada que clarifique qué y quiénes conforman las industrias culturales, en general, y la industria audiovisual, en particular, no parece que esté todavía suficientemente resuelta. Se está, no obstante, ante un debate que necesariamente debe ser abierto en el ámbito de los sectores académicos, políticos y sociales por cuanto que su rápido y continuo desarrollo innovador exige la incorporación de múltiples y diversificadas actividades de producción en forma de bienes o de servicios.

De hecho, si bien parece que puede existir un amplio consenso en considerar la industria audiovisual como actividad cultural, no deja de ser cierto que ésta empieza a penetrar y a vertebrarse en cada vez más actividades productivas a través de productos que se erigen como generadores de valores añadidos de gran trascendencia, generadores de crecimiento económico y empleo y, en definitiva, de desarrollo social. Y es que la relevancia que el sector audiovisual adquiere en la actualidad en las economías avanzadas se explica por el fuerte crecimiento de su demanda, y con ello, por los efectos de arrastre, tanto directos como indirectos, que tienen sobre el resto de actividades productivas.

Entre las múltiples definiciones del sector audiovisual, se pueden considerar las que se sitúan en los niveles más micro; así, para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, una producción audiovisual es una "obra perceptible a la vez por el oído y por la vista, y que consta de una serie de imágenes relacionadas y de sonidos concomitantes, grabados sobre un material adecuado" (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 1980)<sup>7</sup>.

7.- Consultado en la página web de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, OMPI (1980), véase bibliografía.



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, en niveles macro, por audiovisual se puede considerar aquel "macro-sector altamente complejo que engloba, parcialmente en unos casos, y globalmente en otros, aspectos y peculiaridades de sectores de actividad tan diversos y dispares como el de la producción de contenidos, el de las telecomunicaciones, el de los medios de comunicación social y, recientemente, el de Internet y los servicios de la Sociedad de la Información" (Gretel, 2005A:21).

Otra delimitación clarificadora del sector audiovisual (Figura 5) que se aporta se refiere a la separación de actividades diferenciadas aunque, en muchas ocasiones, dependientes de forma inseparable, como son la producción de los contenidos, su empaquetamiento y edición, y su distribución y comercialización.

Compilando un conjunto de elementos comunes, se considera por audiovisual aquella actividad que, contando con los elementos audio y vídeo, se dedique a la producción, distribución y exhibición de cine, radio y televisión, las producciones publicitarias y multimedia y todos los servicios auxiliares que los apoyen.

Por otra parte, el producto audiovisual presenta elementos caracterizadores que lo diferencian de la mayor parte de los bienes y servicios. Una de las razones de esta sustancial diferencia estriba en el hecho de que lo audiovisual suele contener algunas características de ambos, erigiéndose como un bien y un servicio al mismo tiempo. Esto explica que, desde una perspectiva amplia, el sector audiovisual contenga tanto actividades de carácter industrial como de servicios.

Asimismo, no se puede obviar el hecho de que el audiovisual puede ser distribuido y consumido a través de un soporte físico determinado, pero también de forma intangible. Del mismo modo, hay que tener en cuenta que hay productos audiovisuales que se comportan parcialmente como bienes de no mercado<sup>8</sup>, dado que no siempre los precios de venta reflejan todos sus costes de producción.

También hay que tener en cuenta que la proporción de los costes de distribución en relación a los costes de producción suele ser ínfima. No obstante, si bien los precios de venta de muchos de los productos audiovisuales tratan de superar los costes de distribución, no llegan, sin embargo, a superar los costes medios. De hecho, muchos de estos productos cubren sólo una parte de los costes fijos. Y que, por otro lado, otros productos audiovisuales, auspiciados por las nuevas tecnologías, reducen al mínimo los costes de producción y distribución del audiovisual.

Por otra parte, hay que tener en cuenta la concepción de los productos audiovisuales como bienes culturales, y que estos productos se erigen como un constante innovación en sí mismos, debiendo las empresas, por tanto, orientarse a los mercados siempre con nuevos productos, en definitiva, nuevas ofertas. Y son precisamente estos dos argumentos los más utilizados para justificar el apoyo de la financiación pública en la producción de determinados productos audiovisuales dado que suele ser difícil encontrar financiación privada dispuesta a asumir tales riesgos.

Hay otra serie de características que también son casi inherentes al producto audiovisual y que lo diferencian sustancialmente de otros tales como la perdurabilidad en el tiempo, llevando a que su uso no lo haga necesariamente desaparecer lo cual dificulta el control y determinación de su consumo. Esto motiva, además, que, como producto ofertado, se pueda mantener en el mercado de forma indefinida compitiendo con otros más novedosos.

También hay que tener en cuenta que ante el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, éste es un producto que se copia y se distribuye internacionalmente con rapidez y bajo coste, en definitiva, con gran facilidad.

Con todo ello, las actividades del sector audiovisual pueden ser agrupadas bajo dos prismas diferentes, por una parte en virtud de las características del producto y por otra según el lugar que ocupa en la cadena productiva del mismo.

---

8.- Son considerados bienes de no mercado aquéllos con los que "no se comercia en un mercado organizado, esto es, donde la compraventa de artículos no muestra las preferencias de los consumidores y donde no se fija un precio competitivo" (Sanz, J. A. y Castro, R., 2001:2-3).



Fuente: Elaboración propia – Martí, F.P. y Muñoz, C., 1996.

Los sectores industriales de alta tecnología alimentan las posibilidades de expansión de las actividades audiovisuales del mismo modo que éstas se constituyen como mercado potencial de los primeros.

Para delimitar el estudio de las oportunidades de empleo de la industria audiovisual en Andalucía, sus características, tendencias y perspectivas se estima oportuno focalizar el análisis en el ámbito referido a las actividades de servicios, esto es, producción de contenidos, provisión de servicios y transmisión-emisión-distribución. Evidentemente, dichos servicios están asociados a los cinco productos considerados: cinematográfico, televisivo, radiofónico, videográfico y multimedia.

Asimismo, es importante considerar que, para el objeto del estudio, debe prevalecer la consideración del audiovisual como industria, como actividad y motor de desarrollo económico sostenido en la cultura, el conocimiento y el ocio.

## 2.2. El audiovisual como sector económico

### 2.2.1. Aproximación al audiovisual como sector económico

La consideración del producto audiovisual como bien cultural hace necesario que haya que tener en cuenta que la separación histórica entre Cultura y cualquier interpretación productiva de la misma ha ejercido y ejerce, en determinados casos, un cierto freno hacia su desarrollo económico.

No obstante, la realidad está cambiando. En primer lugar, debido al creciente interés que despierta la Cultura y, dentro de ésta, aquélla que se asocia a todo tipo de producción audiovisual. De hecho, el impacto de las Industrias Culturales en el PIB andaluz es muy significativo pasando de representar el 1% en 1993 a situarse en el 2005 en el 5,7% (Consejería de Cultura, 2007). Y, en segundo lugar, tal y como se decía en el apartado anterior, por la cada vez mayor vinculación de la producción audiovisual como *input* de un amplio abanico de actividades productivas.

Por otra y a nivel estatal, el sector de radio y televisión ocupa el segundo puesto en cuanto a la participación en el PIB de las actividades culturales (19,2%), seguido del cine y vídeo (12%). El PIB de la radio y televisión ha crecido en los últimos cuatro años al ritmo de 7,7%, lo que supone una de las tasas más elevadas de los sectores que componen al cultural, mientras que las actividades de cine y vídeo han crecido a un 5%, ritmo inferior incluso a la media marcada por el sector cultural (Ministerio de Cultura, 2006:118).

### 2.2.2. Delimitación económica del sector audiovisual

Siguiendo la delimitación propuesta para el sector objeto de análisis y atendiendo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE - 93), con ciertas limitaciones, el audiovisual como sector económico responde a las actividades que se muestran a continuación en el Cuadro 4.

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), asociado a la innovación tecnológica en la distribución, emisión y recepción de contenidos audiovisuales, el incremento de la demanda mundial de productos audiovisuales y la extensión de la cultura de la imagen, son factores que han contribuido a su vez, a la creación de amplias expectativas para la Industria Audiovisual.

Fuentes consultadas (PricewaterhouseCoopers, 2006)<sup>9</sup> consideran que el mercado audiovisual español crecerá una media anual del 6,5% hasta 2010, destacando los crecimientos anuales medios previstos para la televisión (19,5%) Internet (15%) y los videojuegos (9,4%), en su mayoría efectos de la consolidación de los medios de difusión convencionales, y el desarrollo de nuevos como la IPTV<sup>10</sup>.

9.- Consultado en la página web de PricewaterhouseCoopers (2006), véase bibliografía.

10.- Internet Protocol Television (IPTV) nombre con el que se denomina un nuevo sistema de distribución por suscripción de señales de televisión y/o vídeo usando conexiones de banda ancha sobre el protocolo IP.

#### Cuadro 4. Actividades audiovisuales en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93) (\*)

##### ACTIVIDADES CINEMATOGRAFÍCAS Y DE VÍDEO. CNAE 921

Producción cinematográfica y de vídeo. CNAE 9211

Distribución de películas. CNAE 9212

Exhibición de películas. CNAE 9213

##### ACTIVIDADES DE RADIO Y TELEVISIÓN. CNAE 922

Actividades de Radio y Televisión. CNAE 9220

##### ACTIVIDADES DE PUBLICIDAD. CNAE 744 (\*\*)

(\*) Los Servicios Multimedia no tienen correspondencia en la CNAE-93.

(\*\*) Hay que reconocer que las actividades de publicidad computan en parte servicios que no tienen por qué ser específicamente audiovisuales, si bien, la cada vez mayor presencia de usos de lo audiovisual en dicha actividad hace que sea recomendable incluirlo.

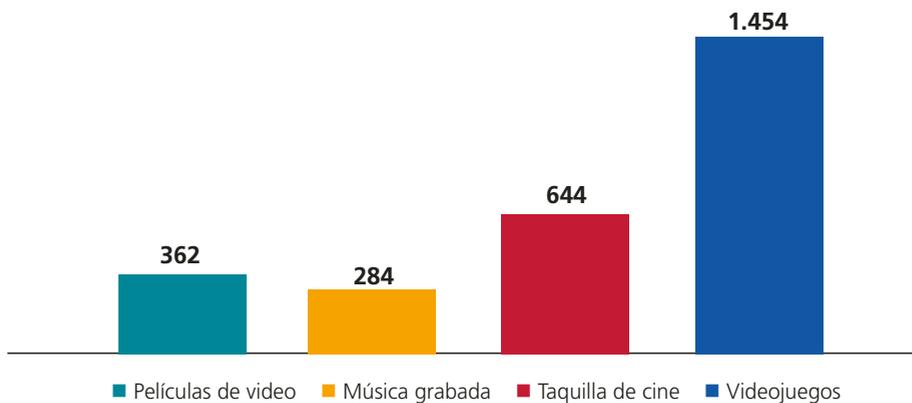
Fuente: Elaboración propia.

Este pronóstico tan favorable se refuerza al observar la Encuesta Anual de Servicios elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) correspondiente al año 2006 (publicada en 2008). Según los datos aportados por ésta, el volumen de negocio generado por el sector español de servicios audiovisuales ascendió, en 2006, a 29.484 millones de euros, cifra que representa un crecimiento del 24,77% con relación a 2002.

Por otro lado, ante la falta de datos estadísticos relativos al subsector multimedia es preciso mencionar algunos datos cuantitativos al respecto dada la relevancia económica que posee dicho subsector.

Según los datos publicados por la Asociación de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe) en su Anuario 2007, el consumo de la industria española de videojuegos alcanzó los 1.454 millones de euros en el ejercicio 2007. Así, la facturación de la industria del videojuego fue la más alta de las denominadas de ocio audiovisual e interactivo en España, con

**Gráfico 7. Estimación del consumo audiovisual interactivo en España, 2007**



Fuente: Elaboración propia. ADESE 2007

\*Datos económicos: Millones de euros

el 54% del total, seguida por la de la taquilla de cine, con 644 millones de euros, la de las películas de vídeo, con 362 millones de euros y la de la música grabada, con 284 millones de euros.

A tenor de la información disponible<sup>11</sup>, es posible concluir que la industria audiovisual como sector económico ha mostrado un gran dinamismo en los últimos años, y las previsiones para un futuro próximo auguran, cuanto menos, una evolución similar.

## 2.3. El empleo en el sector audiovisual

### 2.3.1. Consideraciones previas

Los elementos que conforman el ámbito audiovisual son de especial relevancia en la configuración del marco socioeconómico del mundo actual.

La industria audiovisual mantiene una constante evolución y crecimiento, origina nuevas líneas de negocio, genera empleo y, a su vez, proporciona identidades culturales, y las expresa y desarrolla en diferentes ámbitos, como pueden ser los nuevos sectores de enseñanza o los nuevos modos de exhibición o distribución.

El proceso de elaboración del producto audiovisual, la organización productiva que requiere, los medios técnicos y la cualificación profesional que incorpora aportan información acerca de cómo se configura el mercado laboral en torno a la industria audiovisual.

11.- Se ha de tener en cuenta que la información estadística disponible no resulta siempre homogénea, debido, entre otras cosas, a la delimitación del sector realizada por cada una de las fuentes consideradas.

La pauta en el sector audiovisual la marca fundamentalmente una realidad latente: el vertiginoso y constante cambio a que la somete la Sociedad de la Información y las nuevas tecnologías en las que se expresa.

A su vez, esta intervención de las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial posibilita la convergencia de los múltiples subsectores que integran la industria audiovisual y permite a las empresas del sector dar respuesta a las diferentes demandas de cada actividad a desarrollar.

### 2.3.2. Los perfiles profesionales del sector audiovisual

La transformación instaurada por las nuevas tecnologías en el desarrollo de la actividad productiva afecta a las instancias de corte laboral y a la concreción de los perfiles profesionales del sector audiovisual.

Además, hay que señalar que la coyuntura económica global a que dio origen la *nueva economía*<sup>12</sup> repercute notoriamente en las instancias de corte laboral.

Las transformaciones de los procesos productivos, como la externalización de ciertas actividades productivas, hacen que las empresas demanden nuevos perfiles ajustados a la especificidad de cada trabajo, siendo la especialización y la polivalencia demandas “contrapuestas” pero simultáneas en las empresas.

En esta realidad descrita en que se desarrolla la industria audiovisual, es necesario realizar un replanteamiento de las estructuras organizacionales y del perfil de las y los profesionales. Resulta difícil poder establecer una estructura a la que se ajusten las empresas del sector audiovisual, en especial porque mayoritariamente son micro empresas y/o pequeñas empresas, el prototipo de *empresa flexible o empresa acordeón* que busca adaptarse con rapidez y eficiencia a la demanda del mercado.

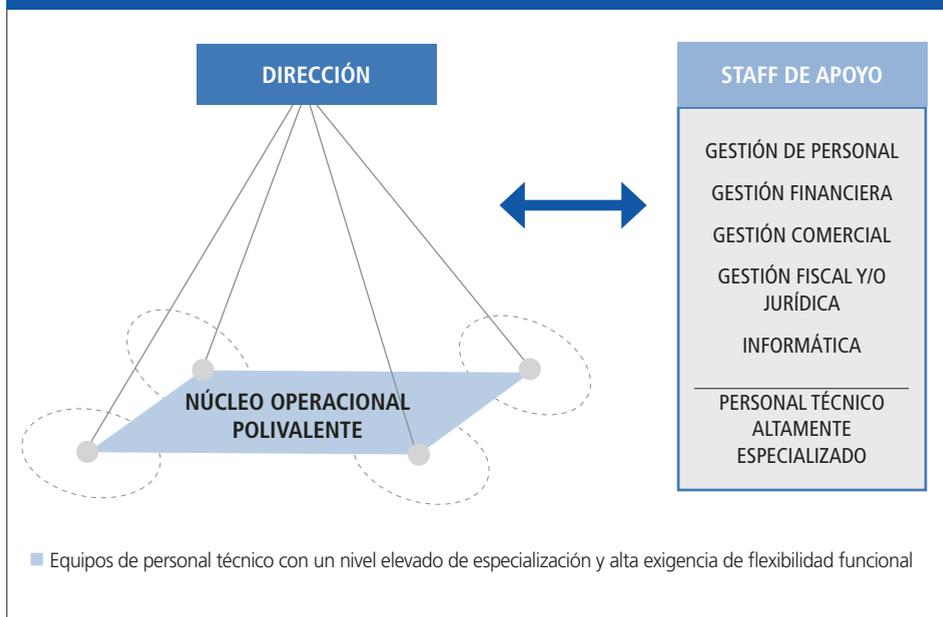
“El perfil predominante es el de un técnico multimedia, con superposición de funciones y tareas más allá de la competencia profesional específica, lo que genera un desajuste entre la categoría profesional y las ocupaciones que realmente se llevan a cabo” (Labour Asociados, 2006:10).

Pese a todo, es conveniente delimitar alguna parcela de la realidad del empleo generado por las empresas del sector audiovisual y clasificar las ocupaciones propias del mismo. La adecuación del mundo empresarial audiovisual a la Clasificación Nacional de Ocupaciones<sup>13</sup> (CNO-94), origina la siguiente ordenación de los distintos puestos de trabajo:

12.- Por nueva economía se entiende “la situación existente en algunos países desarrollados en la década de los noventa caracterizada por un crecimiento del empleo y la producción, sin existencia de inflación, motivada por la extensión del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a las actividades económicas “tradicionales”, provocando aumentos en la productividad y mejoras en la competitividad” (Román C. y Bueno, C. 2004:43).

13.- La Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-94), realizada por el Instituto Nacional de Estadística, tiene como objetivo garantizar el tratamiento uniforme de los datos estadísticos sobre ocupaciones en el ámbito nacional, así como su correspondencia en el ámbito internacional y comunitario.

**Figura 7. Estructura ocupacional de la industria audiovisual**



#### PRODUCCIÓN

- Productor/a, Jefe/a, Secretario/a, Ayudante, Auxiliar
- Jefe/a de redacción, Redactor/a, Documentalista, Asesor/a, Guionista, Adaptador/a de textos, Ayudante-auxiliar de redacción

#### REALIZACIÓN

- Director/a, Realizador/a, Regidor/a, Ayudante de realización / dirección, Auxiliar, Mezclador, Script, Dirección de casting
- Jefe/a eléctricos, Iluminador/a, Operador eléctrico
- Director/a de fotografía, Operador/a steady-cam, Operador/a foto-fija, Ayudante de cámara, Maquinista
- Jefe/a de sonido, Operador-Ayudante-Auxiliar de sonido, Adaptador/a musical, Locutor/a

#### POST-PRODUCCIÓN

- Operador/a de postproducción, Infografista, Diseñador/a gráfico, Ayudante de grafismo, Técnico efectos especiales, Técnico en animación, Montador/a cine o vídeo, Técnico tele-cine, Técnico de laboratorio, Técnico de doblaje, Editor de audio

#### EMISIÓN

- Director/a de programación, Operador/a de audio-vídeo, Operador/a de comunicación, Ajustador/a de emisoras, Operador/a de estación emisora

#### SERVICIOS AUXILIARES

- Director/a de arte-escenógrafo/a, Decorador/a, Ayudante de Decoración, Attrezzista, Ambientador, Peluquero/a, Maquillador/a, Caracterizador, Figurinista, Sastre

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 4. Correlación de ocupaciones del audiovisual con la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-94)**

| ÁREA PROFESIONAL DE PRODUCCIÓN      |           |  |  |
|-------------------------------------|-----------|--|--|
| UNIDAD DE PRODUCCIÓN                | Ocupación | Productor/a – Productor/a ejecutivo/a    | 1129.010.0 – Productor de radio, cine, televisión, teatro y/o espectáculos                         |
|                                     |           | Director/a / Jefe de producción          | 2515.015.5 – Director de representaciones en radio y TV  |
|                                     |           | Secretario/a de producción               | 3411.001.0 – Secretario, en general  |
|                                     |           | Ayudante - Auxiliar de producción        | 2515.018.2 – Ayudante de dirección de cine<br>2515.019.1 – Ayudante de realización de espectáculos |
|                                     |           | Coordinador/a de producciones multimedia | 3041.026.4 – Técnico en audiovisuales (imagen y sonido)  |
| UNIDAD DE REDACCIÓN Y DOCUMENTACIÓN | Ocupación | Jefe/a de redacción - Redactor/a         | 2511.013.5 – Redactor de prensa, radio y televisión  |
|                                     |           | Documentalista – Asesor/a                | 2522.002.5 – Documentalista  |
|                                     |           | Guionista – Adaptador/a de textos        | 2511.002.3 – Escritor / adaptador de guiones de cine, radio y televisión                           |
|                                     |           | Ayudante – Auxiliar de redacción         | 2511.018.0 – Secretario de redacción   |
|                                     |           |  |  |
| ÁREA PROFESIONAL DE REALIZACIÓN     |           |  |  |
| UNIDAD DE REALIZACIÓN               | Ocupación | Director/a – Realizador/a                | 2515.007.0 – Director / Realizador de cine   |
|                                     |           | Regidor/a                                | 2515.017.3 - Regidor de espectáculos   |
|                                     |           | Ayudante / Auxiliar de realización       | 2515.018.2 – Ayte. de dirección de cine<br>2515.019.1 – Ayte. de realización de espectáculos       |
|                                     |           | Mezclador/a                              | 2511.017.1 – Montador de programas   |
|                                     |           | Ayte. continuidad de guión (script)      | 2515.020.3 – Secretario de rodaje  |
|                                     |           | Director/a de casting                    | Sin correspondencia  |
|                                     |           | Ayudante de casting                      | Sin correspondencia  |
|                                     |           |  |  |

ÁREA PROFESIONAL DE REALIZACIÓN

|                       |           |                                      |                          |  |
|-----------------------|-----------|--------------------------------------|--------------------------|--|
| UNIDAD DE ILUMINACIÓN | Ocupación | Jefe/a de eléctricos – Luminotecnia  | Código y descripción CNO | 2515.007.0 – Director / Realizador de cine                       |
|                       |           | Iluminador/a                         |                          | 3023.015.2 – Técnico de iluminación de teatro, cine y televisión |
|                       |           | Operador/a eléctrico de luminotecnia |                          | 3023.015.2 – Luminotécnico                                       |
| UNIDAD DE CÁMARA      | Ocupación | Director/a de fotografía             | Código y descripción CNO | 2515.008.9 – Director de fotografía                              |
|                       |           | Operador/a de steady-cam – cámara    |                          | 3041.030.5 – Operador de cámara (Cine, televisión y/o vídeo)     |
|                       |           | Operador/a de foto fija              |                          | 3041.001.5 – Fotógrafo, en general                               |
|                       |           | Ayudante de cámara – foquista        |                          | 3041.028.6 – Foquista de rodaje de películas                     |
|                       |           | Operador/a de material maquinista    |                          | 3042.008.9 – Operador de equipos de imagen y luminotecnia        |
| UNIDAD DE SONIDO      | Ocupación | Jefe/a de sonido                     | Código y descripción CNO | 2515.009.8 – Director de sonido                                  |
|                       |           | Operador/a de sonido                 |                          | 3041.009.3 – Operador de equipos de sonido                       |
|                       |           | Ayudante – auxiliar de sonido        |                          | Sin correspondencia  |
|                       |           | Ambientador/a de sonido              |                          | 3041.011.2 – Montador musical de efectos sonoros                 |
|                       |           | Adaptador/a musical                  |                          | 2513.006.5 – Adaptador musical                                   |
|                       |           | Locutor/a                            |                          | 3542.001.3 – Locutor de radio y TV                               |
| UNIDAD DE ARTE        | Ocupación | Escenógrafo/a – Director/a de arte   | Código y descripción CNO | 3541.023.4 – Escenógrafo   |
|                       |           | Decorador/a                          |                          | 3541.002.9 – Decorador de cine, televisión y teatro              |
|                       |           | Ayudante de decoración               |                          | 8280.002.2 – Jefe de equipo de montadores                        |
|                       |           | Attrezzista – Ambientador/a          |                          | 3541.024.3 – Attrezzista   |
|                       |           | Escenógrafo/a – Director/a de arte   |                          | 5130.006.2 – Peluquero   |

| ÁREA PROFESIONAL DE POST-PRODUCCIÓN |           |   |  |
|-------------------------------------|-----------|---|--|
| UNIDAD DE POST-PRODUCCIÓN           | Ocupación | Operador/a de post-producción               | Sin correspondencia  |
|                                     |           | Infografista                                | 3041.023.1 – Infografista de televisión, cine y vídeo  |
|                                     |           | Diseñador/a gráfico 2D – 3D                 | 3541.009.2 – Diseñador gráfico   |
|                                     |           | Ayudante de grafismo                        | 3541.009.2 – Diseñador gráfico   |
|                                     |           | Técnico efectos especiales                  | Sin correspondencia  |
|                                     |           | Técnico en animación                        | Sin correspondencia  |
|                                     |           | Montador/a de vídeo                         | 3041.020.2 – Montador de vídeo   |
|                                     |           | Montador/a de cine                          | 7724.010.7 – Montador de películas cinematográficas en laboratorio                                     |
|                                     |           | Técnico de tele-cine                        | 3041.021.1 – Técnico en vídeo-tape   |
|                                     |           | Técnico de laboratorio                      | 3041.027.5 – Técnico de laboratorio foto/cine  |
|                                     |           | Técnico de doblaje                          | 3041.015.6 – Técnico y/o ajustador de doblaje  |
|                                     |           | Doblador/a                                  | 2515.003.4 – Actor de doblaje  |
|                                     |           | Ajustador/a de doblaje – editor/a de audio  | 2511.020.1 – Adaptador de diálogos de doblaje  |
| ÁREA PROFESIONAL DE EMISIÓN         |           |   |  |
| UNIDAD DE EMISIÓN                   | Ocupación | Director /a de programación                 | 1129.009.8 - Director de programación en radio y televisión<br>2515.016.4 – Realizador de espectáculos |
|                                     |           | Operador/a técnico de audio-video           | 3042.007.8 – Técnico de mantenimiento de señal en TV y vídeo   |
|                                     |           | Operador/a de comunicación                  | 3042.007.8 – Técnico de mantenimiento de señal en TV y vídeo   |
|                                     |           | Electrónico (ajustador/a de emisoras de TV) | 3024.011.9 – Técnico de mantenimiento electrónico  |
|                                     |           | Operador/a de equipos de estación emisora   | 3042.007.8 – Técnico de mantenimiento de señal en TV y vídeo   |

Fuente: Elaboración propia. Tea Cegos, 2007

### 2.3.3. Incidencia de la *nueva economía* en el empleo audiovisual

No obstante, hay que tener en cuenta que la especificidad productiva del sector audiovisual, junto a los reajustes organizativos de la nueva economía, rompen la rigidez de la anterior estructura presentada. Además, se ha de tener presente que el cambio tecnológico resulta decisivo en la transformación y configuración de los puestos de trabajo.

Las estrategias de flexibilidad en el trabajo, en especial la funcional, reinventan las organizaciones, en las que los puestos de dirección o el personal de apoyo, con frecuencia, componen la base del personal técnico, con la salvedad de las grandes empresas, como ocurre en el caso de las cadenas de televisión autonómicas. De este modo, se les exige a las empresas que sus estructuras sean flexibles en lo que se refiere al flujo de trabajo, la especificidad de cada producción y la eficiencia desde el punto de vista de los costes.

En Andalucía, se mantiene esta tendencia de los mercados nacionales e internacionales que implica una nueva definición de los perfiles profesionales buscados por los empleadores del audiovisual.

Los perfiles de los profesionales del sector audiovisual requieren cada vez más de su polivalencia para poder realizar diferentes funciones técnicas y para manejar diferentes tecnologías y sistemas de última generación. Por ello, cuando se selecciona a un/a profesional del sector, son consideradas esenciales tanto su formación como su experiencia y su capacidad de reciclaje formativo continuado.

La flexibilidad laboral y la polivalencia son exigencias esenciales en el sector audiovisual que, junto con la creatividad y la especialización en el trabajo, originan el surgir continuo de nuevas demandas del mercado y nuevos perfiles profesionales.

En ese perfil técnico deseado converge una doble dualidad. Por un lado, la especialización en tareas específicas frente a la polivalencia en la globalidad de la actividad. Por otro, la exigencia de un amplio bagaje profesional, versus la falta de experiencia en un sector que se caracteriza por la juventud de su fuerza de trabajo.

Así, los nuevos perfiles establecen un desajuste muy claro entre los y las profesionales que hay en el mercado y las nuevas exigencias de las categorías profesionales. Este panorama está impuesto, sobre todo, por las innovaciones tecnológicas y por los nuevos motores económicos, como son la Televisión Digital Terrestre, las televisiones locales o los nuevos canales de televisión y vídeo (los servicios para la telefonía móvil o los sitios web, por ejemplo).

### 2.3.4. Descentralización y externalización productivas y empleo audiovisual

Un aspecto a considerar en el sector audiovisual es la relevancia de la descentralización productiva y de la externalización<sup>14</sup> por su repercusión en la conformación de la propia dinámica estructural del tejido empresarial y profesional de este ámbito productivo. Ambos aspectos, características fundamentales de las nuevas formas de organización del trabajo de la *nueva economía*, se constituyen como estrategias flexibilizadoras notoriamente eficaces del actual modelo productivo.

Este creciente fenómeno permite a las empresas reducir costes, entre ellos, los de corte laboral, ajustando la disponibilidad de personal en función de la demanda productiva, originando un mer-

14.- "Uno de los procesos que ha caracterizado las mutaciones productivas implantadas en las empresas en las dos últimas décadas ha sido la continua externalización de fases del proceso productivo hacia el exterior de las empresas, que subcontratan hacia otras empresas procedimientos de fabricación que anteriormente realizaban internamente (...) A partir de las dominantes y habituales experiencias de subcontratación se pueden explicar estos procesos de externalización como una *intensa división del trabajo entre empresas*, en las que se construyen redes de subcontratación diseminadas por los territorios, a niveles locales y mundiales" (Vidal, F., 2006:389).



cado laboral que fluctúa conforme lo hacen las variaciones de la producción. Todo lo anterior lleva a considerar la importancia que tiene la externalización en los procesos productivos audiovisuales y la relevancia que adquiere en las dinámicas del mercado laboral del sector.

La flexibilidad de estas empresas es fundamental en las series productivas de corta duración propias del audiovisual que, en ocasiones, no facilitan la existencia de empresas de mayor tamaño. Sin embargo, esta reducida dimensión, característica en el ámbito del audiovisual andaluz, puede que no les permita ajustarse al continuo cambio de las tendencias productivas y los hábitos de consumo propios de la actualidad.

Como consecuencia, la oferta de mano de obra del medio no mantiene una actividad laboral continua, está sujeta a picos de producción (retransmisiones deportivas, eventos puntuales...) o a producciones de duración determinada (series televisivas, agotamiento hacia interés de ciertos contenidos...). Una parte importante de los empleos que se generan en las actividades audiovisuales está cada vez más afectada por la falta de estabilidad y de condiciones laborales óptimas. Esta tendencia puede extenderse, sobre todo en los puestos productivos no directivos, donde la competencia profesional de la fuerza laboral se estima tanto en la formación como en la adecuación a esas nuevas exigencias.

Por otro lado, la segmentación de la producción y concretización de la misma facilita la especialización de la inversión tecnológica y las micro, pequeñas o medianas empresas del audiovisual andaluz pueden beneficiarse de la exclusividad de estas oportunidades de negocio, si bien es cierto que los recursos que pueden destinar a la incorporación de innovación tecnológica son a menudo insuficientes, lo que produce el estancamiento en innovación y desarrollo tecnológico en el sector.

Por último, también hay que tener en cuenta que en la producción audiovisual la innovación tecnológica interviene limitando los recursos, ya que invertir en tecnología requiere o necesita de la reducción de costes en otras parcelas.

### 2.3.5. La mujer en el mercado de trabajo del sector audiovisual

En el sector audiovisual, si bien no comprende actividades de carácter tradicional en los que se "hereda" una masculinización ocupacional, como pudieran ser los sectores primarios o, incluso, determinados del secundario y terciario, existen ciertos vestigios de desigualdad.

A pesar de que la proporción de mujeres con estudios avanzados en áreas asociadas al audiovisual es superior a la de los hombres<sup>15</sup>, la participación de ambos sexos en el mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz aún no es igualitaria.

Las oportunidades que se les otorga a los/as egresados/as en forma de prácticas remuneradas o, incluso, las condiciones laborales de los empleos no atienden a un trato igualitario en cuestión de género hacia la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual. En este sentido, los datos arrojados por la Encuesta Anual de Servicios-INE a 30/09 de 2006 muestran una presencia mayoritaria de la mujer en el empleo remunerado eventual, mientras los hombres copan los empleos

15.- Según el Instituto Nacional de Estadística, en España el número de mujeres que finalizó sus estudios en materias audiovisuales a lo largo del año 2006 fue cercano a un 30% superior al número de hombres que se tituló en esta misma rama.

remunerados fijos y los no remunerados (caso de las prácticas formativas)<sup>16</sup>, con los que mayoritariamente se accede al mercado de trabajo del sector.

La consideración del audiovisual como uno de los denominados nuevos *yacimientos de empleo*<sup>17</sup> permite pensar en una mejora del mercado de trabajo de este sector. En este sentido, parece lógico esperar que esos nuevos yacimientos sean una oportunidad de empleo femenino.

Los nuevos yacimientos de empleo tienen la función de resolver una doble problemática, por un lado, paliar el desempleo y, por otro, cubrir unas necesidades sociales parcialmente atendidas o sin atender. Es por esto que los esfuerzos en política de empleo deben de considerar estas manifiestas diferencias en la participación de hombres y mujeres en el mercado de trabajo audiovisual.

El objetivo es evitar que estas diferencias se agudicen y eliminar así el riesgo de que se incremente la brecha existente en cuanto a oportunidades de acceso, permanencia y condiciones laborales entre ambos sexos.

## 2.4. El sector audiovisual en España

### 2.4.1. Principales magnitudes

La industria audiovisual ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, España es un claro ejemplo de dicha expansión. Según la Encuesta Anual de Servicios publicada por el INE en el año 2008 y cuyo último dato se refiere al año 2006, el sector audiovisual español, con 32.909 empresas, empleaba a 189.467 personas y generaba un volumen de negocio de 29.484.687 euros.

**Tabla 5. Principales magnitudes de la industria audiovisual en España, 2006**

| Principales magnitudes  |            |
|---|------------|
| Número de empresas  | 32.909     |
| Volumen de negocio  | 29.484.687 |
| Valor de la producción  | 14.451.403 |
| Valor añadido al coste de los factores                              | 7.669.276  |
| Personal ocupado el 30-09   | 189.467    |
| Principales ratios  |            |
| Tamaño medio empresarial *  | 5,76       |
| Productividad por asalariado (euros) **                             | 40.478     |
| Tasa de valor añadido (%) ***                                       | 53,06      |
| * Tamaño medio empresarial: Personal ocupado / número de empresas   |            |
| ** Productividad por asalariado: VAB cf / número medio de ocupados. |            |
| *** Tasa de valor añadido: VAB cf / valor de la producción.         |            |

Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE- Encuesta Anual de Servicios.

NOTA: Datos económicos en Miles de euros.

16.- Véase apartado 2.4.4 Mercado de Trabajo de la presente publicación.

17.- El término *nuevos yacimientos de empleo* se presenta por primera vez en 1993 en el *Libro Blanco Crecimiento, Competitividad y Empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI*. Estos NYE han sentado las bases de las posteriores políticas de empleo emprendidas por los países miembros de la Unión Europea.

En cuanto a la evolución registrada por las principales variables disponibles de la industria audiovisual, se observa un crecimiento continuado a lo largo de los últimos seis años que implica incrementos considerables en sus cifras, muestra del dinamismo que ha venido caracterizando al sector.

#### A. Evolución

En este sentido, cabe destacar el crecimiento experimentado por el número de empresas audiovisuales, cuya tasa de variación entre los años 2000 y 2006 es superior a la de las restantes variables analizadas. El número de empresas que operaban en el sector creció en esta etapa más de un 50%.

| Tabla 6. Evolución de las principales magnitudes económicas de la industria audiovisual en España, 2000-2006 |                |                  |                    |                           |
|--|----------------|------------------|--------------------|---------------------------|
|  |                | Sector Servicios | Sector Audiovisual | % Audiovisual / Servicios |
| Número de empresas   | 2000           | 911.867          | 21.634             | 2,37%                     |
|  | 2002           | 1.076.184        | 23.245             | 2,16%                     |
|  | 2004           | 1.187.232        | 27.078             | 2,28%                     |
|  | 2006           | 1.319.244        | 32.909             | 2,49%                     |
|  | △▽%<br>2000-06 | 44,67%           | 52,12%             | -                         |
| Volumen de negocio   | 2000           | 269.815.995      | 24.537.153         | 9,09%                     |
|  | 2002           | 331.549.291      | 23.631.468         | 7,13%                     |
|  | 2004           | 394.481.280      | 25.714.308         | 6,52%                     |
|  | 2006           | 477.784.836      | 29.484.687         | 6,17%                     |
|  | △▽%<br>2000-06 | 77,07%           | 20,16%             | -                         |
| Personal ocupado el<br>30-09   | 2000           | 3.835.783        | 169.608            | 4,42%                     |
|  | 2002           | 4.647.672        | 157.964            | 3,40%                     |
|  | 2004           | 5.218.647        | 171.677            | 3,29%                     |
|  | 2006           | 5.903.828        | 189.467            | 3,21%                     |
|  | △▽%<br>2000-06 | 53,91%           | 11,7%              | -                         |

Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE- Encuesta Anual de Servicios.

Por su parte, el volumen de negocio mostró gran actividad en el periodo de referencia, en el que aumentó un 20,16%, tasa que se traduce en unos ingresos del sector que superaron en el año 2006 los 29 millones de euros. Lógicamente, la buena salud del sector supuso una mejora cuantitativa de su mercado de trabajo, cuya cifra de ocupados/as aumentó por encima del 10%.

#### B. Participación del sector audiovisual en el sector servicios

Según la Encuesta Anual de Servicios del INE referida al año 2006, el sector audiovisual<sup>18</sup> absorbe el 6,17% del volumen de negocio generado por el sector servicios, y sus empresas emplean al 3,21% del personal ocupado por el total de empresas terciarias.

18.- Atendiendo a la delimitación inicial realizada. CNAE 921, 922, y 744.

No obstante, estos datos (ver tabla anterior) suponen una disminución de la participación de la industria audiovisual en el conjunto del sector servicios español, cuya tasa de crecimiento del **volumen de negocio** ha superado más de tres veces la arrojada por el sector audiovisual.

Sin embargo, la representatividad de las **empresas audiovisuales** ha ganado peso en el conjunto del sector durante el periodo 2000-2006. El crecimiento del número de empresas dedicadas a la actividad audiovisual se sitúa 7 puntos por encima del crecimiento mostrado por el global del sector servicios.

### C. Participación en el sector de las telecomunicaciones

Según los últimos datos publicados por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en su Informe Anual 2007, los servicios audiovisuales, junto al acceso a Internet y las comunicaciones móviles, son los principales motores de crecimiento que explican el incremento experimentado por el sector de las telecomunicaciones en el último año.

Concretamente, los ingresos de los servicios audiovisuales en este ámbito ascendieron a 5.768 millones de euros, lo que supuso un aumento significativo de los ingresos por servicios audiovisuales (7,9%), empujados, sobre todo, por la partida correspondiente a la publicidad emitida en televisión.

En cuanto a las cifras de empleo, el número de empleos directos en el sector de las telecomunicaciones a finales de 2007 fue de 85.018, siendo la participación del segmento audiovisual un 29 % sobre el total de dicha cifra. Estos datos implican el aumento de la representatividad del empleo generado por los servicios audiovisuales respecto al sector de las telecomunicaciones en el año 2002, donde representaban el 25,7% del mismo.

Las oportunidades y los nuevos modelos de negocio se asocian a la cada vez más estrecha relación existente entre las telecomunicaciones y el sector audiovisual y, a su vez, con el entorno de la informática. Como se viene demostrando, el intercambio y la actualización de conocimientos, así como las relaciones profesionales entre ellos, se realiza en un ámbito en el que las fronteras de estos sectores desaparecen para reinventarse como uno solo.

## 2.4.2. La industria audiovisual por subsectores

Es conveniente analizar comparativamente la aportación que las diferentes actividades que componen la industria audiovisual realizan a la misma, en cuanto a volumen de empresas, empleo y negocio se refiere.

Tal y como se observa en la siguiente tabla, la publicidad es la actividad que mayor volumen de negocio significa en el sector audiovisual seguida, con notable distancia, de la radio y televisión. De los 29.484.687 euros que ingresaba la industria audiovisual en España en el año 2006, el 60,39% correspondía al volumen de negocio aportado por la publicidad.

**Tabla 7. Principales magnitudes económicas de los subsectores que componen el sector audiovisual español, 2006**

|  | Número de Empresas |             | Volumen de Negocio |             | Personal Ocupado el 30/09 |             |
|--|--------------------|-------------|--------------------|-------------|---------------------------|-------------|
|  | Nº                 | %           | Nº                 | %           | Nº                        | %           |
| <b>Total Sector Audiovisual<br/>CNAE:921+922+744</b> | <b>32.909</b>      | <b>100%</b> | <b>29.484.687</b>  | <b>100%</b> | <b>189.467</b>            | <b>100%</b> |
| Actividades cinematográficas y de vídeo. CNAE: 921   | 5.841              | 17,75%      | 4.268.712          | 14,48%      | 32.224                    | 17,01%      |
| Actividades de radio y televisión. CNAE:922          | 2.011              | 6,11%       | 7.408.712          | 25,13%      | 44.943                    | 23,72%      |
| Publicidad. CNAE:744                                 | 25.057             | 76,14%      | 17.807.263         | 60,39%      | 112.300                   | 59,27%      |

Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE- Encuesta Anual de Servicios.

Asimismo, en lo que a número de empresas se refiere, de nuevo es la publicidad la que, como actividad principal, absorbe la mayor parte de éstas, representando en este mismo año el 76,14% de las empresas dedicadas a actividades del sector audiovisual.

En términos de personal ocupado, la distribución subsectorial se observa algo más equilibrada, aunque siga siendo protagonizada por el negocio de la publicidad, en tanto que emplea a algo más la mitad de la población ocupada del sector audiovisual.

Por último, es preciso mencionar comparativamente los datos de las actividades cine y video, y radio y televisión, ya que el volumen de negocio de esta última duplica prácticamente al de las empresas dedicadas al cine y vídeo, pese a que el número de empresas de esta última es casi tres veces superior al de las que trabajan en el subsector de la radio y televisión.

### 2.4.3. Caracterización del tejido empresarial

En este análisis previo a la presentación de los resultados del trabajo de campo, es conveniente hacer una breve referencia a la **distribución geográfica** del tejido empresarial audiovisual, pues ejerce notable influencia en la configuración del sector.

En la industria audiovisual existe una clara concentración territorial motivada, en primer lugar, por la existencia o no de televisiones autonómicas en las distintas regiones y la antigüedad de las mismas y, en segundo lugar, por la influencia de la radio-televisión estatal, mayoritariamente concentrada en la Comunidad de Madrid y en Barcelona.

Según los datos de 2008 recogidos en el Directorio Central de Empresas, DIRCE<sup>19</sup>, del Instituto Nacional de Estadística, más de la mitad de las empresas audiovisuales españolas se localizan en

19.- El DIRCE, como fuente estadística, dispone de datos relativos al tejido empresarial de 2008, más actuales que los utilizados hasta el momento.

Madrid y Cataluña (el 31,8% y el 21,3% de las empresas, respectivamente). En Madrid y Barcelona, destaca el alto volumen de producción audiovisual, sobre todo cinematográfica y en otras zonas de España, como Andalucía, la realización de publicidad.

En lo que se refiere a la **composición del tejido empresarial**, atendiendo a los datos publicados en el DIRCE, la forma jurídica mayoritariamente adoptada por las empresas del sector audiovisual español en 2008 es "Responsabilidad Social Limitada" (59,29%), seguida de "Personas físicas" (28,83%) y con escasa participación de las "Sociedades Anónimas" (5,58%).

Esta caracterización no difiere de forma significativa de la que describe, en líneas generales, a los subsectores de la industria audiovisual, pese a que las empresas de radio y televisión, en su mayoría optan por constituirse como "Sociedad Limitada", aproximadamente 2 de cada 10 empresas se inclinan por la condición de "Sociedad Anónima". De esta forma, se observa entre las empresas dedicadas a las actividades de radio y televisión una distribución con cierto distanciamiento respecto a la media del conjunto del sector.

**Tabla 8. Distribución de las empresas de la industria audiovisual en España, 2008.**

|  | Personas Físicas |        | Sociedades Anónimas |        | Sociedad de Responsabilidad Limitada |        | Otras formas jurídicas |       |
|--|------------------|--------|---------------------|--------|--------------------------------------|--------|------------------------|-------|
|  | Nº               | %      | Nº                  | %      | Nº                                   | %      | Nº                     | %     |
| Total Sector Audiovisual<br>CNAE:921+922+744         | 11.697           | 28,83% | 2.265               | 5,58%  | 24.034                               | 59,25% | 2.570                  | 6,34% |
| Publicidad<br>CNAE:744                               | 10.066           | 32,77% | 1.220               | 3,97%  | 17.523                               | 57,05% | 1.906                  | 6,21% |
| Actividades cinematográficas y de vídeo<br>CNAE: 921 | 1.433            | 19,16% | 592                 | 7,92%  | 4.973                                | 66,50% | 480                    | 6,42% |
| Actividades de radio y televisión<br>CNAE:922        | 198              | 8,34%  | 453                 | 19,09% | 1.538                                | 64,81% | 184                    | 7,75% |

Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE - DIRCE

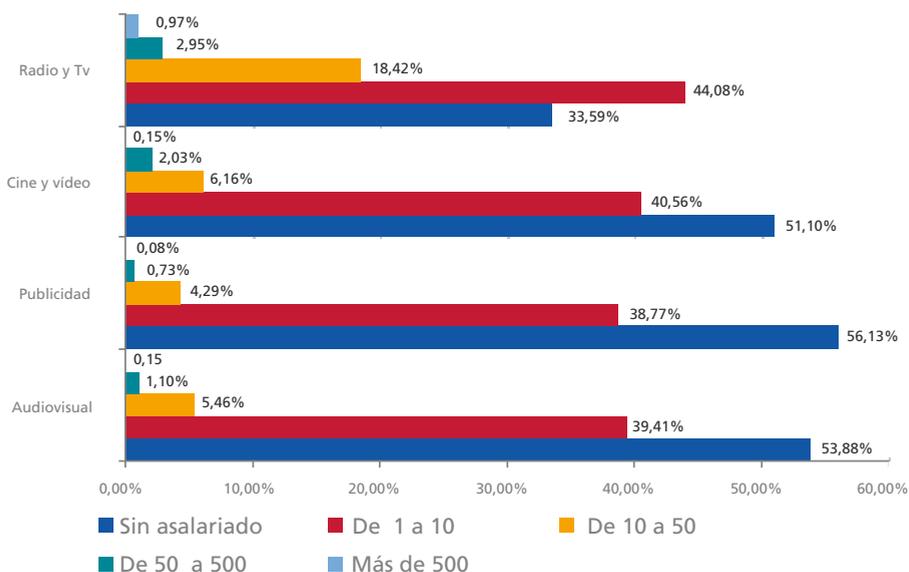
Según la misma fuente y en lo referente al personal asalariado con que cuentan las empresas del sector audiovisual, se observa una estructura empresarial en la que predominan las microempresas, esto es, empresas con menos de 10 asalariados/as, lo que confiere al sector una acusada atomización.

Más de la mitad de las empresas dedicadas a actividades audiovisuales posee una estructura empresarial sin asalariados/as. Esta singularidad se mantiene entre los distintos subsectores de actividad, tan sólo varía en el caso de empresas dedicadas a la actividad de radio y televisión, cuya proporción desciende al 33% de las mismas.

Aproximadamente, en el conjunto del sector audiovisual, 4 de cada 10 empresas emplean entre 1 y 10 trabajadores/as, y aquéllas cuya plantilla superan los/as 10 empleados/as representan un 6,71% del total. Es preciso apuntar que esta distribución se mantiene muy próxima en los subsec-

tores de la publicidad y las actividades de cine y vídeo, si bien 2 de cada 10 empresas dedicadas a radio y televisión emplean más de 10 trabajadores/as, lo que les confiere mayor dimensión en lo que a personal asalariado se refiere.

**Gráfico 8. Distribución de las empresas audiovisuales en España según estrato de personal asalariado y sector de actividad, 2008**



Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE -DIRCE

Recapitulando las anteriores consideraciones, y según los datos de 2008 aportados por el DIRCE, el tejido empresarial de **cinematografía y vídeo** se caracteriza por su fuerte concentración geográfica aglutinando, en tan sólo siete Comunidades Autónomas, el 90% del total de empresas españolas. La dimensión de sus empresas es mayoritariamente pequeña y mediana; de hecho el 50% del tejido empresarial no cuenta con personal asalariado, el 91% se compone de menos de 9 empleados/as, y tan sólo un 1% supera los/as 100 trabajadores/as.

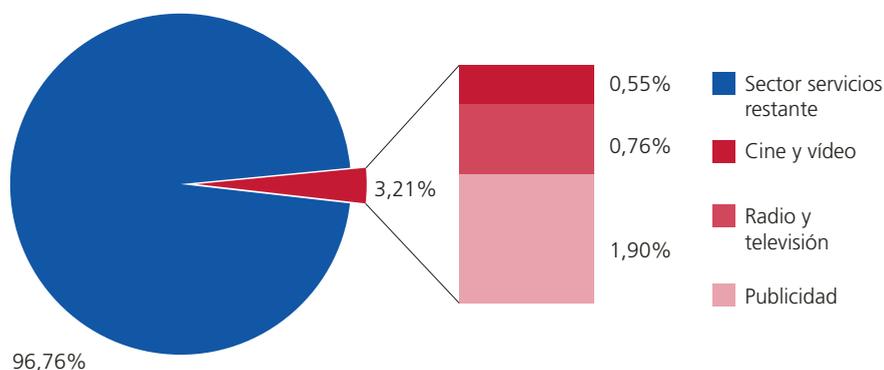
Las empresas de **radio y televisión** presentan características muy similares en tanto que concentran el 90% del tejido empresarial en once Comunidades Autónomas. El tamaño de sus empresas, aunque también se caracterice, en líneas generales, por su reducida dimensión, presenta diferencias significativas respecto de las empresas dedicadas al cine y vídeo; el 33% no tiene asalariados/as, el 77% emplea a menos de 9 personas y aproximadamente el 4% superan los 100 empleados/as.

En cuanto al tejido empresarial dedicado a la **publicidad**, se observa igualmente fuerte concentración territorial aglutinando, en nueve Comunidades Autónomas, el 90% del total de empresas publicitarias. En referencia al tamaño empresarial, atendiendo al volumen de asalariados/as, registra valores muy cercanos a los observados en el sector del cine y vídeo.

## 2.4.4. Mercado de trabajo

En cuanto al mercado laboral, los datos de la Encuesta Anual de Servicios del INE, referidos al empleo en 2006, fijan la cifra de personal ocupado en el sector audiovisual en 189.467 personas, lo que se traduce en un 3,21% del total de puestos de trabajo generado por el sector servicios. De entre los subsectores que lo componen, destaca el empleo generado por la actividad de publicidad, seguida de las de radio y televisión y las cinematográficas y de vídeo.

**Gráfico 9. Personal ocupado en el sector servicios en España a 30 de Septiembre de 2006**



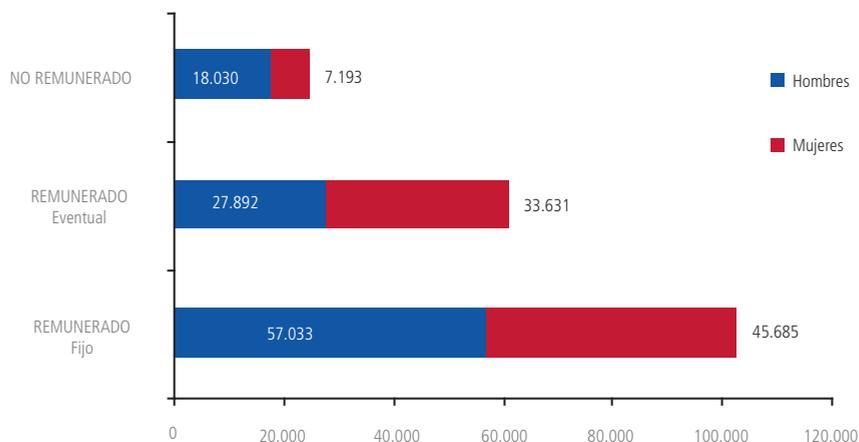
Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE - Encuesta Anual de Servicios

La tasa de estabilidad en el empleo del sector audiovisual se sitúa por debajo de la media del sector servicios; el 62,54% del empleo remunerado en el sector audiovisual (CNAE-93: 921, 922 y 744) dispone de un trabajo estable mediante contrato fijo, frente al 37,45% del personal remunerado a través de contratos eventuales. Estas cifras sitúan la estabilidad del empleo del sector ligeramente por debajo de la media del Sector Servicios, cuyos contratos indefinidos ascienden al 64,70%.

En cuanto al personal ocupado no remunerado, su representación asciende al 13,31% del total debido, principalmente, a las actividades cinematográficas y de vídeo, y a las de publicidad.

La participación de hombres y mujeres no es igualitaria en cuanto a empleo fijo, en el que predomina el sexo masculino con una diferencia aproximada de 10 puntos porcentuales. Sin embargo, en el trabajo eventual la desigualdad se invierte y la mujer copa el 54,66% del mismo.

**Gráfico 10. Distribución del personal ocupado a 30/09 de 2006 en el sector audiovisual**



Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE - Encuesta Anual de Servicios.

Nota: Las actividades sector audiovisual contempladas están recogidas en los epígrafes 921, 922 y 744 del CNAE-93.

A la luz de los datos extraídos, se observan claras diferencias de género en el empleo generado por el sector audiovisual, que manifiestan la existencia de una dualidad tanto en el número de empleos como en las condiciones laborales de los mismos.

En cuanto al trabajo no remunerado, las diferencias entre sexos se disparan y los hombres pasan a representar un 71,48%, hecho que quizás refleje mayores oportunidades para la vinculación e incorporación al mercado de trabajo audiovisual del hombre frente a la mujer.

Por tanto, las diferencias tanto cualitativas como cuantitativas entre géneros en las condiciones de accesibilidad y de empleo son manifiestas. Esto exige una reflexión acerca de la necesidad de una intervención decidida en el sector audiovisual en materia de empleo encaminada a paliar dichas diferencias.

#### A. Subsectores audiovisuales y empleo

Si se compara el empleo generado por las diferentes actividades del sector audiovisual, la actividad que más personal remunerado ocupa es la **publicidad**.

Además, ésta es la única en la que la presencia de mujeres es superior a la de hombres, aunque dicha diferencia se explica en gran parte por el personal remunerado de forma eventual, entre el que se establece una relación 40/60 entre hombre/mujer.

La actividad de **radio y televisión** destaca por el empleo indefinido que genera. De hecho, muestra la tasa más alta de contratos estables (70%) de entre las actividades analizadas del sector audiovisual. También destaca por la baja tasa de no remunerados/as de entre su personal ocupado (2%).

No obstante, una de las características más significativas del empleo de este sector es nuevamente la primacía de hombres especialmente acentuada entre el personal con carácter indefinido donde prácticamente duplican la presencia de mujeres.

**Tabla 9. Distribución del personal ocupado en España, 2006**

|                        | Actividades cinematográficas y de vídeo |        | Actividades de radio y televisión |        | Publicidad |        | Sector audiovisual |        |
|------------------------|---|--------|-----------------------------------|--------|------------|--------|--------------------|--------|
| TOTAL PERSONAL OCUPADO | 32.224                                  |        | 44.493                            |        | 112.300    |        | 189.467            |        |
|                        | Nº                                      | %      | Nº                                | %      | Nº         | %      | Nº                 | %      |
| REMUNERADO             | 28.201                                  | 87,52% | 43.391                            | 97,71% | 92.129     | 82,04% | 164.243            | 86,69% |
| 1.1 FIJOS              | 17.911                                  | 63,51% | 31.102                            | 70,83% | 53.707     | 58,30% | 102.720            | 62,54% |
| 1.1.1 Hombres          | 10.118                                  | 56,49% | 19.749                            | 63,50% | 27.166     | 50,58% | 57.033             | 55,52% |
| 1.1.2 Mujeres          | 7.793                                   | 43,51% | 11.352                            | 36,50% | 26.540     | 49,42% | 45.685             | 44,48% |
| 1.2 EVENTUALES         | 10.290                                  | 36,49% | 12.811                            | 29,17% | 38.423     | 41,71% | 61.524             | 37,46% |
| 1.2.1 Hombres          | 5.855                                   | 56,90% | 6.704                             | 52,33% | 15.333     | 39,91% | 27.892             | 45,34% |
| 1.2.2 Mujeres          | 4.434                                   | 43,09% | 6.107                             | 47,67% | 23.090     | 60,09% | 33.631             | 54,66% |
| NO REMUNERADO          | 4.024                                   | 12,49% | 1.029                             | 2,29%  | 20.171     | 17,96% | 25.224             | 13,31% |
| 2.1 Hombres            | 3.325                                   | 82,63% | 712                               | 69,19% | 13.993     | 69,37% | 18.030             | 71,48% |
| 2.2 Mujeres            | 698                                     | 17,35% | 317                               | 30,81% | 6.178      | 30,63% | 7.193              | 28,52% |

Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE - Encuesta Anual de Servicios.

En el subsector de **cine y vídeo**, el empleo no remunerado se sitúa en torno al 12%, en el que se observan las diferencias de género más significativas, alcanzando la proporción de hombres con empleo no remunerado más del 80% del mismo.

A la luz de los datos analizados, se observa que a pesar de la incorporación de la mujer al mercado laboral audiovisual e, incluso, a su presencia prácticamente equilibrada en determinadas actividades del mismo, el hombre sigue siendo el sexo mayoritario (54,34%) en la totalidad del empleo generado por el sector audiovisual (remunerado y no remunerado). Además, el sexo femenino goza de menor calidad en sus relaciones contractuales, con una tasa de eventualidad más elevada que los hombres.

Y, sin embargo, tomando como referencia datos como la finalización de estudios universitarios en España, se observa la representatividad de las mujeres en las distintas ramas o estudios universitarios asociados a la actividad audiovisual es notablemente superior a la de los hombres.

**Tabla 10. Alumnado en España que terminó los estudios en 2006**

| Estudios Universitarios  | Hombres      | Mujeres      | Total        | % Mujeres sobre el total |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------|
| Comunicación Audiovisual | 677          | 1.199        | 1.876        | 63,91%                   |
| Periodismo               | 850          | 1.879        | 2.729        | 68,85%                   |
| Publicidad y RR.PP.      | 557          | 1.713        | 2.270        | 75,46%                   |
| <b>TOTAL</b>             | <b>2.084</b> | <b>4.791</b> | <b>6.875</b> | <b>69,69%</b>            |

Fuente: Elaboración propia - Instituto Nacional de Estadística, INE.

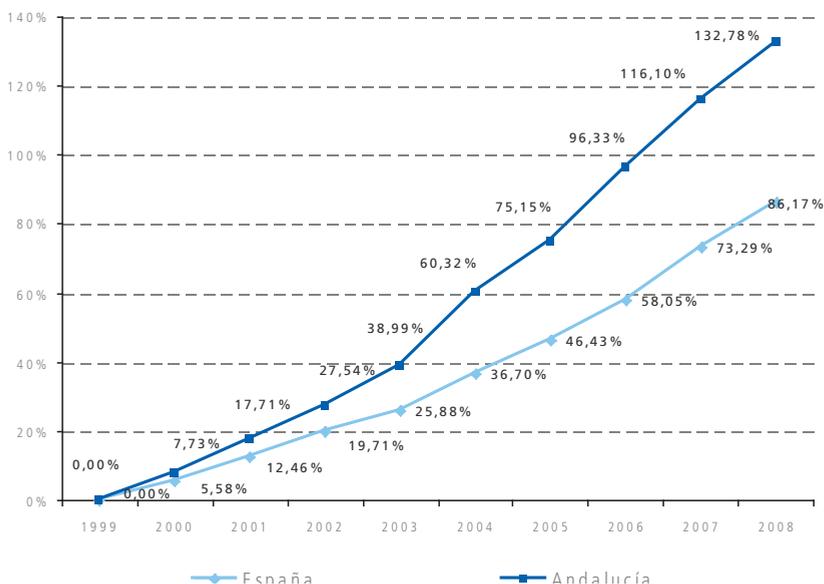
La mayor presencia de mujeres, potenciales oferentes de mano de obra, con niveles de cualificación superior al de los hombres en ramas de estudios directamente asociados al sector audiovisual, acentúa las diferencias detectadas en la concurrencia de hombres y mujeres en el mercado de trabajo de dicho sector.

## 2.5. El sector audiovisual en Andalucía

### 2.5.1. La actividad audiovisual en Andalucía

El sector audiovisual andaluz ha evolucionado satisfactoriamente en los últimos años; muestra de ello es el incremento del volumen de empresas adheridas que ha presentado en los nueve últimos años, tal y como revelan los datos publicados por el INE-DIRCE. Ante estos datos, hay que reconocer la importancia de la industria audiovisual en Andalucía por su capacidad para generar desarrollo económico.

**Gráfico 11. Evolución de la tasa de variación del número de empresas audiovisuales, 1999 – 2008. Año base 1999**



Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE – DIRCE

La evolución presentada por el sector audiovisual andaluz manifiesta como la línea seguida en los últimos años ha generado un crecimiento del número de empresas superior a la tendencia marcada a nivel nacional.

Desde el año 2000, se han creado más de 2.500 empresas dedicadas a actividades audiovisuales en Andalucía, alcanzando en 2008 la cifra total de 4.758. Estos datos muestran que el volumen de empresas audiovisuales andaluzas se ha duplicado a lo largo de los últimos ocho años.

Asimismo, las cifras permiten hablar, a nivel autonómico, de una industria con fuerte dinamismo empresarial que, con un crecimiento superior a la media mostrada por el sector audiovisual español, en lo que a número de empresas se refiere, representa un ligero aumento del peso relativo de Andalucía a nivel nacional. En este sentido, dicho incremento respecto del número de empresas dedicadas a actividades audiovisuales<sup>20</sup>, posiciona a Andalucía en tercer lugar a escala nacional, por detrás de Madrid y Cataluña, respectivamente.

| Tabla 11. Número de empresas por CC.AA. del sector audiovisual |        |        |        |        |        |                   |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------|
| Nº EMPRESAS AUDIOVISUALES POR CC.AA.                           | 2000   | 2002   | 2004   | 2006   | 2008   | Δ∇ %<br>2000-2008 |
| Andalucía  | 2.202  | 2.607  | 3.277  | 4.013  | 4.758  | 116,08%           |
| Aragón   | 499    | 539    | 548    | 545    | 667    | 33,67%            |
| Asturias (Principado de)                                       | 304    | 336    | 377    | 439    | 516    | 69,74%            |
| Baleares (Islas)   | 495    | 584    | 724    | 823    | 985    | 98,99%            |
| Canarias   | 1.049  | 1.114  | 1.248  | 1.494  | 1.771  | 68,83%            |
| Cantabria  | 181    | 181    | 188    | 229    | 281    | 55,25%            |
| Castilla y León  | 606    | 675    | 761    | 884    | 1.000  | 65,02%            |
| Castilla - La Mancha   | 372    | 388    | 441    | 559    | 665    | 78,76%            |
| Cataluña   | 5.279  | 6.080  | 6.585  | 7.254  | 8.636  | 63,59%            |
| Comunidad Valenciana   | 1.768  | 2.036  | 2.396  | 2.944  | 3.554  | 101,02%           |
| Extremadura  | 239    | 290    | 297    | 344    | 438    | 83,26%            |
| Galicia  | 923    | 983    | 1.117  | 1.333  | 1.567  | 69,77%            |
| Madrid (Comunidad de)  | 7.314  | 8.261  | 9.688  | 11.180 | 12.919 | 76,63%            |
| Murcia (Región de)   | 372    | 422    | 508    | 610    | 741    | 99,19%            |
| Navarra (Comunidad Foral de)                                   | 214    | 264    | 278    | 308    | 353    | 64,95%            |
| País Vasco   | 1.057  | 1.186  | 1.185  | 1.280  | 1.495  | 41,44%            |
| Rioja (La)   | 102    | 102    | 131    | 157    | 177    | 73,53%            |
| Ceuta y Melilla  | 30     | 36     | 37     | 44     | 43     | 43,33%            |
| Nacional   | 23.006 | 26.084 | 29.786 | 34.440 | 40.566 | 76,33%            |

Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE – DIRCE

Nota: Las empresas están inscritas bajo los códigos CNAE 744, 921 y 922

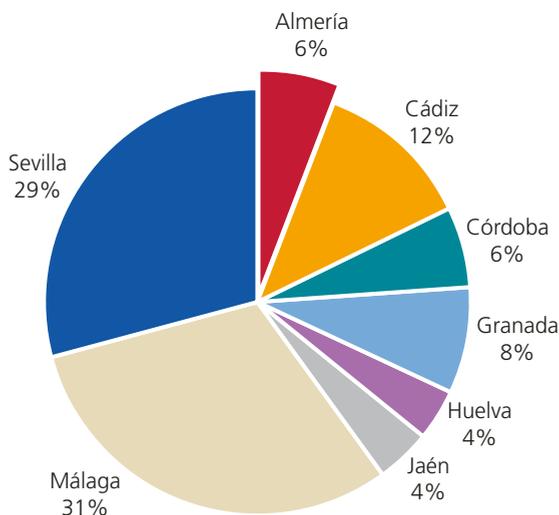
20.- Actividades 921,922, y 744 según CNAE-93, atendiendo a la delimitación inicial realizada.

En cuanto a la distribución territorial de la actividad audiovisual, en las ocho provincias andaluzas se presenta y analiza el volumen de establecimientos<sup>21</sup> audiovisuales, dato publicado por el Instituto de Estadística de Andalucía referido al año 2005.

Atendiendo a dicho factor, se observa una clara concentración territorial de la actividad audiovisual en las provincias de Málaga y Sevilla. Ambas agrupadas representan más de la mitad de los establecimientos audiovisuales andaluces, 6 de cada 10 empresas audiovisuales han instalado sus establecimientos en una de estas dos provincias.

Entre las restantes provincias la concentración territorial es menos llamativa, si bien existen diferencias. En Cádiz se concentran el 12% de los establecimientos, cifra que supone un volumen de establecimientos tres veces superior a los ubicados en Huelva y Jaén.

**Gráfico 12. Distribución por provincia de los establecimientos audiovisuales, Andalucía 2005**



Fuente: Elaboración propia. Instituto de Estadística de Andalucía

Esta concentración de las empresas audiovisuales en determinadas provincias andaluzas se explica, en buena medida, por la relación que guarda el desarrollo de la industria audiovisual en la Comunidad Autónoma andaluza con la creación de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y la Televisión de Andalucía, RTVA. Este hecho, unido a la fuerte demanda de productos y servicios que genera la cadena pública autonómica, condiciona e ilustra el mapa territorial de localización del tejido audiovisual resultante en Andalucía.

21.- Se considera *establecimiento* todo recinto estructuralmente separado e independiente que no está dedicado exclusivamente a vivienda familiar y en el cual se realizan o se pueden realizar actividades económicas dependientes de una empresa (INE, 2008B).

## 2.5.2. La industria audiovisual andaluza por subsectores

El análisis de la industria audiovisual andaluza por subsectores económicos muestra una composición sectorial muy similar a la configurada a nivel nacional. En número, las empresas dedicadas a la actividad publicitaria absorben el 75,12% del tejido empresarial audiovisual, seguidas a gran distancia por las empresas del cine y vídeo, que representan el 15,41% de las empresas audiovisuales en Andalucía, y en tercer lugar las empresas de radio y televisión, que agrupa a 451 empresas, esto es, el 9,47% del total.

| <b>Tabla 12. Distribución de las empresas audiovisuales según su actividad productiva principal, Andalucía 2008</b> |       |       |                |   |
|---|-------|-------|----------------|---|
|   | 2000  | 2008  | △▽%<br>2000-08 | % Subsector<br>/ Total audiovisual 2008 |
| Total Sector Audiovisual<br>CNAE:921+922+744  | 2.202 | 4.758 | 116,08%        | 100 %                                   |
| Publicidad<br>CNAE:744  | 1.553 | 3.574 | 130,14%        | 75,12 %                                 |
| Actividades cinematográficas y de vídeo<br>CNAE: 921  | 386   | 733   | 89,90%         | 15,41 %                                 |
| Actividades de radio y Tv<br>CNAE: 922  | 263   | 451   | 71,48%         | 9,47 %                                  |

Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE – DIRCE

La evolución seguida en los últimos ocho años ha acentuado esta configuración sectorial en la medida en la que el crecimiento del número de empresas dedicadas a la actividad publicitaria ha sido superior al de las empresas de cine y vídeo y ésta, a su vez, superior a la tasa de variación del volumen de empresas del subsector de la radio y la televisión.

Hay que destacar que las tres actividades principales del sector audiovisual han mostrado una tendencia positiva en los últimos años en lo que a volumen de empresas se refiere, con un crecimiento destacable en cualquiera de sus actividades. No obstante, la comparación de estos resultados referidos al periodo 2000-2008 a nivel autonómico respecto de los mismos a nivel nacional, muestra que si bien el incremento del número de empresas andaluzas dedicadas a la publicidad y el cine y vídeo ha sido superior al crecimiento medio de las mismas en España (75,55% y 73,46%, respectivamente), en el caso de las empresas de radio y televisión el crecimiento en Andalucía ha sido algo menor a la media nacional, cuya variación porcentual para este periodo ha sido del 97,91%, lo que comparativamente supone una pérdida de ventaja.

La tipología de las empresas audiovisuales andaluzas indica que casi 8 de cada 10 dedica su actividad a la producción de contenidos, participando de forma directa en el caso de las productoras o de forma auxiliar, tal y como ocurre con las empresas de servicios a la producción y/o postproducción<sup>22</sup>.

22.- Hay que tener en cuenta que entre las empresas que prestan servicios a la producción, el 40% de ellas es también empresa productora, datos extraídos de la encuesta "Caracterización y tendencias de la mano de obra en el Sector Audiovisual Andaluz" Fundación AVA, 2008.

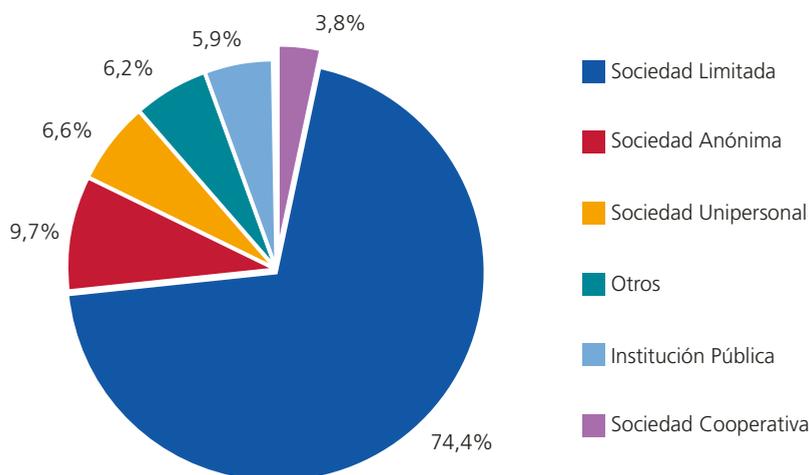
### 2.5.3. Caracterización del tejido empresarial del sector audiovisual de Andalucía

El análisis de los principales rasgos que caracterizan al tejido empresarial audiovisual en Andalucía, se basa en la Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el Sector Audiovisual Andaluz" de la Fundación Audiovisual de Andalucía realizada en el año 2008 y se completa con datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). A partir de ambas fuentes se analiza la situación de las empresas atendiendo a su forma jurídica, antigüedad, volumen de negocio, volumen de trabajadores/as, ámbito geográfico, grado de asociacionismo y nivel de descentralización.

#### A. Régimen Jurídico

La mayoría de las empresas dedicadas a la actividad audiovisual en Andalucía toman la forma jurídica de Sociedad Limitada, más de 7 de cada 10 empresas audiovisuales se constituyen como tal, mostrando así un comportamiento similar al de los restantes sectores económicos andaluces<sup>23</sup>. Este dato

**Gráfico 13. Distribución del volumen de empresas audiovisuales según su Forma jurídica, Andalucía 2008**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

contrasta con el escaso peso de las restantes figuras jurídicas entre las empresas audiovisuales, 1 de cada 10 empresas adopta la forma de Sociedad Anónima, mientras que las Sociedades Unipersonales, Sociedades Cooperativas e Instituciones Públicas no alcanzan cifras representativas.

Con independencia de la forma jurídica adoptada, el número de socios/as de las empresas audiovisuales es bastante reducido, la media se sitúa en torno a 3 socios/as, si bien el 20% aproximadamente, se compone de un único socio/a y el porcentaje que supera los 10 socios/as representa sólo un 1,6%.

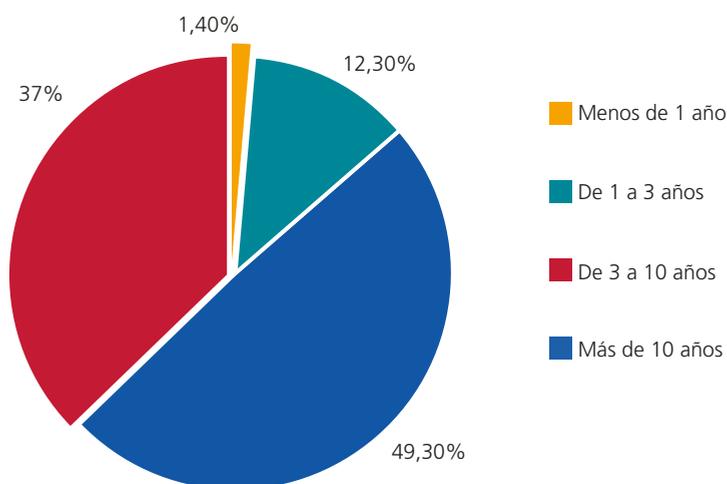
23.- Según el Informe sobre la Situación Socioeconómica de Andalucía 2007, publicado por el Consejo Económico Social de Andalucía, la "Sociedad de Responsabilidad Limitada" es la forma jurídica mayoritariamente adoptada por las empresas andaluzas en todas las provincias de la Comunidad Autónoma andaluza.

## B. Años de Actividad

En cuanto a la antigüedad de las empresas, medida a través de los años transcurridos desde el inicio de su actividad, cabe destacar la juventud de este sector, cuyos inicios suelen situarse en los últimos años de la década de los ochenta con la creación de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y la Televisión de Andalucía, RTVA.

De ahí que más de 6 de cada 10 empresas audiovisuales no alcanzan los 10 años de edad desde su creación, lo que nos permite hablar de una industria en crecimiento y con posibilidades y capacidades de desarrollo.

**Gráfico 14. Distribución de las empresas audiovisuales según antigüedad en el sector, Andalucía 2008**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

El 37% de las empresas del sector audiovisual superan los 10 años de edad desde su constitución, pudiendo ser consideradas como empresas ya consolidadas en el sector.

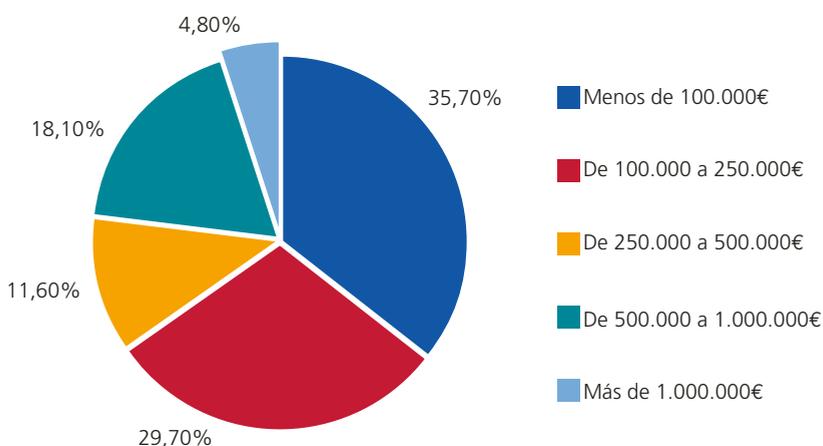
Aún así, hay que tener en cuenta que prácticamente la mitad de las empresas se concentra en el tramo comprendido entre los 3 y 10 años de actividad en el sector, mientras que el 12,3% tiene una antigüedad de entre 1 y 3 años y el 1,4% aún no ha cumplido su primer año. Este último dato puede ser interpretado como indicador del dinamismo del sector audiovisual en Andalucía, en tanto que representa la continua creación e incorporación de empresas a la industria audiovisual.

## C. Volumen de Facturación<sup>24</sup>

Respecto al volumen de facturación generado por las empresas dedicadas a la actividad audiovisual en Andalucía, más de 6 de cada 10 empresas la sitúan en un intervalo inferior a los 250.000 euros anuales.

24.- A este respecto, es preciso apuntar que a la hora de analizar esta información casi un tercio de las empresas encuestadas no facilita los datos de su facturación, debiéndose considerar, por tanto, los datos como meramente indicativos y no suficientemente representativos.

**Gráfico 15. Distribución de las empresas audiovisuales según nivel de facturación, Andalucía 2008**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Según su volumen de facturación anual, un tercio de las empresas no supera los 100.000 euros, una proporción similar supera esta cifra sin alcanzar los 250.000 euros anuales, algo menos de 1 se cada 3 empresas factura entre 250 mil y 1 millón de euros, y la proporción restante, aproximadamente el 5% de las empresas logra superar la cifra de facturación anual de 1.000.000 euros.

#### D. Volumen de personal asalariado

A través del análisis del número de personas asalariadas en las empresas es posible interpretar a su vez, la dimensión de las mismas, caracterizando al tejido empresarial del sector audiovisual andaluz por su reducido tamaño. En Andalucía, más de la mitad de las empresas del sector audiovisual se caracterizan por una estructura empresarial sin personal asalariado, y 4 de cada 10 empresas posee una plantilla menor a 10 trabajadores/as por lo que la práctica totalidad de las empresas audiovisuales andaluzas, más de 9 de cada 10, se identifica como microempresa. El 6,22% de las empresas audiovisuales contrata entre 10 y 50 trabajadores/as, y sólo el 0,71% de ellas emplea a más de 50 asalariados/as, lo que implica que sólo esta proporción adquiere un tamaño empresarial que puede ser considerado como grande.

En cuanto a la distribución de las empresas atendiendo a su actividad principal y a su volumen de trabajadores/as, es posible apreciar ciertas diferencias entre ellas.

Las empresas dedicadas a la actividad publicitaria y a las actividades cinematográficas y de vídeo son, en su mayoría, microempresas. Más de 9 de cada 10 empresas emplean a menos de 10 trabajadores/as, si bien el subsector de la radio y la televisión alcanza mayor dimensión en lo que a personal asalariado se refiere.

En dicho ámbito, pese al predominio de las micropymes, se observan mayores proporciones de empresas con un volumen de personal asalariado de entre 10 y 49 trabajadores/as así como superiores a 50 empleados/as.

**Tabla 13. Distribución de las empresas audiovisuales según el volumen de personal asalariado, Andalucía 2008**

| Andalucía 2008                                    | Sin asalariados/as | % del Total | De 1 a 9 asalariados/as | % del Total | De 10 a 49 asalariados/as | % del Total | Más de 50 asalariados/as | % del Total | Total  |
|---|--------------------|-------------|-------------------------|-------------|---------------------------|-------------|--------------------------|-------------|--------|
| Andalucía   | 2.553              | 53,66%      | 1.875                   | 39,41%      | 296                       | 6,22%       | 34                       | 0,71%       | 4.758  |
| Publicidad CNAE: 744                              | 2.060              | 57,64%      | 1348                    | 37,72%      | 151                       | 4,22%       | 15                       | 0,42%       | 3.574  |
| % sobre el Total                                  | 80,69%             |             | 71,89%                  |             | 51,01%                    |             | 44,12%                   |             | 75,12% |
| Actividades cinematográficas y de vídeo CNAE: 921 | 352                | 48,02%      | 314                     | 42,84%      | 57                        | 7,78%       | 10                       | 1,36%       | 733    |
| % sobre el Total                                  | 13,79%             |             | 16,75%                  |             | 19,26%                    |             | 29,41%                   |             | 15,41% |
| Actividades de radio y Tv CNAE: 922               | 141                | 31,26%      | 213                     | 47,23%      | 88                        | 19,51%      | 9                        | 2,00%       | 451    |
| % sobre el Total                                  | 5,52%              |             | 11,36%                  |             | 29,73%                    |             | 26,47%                   |             | 9,48%  |

Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE – DIRCE

Nota: Clasificación correspondiente al CNAE-93

**Tabla 14. Variación porcentual de las empresas audiovisuales según el volumen de personal asalariado, Andalucía 2000/08**

|   | ▽△ % 2000 - 2008   |                         |                           |                          |                      |
|---|--------------------|-------------------------|---------------------------|--------------------------|----------------------|
|   | Sin asalariados/as | De 1 a 9 asalariados/as | De 10 a 49 asalariados/as | Más de 50 asalariados/as | Total asalariados/as |
| Andalucía   | 134,65             | 96,34                   | 122,55                    | 30,76                    | 116,08               |
| Andalucía CNAE: 744                               | 142,08             | 114,65                  | 155,92                    | 0                        | 130,13               |
| Actividades cinematográficas y de vídeo CNAE: 921 | 124,20             | 67,02                   | 58,33                     | 100                      | 89,89                |
| Actividades de radio y TV CNAE: 922               | 76,25              | 53,24                   | 131,58                    | 50                       | 71,48                |

Fuente: Elaboración propia. Instituto Nacional de Estadística, INE – DIRCE

Nota: Clasificación correspondiente al CNAE-93

### E. Alcance geográfico

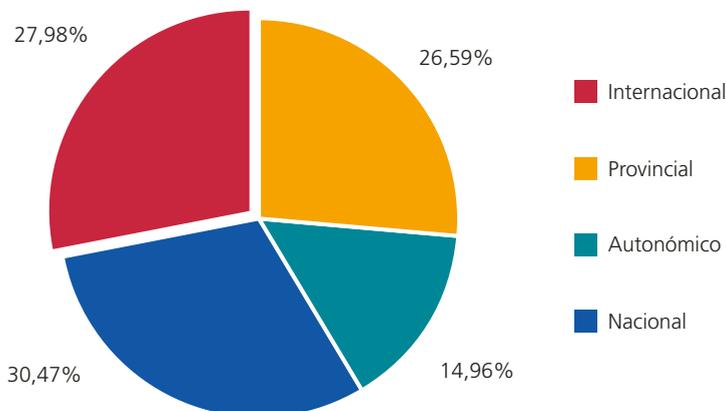
En cuanto al ámbito geográfico en el que trabajan las empresas del sector audiovisual andaluz, el 26,59% de las empresas opera exclusivamente a nivel provincial y, de éstas, el 46,88% restringe su mercado a la localidad en la que se sitúa. El 14,96% opera a nivel autonómico, el 30,47% amplía su mercado al ámbito geográfico nacional, y el 27,98% de las empresas ha optado por la internacionalización de sus productos y/o servicios.

Ante la importancia de los mercados internacionales en la actualidad para el sector audiovisual andaluz<sup>25</sup> como vía para lograr la solidez y competitividad que la industria requiere, es interesante analizar con algo más de profundidad este aspecto.

De entre las empresas audiovisuales andaluzas que han introducido sus productos y/o servicios en los mercados internacionales, la mitad de ellas dedica menos de un 20% de su producción al mercado exterior, más de 3 de cada 10 empresas destina al ámbito geográfico internacional proporciones comprendidas entre el 20 y el 50% de su producción, un 4% de las empresas andaluzas supera esta última proporción, y el 5,9% trabaja exclusivamente con mercados internacionales.

Los resultados analizados son un claro reflejo del esfuerzo por parte del sector audiovisual de Andalucía para aumentar su presencia en el mercado internacional.

**Gráfico 16. Distribución de las empresas audiovisuales según el mercado que atienden, Andalucía 2008**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

25.- Claro ejemplo de ello es el nuevo Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía 2007-2010, en el que se incrementará el apoyo a la industria audiovisual por tratarse de un mercado dotado de grandes oportunidades en el exterior para los productores de Andalucía y ser además considerado como instrumento de promoción de la identidad cultural de la región en el exterior.

## F. Asociacionismo

El asociacionismo sectorial es una herramienta para la unión, la búsqueda de soluciones y ejecución de acciones conjuntas que contribuyan a la generación de sinergias y a evitar la dispersión de fuerzas en un determinado sector. En el sector audiovisual andaluz, el grado de asociación entre empresas se puede clasificar como bajo, prácticamente 8 de cada 10 empresas afirma no pertenecer a ninguna asociación o federación<sup>26</sup>.

A este dato, se ha de añadir que entre las empresas consideradas miembros de asociaciones (el 24%), se incluyen agrupaciones que no son sectoriales, esto es, se trata de asociaciones que representan los intereses generales de los/as empresarios/as y/o profesionales de una región, pero no específicamente del sector económico audiovisual, lo que incide aún más el grado de colaboración existente en el sector. Concretamente, el 25% de las empresas vinculadas a federaciones, son miembros de asociaciones que no representan de forma específica al sector audiovisual y, por tanto, no actúan como fuerza de cohesión en el mismo.

No obstante, se ha de reconocer no sólo la existencia de numerosas asociaciones empresariales específicas del sector audiovisual en Andalucía, sino también la labor llevada a cabo desde éstas, vertebrando y representando al sector. Asimismo, se ha de señalar la importancia de aunar esfuerzos en la dinamización de la industria audiovisual andaluza.

## 2.6. Rasgos y oportunidades del mercado de trabajo audiovisual en Andalucía: Caracterización cualitativa<sup>27</sup>

Como punto de partida, hay que tener en cuenta que el mercado de trabajo en la industria audiovisual andaluza sigue una evolución que permite calificarlo como un mercado laboral prometedor, atractivo y emergente, al mismo tiempo, fuertemente influenciado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Asimismo, se ha de tener en cuenta que es difícil homogeneizar las características del empleo a todo el sector audiovisual ya que está conformado por todo un conjunto de subsectores económicos, con sus propias particularidades que imprimen a su vez en el empleo que generan.

### 2.6.1. Rasgos del empleo

El audiovisual es considerado como potencial generador de empleo en la lógica de una mayor demanda de profesionales en una industria de crecimiento incipiente.

Sin embargo, los rasgos que a priori caracterizan al empleo audiovisual en nuestros días no son tan favorables, y el problema no es que no se genere empleo sino las características del mismo. En este sentido, la realidad indica que el empleo audiovisual está inevitablemente sujeto a producciones temporales que originan inexorablemente cierta inestabilidad laboral, siendo quizás la propia dinámica de la demanda de productos, los factores que, con mayor probabilidad, impiden que el empleo sea estable en una parte importante del mismo.

26.- Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008.

27.- La caracterización cualitativa de los rasgos y oportunidades del mercado de trabajo audiovisual en Andalucía recogida en este apartado corresponde a las aportaciones realizadas por los grupos de expertos/as que han participado en el desarrollo de este estudio.

Son muchas las personas expertas que afirman que las formas contractuales de carácter temporal están argumentadas por la necesidad de personal técnico donde la especialización depende de un trabajo muy concreto, junto a la discontinuidad de esos trabajos en un sector en el que son muy pocas las empresas que realizan todo el proceso de producción.

De este modo, las características del empleo generado en el mercado de trabajo del sector audiovisual de Andalucía pueden sintetizarse en las siguientes:

- ❑ **Flexibilidad en el empleo**, reflejada en una baja proporción de contratos indefinidos respecto al total de contrataciones que se llevan a cabo en el sector. El sector atiende a niveles de producción muy discontinuos que finalmente se trasladan a los/as empleados/as e, incluso, cambios de empleador en los contratos y, en ocasiones, empleos no regularizados.
- ❑ **Dualidad salarial: Salarios limitados y/o discordancia salarial**, motivados por una escasa preocupación por los convenios y una limitada presencia de negociación colectiva, que establecen una desmesurada contratación por *caché*, acompañada de una amplia bolsa de recursos humanos con bajos niveles retributivos.
- ❑ **Jornadas laborales intensivas** en las que se concentran un exceso de horas a largo de períodos concretos.
- ❑ **Polivalencia y especialización al mismo tiempo**. Las empresas demandan profesionales y perfiles técnicos altamente especializados pero, al mismo tiempo, la única forma de permanecer en la empresa ante los cambios de volúmenes y la diversificación de productos pasa por adaptarse a distintos puestos según necesidad, por lo que la polivalencia se hace imprescindible en el mercado laboral audiovisual.
- ❑ **Sobrecualificación** de determinados profesionales en activo, porque su preparación no encuentra reflejo en la apuesta empresarial actual, aceptan contratos bajo categorías profesionales inferiores obligados por esa consensuada falta de experiencia y/o la imposibilidad de ocupar puestos que correspondan a su grado de cualificación.
- ❑ **Empleo mercantilizado**, derivado tanto de la subcontratación como del protagonismo que posee la figura del autónomo en este sector.
- ❑ **Voluntarismo en el empleo**, que pasa por la realización de trabajos y pago de salarios sin la aplicación de la regulación laboral adecuada, cuya práctica puede llegar a originar la aparición de *“competencia desleal”* y/o la existencia de formas de *“economía sumergida”*.

Como consecuencia de las características del empleo del sector audiovisual, las empresas se enfrentan a problemas de *“fuga de recursos humanos y/o talentos”*. En Andalucía, pese a la existencia de un talento potencial de profesionales, no existe una estructura empresarial en el sector lo suficientemente definida, estructurada y consolidada que ofrezca condiciones laborales lo bastante atractivas como para que éstos/as no migren a otras zonas geográficas o a otros sectores. Por ello, con demasiada frecuencia, las empresas asumen la formación para después perder a los profesionales ya formados atraídos por ofertas de trabajo mejoradas. En otros casos, incluso terminan trabajando en otros sectores ante la necesidad o deseo, llegada cierta edad, de optar a puestos de trabajo con condiciones que les permitan mayor calidad de vida.

En este escenario, cobra importancia la necesidad de orientación hacia el empleo a los/as jóvenes con un doble fin: evitar la frustración profesional del alumnado y al mismo tiempo asesorarles sobre las condiciones laborales del sector, los itinerarios formativos, las especialidades, los nuevos yacimientos de empleo, etc.

### 2.6.2. La necesidad de formación adecuada, actualizada y de calidad

A este respecto, un factor que frena el crecimiento del sector audiovisual andaluz es la falta de adecuación de los planes de estudio con respecto a las necesidades formativas de la industria, originando que los/as jóvenes reciban muchos conocimientos teóricos pero no la práctica necesaria.

La falta de formación transversal que capacite en materias como la gestión empresarial o competencias legislativas, la imposibilidad de mantener actualizados los conocimientos del profesorado y planes de estudio o la obsolescencia de los equipos con los que cuentan algunos centros formativos son problemas expuestos sobre los que se hace necesario intervenir ya que la formación es dónde se inicia a los profesionales.

### 2.6.3. Nuevas oportunidades de empleo

La industria audiovisual andaluza goza de un enorme potencial para desarrollar nuevas oportunidades de empleo. Es un sector estratégico por su capacidad de generar conocimiento y valor añadido, y los previsibles avances tecnológicos de los próximos años anticipan su potencial expansión.

Asimismo, el audiovisual se erige como motor de las *industrias culturales* y esto le convierte en un ámbito prioritario para distintos programas de apoyo e incentivos públicos. Pero, para ello, necesita tomar una posición activa que le permita aprovechar estos pronósticos.

En primer término, es necesario adquirir conciencia de que nos encontramos en un momento de transición de tal calado que no somos capaces de percibir que se aventura un cambio tecnológico, de audiencia y de contenidos que implica un posicionamiento cultural distinto.

En este sentido, el momento de transición, protagonizado por el cambio tecnológico, en que se encuentra inmersa la industria audiovisual, ejerce una incidencia decisiva en la configuración del actual panorama del sector y, por ende, en la demanda de profesionales presentes y futuros. Así, las nuevas oportunidades de empleo se vinculan a los nuevos movimientos industriales, las nuevas tecnologías, las nuevas formas de hacer televisión, y las nuevas formas de comunicar.

En esta coyuntura, los y las profesionales se convierten en pieza clave para el desarrollo exitoso del audiovisual. Además, hay que destacar que la creatividad cobra importancia como valor diferenciador de las producciones, adquiriendo así el factor humano una mayor dimensión en el mencionado éxito del audiovisual como industria.

Al mismo tiempo, se generan amplias posibilidades de negocio o, lo que es lo mismo, "*muchas oportunidades para los oportunos*", pero para aprovecharlas es necesario insistir en el papel que ha de protagonizar el sector asumiendo una labor eminentemente activa que persiga que la generación y/ o reconversión del empleo supere a la posible destrucción del mismo.

Estas nuevas oportunidades de empleo demandan nuevos conocimientos y competencias asociadas a perfiles tecnológicos, profesiones especializadas y empresas que prestan servicios al sector audiovisual, así como a las nuevas formas de comunicación con nuevos formatos interactivos que originan una creciente demanda de contenidos y el consecuente cambio en los puestos de trabajo.

Por otro lado, son pocas las empresas audiovisuales que cooperan y entre ellas no se detecta una conciencia sectorial arraigada. Además, la competencia que caracteriza a los nuevos entornos globales exige a las empresas del sector en Andalucía fortalecer sus capacidades de vertebración y colaboración como vía para afrontar mercados difíciles y abordar proyectos con mayor dimensión.

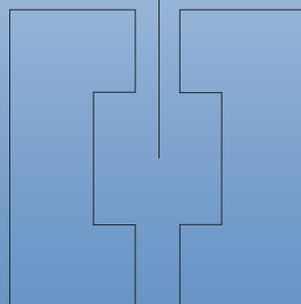
En definitiva, es crucial, de un lado, la articulación de iniciativas que favorezcan el desarrollo de esta industria, que apuesten decididamente por la innovación en tecnologías de la información y del conocimiento, fomentando proyectos formativos de alcance que provean al sector de profesionales para el futuro y reciclen a los/as profesionales en activo. De otro, incrementar la cooperación en su sentido más amplio, es decir, dentro del sector audiovisual andaluz en primera instancia, y con los restantes territorios y sectores económicos, para lograr el fortalecimiento de un sector que todavía se caracteriza por la dispersión empresarial y la falta de coordinación entre la estructura productiva, la formación, el sector público y la innovación y el desarrollo.

## 2.7. Conclusiones

La delimitación y contextualización del sector audiovisual de Andalucía planteada se recoge, a modo de síntesis, las siguientes características:

- ▣ Sector **en crecimiento** con potencialidad y oportunidad de desarrollarse en torno a la innovación, la creatividad y la competitividad.
- ▣ Sector **concentrado geográficamente**, a nivel estatal, en Madrid y Barcelona y, a nivel andaluz, en Sevilla y Málaga. Esta concentración se erige como “polo de atracción” para la localización de numerosas actividades productivas de bienes y servicios al amparo de los más importantes grupos de televisión y radio, tanto públicos como privados.
- ▣ Sector **atomizado**, en tanto que predominan las micropymes con estructuras organizacionales muy flexibles, con capacidad de “nacer, morir y renacer” en virtud de la demanda intersectorial y la latente falta de asociacionismo y/o colaboración entre empresas del sector.
- ▣ Sector **cuyo protagonismo en el sector servicios** ha perdido significación en los últimos años, reduciendo su aportación en cuanto a empleo y volumen de negocio se refiere, pese a incrementar su participación en la cifra global de empresas del sector servicios.
- ▣ Sector generador de importantes **sinergias junto a otros sectores** productivos como las telecomunicaciones. La relación del sector audiovisual con profesionales y empresas de otros sectores económicos posee un efecto multiplicador sobre las oportunidades y nuevos modelos de negocio en los que las fronteras entre sectores se difuminan.

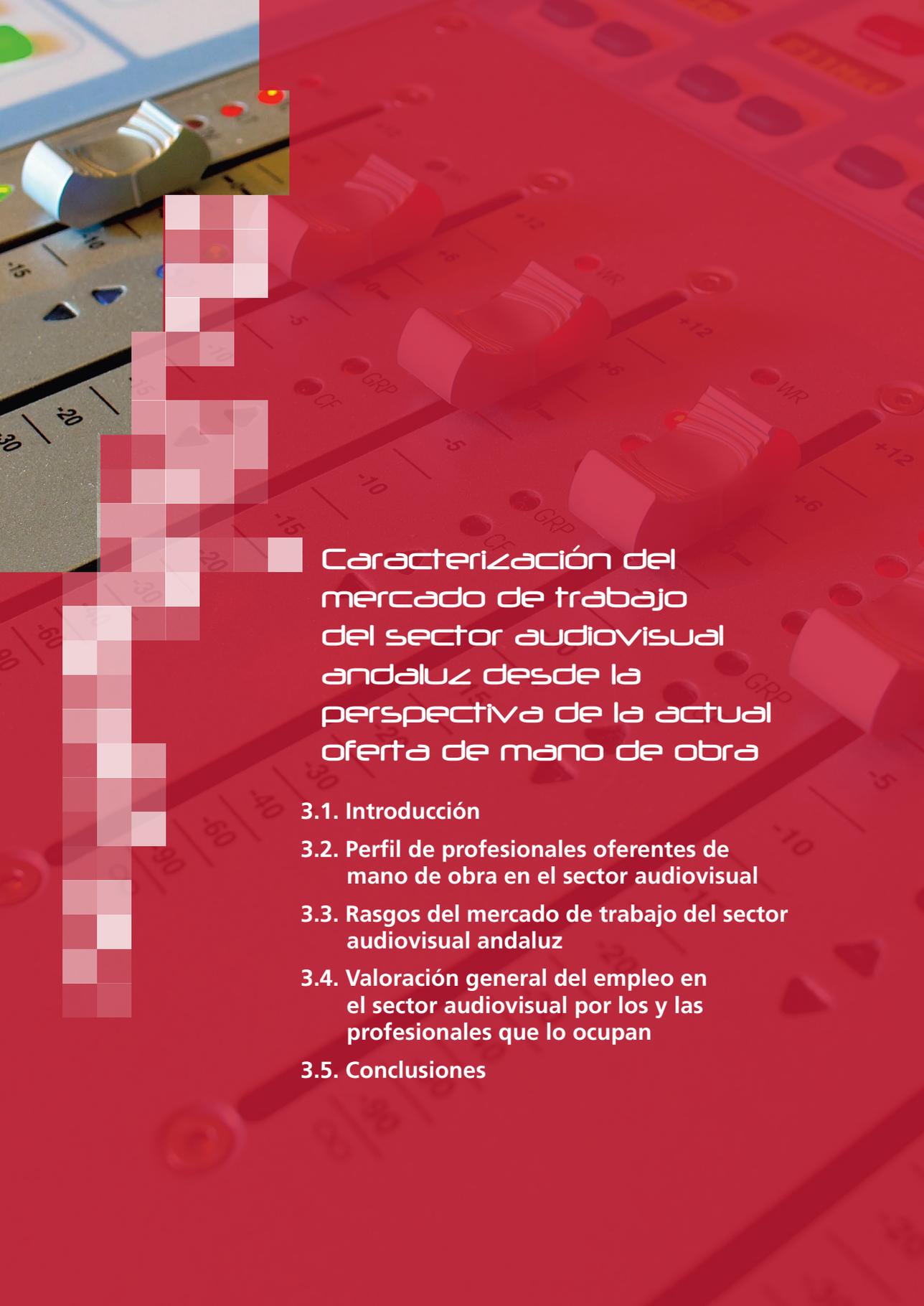
- ▣ Sector en cuyo **mercado laboral** existe una considerable proporción de ocupados con carácter temporal, si bien no dista demasiado de la media del sector servicios, situándose incluso en determinadas actividades por encima de la media del conjunto del sector servicios en lo que a empleados (estables, indefinidos, fijos) se refiere.
- ▣ Sector en el que se detectan **diferencias de género**, cualitativas y cuantitativas. Diferencias en la participación de hombres y mujeres en el mercado de trabajo, en igualdad de acceso e igualdad de oportunidades.
- ▣ Sector cuya demanda de **perfiles profesionales** responde a dos máximas: la especialización de la especialización y la profesionalidad polivalente (profesional especialista en técnicas y sistemas especializados, y personal experto con capacitación en múltiples ámbitos de trabajo).
- ▣ Sector incluido en los denominados **nuevos yacimientos de empleo**, de la mano de las televisiones locales, la TDT o los nuevos canales y formatos de emisión y distribución.





# 3

El perfil profesional de la fuerza laboral del sector audiovisual andaluz, condiciones laborales de la actual oferta de mano de obra y características de su mercado de trabajo. El cumplimiento de expectativas a través de la valoración general de los puestos de trabajo ocupados.



# Caracterización del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz desde la perspectiva de la actual oferta de mano de obra

3.1. Introducción

3.2. Perfil de profesionales oferentes de mano de obra en el sector audiovisual

3.3. Rasgos del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz

3.4. Valoración general del empleo en el sector audiovisual por los y las profesionales que lo ocupan

3.5. Conclusiones



# Caracterización del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz desde la perspectiva de la actual oferta de mano de obra

## 3.1. Introducción

La caracterización del empleo que genera la industria audiovisual en Andalucía, resultante del proceso de contextualización llevado a cabo y completado por los grupos expertos participantes en este proyecto, nos sitúa ante un mercado de trabajo bajo el paradigma de la *nueva economía*, cuyas estrategias competitivas se centran en la disminución de costes a través de la externalización productiva y la consecuente flexibilización en la contratación de personal, en la duración de las jornadas, en la movilidad geográfica y funcional o en la categoría profesional desempeñada, entre otras.

Con objeto de completar y ampliar la información recabada hasta el momento, obteniendo un conocimiento más profundo del mercado de trabajo audiovisual en Andalucía desde la perspectiva de la oferta de mano de obra, en este apartado se presentan los datos referidos a los rasgos más significativos que caracterizan del mercado de trabajo del sector audiovisual, obtenidos de la encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz".

De este modo, en este capítulo se presentan los resultados relativos a las siguientes variables de estudio:

- El perfil del profesional, oferente de mano de obra en el sector audiovisual andaluz. Rasgos sociodemográficos.
- Principales características del mercado de trabajo audiovisual en Andalucía. Condiciones laborales de la actual oferta de mano de obra en el sector audiovisual.
- Valoración del empleo en la industria audiovisual andaluza a través del nivel de satisfacción laboral manifestado por la actual oferta de mano de obra en el sector audiovisual andaluz.

## 3.2. Perfil de profesionales oferentes de mano de obra en el sector audiovisual

El perfil predominante entre los/as profesionales del sector audiovisual de Andalucía es el de una persona con alto nivel de cualificación, de edad comprendida entre 30 y 40 años y, mayoritariamente, de sexo masculino.

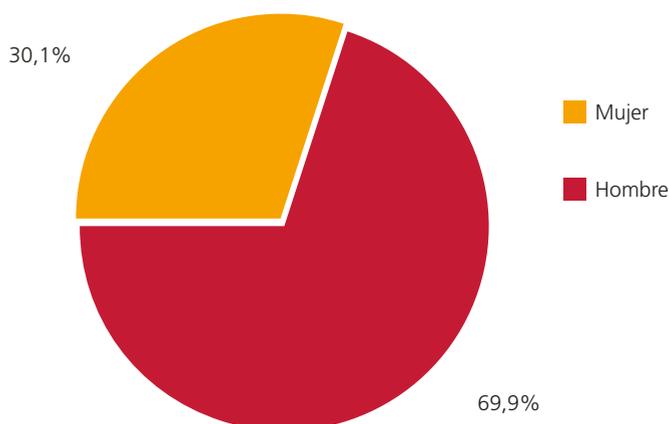
### 3.2.1. Edad y género de los y las profesionales

Entre los trabajadores y las trabajadoras del sector audiovisual andaluz existe un claro predominio del sexo masculino, 7 de cada 10 profesionales que conforman la industria audiovisual son hombres, proporción que supera al doble de la representada por las mujeres.

Este hecho le confiere al sector audiovisual andaluz un carácter masculinizado, todavía con importantes desequilibrios cuantitativos y cualitativos en lo que a la participación de las mujeres en el empleo se refiere.

A este respecto, en el análisis destaca la constatación de una tendencia convergente entre los/as más jóvenes, si bien las distancias todavía son considerables. De este modo, entre quienes son menores de 30 años la distancia entre la participación porcentual de hombres y mujeres en el empleo audiovisual es aproximadamente de 22 puntos a favor de ellos. Sin embargo, a medida que aumenta la edad de los/as profesionales, la diferencias de género se acentúan y la distancia entre los porcentajes que representan ambos sexos llegan a alcanzar los 57 puntos entre quienes superan los 37 años. Estos resultados parecen mostrar una incorporación progresiva de la mujer en el mercado de trabajo audiovisual, aunque sin llegar todavía a alcanzar una tasa de participación más equilibrada y paritaria entre ambos sexos.

**Gráfico 17. Distribución de profesionales del sector audiovisual atendiendo al género**



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Prácticamente la mitad de los/as profesionales en activo en el sector audiovisual tiene una edad comprendida entre 30 y 40 años; aproximadamente, el 28% de las personas que se emplean en el sector audiovisual no ha cumplido los 30 años y algo más del 13% supera los 40 años. De este modo, la edad media de la oferta de mano de obra del sector se sitúa en torno a los 32 años.

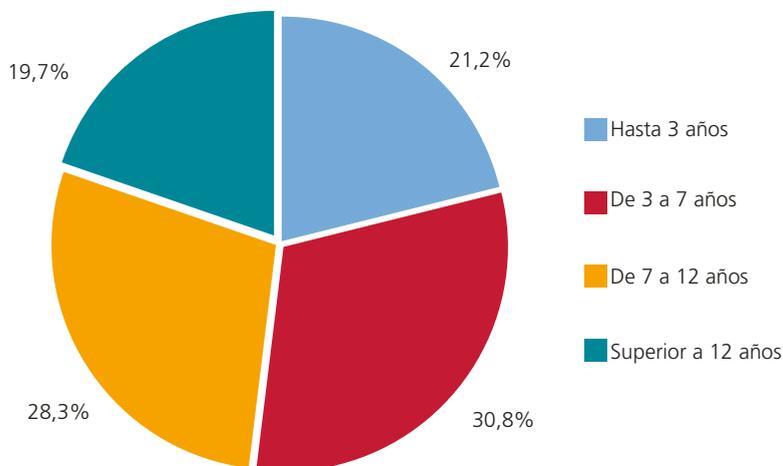
Otro rasgo a tener en cuenta es la experiencia o la antigüedad laboral que poseen las empleadas y los empleados en la industria audiovisual, medida a través de los años transcurridos desde su inserción en dicho mercado de trabajo.

Dos de cada 10 trabajadores/as aún no ha superado los 3 años en este sector y, aproximadamente, 3 de cada 10 ha trabajado entre 3 y 7 años en empleos vinculados al audiovisual.

Algo menos de la mitad de la actual oferta de mano de obra en activo se incorporó al mercado de trabajo audiovisual hace más de 7 años, representando, no obstante, un 19,7% del total quienes superan los 12 años de trabajo en empresas dedicadas a la actividad audiovisual.

Estas cifras reflejan una fuerza laboral que, pese a su juventud, cuenta con cierto grado de experiencia. En ocasiones, informadores/as clave con vinculación al sector<sup>28</sup> relacionan esta juventud que caracteriza al mercado de trabajo audiovisual con determinadas estrategias empresariales que configuran una industria con riesgo de *fuga de recursos humanos y de talentos*, consecuencia de ciertos rasgos y condiciones de su empleo.

**Gráfico 18. Distribución de profesionales del sector audiovisual según el número de años trabajados en el mismo**



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

28.- Agentes clave con vinculación al sector, participantes en la "Mesa del Ámbito Institucional y Empresarial del sector audiovisual de Andalucía" convocada para la creación de conocimientos en el proceso de investigación de este proyecto.

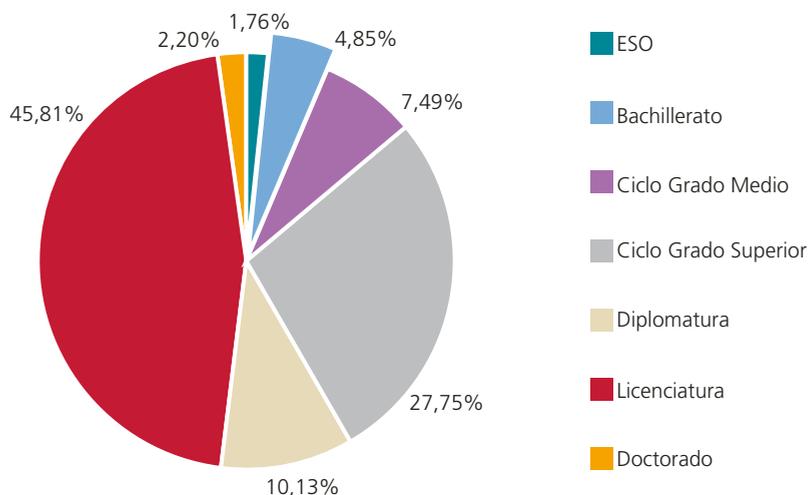


### 3.2.2. Perfil formativo de los y las profesionales

Las personas que se emplean en el sector audiovisual andaluz poseen una sólida formación académica. El 58,14% de la fuerza de trabajo posee estudios universitarios o superiores; el 35,24% optó por un Ciclo Formativo, en su mayoría de Grado Superior, mientras que el 6,61% ha cursado formación básica o secundaria.

Asimismo, en su mayoría (88,21%), los/as profesionales del sector audiovisual andaluz amplían su currículo formativo con estudios complementarios. De este modo, el sector queda configurado con un perfil profesional notoriamente cualificado y especializado.

**Gráfico 19. Distribución de profesionales del sector audiovisual según nivel de estudios alcanzado**



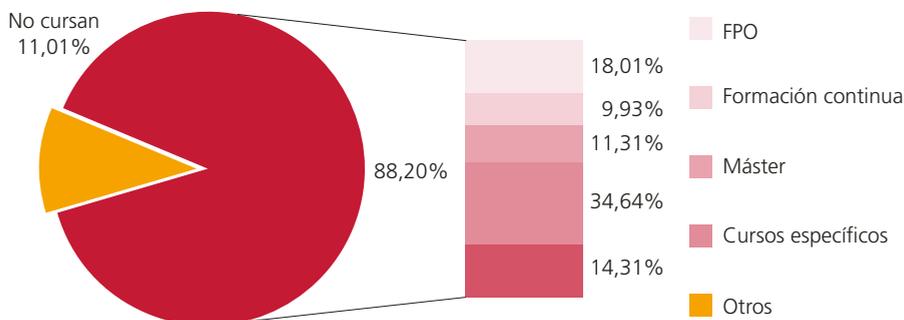
Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

En general, entre la actual oferta de mano de obra del sector audiovisual que complementa su formación académica, la media de cursos realizados por persona se sitúa en torno a cuatro, independientemente de la modalidad de que se traten, siendo destacable también que el 40% de ésta afirma haber integrado más de cuatro cursos a su currículo formativo.

Por tanto, parece que la actitud proclive hacia la formación detectada en los/as estudiantes, potenciales oferentes de mano de obra del sector audiovisual, se intensifica entre los/as profesionales en activo. Posiblemente, la intención sea atender a los requerimientos demandados por el mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz en lo que a polivalencia, especialización y actualización de conocimientos se refiere.

Así pues, ante el nivel de cualificación alcanzado por quienes son profesionales en este sector, se plantea la necesidad de reflexionar acerca de la capacidad de dicha industria para dar respuesta

**Gráfico 20. Distribución de profesionales del sector audiovisual atendiendo a su decisión de cursar formación complementaria**



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

a los retos que ha de afrontar, en lo que a recursos humanos se refiere. La falta de adecuación de la formación a las exigencias del sector merece atención en este contexto en el que, sin embargo, se observa a profesionales no sólo con amplio currículo formativo, sino también con alta iniciativa hacia su continua adquisición de conocimientos.

#### ► IDEA – FUERZA 1

A la luz de los resultados analizados es posible definir algunos de los rasgos que caracterizan el perfil profesional de quien se emplea en el sector audiovisual. Dicho perfil responde al de un hombre joven de edad comprendida entre los 30 y 40 años, con un nivel de formación muy alto y fuertemente motivado.

### 3.3. Rasgos del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz

#### 3.3.1. Reflexiones previas

La industria audiovisual en Andalucía dispone de capacidad para generar excelentes oportunidades de empleo si bien, de un lado, las dinámicas productivas de las empresas del sector para conseguir estrategias competitivas en el marco de la *nueva economía* y, de otro, el modelo organizativo del trabajo como apoyo a dichas estrategias configuran un mercado laboral marcado por la temporalidad como mecanismo para afrontar con eficiencia productiva las necesidades de flexibilidad y adaptabilidad a la demanda.

Si bien es cierto que algunas características especiales de la propia estructura productiva del audiovisual pueden llegar a justificar la existencia de una mayor proporción de contratos "flexibles",

también es cierto que esta práctica se convierte en una barrera que limita las posibilidades de crecimiento y desarrollo de la calidad y la productividad de esta industria en Andalucía.

Cierto es que la contratación temporal ofrece, para determinados/as trabajadores/as, la oportunidad de adquirir la experiencia laboral o de compatibilizar el empleo con otro tipo de actividades. No obstante, también es cierto que la temporalidad lleva asociadas condiciones laborales inestables, inseguras e incluso empleos de baja cualificación, con bajos niveles de retribución, dando lugar a situaciones poco atractivas para los/as profesionales (Rebollo, Y., 2008).

En este sentido, la práctica totalidad de la actual oferta de mano de obra del sector audiovisual (9 de cada 10) comparte esta percepción del mercado de trabajo en el que se ocupa, y lo manifiesta mostrándose de acuerdo con afirmaciones que califican los empleos generados por el sector audiovisual como *“empleos excesivamente temporales”* y *“empleos que no aseguran la permanencia en el puesto de trabajo”*.

Por otra parte, es necesario, antes de abordar el proceso de identificación de los principales rasgos del mercado de trabajo audiovisual en Andalucía, indicar la fuerte motivación vocacional hacia este sector que indujo a los/as profesionales ahora en activo.

### 3.3.2. Características del empleo ocupado por los y las profesionales, oferentes de mano de obra

#### A. Actividad de la empresa

Los/as profesionales del sector audiovisual en Andalucía se emplean principalmente en la actividad económica de televisión, seguida del cine/video, documental y publicidad.

La distribución del empleo ocupado por los/as profesionales de dicho sector, según las actividades económicas que integran la industria audiovisual, tiene una serie de aspectos caracterizadores.

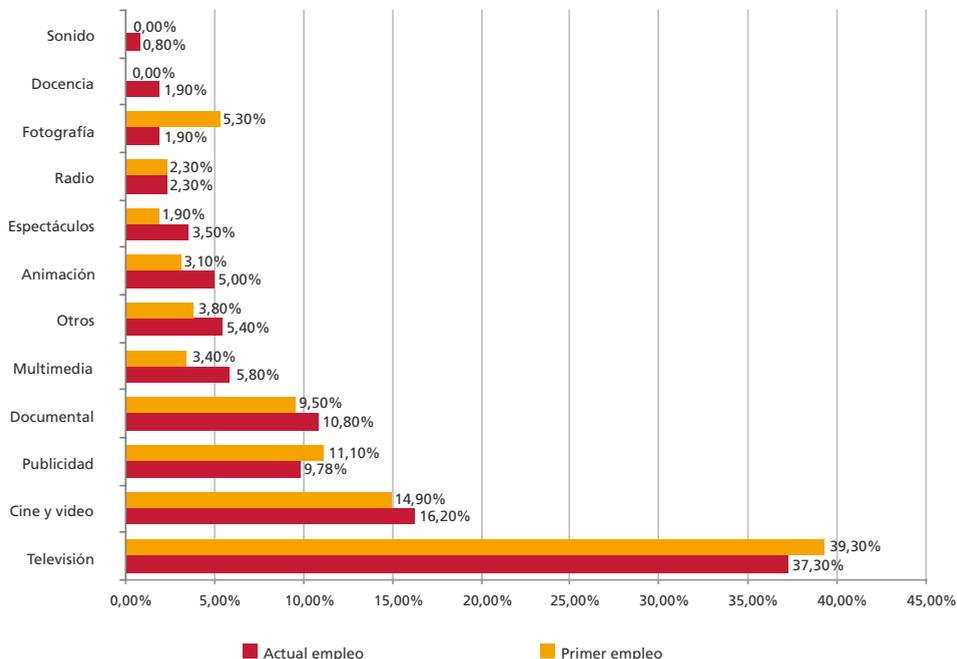
#### ► IDEA – FUERZA 2

A la luz de los datos obtenidos se observa en Andalucía una fuerte concentración del empleo generado por el sector audiovisual en el subsector de la “televisión”.

Además, la televisión otorga la posibilidad de empleo, aproximadamente, a 4 de cada 10 profesionales del sector audiovisual. Asimismo, es la que mayores oportunidades de inserción laboral genera en el sector audiovisual andaluz, en tanto que 4 de cada 10 primeras oportunidades de acceso al empleo en el mismo están actualmente relacionadas con el subsector televisivo. Este hecho se constata con el dato que indica que para el 39% de la actual oferta de mano de obra que la televisión fue la actividad económica de su primer empleo<sup>29</sup>. Tras la “televisión”, el subsector del “cine y vídeo”, el “documental” y la “publicidad” representan, también, actividades económicas de la industria audio-

29.- Los datos obtenidos aportados por la potencial oferta de mano de obra, estudiantes en la actualidad, refuerza esta información. El alumnado que cuenta con experiencias laborales compatibilizadas con sus estudios indica igualmente que el subsector de la televisión es el área del audiovisual que mayor oportunidad de empleo genera entre éste.

**Gráfico 21. Distribución de profesionales del sector audiovisual según la actividad de la empresa**



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

visual andaluza generadoras de oportunidades de empleo. De hecho, en la actualidad, 4 de cada 10 profesionales se ocupan en empresas dedicadas a una de estas tres actividades.

Es importante precisar que la similitud entre las tasas de empleo que representan las primeras experiencias laborales de los/as profesionales, distribuidas en función de la actividad económica, y aquéllas que representan su actual ocupación no es en absoluto indicativa de un mayor grado de estabilidad laboral en el subsector del audiovisual de la televisión.

De hecho, cabe señalar que la "animación" es la actividad del audiovisual que menor rotación laboral presenta, ya que el 80% de los/as trabajadores/as que encontraron su primer empleo en la "animación", en la actualidad continúa desempeñando un puesto de trabajo en el ámbito de esta misma actividad. Sin embargo, esta proporción desciende al 60% en los casos de las actividades de la "televisión", el "cine y vídeo", así como el "multimedia", y representa tan sólo un 22% en los subsectores de la "fotografía" y la "radio".

### B. Modalidad contractual actual

En las actuales relaciones contractuales entre los/as profesionales del sector audiovisual existe una fuerte presencia del contrato temporal, así como el autónomo o free-lance, imprimiendo al mercado laboral flexibilidad pero, al mismo tiempo, inestabilidad.

En el empleo ocupado por la actual oferta de mano de obra en el sector audiovisual de Andalucía, existe un claro predominio de los contratos temporales, así como del régimen jurídico de autónomo derivado de un fuerte carácter mercantilizador del empleo.

### ► IDEA – FUERZA 3

Aproximadamente, 3 de cada 10 trabajadores/as del sector audiovisual mantienen un contrato de carácter temporal.

El 26,9% de los/as profesionales, oferentes de mano de obra, trabaja por cuenta propia como autónomo.

Sólo el 15,8% dispone de un contrato indefinido.

Las nuevas tecnologías y el desarrollo de la sociedad digital también tienen su impacto en la organización del trabajo del tejido empresarial audiovisual, marcando una tendencia hacia la flexibilización del mercado laboral y la mercantilización de las relaciones formales, que encuentra su reflejo en las modalidades contractuales descritas.

En este sentido, hay que tener en cuenta que la vinculación al mercado laboral mediante el **trabajo por cuenta propia** (autónomo), o el también denominado *free-lance*, tiene consecuencias sobre los medidas de protección de los/as trabajadores/as así como sobre la fragmentación de los procesos de trabajo, que los y las aísla y responsabiliza con pérdidas de derechos individuales y colectivos.

No obstante, es preciso añadir que prácticamente la mitad de la actual oferta de mano de obra prefiere el trabajo por cuenta ajena, ante la posibilidad de elegir entre el trabajo por cuenta propia o el empleo por cuenta ajena, siempre y cuando le garantice trabajar en el sector audiovisual.

La similitud que guardan las preferencias de la oferta de mano de obra, tanto actual como potencial, hacia el trabajo por cuenta propia<sup>30</sup> lleva a pensar que, posiblemente, la decisión de autoemplearse esté influenciada no sólo por la preferencia profesional, sino por factores como la experiencia laboral y los conocimientos del mercado de trabajo, una vez que se incorporan en él y adquieren el bagaje necesario para iniciar su propia actividad empresarial de forma autónoma.

Además, en dicha decisión influye la propia dinámica de contrataciones del sector, en la que se ha estandarizado tanto la contratación de personal autoempleado como la conversión del mismo en la denominada figura del *falso autónomo*<sup>31</sup>.

30.- Entre los/as jóvenes que se forman en materias audiovisuales, potenciales oferentes de mano de obra, ante la posibilidad de elegir entre un empleo por cuenta propia y un empleo por cuenta ajena, el 47% optaría por el autoempleo, de forma similar, entre los/as trabajadores/as, oferentes de mano de obra en el sector audiovisual, la proporción que manifiesta su preferencia hacia el empleo por cuenta ajena es del 52%.

31.- Persona que desarrolla un puesto de trabajo como empleada, aunque bajo la fórmula jurídica de "autónomo" sin respetar la independencia y ajenidad que esta relación contractual suscribe.

Por último, cabe mencionar el protagonismo de la temporalidad a través de **contratos eventuales**. A este respecto, los/as profesionales manifiestan una fuerte disposición a la contratación temporal, quizás tanto porque conocen la realidad del mercado de trabajo del sector audiovisual y tienen interés en participar activamente en él, como por su motivación vocacional hace el audiovisual. Así, 7 de cada 10 profesionales optarían por un trabajo temporal en el sector audiovisual en detrimento de la estabilidad en otro sector, incluso 6 de cada 10 oferentes de mano de obra en activo manifiestan que abandonarían la estabilidad en otro sector para aceptar un empleo en el audiovisual, lo que implica tener en cuenta la fuerte dicha motivación vocacional expresada por los/as profesionales.

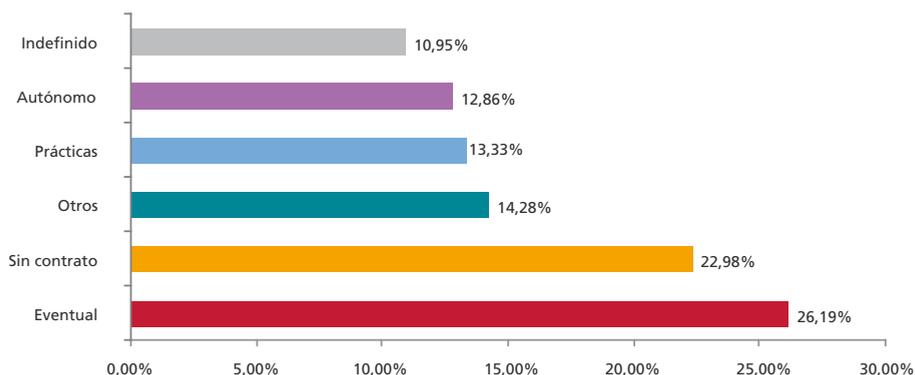
En definitiva, la escasa proporción de quienes cuentan con empleos estables tras años de dedicación profesional al sector audiovisual pone de manifiesto que su mercado de trabajo está marcado por la incertidumbre en sus modelos de relación contractual, pero que dicho mercado cuenta con una oferta de mano de obra con fuertes motivaciones vocacionales y, con una clara preferencia, a priori, a permanecer en dicho mercado de trabajo.

### C. Primeras experiencias laborales

La actual oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz establece sus primeras experiencias laborales, principalmente, mediante relaciones contractuales de tipo eventual, con contratos en prácticas o, incluso, sin llegar a formalizar contrato alguno.

Las primeras experiencias en el empleo de los/as actuales profesionales en activo en el sector audiovisual están protagonizadas por la **contratación eventual**, aproximadamente 3 de cada 10 profesionales acceden al empleo audiovisual a través de un contrato eventual, si bien, cabe destacar la importancia del **meritaje o voluntariado** en estos primeros contactos con el mercado laboral. Algo más de 2 de cada 10 profesionales afirman que se incorporaron al empleo audiovisual mediante una relación laboral **sin ningún tipo de contrato** y, por tanto, sin cobertura legal alguna.

**Gráfico 22. Distribución de profesionales atendiendo a su primera relación contractual en el sector audiovisual**



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Los **contratos en prácticas**, la relación laboral que se establece a través de la figura del **autónomo** y la **contratación indefinida** conforman el resto de contratos en los primeros empleos ocupados por los/as profesionales del audiovisual.

Una lectura positiva acerca de las formas contractuales descritas pone de manifiesto determinados efectos apreciables tales como la adquisición de experiencia en el empleo de los/as oferentes de mano de obra y la oportunidad que ofrece, al menos a una parte de los/as profesionales, de acceder a empleos con mayor estabilidad y/o seguridad. Favorece, en definitiva, la mejora de la capacitación de la oferta de mano de obra para desempeñar su trabajo en el escenario laboral, esto es, la mejora su empleabilidad.

#### D. Duración de los contratos

La **temporalidad laboral afecta a gran parte del empleo ocupado por los/as profesionales, oferentes de mano de obra, en el sector audiovisual andaluz.**

La tipología del contrato es un elemento que lógicamente influye en la duración de la relación laboral. Estrechamente relacionada con la alta frecuencia de la temporalidad de los/as trabajadores/as del sector audiovisual andaluz está la corta duración de sus contratos temporales.

En este sentido, habría que destacar el hecho de que, aproximadamente, 6 de cada 10 profesionales del sector audiovisual manifiestan que en su actual o último empleo en empresas del sector la duración de su contrato es o ha sido inferior a dos años.

#### ► IDEA – FUERZA 4

El 36,9% de los empleos ocupados por los/as oferentes de mano de obra, profesionales del sector audiovisual, tiene una duración inferior a seis meses.

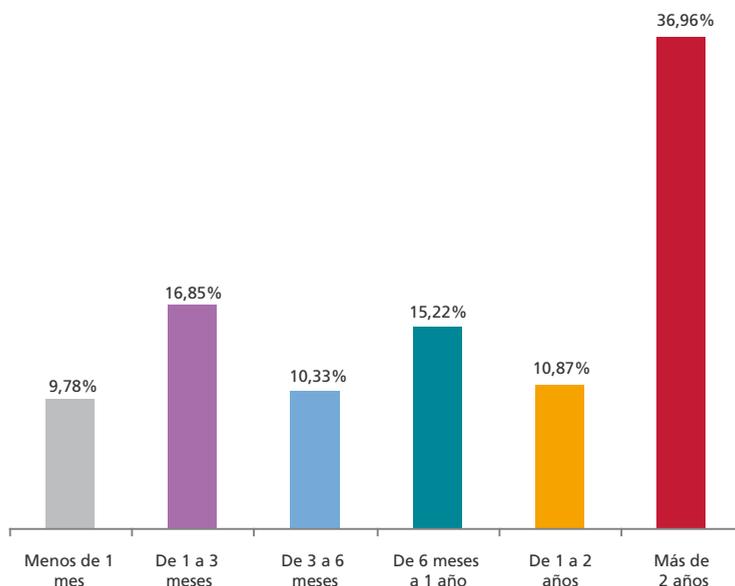
El 26,09% de los contratos establecidos entre los/as profesionales del audiovisual, responden al desarrollo de una actividad determinada de entre 6 meses y un año de duración.

El 36,96% de los/as profesionales del sector mantienen una relación laboral de más de dos años de duración.

La duración de los contratos observada permite plantear la posibilidad de que la temporalidad del empleo en la industria audiovisual responde a una estrategia sistémica en la política de contratación de las empresas que configuran el sector audiovisual en Andalucía, derivada de sus exigencias de flexibilidad productiva, orientada y adaptada a los requerimientos de la demanda de sus bienes y servicios.

No obstante, con independencia de las causas que llevan al establecimiento de este tipo de contratos, cabe reflexionar sobre si esta caracterización del mercado de trabajo audiovisual evidencia la existencia de exceso de mano de obra o bien manifiesta la falta de capacidad para consolidar empleo, derivada de la relación que se establece entre estas modalidades contractuales y la disposición de una bolsa de oferentes por parte de las entidades empleadoras (Rebollo, Y., 2007).

**Gráfico 23. Distribución de profesionales atendiendo a la duración de su relación laboral en el sector audiovisual**



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

#### ► IDEA – FUERZA 5

Prácticamente 1 de cada 2 profesionales ocupados/as en el sector audiovisual dispone de una situación contractual cuya duración no supera un año.

#### E. La rotación laboral

La movilidad laboral caracteriza los empleos ocupados por los/as profesionales del sector audiovisual, e implica trayectorias profesionales con cambios de trabajo frecuentes y, en ocasiones, situaciones de desempleo.

La temporalidad en los empleos generados por el sector audiovisual provoca que ocasionalmente un/a profesional celebre varios contratos de trabajo sucesivos con una misma o con distintas empresas, en idéntica o diversa actividad profesional, con periodos de ocupación y de desempleo.

Aproximadamente, la mitad de los/as profesionales, activos/as en el sector audiovisual, afirma haber estado en situación de desempleo entre 1 y 3 veces a lo largo de su vida profesional; 1 de cada 10 indica que el número de veces que se encontró desocupado/a oscila entre 3 y 6 veces y 2 de cada 10 manifiesta que esta situación supera las 6 veces a lo largo de su vida. Estas cifras muestran un mercado de trabajo de dinámica fuertemente oscilante, desembocando en lo que suele calificarse como fenómenos de rotación laboral, especialmente acusados en el sector audiovisual.

Hay que tener en cuenta que la intermitencia continuada en el empleo no siempre tiene su reflejo en la desocupación. En ocasiones, los/as profesionales experimentan transiciones “trabajo a trabajo” sin que exista un periodo de desempleo entre ambos. De hecho, entre los/as profesionales del sector audiovisual las tasas de movimiento en el empleo, representadas por la frecuencia con la que éstos cambian de puesto de trabajo, son superiores a las que muestra la frecuencia con la que desembocan en el desempleo.

#### ► IDEA – FUERZA 6

Aproximadamente 1 de cada 2 oferentes de mano de obra ha cambiado de empleo más de 3 veces a lo largo de su trayectoria profesional, la mitad de los cuales ha ocupado más de 6 puestos de trabajo desde que se incorporó al mercado laboral audiovisual.

Estas cifras muestran la presencia de una fuerte flexibilidad en el mercado de trabajo audiovisual andaluz que provoca la fluctuación continua en las plantillas de trabajadores y trabajadoras, así como la alta rotación observada en el empleo.

Por último, se ha de puntualizar que la rotación laboral no siempre responde a una decisión de la demanda de mano de obra, sino que en ocasiones, atiende a una opción de la persona empleada que decide abandonar el puesto de trabajo que ocupa para marcharse a otro que, en principio, le permite satisfacer en mayor medida sus expectativas profesionales. Así, en el sector audiovisual andaluz, 8 de cada 10 trabajadores/as que buscan otro empleo lo hacen por insatisfacción salarial, falta de proyección profesional, falta de motivación o, incluso, como complemento al puesto de trabajo que ya ocupan.

#### F. Fuga de recursos humanos y de talentos

En el mercado laboral audiovisual de Andalucía existe un riesgo latente de fuga de recursos humanos y talentos reflejado, entre otros aspectos, en la proporción de trabajadores/as del sector que busca otro empleo.

El fenómeno conocido como **fuga de recursos humanos y de talentos** requiere de una especial atención por parte de las políticas de intervención en materia de empleo en tanto que es sabido que el talento y el capital humano de un sector económico como el audiovisual son esenciales para su desarrollo.

En este sentido, hay que mencionar que la fuga de recursos que han sido cualificados y formados en Andalucía y que han adquirido cierta experiencia profesional en el sector depende, en buena parte, de las posibilidades o no de que los/as trabajadores/as consoliden su carrera profesional, o bien alcancen ciertos niveles de satisfacción con el cumplimiento de sus expectativas laborales.

#### ► IDEA – FUERZA 7

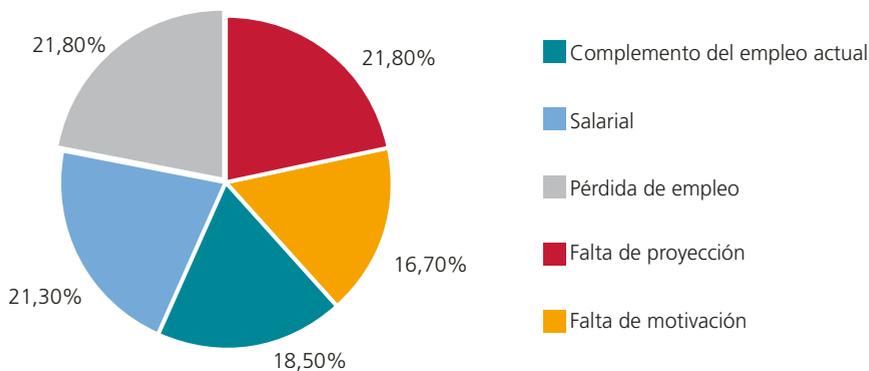
El 63,18% de los/as profesionales que actualmente trabaja en el sector audiovisual andaluz acaba buscando otro empleo, si bien, mayoritariamente, el 83,25% de éstos continúa orientando su búsqueda en el propio sector audiovisual.

Los datos recabados ponen de manifiesto la intención, en más de 6 de cada 10 profesionales del sector audiovisual de cambiar de empleo en un futuro próximo, si bien con una manifiesta preferencia por mantenerse ocupados/as en el mercado laboral audiovisual. No obstante, no se puede perder la referencia de que 2 de cada 10 profesionales desiste, dirigiendo su búsqueda de empleo en otros ámbitos de actividad ajenos al audiovisual.

Respecto a los motivos que conducen a estos/as profesionales que actualmente ocupan un puesto de trabajo en el sector audiovisual, a querer optar por otro empleo hay que señalar que no existen diferencias significativas entre quienes centran su búsqueda en el mercado de trabajo de la industria audiovisual y quienes orientan su oferta de empleo hacia otros sectores económicos. No obstante, es fácil deducir que, en quienes ya empiezan a buscar otro empleo fuera del sector audiovisual, la frustración derivada de la constatación del incumplimiento de sus expectativas se erige como un factor decisorial de especial relevancia.

De hecho, con independencia del sector en el que busquen empleo, los/as profesionales del audiovisual andaluz manifiestan que las razones por las que compatibilizan su actual ocupación con la búsqueda activa de otro son: la falta de proyección interna en el puesto que ocupan (21,8%); las incertidumbres derivadas de expectativas con posibilidad de pérdida de su empleo actual (21,8%); la insatisfacción con la retribución salarial percibida (21,3%); la necesidad de complementar su actual ocupación con otro empleo (18,5%) y por una manifiesta falta de motivación (16,7%).

### Gráfico 24. Distribución de profesionales en función de los motivos que les impulsan a la búsqueda de empleo



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

La fuerza de trabajo del sector audiovisual persigue poder alcanzar unas condiciones laborales que satisfagan su desarrollo profesional. El cumplimiento de las mismas es especialmente relevante en la satisfacción de sus expectativas laborales. De este modo, su disposición hacia el empleo en

el sector audiovisual se observa fuertemente mermada en los supuestos en los que el puesto de trabajo ofertado no las garantizase<sup>32</sup>.

Sin embargo, el estudio realizado hasta el momento sobre las condiciones laborales de los/as profesionales en el mercado de trabajo audiovisual, así como su alta participación en la búsqueda activa de otro empleo, podría llevar a pensar que, en la actualidad, el tejido empresarial de la industria audiovisual no parece generar empleos bajo las condiciones que serían necesarias para retener el talento de sus trabajadores/as.

De este modo, los/as profesionales del sector audiovisual, estarían desarrollando sus trayectorias profesionales a través de cambios continuos de empleo, derivados no sólo por las dinámicas oscilantes de producción que caracterizan a las empresas de este sector, sino también por la lógica búsqueda por parte de sus ocupados/as de mejores perspectivas y condiciones laborales. No obstante, hay que tener en cuenta que la pérdida continua de talento en las empresas frena sus posibilidades de competitividad que finalmente puede desembocar en problemas estructurales.

#### G. Retribución económica

En general, los salarios percibidos por los/as profesionales del sector audiovisual son menores en sus primeras ocupaciones, observando mejoras en la retribución que van recibiendo en sus siguientes empleos.

La actual oferta de mano de obra sitúa el salario, mayoritariamente, en un segundo nivel entre sus prioridades. El primer lugar lo ocupa su motivación vocacional hacia el empleo en el sector audiovisual. De hecho, el 71,2% de los/as trabajadores/as que se mantiene en el sector se inclina hacia el empleo en el mismo, pese a que dicha decisión implique percibir un salario más bajo que lo que pudieran recibir en otras actividades.

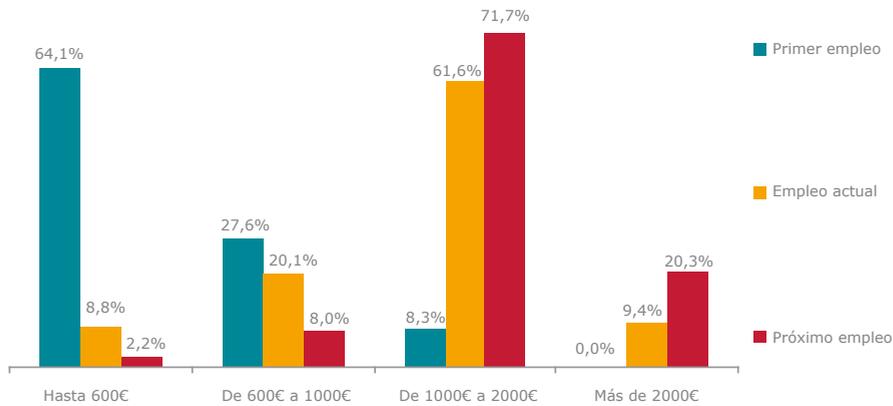
Para el estudio de las condiciones laborales en términos económicos se analiza el salario de los/as profesionales, oferentes de mano de obra, a lo largo de su trayectoria profesional, lo que implica el estudio del salario desde su incorporación al mercado laboral (la retribución en el primer empleo en el sector audiovisual sin experiencia laboral previa), hasta el que esperan recibir en el próximo puesto de trabajo que ocupen (sus expectativas económicas para el futuro), pasando por su situación actual (el salario que retribuye su empleo actual).

De este modo, se observa una tendencia creciente en la evolución salarial que refleja la mejora del salario percibido desde el primer empleo ocupado en el sector audiovisual hasta el actual, así como unas manifiestas expectativas de futuro de continuar en dicha tendencia.

El análisis del salario por tramos permite aproximar, dada la concentración de los datos, las bandas salariales que retribuyen el empleo del mercado de trabajo audiovisual en Andalucía.

32.- Aproximadamente 9 de cada 10 profesionales, actuales oferentes de mano de obra, manifiestan no estar dispuestos/as a aceptar un empleo sin oportunidades de desarrollo profesional. De igual modo, más de 8 de cada 10 profesionales no aceptaría un puesto de trabajo que no respondiese a sus preferencias profesionales. Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008.

**Gráfico 25. Distribución de profesionales atendiendo al salario percibido en su primer empleo, el que perciben y el que esperan percibir en el próximo empleo**



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008  
 Nota: Salarios netos mensuales en jornada laboral de 8 horas diarias.

En los primeros empleos, en los que la oferta de mano de obra carece de experiencia laboral, el salario medio se sitúa en torno a los 600 euros mensuales, si bien el 36% de los/as profesionales manifestó superar dicha cifra.

En cuanto a la retribución salarial que los/as profesionales manifiestan percibir en su empleo actual, en su mayoría, el 61,6%, sitúa su salario entre los 1.000 euros y 2.000 euros, estimándose la media en torno a 1.200 euros.

Por último, en lo que a sus expectativas se refiere, en tanto que se indica el salario esperado en el próximo puesto de trabajo que ocupen, se observan voluntades de incrementos porcentuales en los tramos superiores a 1.000 euros mensuales, lo que elevaría, en caso de lograr alcanzar sus expectativas, la estimación de media salarial de esos/as trabajadores/as, que no del sector en su conjunto, hasta los 1.700 euros al mes, aproximadamente.

En cualquier caso, los salarios percibidos en el sector audiovisual andaluz, pese al importante incremento que experimentan entre el primer y el actual empleo, no se caracterizan por ser excesivamente elevados en comparación a los niveles retributivos medios percibidos en otros sectores de actividad. Apreciación que se agudiza si se tienen en cuenta las fuertes exigencias formativas y competencias técnicas requeridas a los/as actuales oferentes de mano de obra del sector audiovisual andaluz.

#### H. Polivalencia

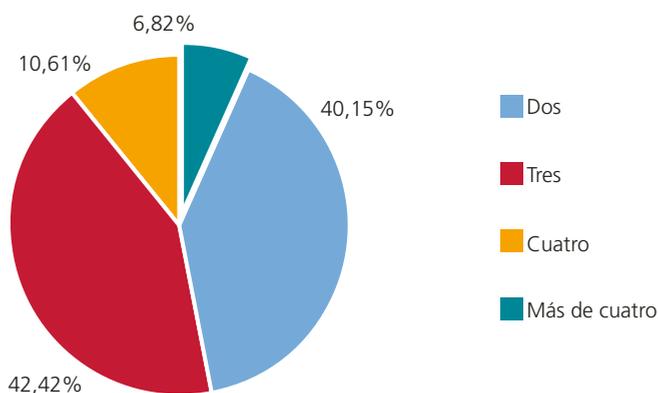
En el sector audiovisual, es habitual que los puestos de trabajo (6 de cada 10), exijan a los/as trabajadores/as que los ocupan ser profesionales polivalentes.

Los efectos estructurales de la flexibilidad de los mercados de trabajo no sólo son de carácter cuantitativo, sino también cualitativo, definiendo "el perfil del trabajador/a del sector audiovisual

como el de un operario polivalente, tanto desde el punto de vista tecnológico (con capacidad para manejar diferentes tecnologías) como, y fundamentalmente, desde el punto de vista funcional” (Román, C. y Bueno, C., 2004:188).

De hecho, el 91,18% de los/as profesionales del sector audiovisual considera que éste genera empleos cuyo desempeño requiere una considerable polivalencia. Asimismo, el 23,8% de la oferta de mano de obra del sector audiovisual clasifica su empleo atendiendo a la actividad profesional que desarrolla en el mismo como “Varios/Polivalencia”.

### Gráfico 26. Distribución profesionales atendiendo al número de puestos desempeñados en su empleo



Fuente: Encuesta “Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz”. Fundación AVA, 2008

Casi dos tercios de las trabajadoras y los trabajadores en activo en la industria audiovisual manifiestan que su actual empleo requiere el desempeño de funciones que corresponderían a más de un puesto de trabajo. Entre ellos, 4 de cada 10 profesionales reconocen que desarrollan funciones propias a dos puestos de trabajo al mismo tiempo, proporción similar a la de quienes afirman agrupar incluso funciones asociadas a tres puestos simultáneamente. Más de 1 de cada 10 profesionales cifra en cuatro los puestos funcionales desempeñados en su jornada e, incluso, el 6,82% afirma haber desempeñado o desempeñar más de cuatro puestos funcionales de trabajo en su empleo.

La demanda de profesionales con la capacitación suficiente para realizar distintas funciones así como la exigencia de nuevas capacitaciones derivadas de los cambios tecnológicos e innovaciones a que está sometido el sector audiovisual constituye un reclamo constante en los perfiles profesionales del mismo.

De nuevo se está ante un rasgo definitorio del empleo en el sector audiovisual, derivado de las dinámicas de producción flexibles que, a lo largo del estudio, vienen caracterizando al tejido empresarial del sector. En definitiva, una vía hacia un modelo organizacional del trabajo que facilita una eficaz y eficiente respuesta a unas exigencias productivas cambiantes propias de un mercado incierto.

## I. Movilidad geográfica

Aproximadamente, 1 de cada 2 profesionales, oferentes de mano de obra en el sector audiovisual, trabaja en un empleo que le exige movilidad geográfica.

La movilidad geográfica se convierte en otro rasgo del empleo en el sector audiovisual andaluz. Una parte considerable de los y las profesionales en activo de este sector manifiesta que su trabajo les ha exigido o les exige un cambio de residencia, más o menos duradero en el tiempo, así como desplazamientos continuos para el desarrollo de sus funciones.

### ► IDEA – FUERZA 8

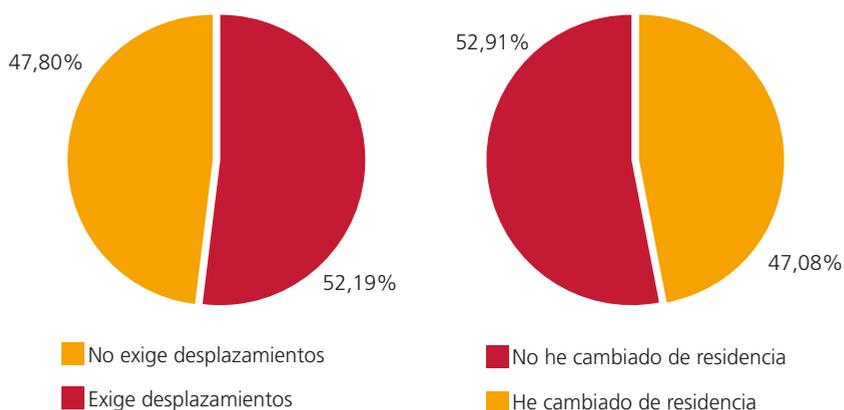
Prácticamente 1 de cada 2 profesionales, oferentes de mano de obra, indica que ha cambiado alguna vez de residencia para desarrollar su trabajo en el sector audiovisual.

Respecto a la movilidad geográfica referida a desplazamientos, más de 1 de cada 2 profesionales expresa que ésta es una exigencia habitual del puesto de trabajo que ocupa.

La realidad observada conduce, una vez más, a la caracterización de un mercado de trabajo cuya estructura se sirve de numerosas estrategias que permiten la flexibilidad laboral que la industria audiovisual requiere.

Asimismo, no se puede obviar que la disposición hacia la movilidad geográfica implica condicionantes en la vida personal de los/as trabajadores/as, por lo que para el uso de esta estrategia en el ajuste de plantillas por parte del tejido empresarial es necesario contar con una fuerza laboral dispuesta a ello.

### Gráfico 27. Distribución de profesionales según la movilidad geográfica que exige su puesto de trabajo



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

En este sentido, es necesario añadir que los/as demandantes de mano de obra en el sector audiovisual cuentan con profesionales que manifiestan una fuerte disposición a la movilidad geográfica, referida tanto a desplazamientos continuos (alrededor de 8 de cada 10 profesionales expresan su preferencia por puestos de trabajo en el ámbito audiovisual itinerantes, lejos de casa, así como con fuerte movilidad frente a empleos sin dichas exigencias en otros sectores económicos) como a cambios de residencia (7 de cada 10 profesionales aceptarían un empleo en el sector aunque les exigiera cambiar su domicilio de residencia).

### **3.4. Valoración general del empleo en el sector audiovisual por parte de los y las profesionales que lo ocupan**

La actual oferta de mano de obra del sector audiovisual se muestra, mayoritariamente, satisfecha con su empleo, si bien existen diferencias significativas ante distintos aspectos del trabajo.

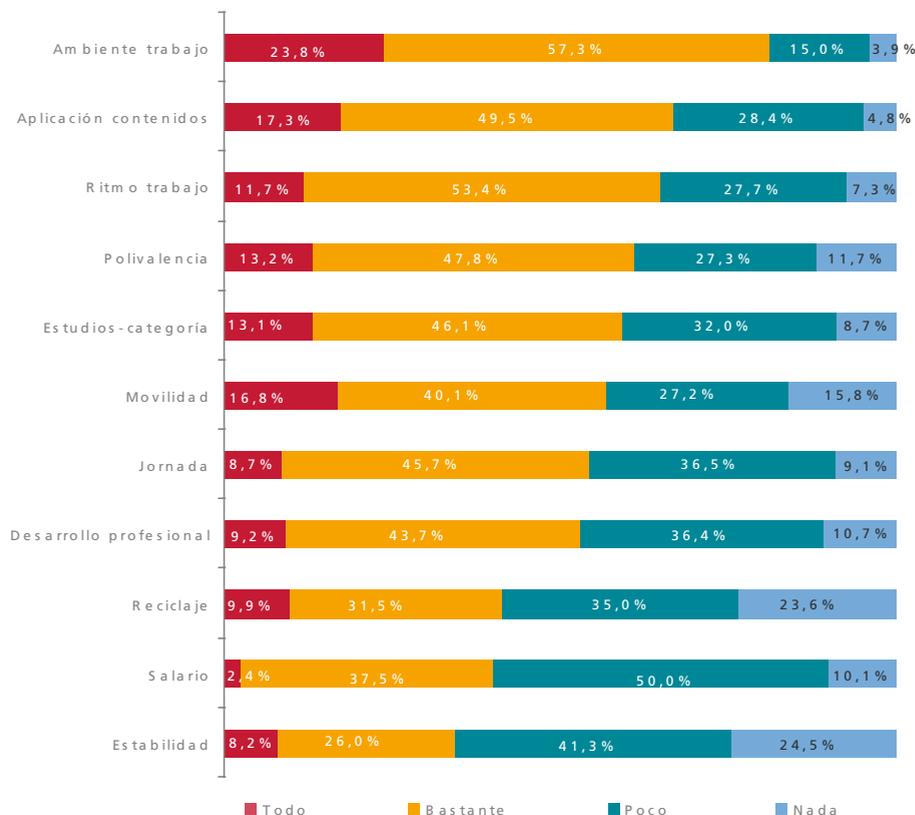
La satisfacción laboral es una actitud del/a trabajador/a frente a su propio empleo determinada, conjuntamente, por las características del puesto específico que ocupa así como por la percepción que tiene la persona de lo que "debería ser", entendiéndolo el "debe ser" como lo que desea el o la profesional de su puesto.

El estudio de los niveles de satisfacción manifestados por los/as profesionales en activo de este sector permite ampliar el diagnóstico realizado hasta el momento sobre el mercado de trabajo en el audiovisual, en la medida en la que la *evaluación de las experiencias laborales* se considera un instrumento de medida de la *calidad* del trabajo.

Lo cierto es que, a pesar de todo, los datos obtenidos reflejan un sentimiento mayoritario de satisfacción ante el trabajo en el sector audiovisual. Aproximadamente 8 de cada 10 trabajadores/as del sector manifiestan, en general, sentirse "satisfechos/as" en el empleo que ocupan en la actualidad. En concreto, la mitad de los/as profesionales afirma sentir "bastante" satisfacción en su puesto de trabajo y el 27,47% sentirse "muy satisfecho/a".

Un análisis más detallado pone de manifiesto la presencia de determinados aspectos del trabajo cuyas valoraciones de satisfacción presentan diferencias apreciables, incidiendo esto en el bienestar laboral de los/as profesionales del sector audiovisual en Andalucía.

**Gráfico 28. Grado de satisfacción de los/as profesionales respecto a determinados aspectos del empleo que ocupan actualmente en el sector audiovisual**



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

De este modo, es posible diferenciar entre aquellas condiciones laborales que la actual oferta de mano de obra valora mayoritariamente de forma satisfactoria frente a aquellas otras consideradas como insatisfactorias.

### ► IDEA – FUERZA 9

Mayoritariamente, los/as profesionales del sector audiovisual manifiestan sentir insatisfacción con la estabilidad laboral, el salario y la posibilidad de reciclar conocimientos que ofrecen los empleos que ocupan en la actualidad.

De otra parte, los/as profesionales afirman sentir satisfacción en su empleo actual, de menor a mayor grado, con los siguientes aspectos: oportunidades de desarrollo profesional, jornadas de trabajo, movilidad, relación estudios-categoría profesional, polivalencia, ritmo de trabajo, ampliación de conocimientos y ambiente de trabajo.

### 3.4.1. Aspectos laborales valorados mayoritariamente de forma satisfactoria

Los/as actuales profesionales en activo del sector audiovisual andaluz perciben el **ambiente laboral** como el aspecto que mayor satisfacción les proporciona en sus empleos. La gran mayoría de los/as trabajadores/as, el 81,1%, se siente "satisfecho/a" con el ambiente en su puesto de trabajo, así como con el contenido del mismo.

La posibilidad de **aplicar al trabajo los conocimientos adquiridos** a lo largo del periodo formativo es un factor que, al igual que el ambiente laboral, contribuye, para dos tercios de los/as profesionales, a la percepción de bienestar laboral. De este modo, la opinión manifestada por quienes trabajan en el sector audiovisual presenta gran similitud con la recogida en la última Encuesta de Calidad de Vida en el Trabajo (ECVT), según la cual los niveles medios de satisfacción más altos de la población española ocupada se relaciona con el ambiente y la actividad desarrollada (Ministerio de Trabajo e Inmigración, 2007).

**Polivalencia** e intensidad en el **ritmo de trabajo** son factores que identifican gran parte de los empleos en el sector audiovisual y, a su vez, susceptibles de condicionar la satisfacción laboral. No obstante, son más de 6 de cada 10 profesionales quienes muestran "satisfacción" con el ritmo de sus trabajos, así como con las exigencias de variación funcional de sus puestos de trabajo en virtud de las necesidades de la empresa. Hay que tener en cuenta que estas cifras se sustentan y argumentan por la fuerte disposición de la oferta de mano de obra del sector audiovisual, y no sólo por el reflejo proyectado por la satisfacción de sus recursos humanos.

En cuanto a la relación entre el **nivel de estudios** y la **categoría profesional**, destacar que aproximadamente 7 de cada 10 profesionales del sector en activo opinan que en el audiovisual andaluz "se generan empleos poco cualificados ocupados por personas muy formadas". Tendiendo en cuenta los altos niveles de cualificación de los/as trabajadores/as del sector, sería lógico pensar que la proporción de profesionales que sienten "insatisfacción" con la relación entre el nivel de estudios alcanzado y la categoría laboral fuera elevada. En cambio, los resultados obtenidos indican que 6 de cada 10 profesionales del sector están del "todo o bastante satisfechos/as" con la correspondencia entre la categoría profesional que desempeñan y el nivel formativo con que cuentan.

Por otra parte, pese a las exigencias asociadas a la **movilidad laboral** y a la **intensificación de las jornadas laborales**, rasgos vinculados al empleo en el sector audiovisual, los/as profesionales del mismo tienen una percepción mayoritariamente satisfactoria de ambos aspectos. No obstante, hay que tener en cuenta que ambos elementos generan desagrado a una proporción considerable de trabajadores/as; más de 4 de cada 10 profesionales se sienten "nada y poco satisfechos/as" con la movilidad laboral y la jornada que desempeñan en su actual puesto de trabajo en el sector audiovisual.

En último lugar, entre los factores que inciden de forma positiva en el bienestar de la mayor parte de la fuerza de trabajo, se encuentra la posibilidad de **desarrollo profesional**. Sin embargo, la actual oferta de mano de obra del sector audiovisual manifiesta los niveles de satisfacción más bajos respecto a las oportunidades de crecimiento personal y profesional que le ofrece su actual estatus laboral. No obstante, la valoración de este factor está muy polarizada.

Cierto es que algo más de la mitad de los/as profesionales del sector audiovisual se siente “satisfecha” con su empleo en relación a las posibilidades de desarrollo profesional en el mismo; si bien no se puede obviar que 5 de cada 10 manifiestan “insatisfacción”. Y es que posiblemente sea éste uno de los principales motivos que incita a la búsqueda de otros empleos.

### 3.4.2. Aspectos laborales valorados mayoritariamente de forma insatisfactoria

Los menores niveles medios de satisfacción que reflejan mayoritariamente los/as profesionales del sector audiovisual son los referidos a la estabilidad laboral. Más del 60% de los/as profesionales afirma sentir “ninguna o poca satisfacción” con su situación de inestabilidad e incertidumbre en su puesto de trabajo actual.

Igualmente, el **factor retributivo**<sup>33</sup> provoca en una gran parte de estos/as profesionales una manifiesta insatisfacción. Si bien sólo un 10% se muestra “nada satisfecho/a” con el salario que percibe por su trabajo, la proporción de quienes sienten en definitiva “insatisfacción”, alcanza ya el 60%.

Por último, dada la exigencia de **reciclaje continuo** en la industria audiovisual impuesta por el uso intensivo de nuevas tecnologías, resulta llamativo que una parte, nuevamente importante, de los/as profesionales en activo del sector expresen su descontento respecto a las posibilidades de acceso a la formación continua que le ofrece el tejido empresarial. De nuevo, prácticamente 6 de cada 10 profesionales manifiestan “ninguna o poca satisfacción” con las posibilidades de reciclaje que su empleo les ofrece. Si bien ya se ha constatado el interés que por este tipo de formación presentan quienes trabajan en el sector audiovisual, no siempre dicha demanda parece encontrar la atención necesaria.

Por tanto, ante los datos analizados, es posible concluir que los/as profesionales en activo del sector audiovisual muestran mayoritariamente satisfacción con las condiciones asociadas a su trabajo. Solamente en determinados aspectos específicos de sus condiciones laborales, que no dejan de ser relevantes, fundamentalmente de cara a su futuro profesional, manifiestan mayores grados de insatisfacción.

No obstante, parece lógico pensar que la mayor o menor satisfacción en el empleo debe estar correlacionada con el cumplimiento o no de las expectativas que hubiesen tenido respecto a sus ocupaciones.

Hay que tener en cuenta que el rendimiento laboral es más alto y que la productividad del trabajo se ve estimulada cuando la satisfacción en la ocupación que se desarrolla alcanza niveles elevados.

Además, es preciso considerar que el grado de competitividad de las empresas puede verse incrementado cuando la fuerza de trabajo alcanza dichos niveles de satisfacción. Por ello, las políticas de empleo debieran contemplar, al menos, la oportunidad de incorporar distintas medidas que pu-

33.- Según la Encuesta de Calidad de Vida en el Trabajo, la satisfacción laboral aumenta sensiblemente con los ingresos hasta llegar al escalón de una posición acomodada, a partir de la cual empiezan a contar otros factores extraeconómicos (Ministerio de Trabajo e Inmigración, 2007).

diesen ir encaminadas a facilitar grados de satisfacción profesional elevados por los mayores niveles de cumplimiento de las expectativas, individuales y colectivas, de los/as profesionales del sector audiovisual en Andalucía.

En cierto modo, al menos para los/as profesionales más jóvenes del sector, esto no parece excesivamente complejo, más aún cuando la satisfacción profesional puede alcanzarse con cierta facilidad, aún bajo difíciles condiciones de trabajo, dada la fuerte motivación vocacional que mueve a quien trabaja en el sector audiovisual.

No obstante, si bien alcanzar dicha satisfacción, a priori, puede ser resuelta con haber alcanzado la meta de trabajar en el sector, lo difícil será precisamente mantener altos niveles de satisfacción en tanto que la consecución de expectativas creadas originará unas nuevas, éstas con mayores exigencias. Y lo cierto es que el sector audiovisual andaluz no siempre ofrece respuestas laborales adecuadas para quienes ya colmaron sus primeras expectativas y que, por tanto, acrecentaron sus pretensiones y sus exigencias.

De todos modos, en la interpretación de los resultados que aquí se muestran, hay que tener presente el marcado carácter subjetivo de determinados factores que inciden en las formas de percepción de los rasgos y las características del sector.

### 3.4.3. Evolución de la satisfacción de los y las profesionales ante el trabajo

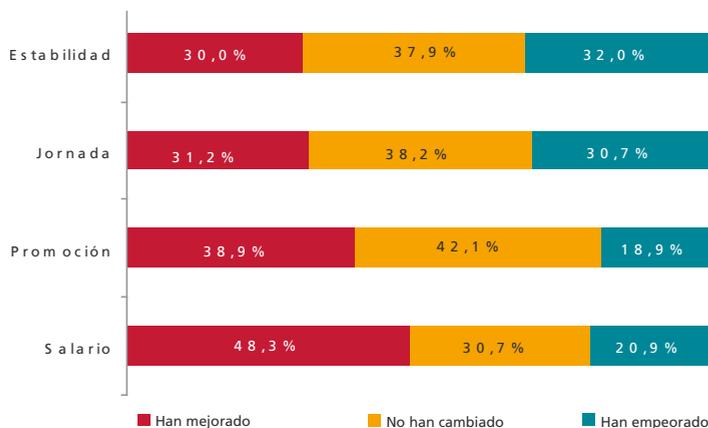
Los/as profesionales del sector audiovisual de Andalucía manifiestan, en general, no haber experimentado destacables mejoras en determinados aspectos laborales a lo largo de su trayectoria en el mercado de trabajo del sector.

Los trabajadores y las trabajadoras que se mantienen en activo en el sector audiovisual, pese a lo apuntado anteriormente, reconocen que las transiciones laborales experimentadas no les han permitido avanzar profesionalmente con suficiente satisfacción. Esto es algo que se evidencia en la valoración de los grados de insatisfacción que mantienen en sus actuales empleos en el sector.

#### ► IDEA – FUERZA 10

Los/as profesionales que se mantienen en activo en el mercado de trabajo del sector audiovisual de Andalucía consideran que todavía no han experimentado, a nivel general, una mejora sustancial de las condiciones laborales que les ofrecen los puestos de trabajo que ocupan. Los niveles de satisfacción que éstos/as mantienen acerca de determinados elementos relativos a sus ocupaciones reflejan que se extiende un sentimiento latente de insuficiente cumplimiento de las expectativas de mejora de las condiciones bajo las que trabajan.

## Gráfico 29. Distribución de profesionales del sector audiovisual según la evolución de determinadas condiciones laborales desde su primer empleo hasta el actual



Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

En este sentido, el análisis de determinados aspectos del desempeño del trabajo ofrece una visión general acerca de cómo la oferta de mano de obra en activo valora las dinámicas evolutivas de su carrera profesional. Esto se observa en el grado de satisfacción que ésta experimenta hacia dichos aspectos.

Resalta, nuevamente, el hecho de que todavía sean mayoría los/as profesionales que se mantienen en activo en el sector que manifiesten, a nivel general, no haber tenido mejorías ante aspectos como la estabilidad; la jornada laboral; la promoción y el salario a lo largo de sus trayectorias laborales. Y es que más de la mitad de la fuerza laboral del sector afirma no haber experimentado un incremento salarial desde su primer empleo; 6 de cada 10 indican no haber promocionado y, una proporción mayor, alrededor de 7 de cada 10, no ha visto todavía desarrollada una mejora en sus condiciones con respecto a la estabilidad o la jornada.

Hay que tener en cuenta que la falta de mejora puede llevar asociadas posibles frustraciones ante la no consecución de las expectativas creadas, ya que es lógico pensar que la baja proporción de profesionales que han experimentado una mejoría en sus condiciones laborales pone de manifiesto que el mercado de trabajo en este sector podría ir generando, con el transcurrir del tiempo, "bolsas" de trabajadoras y trabajadores con ciertos niveles de insatisfacción profesional. Quizás estas áreas de insatisfacción condicionen, a quienes la padecen, a dejar de demostrar sus preferencias a permanecer en la actividad audiovisual.

En este sentido, cabe preguntarse si las contrataciones laborales y la elevada proporción de eventualidad características de la industria audiovisual responden a la exigencia de sus dinámicas productivas o si lo hacen, por otra parte, atendiendo a formas específicas de entender las relaciones laborales o atendiendo a su vinculación con la rentabilización de los costes del factor humano. Con ello, habría que incidir en que los esfuerzos han de ir a garantizar, en la medida

de lo posible, que una oferta de mano de obra altamente motivada y dispuesta al empleo en el sector vea progresivamente satisfechas sus expectativas y preferencias a lo largo del desarrollo de su vida profesional.

### 3.5. Conclusiones

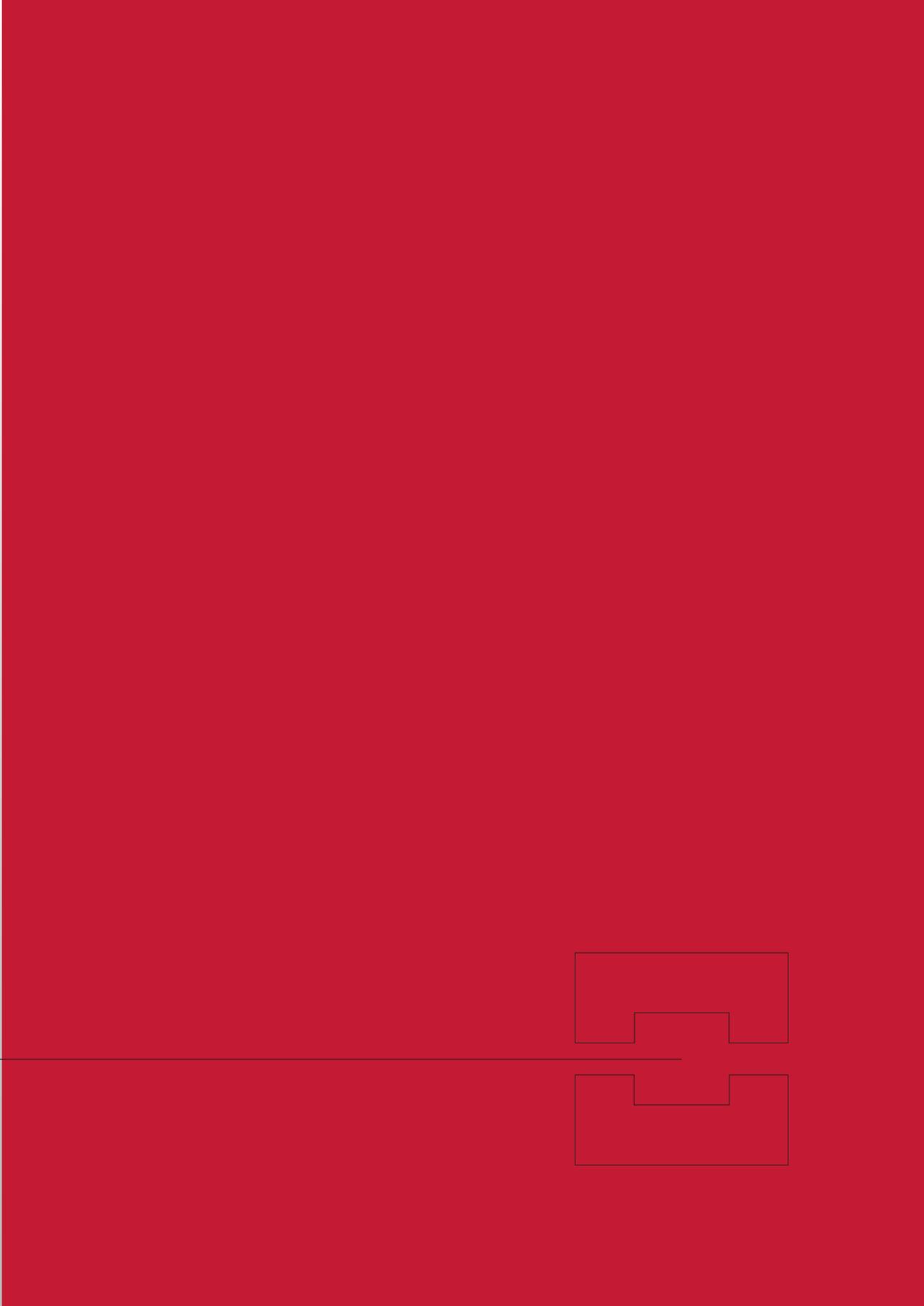
A la luz de los datos analizados, se observa que la flexibilidad laboral constituye un rasgo dominante en las dinámicas de empleo del sector audiovisual. El tejido empresarial audiovisual, a través de la flexibilidad, trata de dar respuestas a la demanda de un mercado cada vez más competitivo, internacionalizado y exigente en cuanto a la calidad de los productos y servicios. Para ello, se apoya en la cualificación, la polivalencia y la fuerte disposición de los trabajadores y las trabajadoras a aceptar ciertas condiciones laborales para mantenerse en el mercado de trabajo del sector.

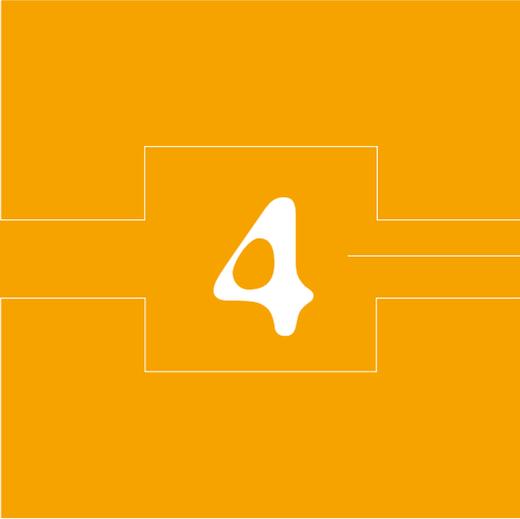
El resultado es un mercado de trabajo marcado por la precariedad de las relaciones laborales: baja retribución salarial, jornadas intensivas e irregulares, estacionalidad, desregulación contractual en forma y tiempo, pérdida de calidad del puesto de trabajo, movilidad interna y/o desigualdades por edades y por sexo en la incorporación y exclusión del mercado de trabajo.

La fuerte motivación vocacional que inclinó a los/as profesionales a elegir su formación en materias audiovisuales, si bien continúa fomentado entre ellos/as altos niveles de disposición hacia el empleo audiovisual, ha de compaginarse ahora con expectativas reformuladas con el aumento de la edad y del tiempo de permanencia en el mercado de trabajo del sector.

Y si la vocación actúa como factor de predisposición para aceptar las condiciones laborales características del empleo generado en esta industria no da respuesta, sin embargo, a la satisfacción de quien lleva cierto tiempo empleado/a en la misma. Tras incorporarse al mercado de trabajo audiovisual, una parte de los/as profesionales de éste manifiestan un escaso grado de satisfacción hacia los puestos de trabajo que ocupan.

En este sentido, cabe señalar la existencia de un claro riesgo de **fuga de recursos humanos y/o de talentos** hacia otros empleos, si bien resulta llamativo que esta búsqueda de mejores condiciones laborales se lleve a cabo en el ámbito del propio sector audiovisual, reafirmandose, de nuevo, la fuerte vocación de este colectivo hacia el sector productivo en el que se ocupa.

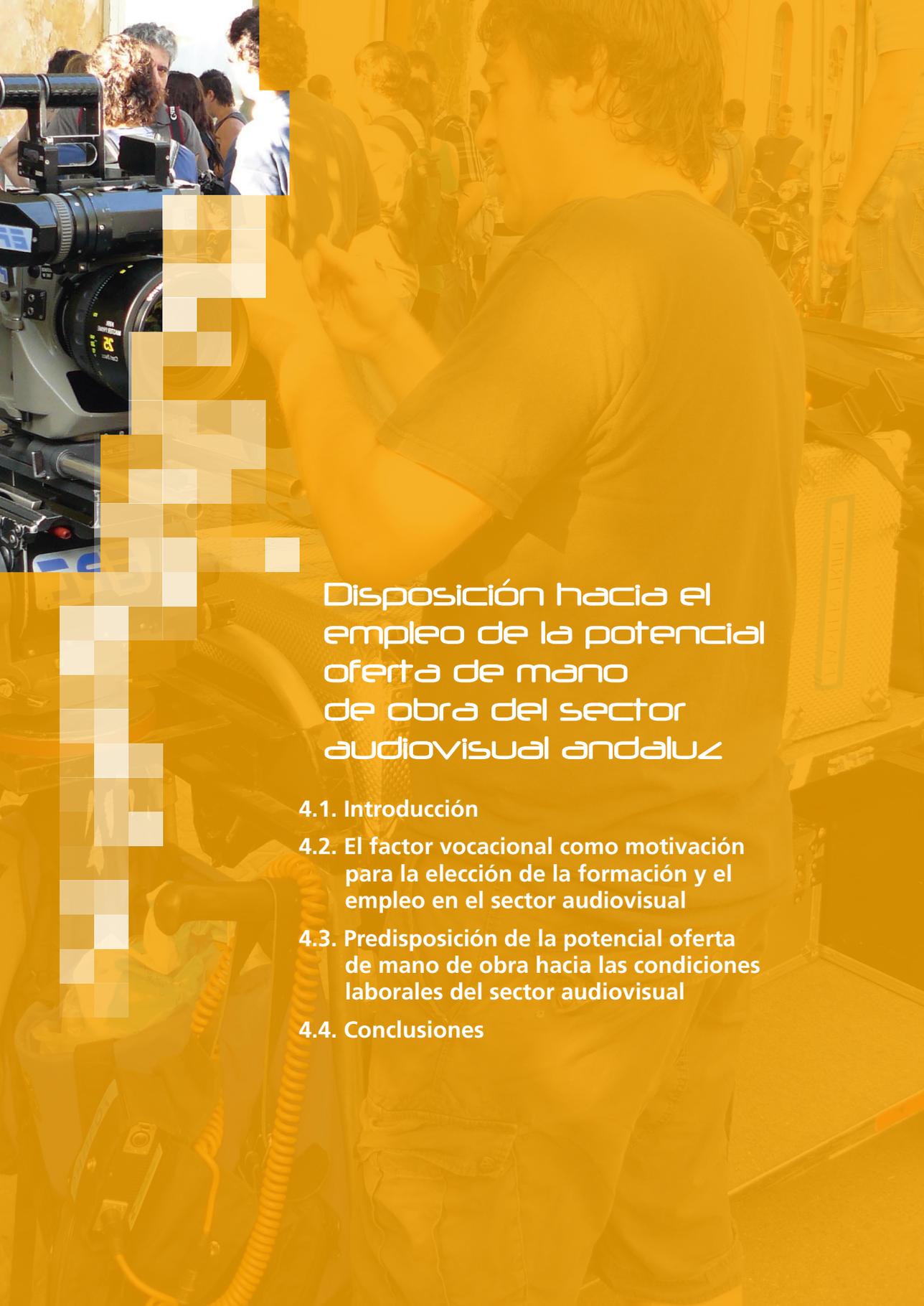




# 4

Predisposición de la futura oferta de mano de obra al empleo del sector audiovisual andaluz y a las condiciones laborales que genera.

Los y las jóvenes ante el mercado de trabajo: salario, temporalidad, movilidad geográfica, polivalencia, jornada laboral, sobrecualificación y trabajo autónomo.



# Disposición hacia el empleo de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz

- 4.1. Introducción
- 4.2. El factor vocacional como motivación para la elección de la formación y el empleo en el sector audiovisual
- 4.3. Predisposición de la potencial oferta de mano de obra hacia las condiciones laborales del sector audiovisual
- 4.4. Conclusiones





# Disposición hacia el empleo de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz

## 4.1. Introducción

El diagnóstico del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz requiere de un análisis profundo de la oferta de mano de obra que lo integra. A dicha oferta de mano de obra pertenecen también las personas que actualmente se forman en materias audiovisuales, en tanto que éstas formarán parte del mercado de trabajo específico del sector en un futuro inmediato e incluso, en algunos casos, ya forman parte de él al compaginar formación con empleo.

El análisis de la potencial oferta de mano de obra, iniciado en el presente capítulo y continuado en capítulos posteriores, parte del estudio de las motivaciones que incitan a los/as jóvenes a formarse en materias audiovisuales. Asimismo, y a fin de determinar cuáles son sus expectativas laborales y cuáles son las posibilidades que tienen de cumplirlas se analiza el grado de predisposición que manifiestan hacia el empleo en el sector audiovisual.

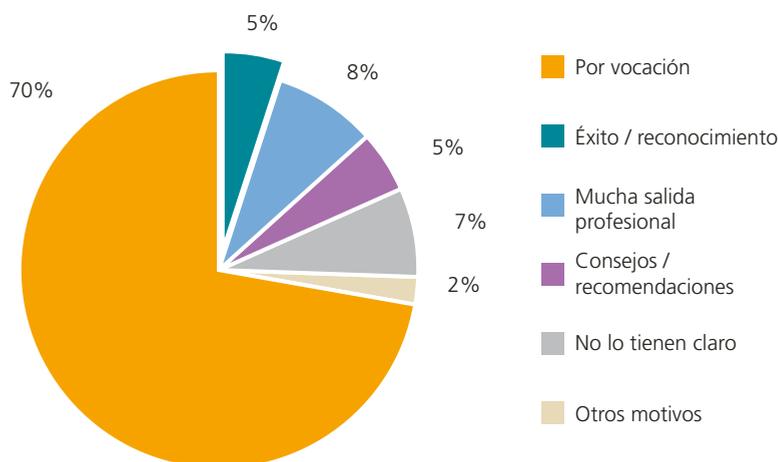
Dadas las particularidades del mercado de trabajo audiovisual y las condiciones laborales que de éste se derivan, es de interés para este estudio conocer la predisposición de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz hacia determinadas condiciones laborales características del empleo propio del mismo (temporalidad, movilidad geográfica, sobrecualificación, polivalencia, etc.). Se trata pues de generar conocimiento acerca de este elemento integrante del sector audiovisual para ir contando con información concreta, útil y de valor para el mismo.

## 4.2. El factor vocacional como motivación para la elección de la formación y el empleo en el sector audiovisual

Los y las oferentes de mano de obra no siempre poseen una verdadera vocación hacia la profesión a la que finalmente se dedican. Ciertamente es que el acceso a los estudios y a la formación conlleva un periodo, más o menos largo, de toma de decisiones sobre la profesión deseada, si bien éstas se incorporan a las motivaciones y voluntades personales, otros aspectos que pueden ser de orden económico, sociológico, incluso académico, llegan a condicionar y a determinar la elección de la vida de las personas.

En el caso específico que es objeto de análisis, los datos indican que **alrededor de 7 de cada 10** estudiantes que se están formando en contenidos audiovisuales aseguran que la elección de su currículo formativo se debe fundamentalmente a motivaciones vocacionales, no explicitándose ningún otro factor de decisión con una proporción lo suficientemente elevada que lo contrarreste.

**Gráfico 30. Distribución de la potencial oferta de mano de obra atendiendo a su motivación para formarse en contenidos audiovisuales**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Estos resultados ponen de manifiesto la fuerte motivación vocacional que lleva a la juventud a elegir su formación en materias audiovisuales, y a su vez ayuda a entender la inclinación que expresan hacia el empleo en el sector audiovisual en cuanto que la vocación actúa como factor de predisposición hacia la tipología del empleo generado en el mercado de trabajo de esta industria y a los requerimientos que exige.

La consecución de altos niveles de satisfacción en el desempeño de un puesto de trabajo por parte de la futura oferta de mano de obra marca la disposición a aceptar situaciones inciertas o con pocas garantías laborales y dicha satisfacción puede conseguirse gracias al desarrollo y consecución de las expectativas creadas y las motivaciones que las originan.

### ► IDEA – FUERZA 11

Los resultados obtenidos muestran que, a un nivel de significación del 95,5%, en general, la potencial oferta de mano de obra tiene una fuerte vocación hacia el audiovisual, siendo este el motivo que les lleva a la elección de su formación en dicha materia. El 70% de quienes se están formando en el ámbito del audiovisual afirma que la elección de su formación y su vinculación a este sector es debido a motivaciones vocacionales.

## 4.3. Predisposición de la potencial oferta de mano de obra hacia las condiciones laborales del sector audiovisual

La hipótesis de partida que se plantea se formula bajo la previsión de que las personas que pasarán a formar parte del mercado de trabajo específico del sector audiovisual en un futuro inmediato, no sólo son conocedoras de las características del mismo, sino que, según los casos y en diferentes niveles, manifiestan, de entrada, una fuerte disposición a aceptarlas.

En este sentido, se hace conveniente detallar cuáles son las especificidades que caracterizan las exigencias de un sector que, tal y como se mencionó anteriormente, está condicionado por estar inmerso en las dinámicas de organización y producción de la *nueva economía*. Y en el que tal y como se mencionó en el capítulo introductorio de contextualización, la propia dinámica del audiovisual como sector productivo marca el tipo de empleo al que da lugar. La mayoría de empresas del sector están sujetas a una demanda incierta que implica temporalidad productiva<sup>34</sup> y esto, por lo general, les exige establecer relaciones laborales que atiendan a las oscilaciones del mercado.

Lo cierto es que un primer análisis de los datos muestra elevados porcentajes acerca de la predisposición de los/as jóvenes en período de formación a aceptar empleos con condiciones laborales marcadas por la temporalidad, la sobrequalificación, la intensificación de jornadas, etc.

En esta temprana etapa del análisis de los datos hay que destacar el alto nivel de significación que adquiere, en términos generales, la manifiesta predisposición de la potencial oferta de mano de obra hacia las posibilidades de empleo en el sector audiovisual unido a la aceptación de las condiciones laborales que lo caracterizan.

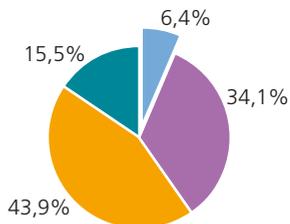
Los resultados indican que, a excepción del “subempleo” y de “un empleo que no estuviese remunerado pero en el que adquiriese gran experiencia” (respectivamente, el 59,2% y el 51,59% de la potencial oferta de mano de obra no se muestra dispuesta), la predisposición hacia los aspectos planteados es muy mayoritaria.

Debido a la relevancia que cada uno de estos aspectos tiene en la caracterización del empleo del sector audiovisual, así como a las diferencias detectadas al estudiar estos datos atendiendo a diversas variables, se hace necesario presentar un análisis de los mismos de manera detallada.

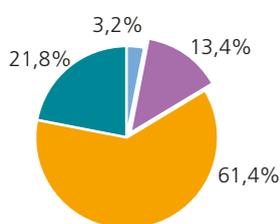
34.- Esta temporalidad productiva se da con independencia de la actividad que realicen, ya sean productoras de cine, video o contenidos para televisión, cualquiera que sea el formato y soporte que adopte su producto. Por ejemplo, una Tv movie se graba en un número finito de semanas o meses.

**Gráfico 31. Disposición de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual a aceptar ciertos aspectos laborales característicos del mismo**

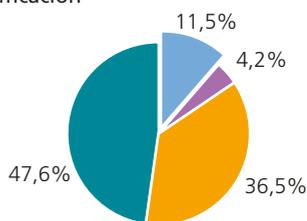
**Movilidad geográfica**



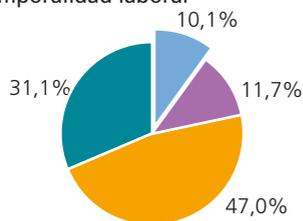
**Jornadas muy intensivas**



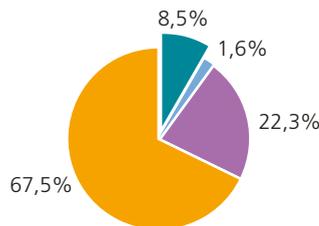
**Sobrecualificación**



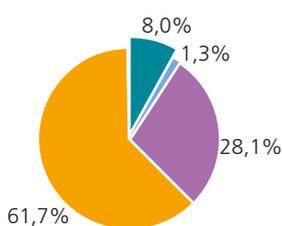
**Temporalidad laboral**



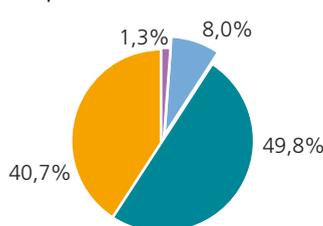
**Polivalencia**



**Continuo esfuerzo formativo**



**Sin desarrollo profesional**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

### 4.3.1. Predisposición a la temporalidad laboral

Fuerte disposición a la temporalidad laboral por parte de la futura oferta de mano de obra en el sector audiovisual andaluz.

En la actualidad, un aspecto de trascendencia de los mercados de trabajo es el incremento de la inestabilidad laboral y la temporalidad de los contratos. Los cambios en los mercados laborales han facilitado la implantación de los mecanismos propicios a la flexibilización de mano de obra, con el consecuente aumento de los contratos de trabajo de carácter temporal.

En el sector audiovisual, por añadidura, esta temporalidad se relaciona con la propia dinámica productiva de las obras audiovisuales. La potencial oferta de mano de obra que en la actualidad se encuentra en proceso de formación es consciente de la realidad en la que se sitúa el mercado de trabajo de este sector. Efectivamente, el 75,8% de estos/as jóvenes percibe que se generan empleos excesivamente temporales y el 75,09% coincide con que los empleos generados en el sector no aseguran una permanencia suficientemente estable en el puesto de trabajo.

No obstante, pese a pertenecer a uno de los grupos potencialmente afectados por la eventualidad en el trabajo, esta potencial oferta de mano de obra a disposición del sector audiovisual se muestra abierta a asumir la eventualidad en el empleo, la temporalidad, con tal de incorporar su fuerza de trabajo a un proyecto o a una empresa que se dedica a producir bienes y/o servicios en el sector.

#### ► IDEA – FUERZA 12

El 72,44% de la futura oferta de mano de obra manifiesta que prefiere acceder a un empleo aún siendo temporal en el sector audiovisual frente a la posibilidad de disponer de estabilidad en otro sector de actividad.

Quizás más categórico se muestre el dato que pone de manifiesto que más de la mitad de la futura oferta de mano de obra en el sector audiovisual estaría dispuesta a aceptar un empleo en el mismo aunque tuviese que abandonar un puesto de trabajo definitivamente estable en otro sector.

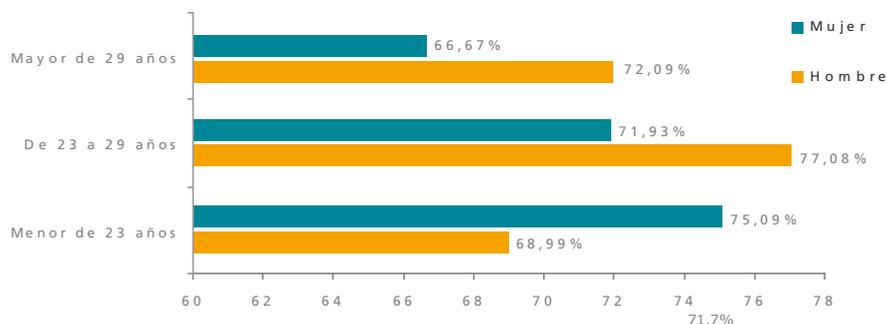
Al hilo de la temporalidad, los datos obtenidos acerca de la disposición a “aceptar un empleo incierto pero con posibilidades de desarrollo profesional”, disminuye la importancia que esta juventud otorga a la estabilidad en el empleo ante determinados condicionantes, como es en este caso el desarrollo profesional.

#### Relación con las variables género y edad

La predisposición de la futura oferta de mano de obra a trabajar en el sector audiovisual aunque suponga tener que rechazar la estabilidad laboral, muestra diferencias significativas con respecto al género asociado a la edad, si bien los ratios observados a este nivel de desagregación son meramente indicativos.

En el caso de la mujer, la tendencia de la disposición a aceptar relaciones laborales temporales en el sector audiovisual es decreciente en función del aumento de la edad (entre las mujeres menores

### Gráfico 32. Disposición de la potencial oferta de mano de obra a aceptar un empleo en el sector audiovisual si tuviese que abandonar un puesto de trabajo estable en otro sector



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

de 23 años el 75,09% se muestran dispuestas, si bien esta proporción pasa al 66,67% para las mayores de 29 años), mientras en los hombres su comportamiento presenta ciertas diferencias.

La mayor disposición hacia el trabajo temporal en este sector frente a la estabilidad en otro, está representada por el perfil de un hombre de edad comprendida entre los 23 y los 29 años, lo que puede asociarse a que es en este momento, una vez se aproxima a finalización de sus estudios, cuando presentan mayores deseos hacia la proyección profesional elegida.

La caída porcentual para las mujeres y hombres mayores de 29 años, puede estar relacionada con la búsqueda de la estabilidad a la que tiende la población conforme cambian sus necesidades de vida con el transcurso del tiempo; estabilidad que individual y socialmente es también perseguida en el ámbito laboral como un objetivo que garantiza los demás aspectos propuestos en los proyectos de vida. Esta tendencia es algo mayor incluso en el caso de la población femenina (con un 66,67%).

Cierto es que existen otras investigaciones<sup>35</sup> que asocian negativamente el contrato temporal a la variable edad, es decir, que demuestran cómo su relación contractual tiende a ser indefinida a medida que aumenta la edad de la trabajadora o del trabajador; algo que se asocia no sólo con la disposición y con la vocación hacia la búsqueda de la estabilidad profesional como fórmula de asentamiento de los pilares de vida, sino también con la progresiva mejora de las oportunidades en el empleo desde el momento en que se forma parte del mercado laboral.

#### 4.3.2. Predisposición a la movilidad geográfica

Fuerte predisposición a la movilidad geográfica por parte de la futura oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz.

35.- Según el modelo logístico trinomial de Morris y Vekker (2001), el hecho de tener una edad comprendida entre 16 y 24 años reduce la probabilidad de formalizar un contrato fijo, aumentando por tanto las posibilidades de tener un empleo temporal. En este sentido, el análisis de probit [Dolado, J.J., García-Serrano, C. y Jimeno, J.F. (2002)] indica que a medida que aumenta la edad disminuye la incidencia que ejerce en ellos/as la temporalidad.

Las diferentes concentraciones territoriales de los ámbitos empresarial y productivo del sector audiovisual repercuten en el desigual reparto del empleo, tanto en el ámbito provincial como regional. La percepción que tiene a este respecto la futura oferta de mano de obra pone de manifiesto un buen conocimiento de la realidad del sector.

Aproximadamente, 7 de cada 10 jóvenes consideran que encontrar trabajo en el sector audiovisual en Andalucía es más difícil que hacerlo en otras Comunidades Autónomas. Este dato explica un fenómeno sobre el que las políticas de empleo, desde la vertiente de la intermediación, inserción, promoción y formación deben seguir impulsando medidas correctoras en coherencia con otras iniciativas de la Administración regional. Se trata, en definitiva, de afrontar la *fuga de recursos humanos* cualificados potenciando una serie de medidas que ayuden evitar que se produzca.

En el presente estudio, la movilidad geográfica en el mercado de trabajo del sector audiovisual se contempla bajo dos perspectivas:

- ▣ Considerar la “movilidad geográfica (1)” como la exigencia de determinados trabajos a desplazarse para realizar las distintas funciones en que éstos consisten pero sin que conlleve un cambio de residencia de manera permanente o para largos periodos de tiempo.
- ▣ La “movilidad geográfica (2)” entendida como el traslado definitivo de una persona para acceder a nuevos mercados laborales, lo que implica un cambio de residencia más o menos duradero en el tiempo.

#### A. El empleo itinerante, la exigencia de desplazamientos continuos

En cuanto a la disposición por parte de la futura oferta de mano de obra a aceptar la “movilidad geográfica (1)”, entendida bajo la primera acepción, se observa que, mayoritariamente, hay una significativa preferencia hacia el sector audiovisual aún exigiéndose dicha movilidad frente al ofrecimiento de ocupación en otro sector de actividad distinto en el que no exista este requerimiento laboral.

La fuerte disposición a aceptar un empleo en el sector audiovisual si este implica la exigencia de movilidad geográfica no muestra diferencias significativas ni para la edad ni para el sexo.

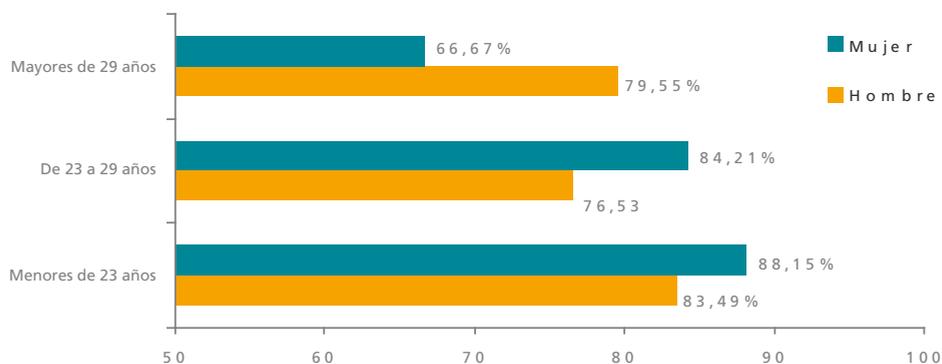
No obstante, nuevamente de forma indicativa, la tercera parte de las mujeres mayores de 29 años, potenciales oferentes de mano de obra del sector audiovisual, no aceptaría las exigencias de desplazamientos y el 45% no aceptaría aquellas de movilidad temporal de su lugar de residencia. Se

#### ► IDEA – FUERZA 13

8 de cada 10 oferentes de mano de obra de este sector prefieren una ocupación itinerante con una producción audiovisual a trabajar físicamente en un puesto que no exija desplazamientos pero que, sin embargo, sea ajeno a la actividad audiovisual.

Quizás más categórico resulte el dato que pone de manifiesto que prácticamente el 90% de quienes potencialmente ofertan su mano de obra en el sector audiovisual muestra disposición a aceptar un empleo siempre que sea en este sector, aunque tuviesen que abandonar su lugar de residencia temporalmente.

**Gráfico 33. Disposición a aceptar la movilidad geográfica (trabajar itinerante con una gran producción) en un empleo en el sector audiovisual según sexo y edad**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

atisba nuevamente que, entre las mujeres, a medida que aumenta su edad, desciende algo más que en el caso de los hombres la proporción de quienes manifiestan una clara disposición a aceptar un puesto de trabajo en el sector audiovisual que exija movilidad. No obstante, aún en dichos tramos de edad, quienes muestran la voluntad de aceptar un empleo relacionado con su ámbito formativo en el que se exige movilidad, siguen siendo muy mayoritarios.

No obstante, los datos recabados ponen de manifiesto que no es tanto la variable género la que se erige como factor condicionante del menor o mayor grado de aceptación de determinadas condiciones laborales entre la oferta de mano de obra y sí la edad.

En este sentido, la tendencia detectada en la que se asocia género y edad podría llevar a pensar que, de forma meramente indicativa, también en el mercado de trabajo que afecta a este sector podrían existir paralelismos con aquellos planteamientos en los que la participación laboral de las mujeres continúa, aunque sea en menor medida, condicionada por el ámbito de su vida familiar y personal. En el marco de las políticas de empleo, que impulsan el desarrollo de actuaciones destinadas a paliar la situación de desigualdad de la mujer en el ámbito laboral, es importante prestar atención a esta cuestión, en tanto que es sabido que dicha circunstancia puede incluso provocar la exclusión temporal o permanente de las mujeres con respecto a su vinculación con el mercado de trabajo cuando alcanzan una determinada edad.

#### B. El cambio de residencia para acceder a un empleo en el sector audiovisual

La movilidad geográfica en su segunda acepción, asociada al cambio de residencia, tiene una implicación para los modelos de organización de la vida individual y familiar con mayores dificultades que la anterior, en tanto que presenta mayores impactos en la vida profesional, personal y familiar de los trabajadores y las trabajadoras.

Sin embargo, la disposición a aceptarla por parte de la potencial oferta de mano de obra no muestra diferencias significativas con respecto a la anterior acepción de movilidad.

Cuando el cambio de residencia es una condición del puesto de trabajo, siempre y cuando éste sea dentro del sector audiovisual, la predisposición es igualmente elevada, probablemente porque emplearse en el audiovisual signifique cumplir las expectativas profesionales y satisfacer la motivación vocacional del futuro profesional de quienes en la actualidad se forman en materias del audiovisual.

Concretamente, respecto a la disposición a cambiar de residencia, la cuestión que se le planteaba a la futura oferta de mano de obra en el audiovisual era "un cambio de residencia para trabajar en una productora de prestigio en todo el país" frente a "permanecer en su municipio y trabajar en una empresa audiovisual local".

#### ► IDEA – FUERZA 14

El 85,48% de la potencial oferta de mano de obra optaría por trabajar lejos de casa con exigencias de fuerte movilidad si es en el sector audiovisual.

Posiblemente más concluyente resulte el dato que pone de manifiesto que aproximadamente, 8 de cada 10 muestran predisposición a abandonar su municipio y cambiar de residencia si así lo exige un puesto de trabajo en el sector audiovisual en el que existan posibilidades de proyección profesional.

Si bien la mayor cota de predisposición la muestran los hombres mayores de 29 años (en torno al 80%), los resultados obtenidos no arrojan diferencias significativas que merezcan ser destacables atendiendo a variables sexo y edad de la futura oferta de mano de obra, a excepción, de nuevo, de lo que indicativamente se refleja para las mujeres mayores de 29 años.

Y es que una de cada dos mujeres mayores de 29 años no se muestra predispuesta a cambiar de residencia, dato que incide de nuevo en el anterior planteamiento expuesto sobre cómo la variable género afecta al grado de predisposición de la potencial oferta de mano de obra ante condiciones laborales propias del sector audiovisual.

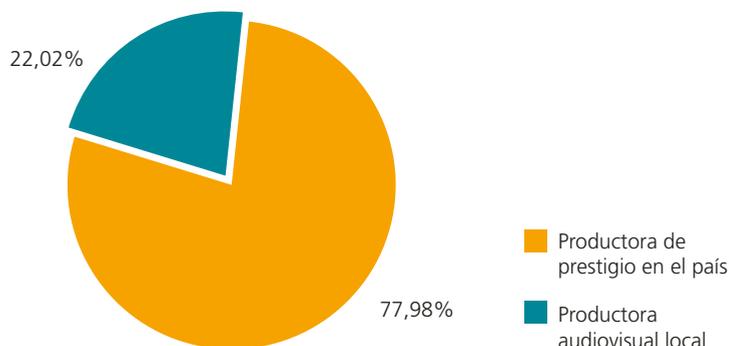
La movilidad geográfica se planteó incluso desde el supuesto de tener que salir de la Comunidad Autónoma andaluza hacia otras regiones en busca de mejores condiciones laborales.

Esta práctica de la *fuga de profesionales y talentos* de la que adolece la industria audiovisual en Andalucía, con la salida de profesionales hacia otras regiones y/o mercados de trabajo queda reflejada en la disposición mostrada por la futura oferta de mano de obra, el 77,98% afirma que preferiría cambiar su residencia fuera de Andalucía para trabajar en una productora de ámbito nacional en detrimento de otra que sólo abarcase su localidad.

Analizando los datos atendiendo a la edad de la potencial oferta de mano de obra, se aprecia una correlación decreciente respecto a la aceptación de la movilidad. De hecho, si entre quienes no alcanzan los 23 años de edad el 80,40% prefiere el cambio de residencia para emplearse en una productora de prestigio en todo el país, entre quienes superan los 29 años, este porcentaje desciende hasta el 52,38%. Por tanto, a medida que se cumplen años, no es tan evidente la aceptación de la movilidad asociada a mejores posibilidades de desarrollo profesional.



**Gráfico 34. Disposición a cambiar de residencia para trabajar en una productora de prestigio en todo el país**



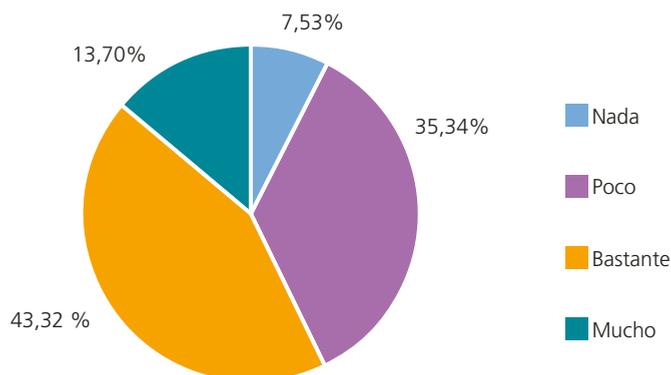
Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

### C. La movilidad geográfica como barrera de acceso al empleo

Enlazando con lo apuntado anteriormente, es necesario tener en cuenta que en Andalucía el 50% de la futura oferta de mano de obra del sector audiovisual considera que la movilidad geográfica es una barrera de acceso al empleo. Y es que, el análisis de la predisposición de la potencial oferta de mano de obra a aceptar la exigencia de movilidad geográfica lleva asociada la percepción de dicho condicionante como barrera de acceso al empleo, en tanto que puede llegar a suponer un problema para quienes no pueden o no quieren cambiar de residencia a la hora de optar a un empleo.

El 57,02% de la población manifiesta que los problemas de movilidad geográfica les afecta en el proceso de inserción laboral.

**Gráfico 35. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su grado de acuerdo con "la movilidad geográfica es un problema a la hora de encontrar un empleo"**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Sin embargo, son interesantes los datos obtenidos acerca de la predisposición a la movilidad geográfica aún cuando se considera como un problema para encontrar empleo.

Más de la mitad del 85,73% de quienes optarían por trabajar en el sector audiovisual, aunque fuera lejos de su casa y con fuerte movilidad, considera, no obstante, que la movilidad geográfica es un problema para acceder al empleo. Esta misma proporción se repite para el 84,05% que optaría por trabajar itinerante en el sector audiovisual.

La motivación vocacional que lleva a la futura oferta de mano de obra a elegir su formación en materia audiovisual ayuda a entender que, pese a considerar que la movilidad geográfica supone un problema en el acceso a un puesto de trabajo, sea elevada su predisposición a aceptarla para poder así desarrollar sus pretendidas carreras profesionales en el sector que tanto motivan sus expectativas formativas y laborales.

### 4.3.3. Predisposición a la sobrecualificación

Mayoritariamente, la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz no quisiera desarrollar su profesión en ocupaciones cuya cualificación exigida sea inferior a la que disponen tras su proceso formativo.

En primer lugar, es pertinente explicitar que por **sobrecualificación** o **subempleo** se entenderá el desempeño de un puesto de trabajo de categoría inferior a la correspondiente al nivel de estudios alcanzado.

A este respecto, el 60,91% de la futura oferta de mano de obra considera que en el sector audiovisual andaluz se generan empleos poco cualificados para personal muy formado.

Esta percepción varía atendiendo al nivel de estudios que cursa el alumnado. En el caso de estudiantes de Ciclo de Grado Medio, tan sólo algo más de la mitad está de acuerdo con la anterior afirmación, proporción que aumenta a medida que se incrementa el nivel de estudios de la población, hasta llegar al 72,26% en el caso de estudiantes de Licenciaturas.

De los resultados obtenidos se deduce que la valoración de los/as jóvenes acerca de la existencia o no de sobrecualificación en el mercado laboral audiovisual depende, como parece lógico, del nivel o grado que alcanzan en sus respectivos estudios.

#### ► IDEA – FUERZA 15

Aproximadamente, 6 de cada 10 jóvenes, potenciales oferentes de mano de obra, no estarían dispuestos/as a optar por un puesto de trabajo que implicase encontrarse en una situación con sobrecualificación.

Así, uno de los aspectos del mercado de trabajo en el que menos predisposición manifiesta la futura oferta de mano de obra es en la sobrecualificación. Ante la coyuntura de tener que aceptar un empleo en el sector audiovisual teniendo que trabajar en un puesto de categoría inferior a la correspondiente



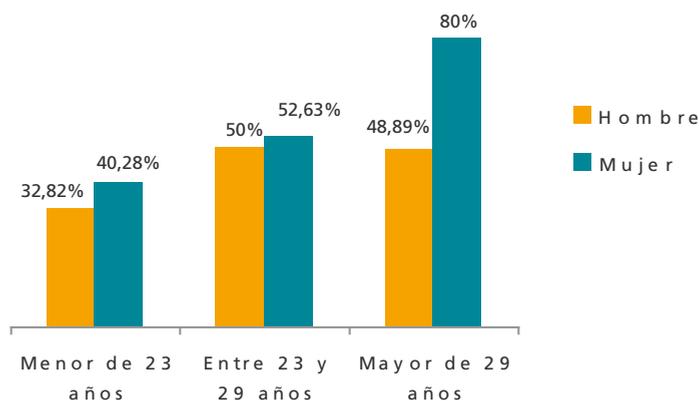
a sus estudios (subempleo), el nivel de predisposición desciende, siendo las personas más jóvenes (el 36,33%) las que se muestran en mayor proporción reacias a desempeñar un trabajo con esta característica.

La edad de la población determina ese grado de disposición al subempleo, incrementándolo a medida que ésta aumenta. Sin embargo, entre las personas de más de 29 años se recogen diferencias atendiendo al sexo.

Las mujeres mayores de 29 años muestran en una gran mayoría un comportamiento diferencial hacia esta propensión, mostrándose 8 de cada 10 predispuestas a aceptar un empleo aún a pesar de que se diese la condición laboral de subempleo, dato que, además, duplica la proporción de aceptación que presenta este estrato de edad en el caso del sexo masculino.

El cambio registrado con este último indicio quizás pudiera deberse a que en términos generales, las mujeres habitualmente se enfrentan a mayores dificultades ante la inserción laboral. Esto podría conducir a adquirir una propensión hacia la aceptación de condiciones laborales que, sin embargo, serían rechazadas en edades más tempranas y más alejadas, a priori, de una pronta incorporación al mercado de trabajo.

**Gráfico 36. Distribución de la potencial oferta de mano de obra, según sexo y edad, atendiendo a su grado de aceptación al subempleo**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

De hecho, es posible que la tendencia presente hacia la predisposición al subempleo que acompaña al aumento de la edad de la futura oferta de mano de obra pueda derivarse del hecho de que se vaya adquiriendo una mayor conciencia y conocimiento de las condiciones y características del mercado de trabajo que se manifiestan en el sector. De hecho, más de 9 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra con más de 29 años ya en alguna ocasión se han enfrentado a la búsqueda de empleo en el sector y más de la mitad (52%) de éstos/as afirma haber trabajado ya en el sector audiovisual de manera puntual. De este modo, se puede llegar a pensar que el mayor conocimiento de las ofertas de trabajo, de las características del mercado laboral y, por añadidura, la

necesidad de formar parte activa de él podría explicar la aminoración de la proporción de oferentes de mano de obra que mantiene su rechazo a aceptar situaciones de subempleo.

#### 4.3.4. Polivalencia y especialización

Alta predisposición a la polivalencia por parte de la futura oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz.

La situación de cambio permanente a la que está sometido el sector exige a las empresas y a sus recursos humanos capacidades para responder a dichos retos.

Esta situación hace que las empresas necesiten incorporar en sus plantillas a profesionales con alta especialización, que continúen formándose permanentemente para mantener dicha especialización y/o para adquirir las nuevas especializaciones que se requieran, aumentando, en este último caso, su grado de polivalencia.

Esta modalidad de trabajo responde a una realidad cambiante tanto en tecnología como en organización de las empresas, así como a los requisitos de flexibilidad productiva que el mercado les impone. Algo más de 9 de cada 10 jóvenes están de acuerdo con que en el sector audiovisual se generan empleos en los que se realizan distintas funciones y el 84,05% con que estos empleos son muy especializados; datos que evidencian la conexión de su percepción con la realidad planteada.

De otro lado, la **polivalencia**, analizada en el presente apartado, consiste en desarrollar un empleo que exige, funcionalmente, desempeñar distintas tareas. Las empresas del sector audiovisual andaluz demandan la figura de profesionales polivalentes, haciendo del dominio y manejo multidisciplinar y multifuncional una exigencia requerida a la oferta de mano de obra.

##### ► IDEA – FUERZA 16

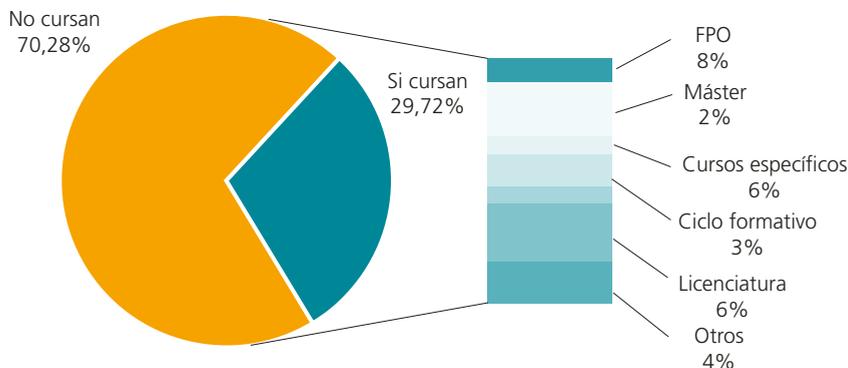
Aproximadamente, 9 de cada 10 jóvenes, potenciales oferentes de mano de obra, aceptarían un empleo en el sector audiovisual que les exigiese un alto grado de polivalencia.

Atendiendo a los datos recogidos, la polivalencia funcional es ampliamente aceptada. Si bien la polivalencia se ha asumido como competencia profesional fundamental, su demanda parece estar, posiblemente, correspondida dada la predisposición en este sentido mostrada por la potencial oferta de mano de obra del mercado de trabajo audiovisual. Otra cuestión será si efectivamente se dispone o no de las capacidades de polivalencia, es decir, si bien las actitudes antes las exigencias parecen ser manifiestas habrá que determinar en qué grado se encuentran las mismas.

#### La formación complementaria como respuesta a la polivalencia y la especialización

En relación con la necesidad de la oferta de mano de obra de contar con los conocimientos multidisciplinarios solicitados por los perfiles polivalentes del mercado de trabajo audiovisual, se puede asociar la posible ampliación formativa que adquieren con estudios complementarios.

**Gráfico 37. Distribución de la potencial oferta de mano de obra atendiendo a su decisión de cursar formación complementaria**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Los datos indican que 3 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra cursan o han cursado formación para complementar los estudios que realiza, optando mayoritariamente por cursos de Formación Profesional Ocupacional. Entre quienes completan su currículo formativo, aproximadamente 1 de cada 2 elige materias muy relacionadas con el ámbito audiovisual, entendiéndose así que quienes amplían su formación lo hacen con una orientación clara hacia la mejora de sus niveles de empleabilidad y, en definitiva, de sus posibilidades de inserción laboral.

#### 4.3.5. Predisposición a la exigencia de continuo esfuerzo formativo

Fuerte predisposición al reciclaje formativo por parte de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz.

El alto grado de actualización de conocimientos que establecen las nuevas tecnologías aplicadas al audiovisual requiere del aprendizaje constante por parte de la oferta de mano de obra. El **reciclaje** supone un continuo esfuerzo formativo que mantenga y renueve la capacitación para el trabajo audiovisual, el conocimiento y el manejo de equipos y programas específicos y adecuados.

La percepción que los y las jóvenes tienen acerca de esta demanda de formación continuada hace que prácticamente la totalidad (más de 9 de cada 10) considere y acepte que el sector genera empleos que exigen un aprendizaje permanente.

Por tanto, existe una clara disposición a aceptar la propia dinámica de un sector como el audiovisual, en el que se requieren profesionales que realicen un continuo esfuerzo formativo para mantener la capacitación al puesto.

#### ► IDEA – FUERZA 17

Aproximadamente, en Andalucía 9 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra aceptarían un empleo en el sector audiovisual que les exigiese formación continua y reciclaje permanente.

Al igual que ocurre con la polivalencia, la formación continua por parte de la futura fuerza de trabajo del sector audiovisual registra niveles muy elevados de admisión, destacando el perfil de la mujer de edad superior a los 29 años, entre las que la disposición a aceptar un empleo que requiera reciclaje continuo es del 100% de los casos.

### 4.3.6. Predisposición a jornadas laborales intensivas

Elevada predisposición a la intensificación de las jornadas por parte de la futura oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz.

La falta de un horario fijo y las cargas de trabajo son conocidas y asumidas por parte de los distintos agentes que componen el mercado de trabajo del sector audiovisual.

Con frecuencia, trabajar en el sector es asumir el hecho de soportar jornadas intensivas, sin la existencia de un horario preestablecido, para llevar a cabo determinadas producciones audiovisuales. Dentro de este análisis, los resultados obtenidos muestran cómo esta intensificación de las jornadas no afecta a la disminución de la predisposición a emplearse en el sector.

#### ► IDEA – FUERZA 18

Algo más de 7 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra aceptarían un empleo en el sector audiovisual aunque tuviesen que trabajar jornadas muy intensas.

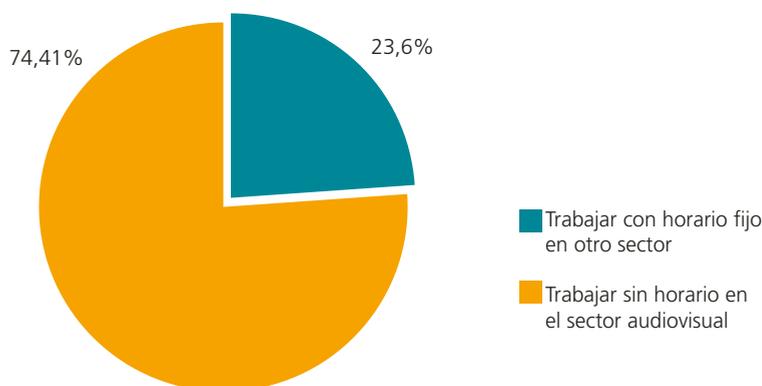
Estos datos ponen nuevamente de manifiesto la elevada predisposición, en este caso a la aceptación de jornadas laborales prolongadas, siempre que conlleven permanecer en una ocupación vinculada a la actividad audiovisual. Asimismo, se reitera la tendencia de la potencial oferta de mano de obra a mantenerse en el mercado de trabajo audiovisual pese a que no se trate de unas condiciones de trabajo óptimas, quizás porque primen los motivos vocacionales sobre la existencia o no de dichas condiciones a la hora de desempeñar un puesto de trabajo en el sector.

Esta misma idea se ve reflejada en la preferencia mostrada por la población hacia un trabajo sin horario en el sector audiovisual frente a un empleo con horario fijo en otro sector.

Es preciso señalar que la disposición a trabajar sin un horario establecido aumenta conforme la edad de la futura oferta de mano de obra, con una ruptura de la tendencia a partir de los 29 años, cuando las cifras que manifiestan las preferencias entre las mujeres se distancian en



**Gráfico 38. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su preferencia al tipo de jornada laboral**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

seis puntos de la de los hombres. Si bien, en ambos casos, los ratios son considerablemente elevados, cuando superan los 29 años, el 83,72% de hombres prefiere trabajar en el audiovisual aunque su trabajo no le garantice un horario frente al 77,78% de mujeres que optaría por este tipo de trabajo.

En definitiva, los resultados confirman de nuevo la fuerte disposición a emplearse en el sector audiovisual andaluz por quienes en un futuro conformarán el tejido profesional del mismo, pese a que este sector les exigiese jornadas de trabajo intensivas o sin horarios preestablecidos.

#### 4.3.7. Relevancia del desarrollo profesional

La potencial oferta de mano le otorga especial relevancia a su carrera profesional y a sus preferencias laborales, no estando dispuesta a emplearse bajo cualquier condición si ambas no se fortalecen.

Es lógico pensar que la predisposición a aceptar un empleo en el que las condiciones laborales no son del todo las adecuadas encuentra su justificación en la satisfacción de la motivación vocacional y en el hecho de que se esperen ciertas posibilidades de que los esfuerzos asumidos incidan en la posibilidad de mejora laboral y desarrollo profesional conforme transcurre el tiempo, así como la pretensión de adquirir experiencia profesional.

La predisposición de la futura oferta de mano de obra a aceptar un empleo en el que no estuviesen garantizadas ni sus oportunidades de desarrollo como profesional ni sus preferencias en el trabajo disminuye considerablemente en comparación a los anteriores aspectos laborales estudiados.

El desarrollo profesional es altamente valorado por quienes se forman en materias audiovisuales. Quizás la potencial oferta de mano de obra se muestre dispuesta a aceptar, a priori, unas duras y

### ► IDEA – FUERZA 19

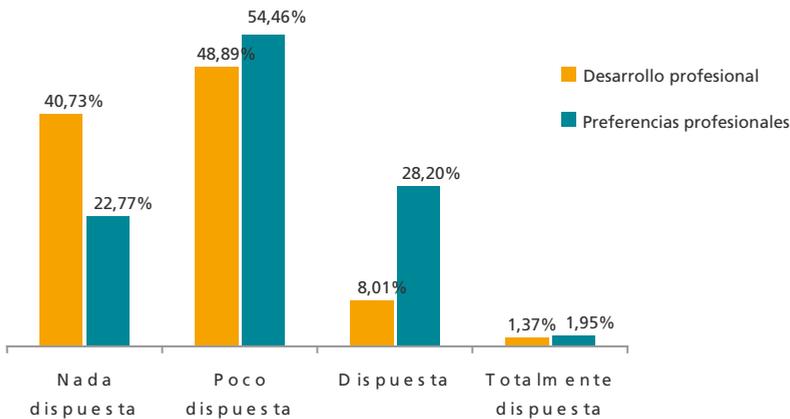
Aproximadamente 9 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra no muestran predisposición a aceptar un empleo que no incida en la mejora de sus oportunidades de desarrollo profesional.

Más de 7 de cada 10 no aceptarían un puesto de trabajo que no les facilitase el logro de sus preferencias profesionales.

exigentes condiciones de trabajo en el sector con el objetivo de que, a cambio, le proporcione la experiencia suficiente como para desarrollarse profesionalmente.

En este sentido, el desarrollo profesional se manifiesta como expectativa básica de las futuras y futuros oferentes de mano de obra, así como la consecución de mejoras laborales en cuanto a horario, retribución o estabilidad, "sacrificadas" en los primeros empleos.

### Gráfico 39. Disposición de la potencial oferta de mano de obra a aceptar empleos que no respondan a sus expectativas profesionales



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Por tanto, es lógico pensar que la no satisfacción de ese elemento es precisamente la causa principal del abandono del sector cumplida una determinada edad. Las posibles frustraciones que pudieran producirse tras años de esfuerzo sin ver cumplidas ciertas expectativas de desarrollo profesional explicarían la migración hacia otros sectores productivos o hacia otras regiones.

La ruptura de estas prácticas es algo que inevitablemente debe ser tenido en cuenta para fortalecer y motivar el propio desarrollo de la industria audiovisual andaluza.

### 4.3.8. Trabajo autónomo en el sector audiovisual

Fuerte predisposición al autoempleo por parte de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz.

La figura del autónomo es una de las formas jurídicas mayoritariamente adoptada por las empresas del sector audiovisual. De hecho, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE), en el año 2007 el 43,90% del tejido empresarial audiovisual en Andalucía responde a la condición de Personas Físicas o Autónomos.

En este sentido, la futura oferta de mano de obra manifiesta su preferencia hacia el trabajo por cuenta propia frente al trabajo por cuenta ajena.

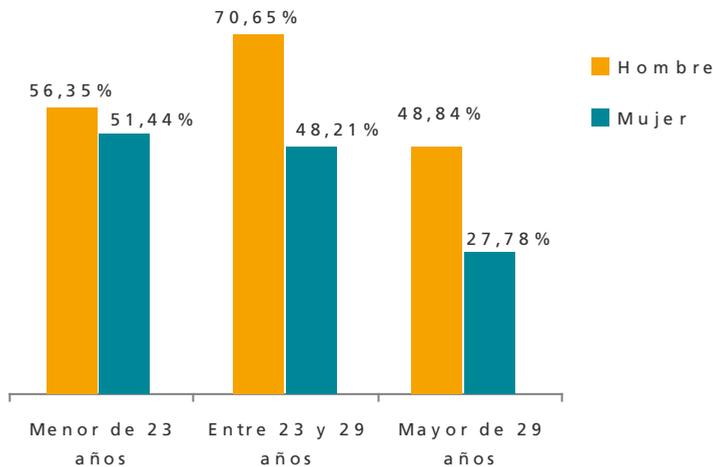
► **IDEA – FUERZA 20**

En Andalucía, más de la mitad de la potencial oferta de mano de obra preferiría emplearse por cuenta propia en el caso de poder elegir entre hacerlo así o por cuenta ajena.

La distribución de la población muestra diferencias considerables en la disposición a trabajar por cuenta propia atendiendo al género. Los porcentajes del sexo masculino que prefieren trabajar por cuenta propia son siempre más elevados para cualquier tramo de edad, siendo mayor la tendencia entre los 23 y los 29 años, con un 70,65%.

Este porcentaje señalado responde a un nuevo perfil de quien decide emprender: hombre, joven, con un alto nivel de formación y que, además de estar dispuesto a hacer frente a una posible si-

**Gráfico 40. Disposición de la potencial oferta de mano de obra a trabajar por cuenta propia según sexo y edad**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008



tuación de desempleo, guarda más conexión con nuevas formas de trabajo en las que la ocupación por cuenta propia cobra protagonismo.

Las mujeres muestran menor disposición hacia el empleo autónomo, y ésta disminuye conforme aumenta la edad, hasta situarse en un 27,78%. Merece especial atención este ratio si se tiene en cuenta que es precisamente en este tramo de edad, mayor de 29 años, cuando la disposición de las mujeres a aceptar empleos inestables, temporales, de jornadas intensivas, etc. (característicos del mercado de trabajo del sector audiovisual) es más baja. De este modo, se refuerza la tendencia detectada en cierta proporción de mujeres, potenciales oferentes de mano de obra, entre las cuales, llegada cierta edad, se observa una aminoración de su disposición a aceptar empleos con condiciones laborales propias del mercado de trabajo de la industria audiovisual, esto es, a aceptar puestos de trabajo que, en términos generales, poseen las connotaciones de temporalidad, escasa retribución y/o prolongadas jornadas.

Por último, se ha de añadir la necesidad de valorar la preferencia de la potencial oferta de mano de obra hacia el empleo por cuenta ajena en el propio contexto del sector, en el que no sólo la estructura empresarial se caracteriza por la figura del autónomo, sino que además la figura del *freelance* representa más de la mitad de los contratos en el sector audiovisual andaluz (Tea Cegos, 2007).

#### 4.3.9. Retribución salarial en el sector audiovisual

La futura oferta de mano de obra considera que el grado de experiencia profesional determina el salario a percibir y que, en los primeros empleos, los salarios altos no suponen una exigencia siempre y cuando se adquiriera dicha experiencia.

Edad, nivel formativo y experiencia son aspectos lógicamente vinculados que condicionan tanto las posibilidades laborales de los/as potenciales oferentes de mano de obra como la conformación de sus expectativas, entre las que se incluye la retribución salarial.

La potencial oferta de mano de obra manifiesta un elevado nivel de conformidad ante lo que considera una escasa retribución media en el sector audiovisual. Casi 7 de cada 10 jóvenes así lo perciben<sup>36</sup>.

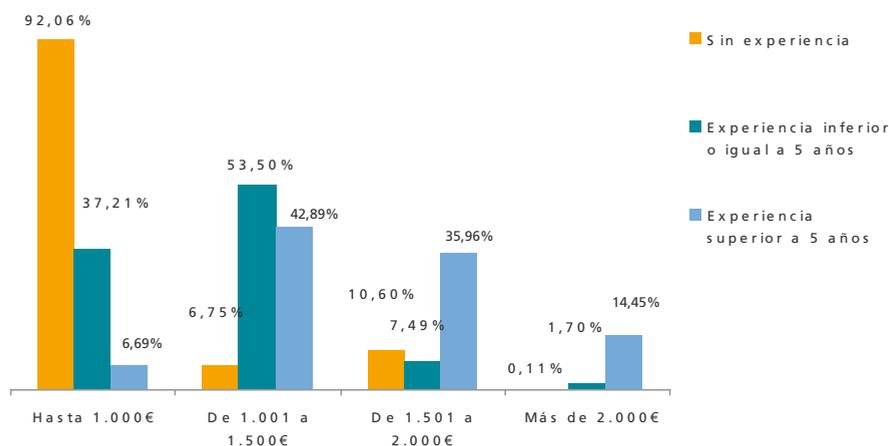
Sin embargo, atendiendo a la variable nivel de estudios alcanzado se aprecian algunas diferencias en cuanto a la catalogación de los niveles retributivos medios que oferta el sector. Conforme aumenta el nivel formativo, aumenta también la proporción de potenciales oferentes de mano de obra que consideran que las contraprestaciones salariales son bajas (la proporción entre estudiantes de Ciclo de Grado Medio que perciben que las retribuciones son bajas en el sector audiovisual se sitúa en el 61,02%, mientras que entre universitarios/as el ratio asciende hasta el 84,51%).

Para investigar la predisposición al empleo en términos económicos se analizan las expectativas salariales de quienes se forman en materias audiovisuales mediante el salario mínimo neto al mes que aceptarían trabajando a jornada completa, durante ocho horas diarias en los supuestos de:

36.- Conviene establecer algún marco de referencia en cuanto a retribuciones salariales en el sector. De entre ellas, el Convenio Colectivo para Técnicos de la Industria de Producción Audiovisual a nivel estatal fija el salario más bajo en puestos con categoría de "Auxiliar" y similares, para los cuales establece una retribución mensual de 811,07euros, si bien es preciso matizar que no siempre este Convenio es aplicado.

- Un primer empleo sin experiencia laboral previa.
- Un empleo para profesionales con experiencia inferior o igual a 5 años.
- Un empleo para profesionales con experiencia superior a 5 años.

**Gráfico 41. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según el salario mínimo que aceptaría bajo tres supuestos de empleo**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Se puede observar una clara voluntad de mejora en las condiciones de empleo como expectativa de futuro. Así, entre la cualificación profesional que se espera ir adquiriendo por parte de la futura oferta de mano de obra y el salario esperado existe una expectativa de correlación positiva. De este modo, la estimación media que el estudiantado realiza sobre el salario apropiado para un empleo vinculado a la industria audiovisual en caso de carecer de experiencia laboral previa asciende a los 800 euros; en caso de disponer de experiencia profesional inferior o igual a 5 años el salario medio de aceptación estimado tendría que situarse en los 1.200 euros y, en el último supuesto, para un empleo ocupado por trabajadores/as de más de 5 años de experiencia, la potencial oferta de mano de obra sitúa la retribución media de aceptación en los 1.600 euros.

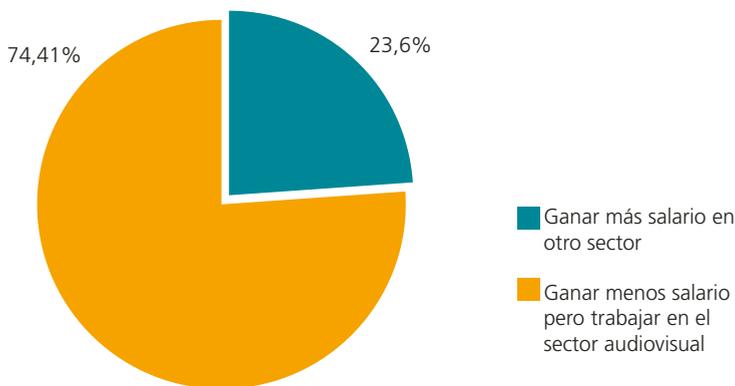
Por tanto, en términos generales, es posible afirmar que los salarios que la futura oferta de mano de obra está dispuesta a percibir en los empleos generados por el sector audiovisual, están por debajo de las cifras correspondientes a los salarios medios andaluces según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística<sup>37</sup>. En el primer supuesto, sin experiencia laboral previa, prácticamente la totalidad (más de 9 de cada 10) de quienes componen la futura oferta de mano de obra muestra disposición a trabajar por un salario neto inferior a 1.000 euros mensuales. En el supuesto de haber adquirido experiencia laboral inferior o igual a 5 años, prácticamente el 100% de los/as jóvenes aceptaría un empleo en el sector audiovisual por un salario inferior a 1.500 euros mensuales y en el caso de contar con una experiencia laboral superior a 5 años, la mayor concentración porcentual (algo más de 4 de cada 10), se detecta en esta misma percepción salarial.

37.- Los datos recogidos en la Encuesta Anual de Estructura Salarial correspondiente a 2005 del Instituto Nacional de Estadística a este respecto sitúan los márgenes salariales en torno a los 16.658 euros anuales.

Es preciso realizar otra reflexión acerca de la retribución salarial esperada por la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz y es que, posiblemente, la experiencia profesional sea percibida como una contraprestación que complemente la falta de una retribución elevada<sup>38</sup> y como un medio de acceso a ocupaciones con mejoras salariales a medida que adquieran la experiencia profesional correspondiente.

Por otra parte, el marcado carácter vocacional que manifiesta la potencial oferta de mano de obra del sector le lleva mayoritariamente a considerar, al menos a priori, la retribución salarial como una cuestión secundaria en tanto que se prioriza la posibilidad de obtener oportunidades de empleo en el sector independientemente de la contraprestación. De hecho, más de 7 de cada 10 estudiantes que se forman en materias audiovisuales prefieren trabajar en un empleo asociado a la formación que reciben aún percibiendo un salario inferior, frente a la posibilidad de cobrar más trabajando en un sector ajeno al audiovisual.

#### Gráfico 42. Disposición de la potencial oferta de mano de obra al empleo en el audiovisual en función del salario



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Este último dato fortalece la disposición de la futura oferta de mano de obra hacia el mercado de trabajo audiovisual, para quienes, en su mayor parte, las preferencias profesionales ocupan un lugar que precede a la retribución económica.

38.- En este sentido, la información aportada por los y las profesionales del sector audiovisual andaluz, refleja un incremento salarial experimentado entre el primer empleo en el sector y el puesto de trabajo que ocupa en la actualidad. Así, en las primeras experiencias laborales carentes de experiencia previa, los/as trabajadores del sector audiovisual manifiestan que su retribución estaba en torno a los 600 euros mensuales, si bien más de 6 de cada 10 profesionales indican que su salario no alcanzó esta cifra. Estos datos sitúan la realidad salarial, para un primer empleo en el sector audiovisual sin experiencia laboral previa algo inferior a las expectativas con que cuentan la potencial oferta de mano de obra.

En el caso de tratarse de su actual empleo, al que los/as profesionales ya aportan experiencia profesional, el salario percibido se cifra alrededor de los 1.200 euros mensuales, de forma que las expectativas que tiene la potencial oferta de mano de obra se corresponden, en términos generales, con los salarios reales percibidos en el sector. Fuente: Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008.

### Diferencias en la aceptación salarial en virtud de la edad

La retribución mínima aceptada para los tres supuestos contemplados está igualmente afectada por la edad de la futura oferta de mano de obra.

Los resultados reflejan cómo la juventud, potencial oferente de mano de obra, de menor edad establece, mayoritariamente, la retribución mínima para cada supuesto en cantidades inferiores a las que marcan los otros dos grupos poblacionales, así como la tendencia para quienes superan los 29 años es la de registrar los mayores porcentajes en salarios más altos conforme aumenta la experiencia profesional.

#### ► IDEA – FUERZA 21

Para un empleo sin experiencia laboral previa, 9 de cada 10 menores de 29 años sitúan el salario mínimo en menos de 1.000 euros mensuales, descendiendo esta proporción hasta 7 de cada 10 para los mayores de 29 años para esta franja salarial.

#### ► IDEA – FUERZA 22

Para un empleo teniendo una experiencia laboral inferior o igual a 5 años, se aprecia el consenso para una retribución mínima cifrada en menos de 1.500 euros:

- Para quienes no alcanzan los 23 años de edad, la proporción es de 8 de cada 10.
- Más de 6 cada diez mayores de esa edad lo cifran entre los 1.001 y los 1.500 euros.

#### ► IDEA – FUERZA 23

Para un empleo contando con una experiencia laboral superior a 5 años, 4 de cada 10 menores de 29 años sitúan el salario mínimo entre 1.001 y 1.500 euros mensuales, mientras que 4 de cada 10 mayores de 29 años lo fijan en la siguiente franja salarial, de 1.501 a 2.000 euros.

La tendencia marcada por la edad, con carácter indicativo, en relación al salario para los supuestos planteados parece mostrar que, a medida que aumenta la edad se incrementa el salario mínimo que la población estaría dispuesta a aceptar.

Se deduce que la futura oferta de mano de obra cumple con la propensión de los mercados laborales de acceso a un primer empleo con salarios bajos<sup>39</sup>. Frente a esto, es notoriamente relevante la influencia que ejerce el grado de experiencia profesional, porque en los supuestos de tratarse de trabajadores/as que cuenten con ella, las expectativas van unidas a una mayor retribución salarial.

39.- Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), si se ha producido un importante crecimiento del empleo es debido al aumento de trabajadores que conservan empleos inciertos y con salarios bajos o ambos. Participan en dichos empleos grupos insuficientemente representados, como la juventud o las mujeres.

Pero, además, no se puede dejar de apuntar que las expectativas de quienes actualmente se forman en materias del audiovisual en cuanto a percepción salarial se refiere, en ningún caso se cifran en salarios catalogados como elevados, ni tan siquiera tratándose de profesionales que dispongan de una experiencia superior a 5 años, ya que con independencia de la edad, la concentración mayoritaria de respuestas no supera la barrera de los 1.500 euros.

En definitiva, se observa que la expectativa de progresión profesional es manifiesta entre la futura oferta de mano de obra del sector audiovisual en Andalucía, y se constata en el hecho de que, a mayor experiencia laboral, mayores serán sus expectativas retributivas.

#### 4.3.10. El empleo público en el sector audiovisual andaluz

**Fuerte predisposición al empleo público del sector audiovisual andaluz por parte de la futura oferta de mano de obra.**

Es necesario aludir a la caracterización del empleo generado por el sector audiovisual andaluz y, por ende, a la disposición de la futura oferta de mano de obra, bajo la perspectiva del sector público, en este caso, RTVA.

La televisión pública autonómica sirve de motor para potenciar y dinamizar la industria audiovisual andaluza, repercutiendo en parte del mercado de trabajo de la misma.

En este sentido, hay que tener en cuenta que RTVA “tiene una dimensión estratégica como industria cultural en cuanto que (...) es fuerza motriz para las industrias andaluzas del cine y el audiovisual, lo que significa la promoción de un trabajo creativo, de un tejido profesional propio y de una malla empresarial e industrial que se va extendiendo por Andalucía” (RTVA, 2007:11). Inevitablemente, esta dimensión conduce a considerar que el tipo de empleo que genera esta Agencia Pública posee un valor añadido asociado a la satisfacción de ocuparse en una empresa líder y a la vanguardia de la comunicación audiovisual andaluza.

La solidez de la posición de RTVA en el mercado en que opera pone de manifiesto un nivel de equipamiento y un alto potencial humano y profesional que igualmente atrae mano de obra ante las importantes oportunidades de proyección y desarrollo profesional que esta empresa ofrece<sup>40</sup>.

En este contexto, se planteó a la potencial oferta de mano de obra la posibilidad de elegir entre trabajar en RTVA o trabajar en una productora independiente, atendiendo al hecho de que las condiciones laborales que lleva asociado el empleo en la cadena autonómica se presuponen mejores.

##### ► IDEA – FUERZA 24

**No obstante, sólo 1 de cada 2 potenciales oferentes de mano de obra manifiesta claramente su preferencia por trabajar para RTVA antes que para una productora independiente.**

40.- Un claro ejemplo de ello es la oportunidad de formación de que disponen los y las profesionales que trabajan en RTVA. Según los datos publicados en la *RTVA Memoria 2007*, durante este ejercicio la inversión en formación continua para sus trabajadores/as, en la que se priorizó la formación en nuevas tecnologías digitales, idiomas y formación especializada, ascendió a 437.000 euros (RTVA, 2007).

Sin embargo y atendiendo a la edad de la población, se observa que a medida que ésta aumenta, las mencionadas preferencias laborales varían sustancialmente. Así, entre quienes superan los 29 años de edad, alrededor de 7 de cada 10 muestran su preferencia hacia la posibilidad de trabajar en RTVA.

La tendencia observada muestra cierta similitud con las observaciones extraídas a lo largo de este punto; los datos obtenidos acerca de la disposición de quienes se forman en el audiovisual hacia determinados empleos reflejan cómo la edad condiciona determinados niveles de predisposición ante el trabajo, del mismo modo que ahora condiciona la preferencia por trabajar en RTVA.

#### 4.3.11. El contrato formativo

El contrato en prácticas tiene una fuerte aceptación como medio de acceso al mercado de trabajo. Sin embargo, la futura oferta de mano de obra no valora positivamente el uso que las empresas hacen de esta relación contractual.

La disposición de quienes actualmente se forman en materias audiovisuales hacia la práctica laboral bajo la fórmula del contrato en prácticas es bastante alta, y a este respecto, hay que tener en cuenta que con frecuencia, esta experiencia supone la primera incursión en el mundo laboral para quienes finalizan sus estudios en este ámbito.

##### ► IDEA – FUERZA 25

Prácticamente, 7 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra muestran una clara disposición a emplearse en el sector mediante un contrato en prácticas realizando las funciones de un puesto de trabajo, con objeto de adquirir la experiencia práctica necesaria.

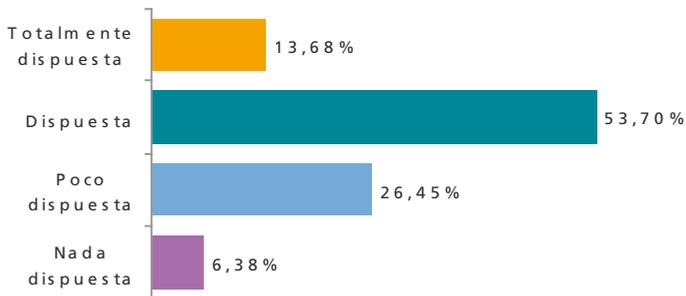
A este respecto se ha de tener en cuenta, que los contratos formativos pueden ser de dos tipos, en prácticas y para la formación, entendiéndose por **contrato en prácticas** aquél que facilita la obtención de la práctica profesional adecuada al nivel de estudios cursados y sujeto a la regulación específica que lo contempla<sup>41</sup>. Por otro lado, los **contratos para la formación** se conciben como complemento formativo para el alumnado, incluido en los planes de estudio y gestionado a través de los distintos centros de formación.

##### A. Las prácticas como modalidad contractual

El contrato en prácticas es una modalidad contractual muy extendida porque, de una parte, los/as trabajadores/as consiguen experiencia profesional que les será de mucha utilidad para su futuro laboral y, de otra, las empresas, al contar con personas contratadas en prácticas, tienen garantizada una renovación constante de personal recientemente formado, estableciéndose la posibilidad de incorporarse, si se responde a los intereses de ambas partes, a la plantilla al finalizar su período de prácticas.

41.- Real Decreto Legislativo 1/95, de 24 de marzo, Ley de Estatuto de los Trabajadores y Real Decreto 488/98 de 27 de marzo, por el que se desarrolla el artículo 11 del Estatuto de los Trabajadores en materia de contratos formativos.

### Gráfico 43. Disposición de la potencial oferta de mano de obra a aceptar un contrato en prácticas en el sector audiovisual



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

La predisposición manifestada por la potencial oferta de mano de obra hacia el contrato en prácticas refuerza con claridad su interés de incorporarse al mercado de trabajo audiovisual.

El análisis de los resultados obtenidos atendiendo a la variable **edad** merece atención por la variación registrada en la predisposición de la futura oferta de mano de obra a aceptar un contrato en prácticas. Y es que, conforme aumenta la edad de la población, esta predisposición disminuye de forma que el 70,84% de estudiantes pertenecientes al tramo de edad más baja, menores de 23 años, muestra su disposición a aceptar este tipo de contrato, descendiendo, sin embargo, esta proporción hasta el 41,54% para quienes superan los 29 años de edad.

Una última referencia acerca del contrato en prácticas está relacionada con el uso que hacen del mismo las empresas de la industria audiovisual. En el cuestionario, esta perspectiva se recoge a través de la percepción que la potencial oferta de mano de obra mantiene respecto a este tipo de vinculación contractual.

Los datos obtenidos indican que dicha percepción no es en absoluto positiva, ya que el 83,41% de la población coincide en afirmar que "con frecuencia, las empresas del sector audiovisual no hacen un buen uso de los contratos en prácticas".

Estas cifras plantean la necesidad de reflexionar sobre las razones que justifican los contratos en prácticas (subsana la falta de experiencia profesional), ya que el mal uso que pudieran estar haciendo determinadas empresas, en ocasiones, no garantiza la inserción posterior de la persona contratada ni la consecución de los objetivos marcados por esta relación laboral.

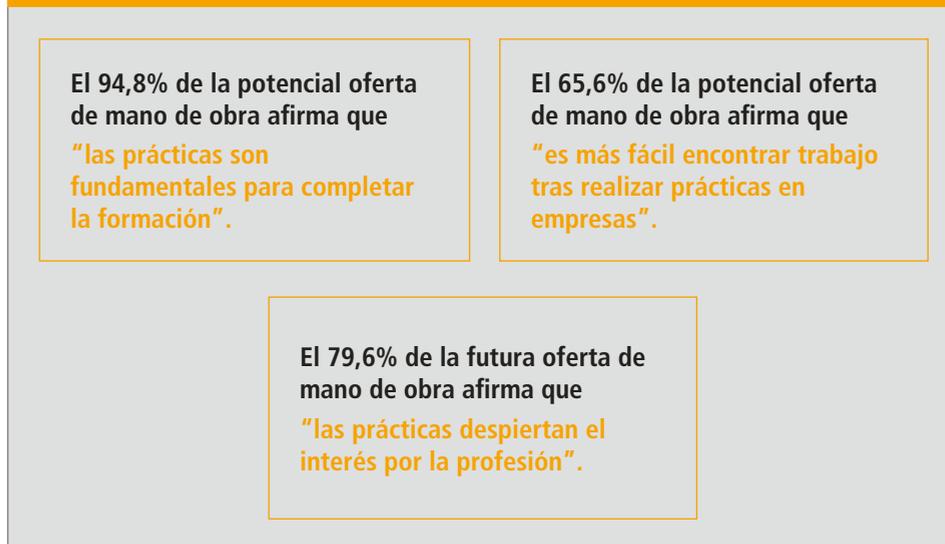
#### B. Las prácticas en empresas como instrumento para la formación y capacitación

A continuación, se analiza la predisposición de la potencial oferta de mano de obra a participar en iniciativas de prácticas en empresas como instrumento para la formación y la capacitación ante la importancia que adquieren éstas en la actualidad.

Resulta imprescindible detenerse en las prácticas como instrumento para complementar la formación y la capacitación adquirida durante el período de estudios. Para ello, y partiendo de la valoración que

la futura oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz realiza de las mismas, se contrasta cómo inciden las prácticas en su capacitación y de qué manera influyen en su inserción laboral, ya que, en principio éstas permiten adquirir las competencias profesionales específicas del ámbito laboral al mismo tiempo que proporcionan una mayor probabilidad de inserción y promoción profesional.

### Cuadro 5. Valoración global de las prácticas en empresas



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

La futura oferta de mano de obra, consciente del valor que adquiere el desarrollo de las prácticas, las percibe como un complemento en su aprendizaje y una oportunidad para formarse en un entorno real de la actividad audiovisual. Asimismo, no se aprecian diferencias significativas en su percepción y valoración de las prácticas como instrumento de formación entre quienes ya han trabajado en alguna ocasión en el sector audiovisual y quienes aún no han accedido al empleo; ni incluso, entre quienes ya han buscado empleo en el sector y quienes todavía no han iniciado dicho proceso.

Los resultados del análisis muestran que la fuerte predisposición hacia el empleo en prácticas como complemento formativo es compartida de forma casi generalizada entre la potencial oferta de mano de obra. Este dato es independiente del conocimiento que el estudiantado tenga acerca de las oportunidades de empleo en el sector audiovisual y de las posibilidades de acceso a éste que pudieran proporcionar tanto la experiencia adquirida en procesos de búsqueda de empleo como el propio bagaje de experiencias laborales en el mismo.

## 4.4. Conclusiones

La potencial oferta de mano de obra manifiesta, a priori y casi de forma general, una fuerte predisposición al empleo en el sector audiovisual andaluz, aún vinculando dicho empleo a condiciones

laborales de fuertes exigencias en aspectos como la temporalidad, la movilidad geográfica, la baja retribución salarial o el subempleo, entre otras.

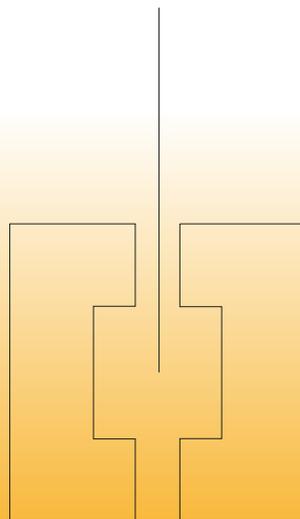
Esta predisposición está relacionada con los motivos vocacionales que quienes se forman en el ámbito audiovisual aluden a la hora de justificar su elección formativa en dicha materia.

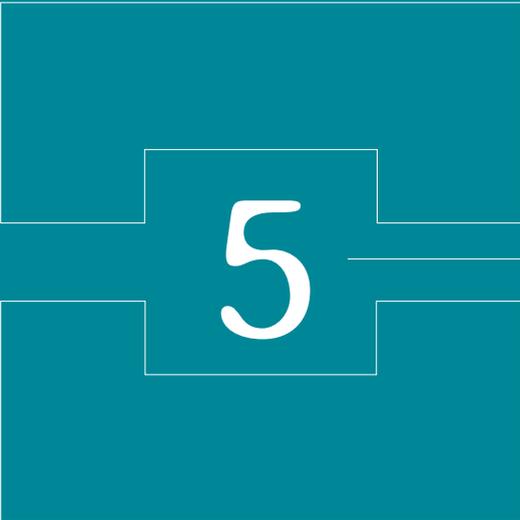
Con un nivel de significación del 95,5%, la información analizada confirma que la potencial oferta de mano de obra tiene una fuerte motivación vocacional hacia el audiovisual (el 70% del alumnado así lo indica) y conoce los requerimientos de la industria audiovisual andaluza, mostrando una alta predisposición a incorporarse a su mercado de trabajo, pese a que conlleve aceptar condiciones inciertas y con pocas garantías laborales. Así, la predisposición de la potencial oferta de mano de obra a empleos bajo condiciones de temporalidad, movilidad geográfica, polivalencia, intensificación de jornadas o reciclaje formativo se sitúa alrededor del 80%, siempre que sea dentro del mercado de trabajo audiovisual.

En relación a la vocación del estudiantado, el desarrollo profesional y el hecho de poder optar a un trabajo que satisfaga sus gustos y preferencias se manifiestan como expectativas básicas a satisfacer entre la potencial oferta de mano de obra. Conseguir esta satisfacción hará que, en sus primeros empleos, prime el aprendizaje y la aceptación de condiciones laborales inciertas y con pocas garantías a cambio de una futura consecución de mejoras en sus proyecciones profesionales.

Además, a medida que se acreciente la edad de la potencial oferta de mano de obra disminuirá su predisposición a aceptar empleos en el sector audiovisual que impliquen condiciones laborales inciertas. De este modo, es probable que aquellas y aquellos potenciales oferentes de mano de obra que no vean satisfechas sus expectativas, migren hacia otros sectores productivos, opten por cambiar su residencia y emplearse en otras regiones o, en otros casos, experimenten cierto grado de frustración en su vida profesional.

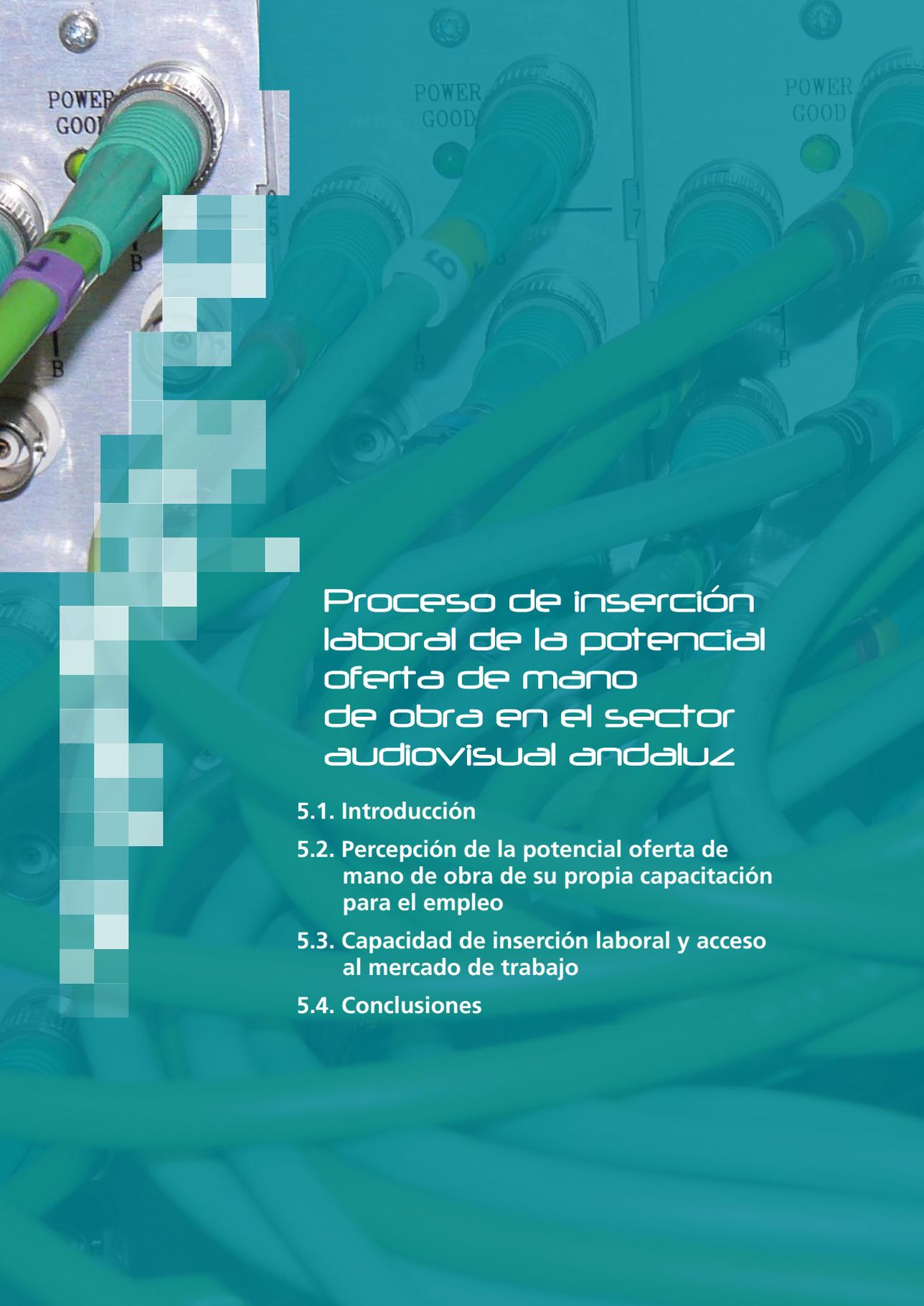
De igual modo, el género se convierte en una variable que influye en los niveles de predisposición ante determinadas condiciones laborales del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz.





# 5

Capacitación de la potencial oferta de mano de obra para acceder al mercado de trabajo audiovisual andaluz, búsqueda de empleo, principales barreras a la inserción laboral y orientación laboral disponible en este proceso.



# Proceso de inserción laboral de la potencial oferta de mano de obra en el sector audiovisual andaluz

## 5.1. Introducción

## 5.2. Percepción de la potencial oferta de mano de obra de su propia capacitación para el empleo

## 5.3. Capacidad de inserción laboral y acceso al mercado de trabajo

## 5.4. Conclusiones



# Proceso de inserción laboral de la potencial oferta de mano de obra en el sector audiovisual andaluz

## 5.1. Introducción

La potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz se enfrenta a una cuestión, ya planteada por los grupos de expertos y expertas participantes en este estudio, que afecta a su capacidad de inserción en el mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz: la inadecuación de la formación que reciben con respecto a los requerimientos que tiene el mercado de trabajo de este sector.

Tomando este planteamiento como punto de partida, es de interés para ampliar la información al respecto, detectar la percepción que tienen hacia su propia capacitación quienes se encuentran en la antesala del empleo audiovisual.

Los apartados que se presentan a continuación estudian las limitaciones que manifiestan tener las futuras y los futuros profesionales, este análisis es un primer paso para poder minimizar sus consecuencias en el acceso al empleo y poder enfrentarse a la realidad de la industria atendiendo con suficiencia a estos reclamos.

Paralelamente a la exposición de la adecuación de la capacitación y de los factores que influyen en la misma, se aporta información relevante acerca del propio proceso de inserción laboral, de los recursos para la búsqueda de empleo y de las áreas productivas del audiovisual que despiertan mayor interés profesional y/o generan más volumen de empleo.

Además, se describe el perfil de quienes, aún encontrándose en período formativo, ya cuentan con la experiencia profesional que, precisamente, se erige como la medida con mayor consistencia en la atenuación de las limitaciones formativas.

De este modo, en el presente capítulo se analizan los resultados relativos a las siguientes variables de estudio:

- ❑ Percepción que tiene la potencial oferta de mano de obra de su propia capacitación en competencias técnicas, teóricas y sociales.
- ❑ Disposición de quienes se forman en materias audiovisuales hacia la mejora de su propia capacitación a través de la experiencia práctica, esto es, mediante el desarrollo de un empleo en el sector audiovisual andaluz.
- ❑ Proceso de inserción laboral: factores limitadores a los que ha de enfrentarse la potencial oferta de mano de obra. Orientación laboral en dicho proceso y búsqueda de empleo. Percepción de las áreas y los subsectores audiovisuales con mayores oportunidades de empleo.
- ❑ Perfil profesional del estudiantado que cuenta con experiencia en el mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz. Rasgos de los empleos a los que acceden.

## 5.2. Percepción de la potencial oferta de mano de obra de su propia capacitación para el empleo

En general, la potencial oferta de mano de obra, con la formación de que dispone, se siente capacitada para trabajar en el sector audiovisual, si bien existen diferencias según el tipo de capacitación a que se haga referencia.

A continuación, se analiza la percepción del estudiantado que se forma en contenidos audiovisuales acerca de su propia capacitación ante los requerimientos del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz. Se trata de contrastar si quienes procederán a acceder al mercado de trabajo, consideran que han adquirido o no, a través de la formación recibida, suficientes garantías para el desarrollo de las destrezas profesionales exigidas.

Los datos extraídos confirman que, en términos generales, la potencial oferta de mano de obra muestra una fuerte confianza en sí misma, en sus conocimientos y en sus capacidades para enfrentarse a las exigencias laborales y profesionales del sector audiovisual.

### Gráfico 44. Distribución de la potencial oferta de mano de obra que afirma sentirse capacitada para el empleo



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

### ► IDEA – FUERZA 26

Dos terceras partes de la futura oferta de mano de obra consideran que con la formación de que disponen podrían afrontar con suficiencia las exigencias y los requisitos necesarios para poder trabajar en este sector.

Por tanto, se constata que quienes orientan su formación en el ámbito audiovisual sienten, en su mayoría, que cuentan con la suficiente preparación en cuanto a aptitudes y capacidades genéricas, también llamadas competencias sociales, como la resolución y el trabajo en equipo, la creatividad, la iniciativa, o la comunicación oral y escrita.

### ► IDEA – FUERZA 27

Más de 7 cada 10 potenciales oferentes de mano de obra afirman contar con la capacitación requerida en cuanto a conocimientos teóricos del ámbito audiovisual.

Sin embargo, sólo entorno a 1 de cada 2 jóvenes, oferentes de mano de obra, manifiesta sentirse suficientemente apto/a en lo que se refiere a competencias técnicas (manejo de equipos) y habilidades en el uso de programas específicos.

Los datos reflejan una serie de diferencias significativas con respecto al nivel de capacitación según el tipo de conocimiento o competencia a que se refiera, por lo que, para conformar un análisis completo de la potencialidad de la oferta de mano de obra en este sentido, es oportuno desarrollar un análisis más detallado.

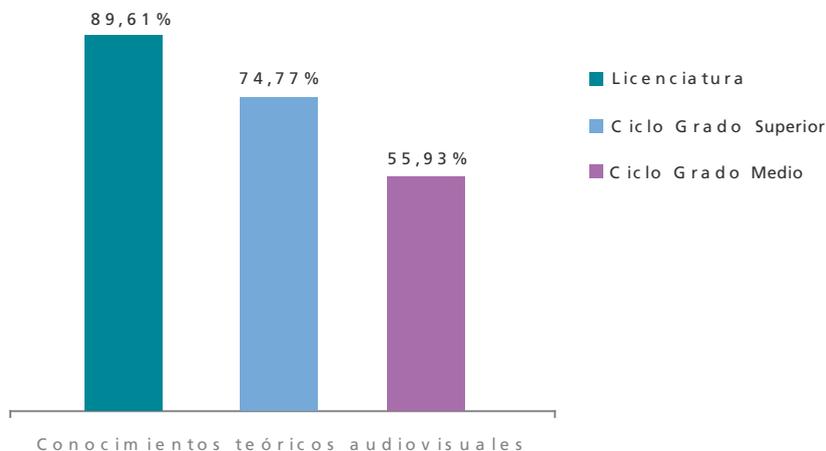
## 5.2.1. Capacitación teórica

Se ha afirmado que alrededor de 7 de cada 10 jóvenes andaluces que actualmente se forman en el ámbito audiovisual consideran que poseen los conocimientos teóricos audiovisuales necesarios que permitan dar satisfacción a las exigencias que requieren los puestos de trabajo en el sector.

Sin embargo, resulta interesante examinar la percepción del alumnado sobre su propia capacitación teórica en relación al tipo de estudios que cursan. Y es que la proporción de estudiantes que considera su formación teórica suficiente para emplearse disminuye a medida que baja en nivel formativo que cursa.

Así, prácticamente la totalidad de quienes, en un futuro próximo, finalizarán una Licenciatura (alrededor de 9 de cada 10) se reafirman en que sus conocimientos teóricos son más que suficientes para los requerimientos generales de un empleo en el sector audiovisual. Esta proporción, entre estudiantes de Ciclo de Grado Superior, desciende a casi 7 de cada 10 y en

**Grafico 45. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su capacitación teórica en función del nivel formativo que cursa**



Fuente: Encuesta “Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz”. Fundación AVA, 2008.

el caso de Grado Medio a la mitad, poniendo de manifiesto que, cuanto mayor es el nivel de estudios alcanzados, mayor es también la proporción de potenciales oferentes que expresan una fuerte confianza en sí mismos/as en lo que a conocimientos teóricos se refiere.

### 5.2.2. Capacitación en competencias técnicas

Tal y como se observa en el Gráfico 44, los conocimientos de programas específicos y las competencias técnicas en el manejo de equipos son, en comparación con el resto de materias planteadas, las competencias en las que la potencial oferta de mano de obra muestra mayores niveles de inseguridad referidos a su grado de capacitación.

► **IDEA – FUERZA 28**

De hecho, es ahora el 56,05% de la potencial oferta de mano de obra la que considera que su capacitación en competencias técnicas puede ser suficiente para satisfacer las exigencias profesionales del sector audiovisual.

También adquiere un cierto interés, por lo que los datos muestran, examinar la relación existente entre el grado en el que la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual se manifiesta segura de las habilidades técnicas adquiridas y el nivel de estudios que cursa así como la titularidad del centro en que lo hace.

### A. Capacitación en competencias técnicas de la potencial oferta de mano de obra atendiendo al nivel de estudios

Atendiendo al nivel de estudios que cursa el alumnado del audiovisual, la opinión de la futura oferta de mano de obra sigue una tendencia invertida respecto a lo que se manifestaba en relación a los conocimientos teóricos. Esto es, que a medida que aumenta el nivel de estudios alcanzado, aumenta la proporción de estudiantes, potenciales oferentes de mano de obra, que se sienten con menor capacitación para el desempeño de competencias técnicas.

El 57,60% del alumnado universitario cree que con la formación que recibe no adquiere, sin embargo, las habilidades y competencias suficientes para el manejo de equipos y programas utilizados en el sector audiovisual. Frente a ello, entre quienes cursan un Ciclo de Grado Medio, el sentimiento de inseguridad hacia las destrezas técnicas adquiridas en materia audiovisual desciende al 40,05% (casi 18 puntos porcentuales por debajo).

Parece que esto, unido a los datos referidos a capacitación teórica, pone de manifiesto que posiblemente la Formación Profesional de Grado Medio esté mejor orientada hacia la capacitación práctica requerida para ocupar los empleos generados por el sector audiovisual andaluz que las enseñanzas universitarias. Al menos así lo percibe su propio alumnado.

En relación a esta última reflexión, se encuentra el debate acerca de si es la Universidad quien debe adaptarse a las necesidades del mercado o es éste último quien debe articular los medios necesarios para proporcionar la formación más específica y práctica que demanda subsanando, de este modo, la deficiencia formativa que expresa el alumnado de la Universidad en las materias más técnicas.

No obstante, parte de las respuestas a este debate se localizan precisamente en el marco de las políticas de empleo orientadas hacia la adaptación continua de los recursos humanos a las exigencias de la actividad productiva en aras de facilitar la incorporación de éstos en el mercado de trabajo.

### B. Capacitación en competencias técnicas de la potencial oferta de mano de obra atendiendo a la titularidad del centro

En lo que se refiere a la titularidad de los centros, quizás destaque, al menos de forma indicativa, el hecho de que el 76,1% de quienes se forman en centros privados frente al 56,6% que lo hace en centros públicos afirma ostentar las habilidades y competencias técnicas para el empleo en el sector. Respecto al conocimiento de programas específicos, la proporción de jóvenes que se forma en centros privados y manifiesta cumplir esos requisitos es un 28,9% superior a la proporción de jóvenes que lo hace en centros públicos.

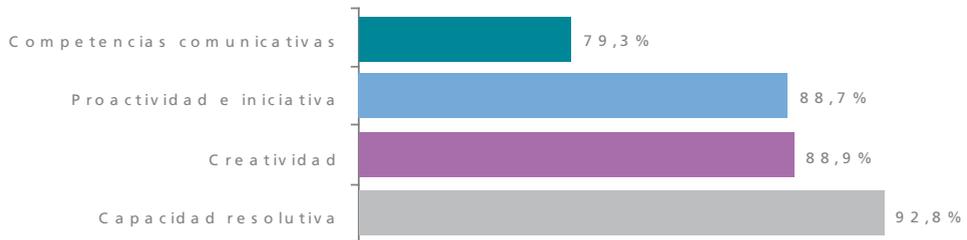
Atendiendo a estos últimos datos, se podría indicar la posibilidad de que los centros privados dispongan, en la actualidad, de una mayor capacidad y flexibilidad para la orientación y renovación de medios técnicos, adecuando con mayor agilidad sus programas a los requerimientos de innovación de las empresas. De este modo, los centros privados acortarían las distancias entre las necesidades productivas de las empresas y las respuestas formativas de los centros de formación, tal y como se apuntaba en la "Mesa del ámbito formativo del sector audiovisual de Andalucía" por quienes la integraron.

### 5.2.3. Capacitación en competencias sociales

El análisis de los resultados obtenidos en relación a las competencias sociales resulta de especial interés por las reflexiones planteadas al respecto por quienes participaron en las Mesas de Trabajo, tanto del ámbito formativo como empresarial.

En ambos casos, se puso de manifiesto la importancia que las empresas otorgan a los requerimientos aptitudinales y actitudinales, valorando en el perfil de la oferta de mano de obra un amplio conjunto de competencias que incluyen, junto a los conocimientos teóricos y prácticos, habilidades, capacidades y actitudes acordes al puesto de trabajo a desempeñar.

**Gráfico 46. Distribución de la potencial oferta de mano de obra que afirma sentirse capacitada para el empleo en competencias sociales**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Aproximadamente, 9 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra consideran que poseen la capacidad resolutive, la creatividad y la proactividad e iniciativa requeridas para trabajar en el sector. De igual modo, perciben sus capacidades comunicativas, tanto orales como escritas, adecuadas a las exigencias de las empresas audiovisuales.

Nuevamente, se pone de manifiesto que entre los/as jóvenes que aspiran formar parte del mercado de trabajo del sector audiovisual andaluz existe una fuerte conciencia de autosuficiencia, de seguridad en sí mismos/as en cuanto a sus posibilidades de resolución, creación, iniciativa y comunicación.

### 5.2.4. Capacitación a través de la experiencia profesional

Hay que tener en cuenta la relación existente entre la percepción de la potencial oferta de mano de obra acerca de su propia capacitación, su disposición a adquirir competencias a través de empleos no retribuidos, así como el valor que le concede a la experiencia profesional.

Ante la posibilidad de no disponer de las competencias o aptitudes demandadas por las empresas del sector audiovisual, la oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz muestra, no obstante, una altísima disposición a subsanar dichas insuficiencias. Para ello, más de 9 de cada 10

jóvenes muestran su disposición, incluso, a no percibir contraprestación económica alguna, siempre y cuando pudiesen participar en algún proyecto o iniciativa audiovisual en los que poder adquirir las destrezas necesarias<sup>42</sup>.

### Grafico 47. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su disposición a formarse empleándose sin percibir salario



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Asimismo, se observa una fuerte disposición de la potencial oferta de mano de obra a formarse en el empleo desarrollando prácticas no remuneradas a fin de adquirir aquellos conocimientos y/o habilidades en los que manifiesta no sentirse lo suficientemente cualificada. En este sentido, entre quienes consideran que con su formación no disponen de la cualificación necesaria para afrontar con suficiencia los requisitos y las exigencias para el óptimo desarrollo de una ocupación en el sector audiovisual, tan sólo el 7% no aceptaría unas prácticas sin remuneración económica.

Por tanto, se puede constatar que la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual en Andalucía muestra una fuerte disposición a adquirir las competencias necesarias para el empleo a través de la experiencia laboral.

#### ► IDEA – FUERZA 29

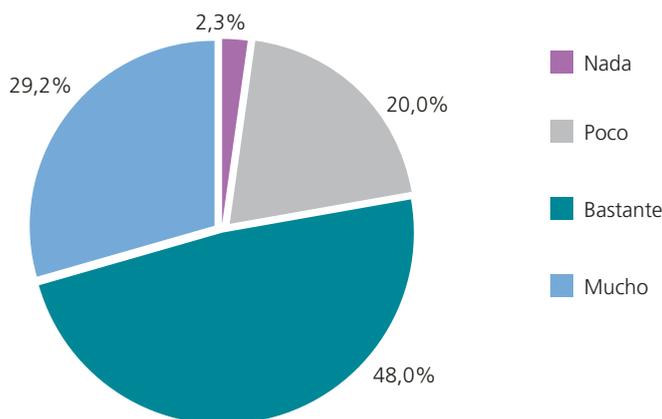
Y es que, el 82,8% de los hombres y el 73,7% de las mujeres cuya pretensión futura es dedicarse profesionalmente al audiovisual, consideran que la experiencia profesional influye en gran medida en sus posibilidades de encontrar empleo en este sector.

42.- Parece que el éxito de este proceso se garantiza en cierta medida, según la información aportada por quienes se emplean en el sector audiovisual. Algo más de 7 de cada 10 profesionales aseguran que la experiencia laboral que han ido adquiriendo a lo largo de su vida laboral, les ha permitido cubrir sus carencias en cuanto a capacitación. Pese a esto, esta proporción, si bien expresa una disminución de esa falta de capacitación previa, apunta también que, tras el desarrollo de ciertos puestos profesionales en el sector audiovisual, determinada fuerza de trabajo no considera haber alcanzado la capacitación necesaria para dar respuesta a los requisitos y exigencias del mercado laboral.

Precisamente en torno a 8 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra en el sector audiovisual consideran que la falta de experiencia profesional es un duro obstáculo que les afecta, de forma relevante, en sus posibilidades de éxito en el proceso de búsqueda y acceso al empleo.

Estos resultados se asocian a la idea percibida por los/as jóvenes de que la experiencia es un *valor* curricular exigido y valorado por parte del tejido empresarial que conforma el sector audiovisual andaluz.

**Gráfico 48. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según de su percepción de la experiencia laboral como barrera al empleo**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008.

Parece razonable, por tanto, que ante la importancia que conceden a la experiencia profesional quienes se forman en ramas asociadas al audiovisual, resulte lógica su fuerte predisposición a incorporarse con premura al mercado de trabajo, aún no habiendo terminado su periodo formativo.

### 5. 3. Capacidad de inserción laboral y acceso al mercado de trabajo

La posibilidad real de conseguir un empleo no sólo depende de las habilidades y competencias (incluyendo actitudes) de la potencial oferta de mano de obra, sino también de la demanda del mercado de trabajo del sector audiovisual.

No obstante, en este proceso, la motivación para buscar empleo está en función del valor que una persona otorgue a la posibilidad de "conseguir trabajo". Si quienes buscan empleo tienen bien definidos los intereses y metas a las que aspiran, que pasan por la satisfacción y/o las preferencias profesionales, lo más probable es que sus expectativas en relación al empleo sean altas y su comportamiento para lograrlas sea constante e insistente.

En esta lógica, por un lado, tiene sentido hablar de la importancia que cobra la capacitación adecuada a las demandas profesionales del sector, la disposición a mejorarla que tiene la oferta de

mano de obra y, en definitiva, la importancia que le conceden a la experiencia profesional para la satisfacción de esas expectativas y la consecución de las mismas. Por otro, es relevante hablar del propio proceso de inserción laboral y de las experiencias en el empleo, incidiendo en aquellos aspectos que disminuyen el grado de empleabilidad y, por tanto, influyen negativamente en la probabilidad de éxito de los/as jóvenes ante el proceso de incorporación al mercado de trabajo del sector audiovisual.

### 5.3.1 Dificultades en el acceso al empleo: otros factores condicionantes de empleabilidad

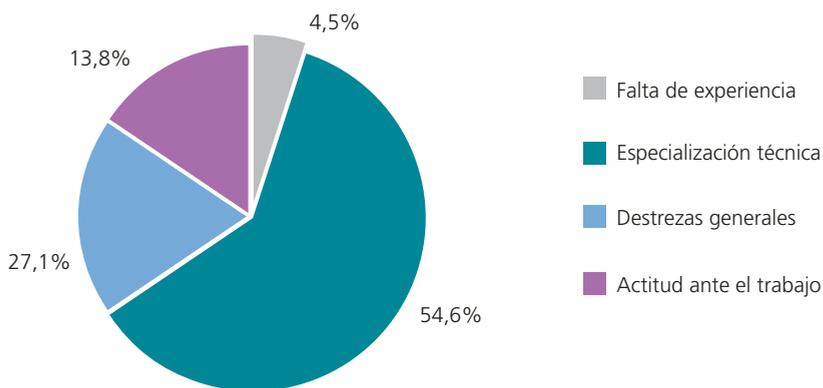
La investigación planteada se dirige al alumnado de los últimos cursos en escuelas, centros de formación y universidades en los que se imparten materias y ramas del audiovisual. Con el objetivo de determinar las posibilidades que tiene este alumnado de incorporarse al mercado laboral se analizan aquellas dificultades o limitaciones que percibe como más relevantes, haciéndolo desde una doble perspectiva:

- Desde la consideración de los **factores intrínsecos o personales de empleabilidad**: capacidades que el sector demanda y en las que la potencial oferta de mano de obra tiene capacidad de incidir.
- Desde la consideración de los **factores externos, o no personales de empleabilidad**: factores, en su mayoría, ajenos al individuo, que se erigen como obstáculos en los que no existe posibilidad de incidencia por parte de la potencial oferta de mano de obra en el sector audiovisual de Andalucía.

#### A. Factores limitadores de carácter intrínseco

Esta interpretación de los problemas de inserción laboral se relaciona con los atributos personales de quienes integran la oferta de mano de obra en el sector audiovisual, esto es, básicamente la falta de competencias o cualificaciones adquiridas a través de la educación y/o la capacitación.

**Gráfico 49. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según las barreras laborales intrínsecas detectadas**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

La potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual de Andalucía considera que la principal barrera intrínseca que han de afrontar para disponer de mayores oportunidades de acceso a un puesto de trabajo relacionado con su formación es la especialización técnica o formación específica (54,6%).

A continuación, le siguen determinadas destrezas generales tales como la adquisición de conocimientos de informática o idiomas (27,1%), la disposición o actitud ante el trabajo (13,8%), entendiendo que hace referencia a aspectos como la madurez, la iniciativa, la capacidad de aprendizaje o la responsabilidad y, en último lugar, la falta de experiencia laboral previa (4,5%).

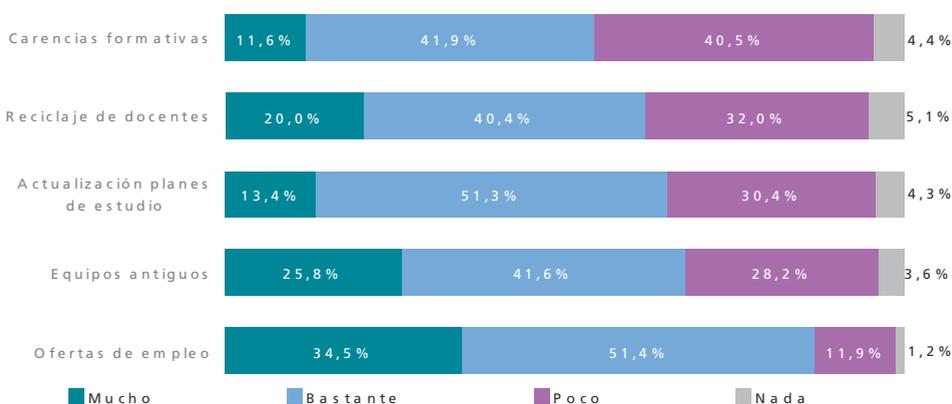
#### B. Factores limitadores de carácter externo

A fin de completar y ampliar el análisis sobre los principales obstáculos que afronta la potencial oferta de mano de obra para acceder al empleo, se analiza el grado en el que ésta se siente afectada en el proceso de inserción laboral por una serie de factores externos en los que no tiene capacidad para influir.

Hay que señalar que el 30,8% de jóvenes especificó una serie de factores de carácter externo de entre los cuales destacan, por su mayor nivel de indicación, "la falta de oferta de empleo en el sector y el exceso de mano de obra", "la precariedad laboral (sin contrato, sin horario...)", "los contactos (enchufismo)" y "la falta de oportunidades".

La percepción acerca de las barreras externas por las que se ve afectada la potencial oferta de mano de obra del sector, se completa con los datos obtenidos tras la solicitud a la misma de que señalara la medida en la que una serie de dificultades, previamente detectadas<sup>43</sup>, le afectaban para encontrar un empleo.

**Gráfico 50. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según el grado en que se siente perjudicada por los siguientes problemas para encontrar empleo**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

43.- El planteamiento y diseño de los ítems responde a la información aportada por Mesas técnicas y recabada tras la consulta de fuentes secundarias.

La potencial oferta de mano de obra manifiesta que el factor que interviene, en mayor medida, dificultando el acceso al mercado laboral audiovisual es el desequilibrio entre la oferta y la demanda de mano de obra en el mercado de trabajo específico del sector audiovisual, condicionante, a su vez, de las características y dinámicas tanto productivas como laborales de este sector.

A continuación se presentan los factores relacionados con el ámbito de la formación audiovisual, que también fueron considerados, por la potencial oferta de mano de obra, como aspectos limitadores de sus oportunidades de empleo.

Concretamente, las personas que se forman en materias audiovisuales, en su mayoría (el 86,95%), consideran que “las ofertas de empleo que no cubren las expectativas (salario, condiciones, etc.)” son el problema que en mayor medida dificulta su inserción laboral.

Además, esta información se complementa con la valoración que realizan del mercado de trabajo audiovisual, ya que califican las condiciones de trabajo que se ofertan en éste como peor que las de otros sectores económicos.

### ► IDEA – FUERZA 30

El 63,5% de la potencial oferta de mano de obra considera que las condiciones laborales del sector audiovisual son peores a las de otras industrias.

Es preciso mencionar la influencia que ejerce sobre esta opinión el tipo de estudios que cursa el alumnado. A medida que aumenta el nivel formativo, la percepción sobre la caracterización del empleo en el sector audiovisual empeora. Así, prácticamente 9 de cada 10 estudiantes de la Universidad afirman que las condiciones laborales de otras industrias son mejores a las del sector audiovisual, si bien la proporción de estudiantes de ciclo de grado medio que comparten esta opinión desciende a 1 de cada 2.

Esto pone claramente de manifiesto que las expectativas laborales son superiores cuanto mayor es el nivel de estudios alcanzado. Si bien, es necesario apuntar que las expectativas no se vinculan a los niveles de aceptación o predisposición hacia el empleo de la potencial oferta de mano de obra, sino a la valoración de las condiciones ofertadas en los puestos de trabajo.

En lo que se refiere a la formación que recibe, la potencial oferta de mano de obra percibe insuficiencias en determinados factores relacionados con aspectos formativos considerando, además, que éstos limitan su posibilidad de inserción laboral en el sector audiovisual andaluz.

En este sentido, la percepción del estudiantado es básicamente compartida por el grupo experto consultado durante el desarrollo de este proyecto, que expuso una falta de adecuación de la formación a los requerimientos y necesidades de la industria.

► **IDEA – FUERZA 31**

Más de 1 de cada 2 estudiantes manifiestan que aspectos como “la antigüedad de los equipos técnicos dotados en los centros de formación”, “la limitada posibilidad de reciclaje de la formación impartida por los/as docentes” y la “falta de actualización de los planes de estudios” son cuestiones que dificultan en un alto grado (bastante y/o mucho) sus posibilidades de acceso al empleo.

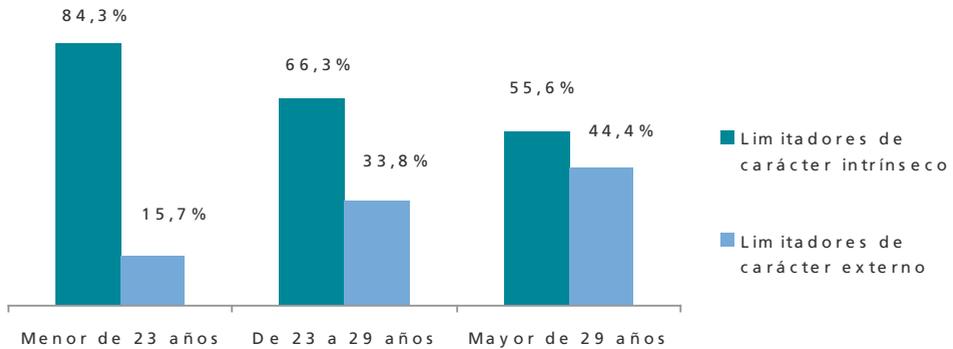
La inexistencia de herramientas y equipos actualizados, así como de una oferta formativa acorde con las necesidades del tejido empresarial, se manifiestan, por tanto, como barreras que dificultan a las empresas el reclutamiento de perfiles profesionales adecuados a sus necesidades.

**C. Edad y factores limitadores de acceso al empleo**

Por otro lado, resulta llamativa la influencia que parece ejercer la edad sobre la percepción de la potencial oferta de mano de obra respecto a los obstáculos a los que ha de enfrentarse para encontrar empleo.

Conforme aumenta la edad de la potencial oferta de mano de obra, ésta tiende a considerar que los factores que dificultan su proceso de inserción laboral no están tan fuertemente relacionados con su grado de capacitación (especialización técnica, destrezas generales, disposición o actitud ante el trabajo), esto es, con los factores limitadores de carácter intrínseco.

**Gráfico 51. Distribución de la potencial oferta de mano de obra atendiendo a la edad según el principal limitador considerado**



Fuente: Encuesta “Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz”. Fundación AVA, 2008

A medida que aumenta la edad de la futura oferta de mano de obra, ésta percibe que los factores “limitadores de carácter externo” cobran mayor importancia como barreras de acceso al empleo en detrimento de los “factores de carácter intrínseco”. De este modo, a partir de cierta edad, la

oferta de mano de obra considera que las características del propio sector audiovisual inciden en mayor grado en sus procesos de búsqueda de empleo.

Pese a ello, es necesario apuntar que los/as potenciales oferentes de mano de obra manifiestan que las dificultades mayoritariamente percibidas en su proceso de incorporación al mercado laboral audiovisual son siempre aquéllas relacionadas con factores personales. Hay que tener en cuenta que esta juventud tiene capacidad de incidir en dichos factores y, por tanto, de reducir sus impactos mejorando su propia empleabilidad.

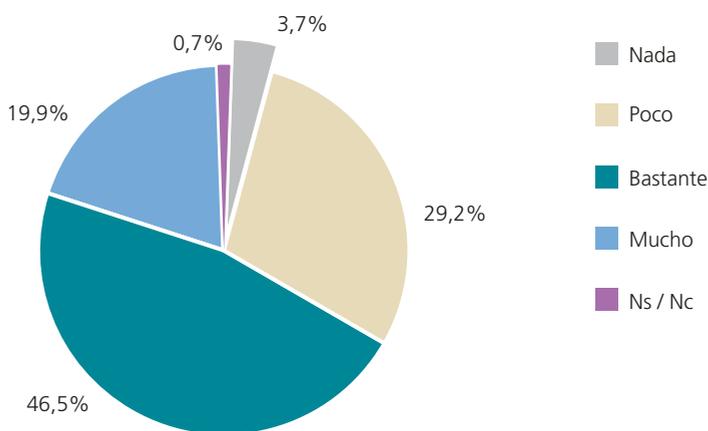
Además, de entre éstas, la más destacada es la especialización técnica (formación específica), lo que refuerza la hipótesis de partida sobre la falta de esta competencia en los y las oferentes de mano de obra.

### 5.3.2. Orientación laboral

La orientación laboral es definida por la Organización Internacional de Trabajo (OIT) como “la ayuda prestada a una persona para resolver problemas referentes a la elección de una profesión y a su progreso profesional, teniendo en cuenta las características de la persona y la relación entre éstas y las posibilidades de ocupación” (OIT, 1949)<sup>44</sup>.

En este sentido, la orientación sitúa a la futura oferta de mano de obra en mejores condiciones frente al mercado de trabajo a través de distintos medios como el asesoramiento en la formación, recomendaciones para afrontar las dificultades en la búsqueda de empleo o herramientas que la faciliten.

**Gráfico 52. Grado en el que la potencial oferta de mano de obra se ve afectada por la falta de asesoramiento**



Fuente: Encuesta “Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz”. Fundación AVA, 2008

44.- Consultado en la página web de la Organización Internacional del Trabajo (1949), véase bibliografía.

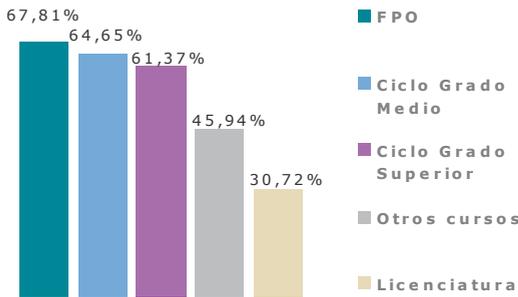
La falta de asesoramiento laboral es considerada como un obstáculo más para encontrar un empleo por el alumnado que se forma en materias audiovisuales.

Aproximadamente, 7 de cada 10 estudiantes del ámbito audiovisual consideran que no disponen del suficiente y necesario asesoramiento, elemento que facilita la inserción profesional en el sector. La potencial oferta de mano de obra considera que esto le afecta sobremedida en sus posibilidades de éxito a lo largo del proceso de búsqueda de empleo.

Sin embargo, hay que reconocer que los centros de formación se sitúan en una posición muy privilegiada para poder desempeñar funciones de orientación hacia el empleo. De hecho, se constata que el 56,9% de los/as jóvenes que se forman en materias audiovisuales reconoce haber recibido formación sobre cómo elaborar un currículum vitae, cómo afrontar entrevistas de trabajo, cómo abordar la búsqueda de empleo, etc. en el centro de formación en el que cursa sus estudios.

No obstante, esta proporción varía significativamente según el nivel formativo que el alumnado este cursando.

**Gráfico 53. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según la orientación laboral recibida y el nivel de estudios**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Aproximadamente, 6 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra manifiestan que han recibido orientación laboral en los centros de FPO y Ciclos Formativos de Grado Medio y otros cursos. Sin embargo, esta proporción disminuye en el caso de los Ciclos de Grado Superior y llega hasta 3 de cada 10 en el caso de la Universidad.

Parece llamativo y, por tanto, significativo el hecho de que el estudiantado universitario de áreas asociadas al audiovisual sea el que precisamente disponga de menos oportunidades de acceso a pautas de orientación laboral en su propio centro de formación.

Atendiendo a los resultados obtenidos en este estudio, parece que la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual que realiza estudios universitarios carece de aquellas herramientas que ayudan a solventar las posibles dificultades a las que ha de enfrentarse en el proceso de inserción laboral, lo que probablemente incidirá en el idóneo cumplimiento de sus expectativas profesionales.

### 5.3.3. Búsqueda de empleo

Con frecuencia, durante la etapa de formación, el alumnado que cursa algún tipo de materia audiovisual intenta acceder al mercado de trabajo del sector, entre otros motivos, tal y como se señaló en el apartado anterior, con el objeto de adquirir la capacitación necesaria en el empleo.

#### ► IDEA – FUERZA 32

El 75,4% del alumnado de los últimos cursos de estudios asociados a materias audiovisuales afirma haber buscado empleo en alguna ocasión, mostrando este ratio un incremento lógico a medida que aumenta la edad del mismo.

**Tabla 15. Porcentaje de participación en la búsqueda de empleo**

|                  | Nunca ha buscado trabajo en el sector audiovisual | Ha buscado trabajo en el sector audiovisual | Ns / Nc     | TOTAL         |
|------------------|---|---|-------------|---------------|
| Menor de 23 años | 30,0%   | 69,3%                                       | 0,7%        | 100,0%        |
| De 23 a 29 años  | 8,2%  | 91,8%                                       | 0,0%        | 100,0%        |
| Mayor de 29 años | 7,7%  | 92,3%                                       | 0,0%        | 100,0%        |
| <b>TOTAL</b>     | <b>24,2%</b>                                      | <b>75,4%</b>                                | <b>0,7%</b> | <b>100,0%</b> |

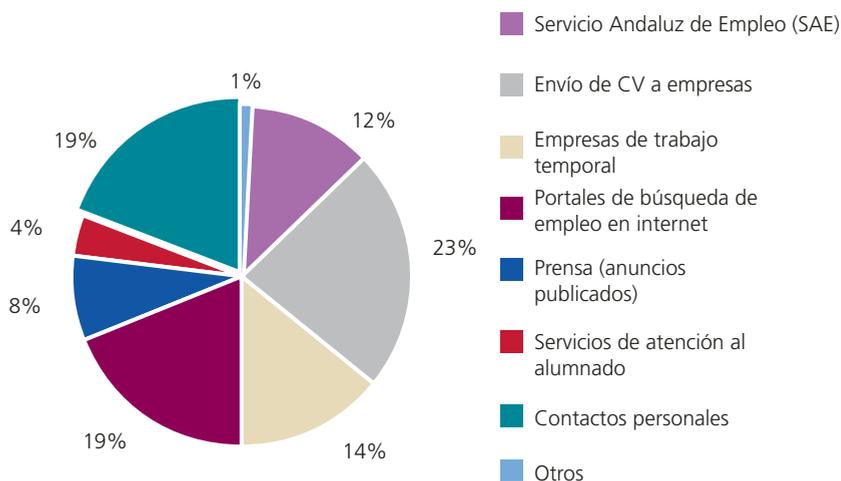
Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

En cuanto a los medios empleados para la búsqueda de empleo, la potencial oferta de mano de obra recurre a diferentes técnicas y estrategias<sup>45</sup>.

45.- Es preciso apuntar que los/as profesionales del sector audiovisual andaluz afirman haber encontrado empleos en el sector a través, principalmente, de dos recursos: los contactos personales (1 de cada 2 profesionales así lo señala) y el envío de CV a empresas (así lo indican 3 de cada 10). Parece necesario reconducir los esfuerzos de quienes buscan incorporarse al mercado de trabajo del sector con el objetivo de incrementar las posibilidades de éxito en la búsqueda empleo, así como potenciar otras vías de acceso. Además, se plantea la necesidad de crear una red o sistema que vincule a los actores integrantes del mercado de trabajo, que ponga en contacto a la oferta y la demanda de empleo, una vez detectado el hecho de que, tanto para actuales como potenciales oferentes de mano de obra, los contactos suponen la principal vía de acceso al empleo a la vez que una importante limitación al mismo para aquellos/as *outsiders* que no disponen de tales.

Entre estos medios, es posible destacar el envío de currículum a empresas y/o asociaciones como el recurso más utilizado (23%), seguido de los portales de búsqueda de empleo en Internet y de los contactos personales (19%). Les suceden el Servicio Andaluz de Empleo, SAE, (12%), la prensa (8%) y los servicios de orientación con que cuentan los centros de formación (4%).

**Gráfico 54. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según el medio utilizado para la búsqueda de empleo**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

De este modo, la posibilidad de compatibilizar estudio-formación con empleo-adquisición de experiencia práctica es algo asumido por un elevado porcentaje de jóvenes que pretende incorporarse al mercado de trabajo del sector audiovisual, si bien la proporción de aquéllos que en su proceso formativo ya han sido empleados en el sector audiovisual asciende al 31,63%, esto es, prácticamente 1 de cada 3 jóvenes.

### 5.3.4. Oportunidades de empleo

La industria audiovisual queda conformada por todo un conglomerado de actividades económicas en las que se entrelazan los sectores más tradicionales con los más innovadores, existiendo una fuerte interrelación entre los mismos.

La amplitud del sector audiovisual de Andalucía y las diferencias manifiestas en las actividades que lo componen conducen al análisis de percepción de la ubicación y localización de las oportunidades de empleo según subsectores y áreas de trabajo que lo constituyen.

Estos subsectores y estas áreas de trabajo del sector se analizan considerando en cuáles de ellos se percibe que se genera más empleo y en cuáles se sitúan las preferencias profesionales de la potencial oferta de mano de obra andaluza, cuya vocación profesional de futuro está en este sector de actividad.



### A. Subsectores de la industria audiovisual

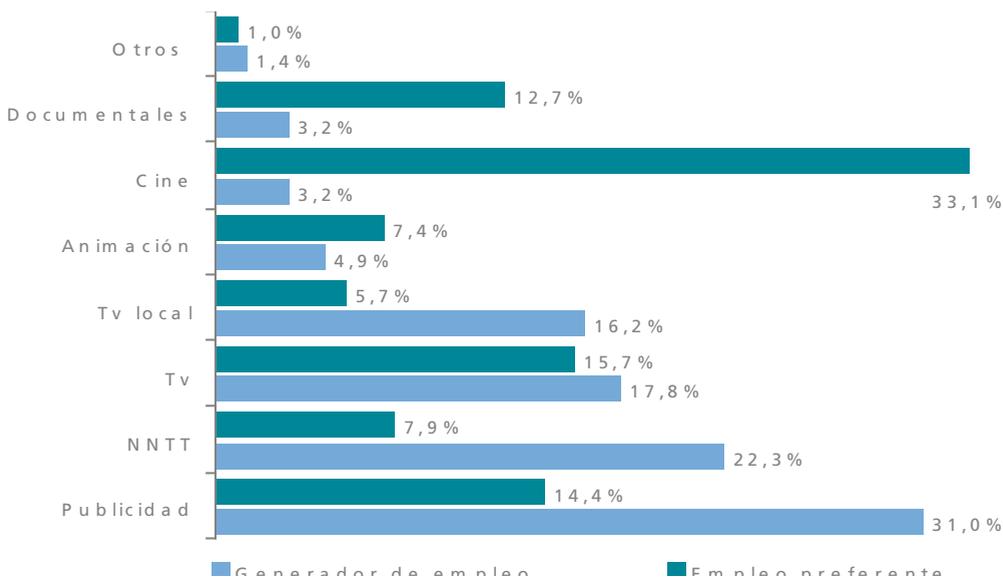
La potencial oferta de mano de obra observa que en la industria audiovisual andaluza el subsector con mayor capacidad para generar empleo es el negocio de la publicidad (31,03%), seguido de las nuevas tecnologías (22%) y las televisiones estatales/autonómicas (18%) y locales (16%), con una gran distancia respecto al resto de subsectores.

La percepción manifestada por los y las estudiantes sobre la capacidad de generar empleo de los subsectores del audiovisual parece no alejarse de la realidad presente<sup>46</sup>, ni tampoco de la tendencia pronosticada por los/as expertos/as de la materia<sup>47</sup>. Muestra, por tanto, un alto grado de conocimiento general de las dinámicas de producción del sector audiovisual que posibilitan la generación de empleo.

En cuanto a las preferencias profesionales marcadas por la potencial oferta de mano de obra es preciso señalar la distancia que existe entre dichas preferencias y los subsectores en los que considera que existen mayores posibilidades de empleo.

La habitual no coincidencia entre la localización de las oportunidades de empleo por parte de los y las jóvenes y sus propias y específicas aspiraciones profesionales están asociadas a la ya citada fuerte vocación profesional de quienes optan por formarse en materias del audiovisual.

**Gráfico 55. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su percepción sobre los subsectores generadores de empleo y preferencias laborales**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

46.- Según la Encuesta Anual de Servicios (2006) la publicidad es la actividad de la industria audiovisual que en la actualidad presenta mayor índice de ocupación a nivel nacional.

47.- Las oportunidades de empleo del sector audiovisual se vinculan a las posibilidades abiertas por las nuevas tecnologías y formatos multimedia, tal y como indicaron las personas convocadas a las Mesas Técnicas organizadas en el presente estudio.

Así, por ejemplo, la preferencia por emplearse en el cine refleja una clara manifestación vocacional dado que a pesar de que este subsector es considerado como uno de los que menos posibilidades tiene de demandar empleo, al menos 1 de cada 3 potenciales oferentes de mano de obra expresa su preferencia por encontrar un empleo en esta actividad específica del audiovisual. No se puede obviar el hecho de que la elección del cine, subsector sujeto a la variabilidad en el número de las producciones, conlleva decantarse por una de las actividades del audiovisual en la que condiciones laborales como la temporalidad o la intensificación de jornadas son más constantes y habituales.

Por otra parte, el subsector de las nuevas tecnologías, en tanto que es considerado por el 22,3% del estudiantado como la actividad en la que existen mayores posibilidades de encontrar empleo, sin olvidar que los yacimientos de ocupación se asocian precisamente a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, tan sólo atrae al 7,9% de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual.

Asimismo, la inclinación profesional manifestada por los/as jóvenes destaca a los subsectores de la televisión, la publicidad y los documentales, progresivamente, como actividades que, aunque en menor medida que el cine, despiertan una atracción considerable en la potencial oferta de mano de obra.

En otro sentido, es importante señalar que en pocas ocasiones la potencial oferta de mano de obra elige el mismo subsector para indicar el ámbito con mayor potencial de creación de empleo y el que despierta su interés hacia el empleo.

Así, en el caso de la publicidad, tan sólo para 2 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra que lo consideran como el subsector con mayor capacidad para generar empleo lo señalan, al mismo tiempo, como el subsector en el que prefieren trabajar. Esta tendencia se detecta igualmente en el ámbito de las nuevas tecnologías y la televisión estatal o autonómica, apuntados como los que disponen de mayor capacidad para generar oportunidades laborales (sólo 2 de cada 10 jóvenes que los señalan como productores de empleo se decantan por emplearse en ellos).

Asimismo, la tendencia detectada se mantiene en las restantes actividades del audiovisual, en las que nunca se registra una mayoría que guarde correspondencia entre los subsectores elegidos por la potencial oferta de mano de obra como mayores generadores de empleo y los ámbitos en los que ésta prefiere trabajar. De este modo, es posible afirmar que las preferencias laborales y las percepciones de oportunidad de empleo, en lo que a subsectores del audiovisual se refiere, no coinciden.

## B. Áreas de trabajo

En cuanto a la generación de empleo por áreas de trabajo, la futura oferta de mano de obra sitúa como mayores generadores de empleo las áreas de "creación multimedia" (15,10%), "producción" (14,50%) y "servicios a la producción" (12,90%).

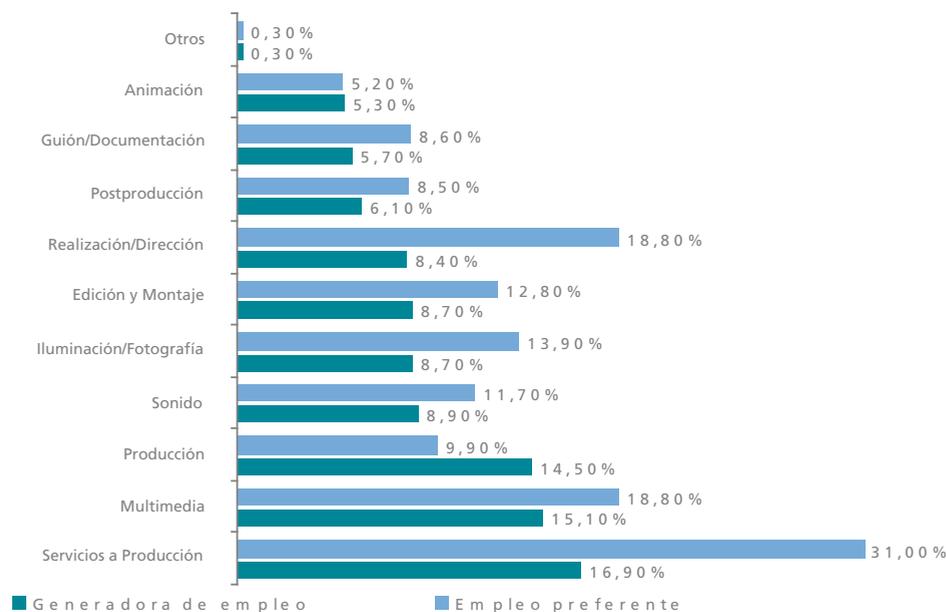
Según un reciente estudio publicado por Tea Cegos en 2007, el mayor volumen de empleo del sector audiovisual andaluz se registra mayoritariamente en las áreas de "iluminación/fotografía" y de "guión/documentación" (un 32,02% del volumen de empleo), de lo que se deduce, por tanto, que ya en niveles más específicos, la percepción que muestran los/as jóvenes, en cuanto a posibili-

dades de demanda de empleo, no se ajusta excesivamente a la demanda efectiva del factor trabajo de las empresas del sector. Hay que tener en cuenta, asimismo, que según esta misma fuente, las empresas del sector audiovisual prevén que las áreas con mayor demanda de profesionales serán en un futuro próximo las de “guión/documentación” e “iluminación/fotografía”.

En cuanto a la preferencia por desempeñar un puesto de trabajo en un área profesional determinada, los resultados indican que los y las jóvenes fijan sus preferencias de empleo entre las áreas de “realización/dirección” (18,80%), “iluminación/fotografía” (13,90%) y “edición y montaje” (12,80%).

Nuevamente se manifiesta que no existe una equivalente correspondencia con la percepción expresada por la potencial oferta de mano de obra en cuanto a las áreas profesionales que más empleo generan. Se aprecia, al igual que en el análisis anterior referido de los subsectores, ciertos desajustes entre las expectativas de generación de empleo y las preferencias profesionales específicas en el ámbito audiovisual.

**Gráfico 56. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según su percepción sobre las áreas profesionales generadoras de empleo y sus preferencias laborales**



Fuente: Encuesta “Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz”. Fundación AVA, 2008

Al igual que se detectó en el análisis de los subsectores, los gustos por emplearse en determinadas áreas no guardan correlación con las áreas escogidas como mayores generadoras de empleo. En el caso de “servicios a la producción”, que ocupa el primer lugar como creadora de trabajo, prácticamente la totalidad de potenciales oferentes de mano de obra (casi el 100%) de quienes así la consideran no lo señala como opción en la que le gustaría trabajar. Esta tendencia se reitera a lo largo del análisis de las restantes áreas del sector, si bien es en la “postproducción” en donde existe una



mayor correspondencia, ya que 4 de cada 10 potenciales oferentes que la eligen como opción para trabajar, opinan también que es un área fundamental en la creación de empleo.

De nuevo, queda de manifiesto que la elección del área en la que es preferible emplearse guarda relación con la vocación y las preferencias de la potencial oferta de mano de obra, y esto lleva al estudiantado a decantarse y a orientarse hacia ámbitos laborales concretos en los que, sin embargo, no sitúa las posibilidades y oportunidades de empleo del sector audiovisual.

No obstante, es preciso tener en cuenta una última reflexión. No se puede obviar el hecho de que la polivalencia funcional y la multi-especialización en equipos y tecnologías se han estandarizado como competencias y capacidades exigidas a la futura oferta de mano de obra por el mercado de trabajo audiovisual. Y este hecho obligará a los/as jóvenes a emplearse en puestos de trabajo polifuncionales que en ocasiones no respondan a sus preferencias o a sus expectativas.

En cualquier caso, en la medida en que las preferencias del alumnado hacia el empleo en el sector audiovisual se ajusten a la previsión que del mismo diagnostican las empresas, la potencial oferta de mano de obra presentará mayores posibilidades de cumplir sus expectativas profesionales, al menos, en cuanto a áreas o subsectores en los que pudieran llegar a emplearse.

### 5.3.5. Inserción en el mercado de trabajo

A partir de los resultados observados, es posible perfilar determinados rasgos en relación a las pautas de inserción laboral en el mercado de trabajo audiovisual.

La participación del alumnado que se forma en ramas del audiovisual en el sistema productivo del sector, medida a través de su incorporación al mercado de trabajo al mismo tiempo que finaliza sus estudios, se sitúa en torno al 30%, si bien la proporción que intenta acceder a él es superior (8 de cada 10 han buscado empleo). De este modo, éste combina sus estudios con el empleo o la búsqueda del mismo.

Por tanto, el 68,37% de estudiantes andaluces del ámbito audiovisual afirma no haber trabajado ni tampoco estar trabajando en un empleo vinculado a dicho sector en el momento en que se realiza la encuesta.

#### A. Perfil de la potencial oferta de mano de obra con experiencia laboral en el sector audiovisual<sup>48</sup>

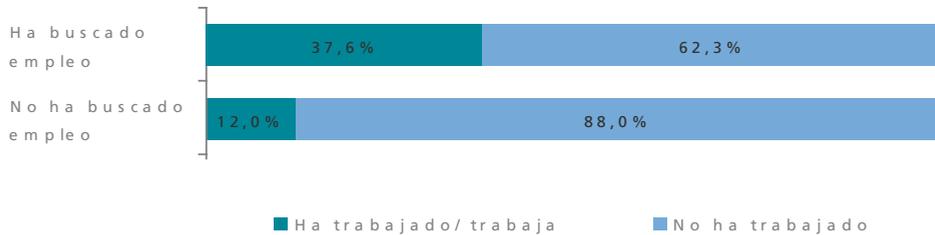
La futura oferta de mano de obra trata de compatibilizar formación y adquisición de experiencia, si bien sólo una persona de cada tres lo logra.

#### ► IDEA – FUERZA 33

Pese a la alta participación del alumnado de contenidos audiovisuales en la búsqueda de empleo (aproximadamente 8 de cada 10 aseguran haber buscado empleo en alguna ocasión), tan sólo un 31,63% afirma haber trabajado o estar trabajando en el sector audiovisual.

48.- Es necesario precisar que los datos que a continuación se presentan proceden, aproximadamente, de un tercio de la muestra analizada a lo largo de este informe. Es por esto que, pese a la importancia cualitativa de los datos que se tratan a lo largo de este apartado, no se puede obviar la diferencia de significación que poseen respecto de los datos analizados con anterioridad, al tratarse ahora de datos meramente indicativos, no suficientemente representativos en términos estadísticos.

### Gráfico 57. Distribución de la potencial oferta de mano de obra según haya buscado o no empleo y el éxito que haya tenido en dicha búsqueda



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

El valor central que posee la formación, la escasez relativa de empleo y las dificultades que presenta compatibilizar éste con la formación explicarían, posiblemente en buena medida, la todavía limitada aproximación y participación de la potencial oferta de mano de obra en mercado de trabajo del sector audiovisual en Andalucía. Esto se acentúa, lógicamente, cuanto menor es su edad.

A medida que aumenta la edad de quienes en un futuro próximo serán egresados y egresadas en audiovisuales, también aumenta, de forma progresiva, su participación en el empleo.

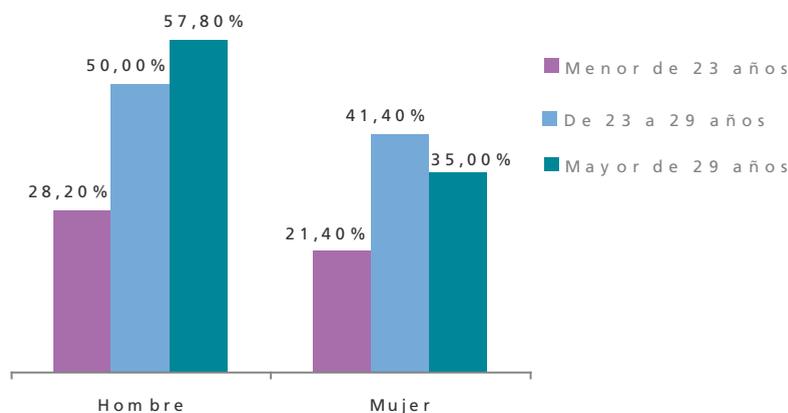
Así, el 25% de quienes poseen menos de 23 años afirma haber trabajado y/o trabajar en el sector audiovisual, mientras que entre quienes superan los 29 años la proporción aumenta al 50,8%.

En cuanto a la participación de **hombres y mujeres** en el mercado de trabajo audiovisual, el porcentaje de hombres (36,3%) es superior al de mujeres (25,5%) en todos los tramos de edad establecidos, más notorio si cabe en la población objeto de estudio con edad superior a los 29 años.

No obstante, de los datos observados se deriva un hecho destacable sobre el que habría que reflexionar, esto es, la menor proporción de mujeres con respecto a hombres que, en su periodo de formación en materia audiovisual, adquiere experiencia laboral en el sector.

Quizás, por tanto, sea éste un sector en el que todavía en determinados segmentos o procesos productivos aún no se dan los elementos que permitan constatar una equiparación cuantitativa entre sexos en lo que a oportunidades de empleo se refiere.

**Gráfico 58. Distribución de la potencial oferta de mano de obra con experiencia laboral en el sector audiovisual según sexo y tramo de edad**



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

#### ► IDEA – FUERZA 34

Aproximadamente, 3 de cada 10 personas que se están formando en materias del audiovisual han estado o están empleadas de forma paralela o compartida en el mercado de trabajo de esta misma industria.

#### B. Rasgos del empleo ocupado por la potencial oferta de mano de obra

La futura oferta de mano de obra se vincula al mercado laboral mediante contratos formativos, si bien cabe señalar la fuerte temporalidad que ha de afrontar en sus experiencias laborales.

Las primeras tomas de contacto con el mercado laboral del sector audiovisual suelen estar comúnmente caracterizadas por ser bajo unas determinadas relaciones laborales: fórmulas de prácticas de carácter formativo o, incluso, fórmulas no remuneradas de carácter voluntario.

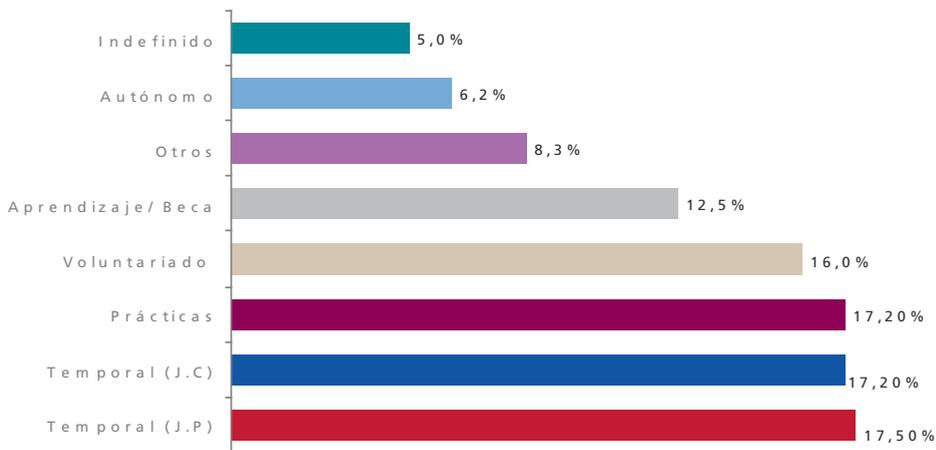
En cualquier caso, el empleo ocupado por la potencial oferta de mano de obra en el sector audiovisual tiene un fuerte componente de flexibilidad laboral, asociado a la eventualidad y a la temporalidad de los contratos que la mantienen entrando y saliendo continuamente en dicho mercado de trabajo.

#### Modelos contractuales

Por tanto, los tipos de contrato que marcan las formas de inserción laboral en el empleo ocupado por el estudiantado de audiovisuales que todavía no ha finalizado sus estudios, son fundamentalmente contratos temporales con dedicación parcial y/o completa; contratos en prácticas; voluntarios o contratos de aprendizaje (también denominados becas de formación).

Estos modelos se erigen como fórmulas contractuales de relación laboral funcional al sector que demanda mano de obra y, en un principio, a las propias personas oferentes de mano de obra de éste, en tanto que les permite compatibilizar sus estudios con la adquisición de experiencia profesional. Con todo ello, las políticas de empleo no pueden obviar que tanto dichas fórmulas de relación laboral como el hecho de acceder a oferentes de mano de obra en disposición a aceptarlas, deben ser considerados como elementos sistémicos y funcionales de la propia dinámica productiva del sector audiovisual en Andalucía. Probablemente, sin estas posibilidades de disposición de mano de mano, el sector audiovisual en Andalucía encontraría grandes dificultades para cubrir sus requerimientos de empleo.

### Gráfico 59. Distribución de la potencial oferta de mano de obra que ha sido o es empleado según tipo de contrato



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Nota: J. C: Jornada Completa; J. P: Jornada Parcial.

Prácticamente la totalidad de los puestos de trabajos ocupados por la potencial oferta de mano de obra que se forma en el audiovisual y que adquiere experiencia profesional a través del trabajo (más de 9 de cada 10), se caracteriza por formas de empleo que, si bien pueden ser asumidas por personas jóvenes sin cargas familiares ni responsabilidades de gasto destacables no pueden, sin embargo, no garantizan la estabilidad ni la retribución que requieren las dinámicas de vida en la actualidad. Y es que los contratos temporales, los contratos de prácticas o de formación, otros contratos<sup>49</sup>, así como el voluntariado e, incluso, la figura del *falso autónomo* tienen en común elementos propios de empleos asociados a personas jóvenes con predisposición a la aceptación de tales condiciones, si bien con expectativas de mejorar progresivamente.

Por otra parte, edad, nivel formativo y experiencia previa condicionan las posibilidades laborales de la potencial oferta de mano de obra en lo que respecta a sus expectativas en el mercado de trabajo audiovisual.

49.- Bajo la fórmula contractual de "Otros contratos" se recogen, en su mayoría (el 82,1%), formas de ocupación sumergida en las que ni siquiera se cotiza a la Seguridad Social y, por tanto, carecen de las prestaciones y la protección a las que la regularización legal da derecho.

El tipo de empleo ocupado por quienes se forman en materias audiovisuales, en virtud del tipo de contrato con el que son o han sido empleados/as en el sector, pone de manifiesto ciertas diferencias atendiendo a la edad de la potencial oferta de mano de obra.

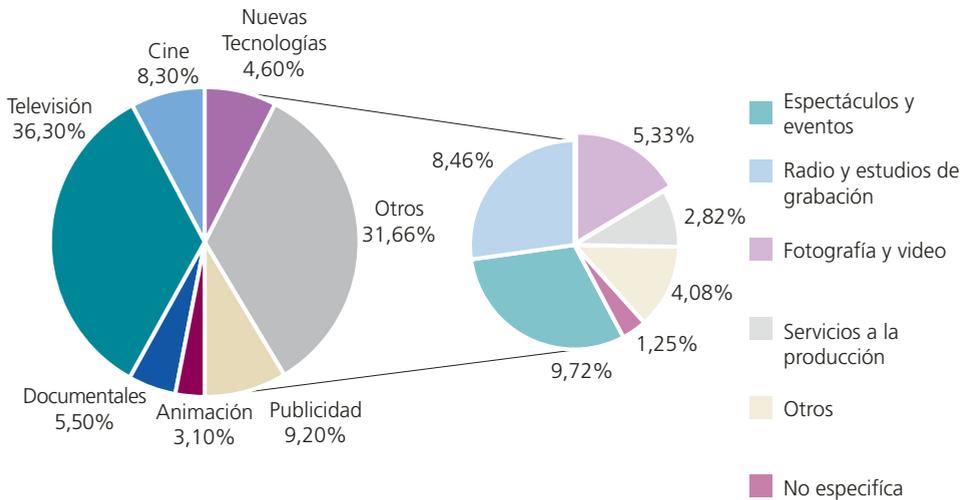
En términos generales, las relaciones laborales se establecen principalmente a través de "contratos formativos" (35,3%), el "voluntariado o ayuda familiar" (24,2%) y "contratos temporales de jornada parcial" (24,2%). No obstante, entre las personas mayores de 29 años, las contrataciones mediante "contratos formativos" así como de "voluntariado" pierden significación. En su lugar, cobran protagonismo los "contratos temporales", tanto de jornada completa como parcial. Asimismo, merece mención, por el incremento que experimenta entre quienes superan los 29 años, la figura del "autónomo", forma jurídica que en este tramo de edad se adopta en una proporción cuatro veces superior a la presentada por quienes aún no alcanzan los 23 años de edad.

### Actividad económica de la demanda de empleo

Para completar el análisis del empleo ocupado por quienes lo compatibilizan con sus estudios en materia audiovisual, se examinan las actividades a las que se dedican las empresas que emplean a dichos/as jóvenes.

Los resultados obtenidos presentan a la "televisión" como la actividad productiva que más empleo genera entre este joven estudiantado que comparte su periodo formativo con trabajo (el 36,30% de estudiantes que se ocupan en el sector audiovisual lo hacen en televisión), quedando el mercado laboral restante bastante equidistribuido entre las otras actividades.

**Gráfico 60. Distribución de la potencial oferta de mano de obra que ha sido o es empleada por el sector según la actividad de la empresa empleadora**

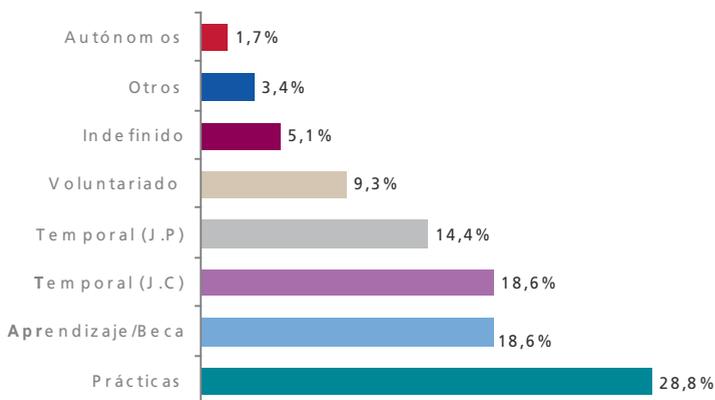


Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Estos datos permiten detectar los subsectores de la industria audiovisual andaluza en los que se generan las oportunidades de primer empleo para quienes siendo oferentes de mano de obra compatibilizan su período de formación con la adquisición de experiencia profesional. Permiten, asimismo, caracterizar los rasgos principales que definen estos primeros trabajos.

Por ello, se ha profundizado en el subsector de la televisión y se ha analizado el tipo de contrato empleado por las empresas de este ámbito, si bien, nuevamente, hay que tener en cuenta que, en tanto que los ratios se obtienen sólo de una parte de la muestra, las conclusiones mostradas son meramente indicativas y no suficientemente representativas.

### Gráfico 61. Distribución de la potencial oferta de mano de obra empleada en el subsector de televisión según contrato



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA, 2008

Aproximadamente, la mitad de los contratos que el subsector televisivo ofrece al estudiantado del ámbito audiovisual son contratos en prácticas o de aprendizaje (el 47,4%), por lo que podría concluirse que es este subsector en el que la potencial oferta de mano de obra tiene mayores posibilidades de alcanzar sus primeras expectativas de empleo, que son, básicamente, poder participar en algún proyecto audiovisual con objeto de adquirir conocimientos prácticos y experiencia profesional.

### ► IDEA – FUERZA 35

En la relación contractual de las empresas que conforman la industria audiovisual andaluza con los y las potenciales oferentes de mano de obra que compaginan su formación con la adquisición de experiencia laboral en el sector:

- Prácticamente 1 de cada 2 contratos laborales es un contrato para la formación, ya sea en prácticas, de aprendizaje o voluntariado.
- El 34,7% de las relaciones laborales establecidas con la potencial oferta de mano de obra que todavía está inmersa en su ciclo formativo está representado por contratos temporales, en jornada completa o parcial.
- Las empresas dedicadas a la actividad económica televisiva concentran gran parte de las oportunidades de empleo ocupadas por el joven estudiantado que se forma en materias audiovisuales.

#### C. Cumplimiento de expectativas de la potencial oferta de mano de obra con experiencia laboral

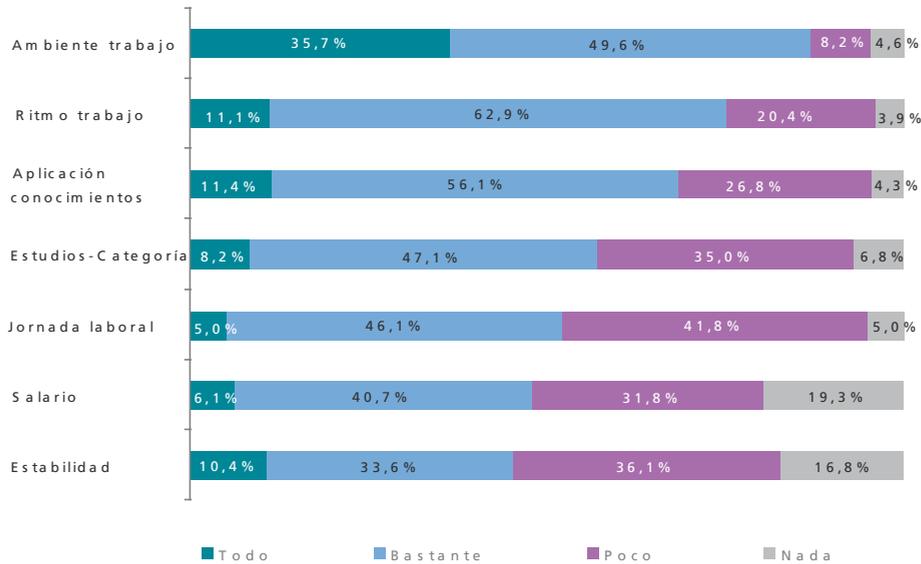
El cumplimiento de las expectativas de los y las potenciales oferentes de mano de obra en los primeros empleos vinculados al sector audiovisual se analiza a través de los niveles de satisfacción que muestran respecto a determinados aspectos del trabajo.

### ► IDEA – FUERZA 36

En líneas generales, es posible afirmar que quienes en un futuro próximo serán egresados/as en materias audiovisuales, en sus primeros pasos como profesionales, manifiestan satisfacción hacia los empleos que han ocupado en el sector, prácticamente en 6 de cada 10 casos.

No obstante, el grado de satisfacción varía significativamente en función de determinados aspectos. Y es que existen valoraciones de condiciones laborales ante las cuales la futura oferta de mano de obra se siente, en general, insatisfecha; es el caso de la eventualidad en el empleo y la limitada retribución. Si bien es cierto que también hay aspectos ante los cuales la potencial oferta de mano de obra se muestra mayoritariamente satisfecha, tales como la jornada laboral, la relación entre el nivel de estudios alcanzado y la categoría profesional del empleo, las posibilidades de aplicar los conocimientos adquiridos, el ritmo de trabajo y el ambiente laboral.

## Gráfico 62. Grado de satisfacción de la potencial oferta de mano de obra ante determinados aspectos del trabajo



Fuente: Encuesta "Expectativas de empleo en el Sector Audiovisual Andaluz". Fundación AVA 2008

### Aspectos valorados mayoritariamente de forma satisfactoria

Los aspectos laborales que generan una valoración positiva por parte de aquellas y aquellos estudiantes que cuentan con algún tipo de experiencia profesional en el sector audiovisual se encuentran los siguientes:

#### El ambiente laboral

Numerosos estudios destacan el ambiente en trabajo como uno de los parámetros que más influencia ejerce sobre el nivel de satisfacción de la juventud hacia el empleo.

Entre el alumnado que se forma en materias audiovisuales y que, al mismo tiempo, ha desempeñado un empleo en el sector audiovisual, el aspecto laboral al que mayor consideración satisfactoria otorga es el relativo al ambiente de trabajo. El ratio de potenciales oferentes de mano de obra, con experiencia laboral en el mercado de trabajo audiovisual, que manifiesta bastante y mucha satisfacción en este sentido supera el 80%.

#### El ritmo de trabajo

También existe un alto grado de consenso cuando se trata de valorar los ritmos de trabajo. Se perciben de forma satisfactoria en los primeros empleos que ocupa la juventud que, su vez, se forma en materias del audiovisual. Más de 7 de cada 10 jóvenes valoran con alto grado de satisfacción el ritmo de trabajo requerido y exigido por las empresas empleadoras de este sector objeto de estudio.

### ▣ La aplicación de conocimientos adquiridos

La aplicación en el puesto de trabajo de los conocimientos adquiridos en el período formativo satisface en buena medida las expectativas de quienes han trabajado en un empleo del sector audiovisual, al tiempo que estudian. Alrededor de 7 de cada 10 se muestran bastante o totalmente satisfechos/as con la vinculación de su formación a las tareas y funciones desempeñadas en el puesto de trabajo, con la consecuente repercusión que esto tiene en el cumplimiento satisfactorio de las expectativas creadas.

### ▣ La relación nivel de estudios – categoría profesional

El cumplimiento de las expectativas laborales incluye asimismo el reconocimiento profesional, siendo un recurso de éste la relación que se establece entre el nivel de cualificación de la persona trabajadora y la categoría profesional asignada. De este modo, desempeñar un puesto de trabajo correspondiente a una categoría profesional acorde a la titulación con que se cuenta y poder poner en práctica los conocimientos y destrezas adquiridos es clave para el desarrollo y la gratificación profesional.

A este respecto, más de la mitad de la potencial oferta de mano de obra que, estudiando, ha tenido alguna experiencia laboral en el mercado de trabajo audiovisual, afirma sentir bastante o mucha satisfacción con la relación entre su nivel de estudios y la categoría profesional que ha ocupado.

### ▣ La jornada laboral

Otro de los aspectos del empleo que satisface, si bien lo hace en menor medida que los hasta ahora presentados, las expectativas de la potencial oferta de mano de obra que ha tenido la oportunidad de trabajar en el sector audiovisual andaluz es el referido a las jornadas laborales; alrededor de 1 de cada 2 jóvenes afirma sentir satisfacción con la jornada laboral desempeñada en su ocupación.

Aspectos valorados mayoritariamente de forma insatisfactoria

Los aspectos que, frente a los anteriores, la potencial oferta de mano de obra con experiencia en el mercado de trabajo audiovisual valora mayoritariamente de forma insatisfactoria son los siguientes:

### ▣ La eventualidad del empleo es la condición laboral que menor grado de satisfacción presenta para el joven alumnado

La frecuencia con que el mercado de trabajo del sector se nutre de contratos en prácticas, temporales o, incluso, a través del meritaje o voluntarismo puede llevar a que la potencial oferta de mano de obra, que accede a un primer empleo en el sector audiovisual, no vea satisfechas sus expectativas en torno a la estabilidad en el empleo.

La no estabilidad de los empleos, por tanto, se sitúa en el aspecto peor valorado por quienes han desempeñado algún empleo en el audiovisual, ya que su nivel de insatisfacción es el más elevado de todos los parámetros baremados. Más de la mitad del estudiantado que compatibiliza su formación con el empleo, concretamente el 54,61%, muestra ninguna o poca satisfacción con la temporalidad que caracteriza sus relaciones contractuales.

### ■ Los bajos niveles de retribución salarial

La retribución salarial es uno de los aspectos del empleo que más puede incidir en la satisfacción o no de quien trabaja y, por extensión, en el cumplimiento o no de sus expectativas profesionales.

Entre el estudiantado que ha trabajado o trabaja en el sector audiovisual al tiempo que estudia, más de 1 de cada 2 expresan sentir ninguna o poca satisfacción con el salario percibido en el empleo que ha ocupado u ocupa en el sector audiovisual.

## 5.4. Conclusiones

El análisis realizado a lo largo de este apartado ha permitido contrastar la hipótesis de que el alumnado que se forma en materia audiovisual considera, de forma general, que tiene la capacitación suficiente para afrontar los requisitos demandados por el mercado de trabajo del sector audiovisual de Andalucía.

A la luz de los resultados obtenidos existen evidencias suficientes a un nivel de significación del 95,5% de que, en términos generales, la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual percibe su formación actual adecuada a las exigencias y requerimientos de la industria audiovisual. No obstante, se observan algunas diferencias significativas según la competencia formativa, principalmente referida a las habilidades y capacidades técnicas, respecto a las cuales la proporción de jóvenes que afirma cumplir las exigencias disminuye.

Cierto es que llegan a reconocer una serie de deficiencias en su formación que todavía les limita sus posibilidades de acceso al empleo en el sector audiovisual. No obstante, este joven estudiantado manifiesta, de nuevo mayoritariamente, una elevada predisposición a adquirir aquella formación complementaria que permita minimizar sus limitaciones.

Entre estas carencias, destaca la falta de capacitación en áreas prácticas o técnicas, lo que suscita una reflexión sobre la necesidad de adecuar la formación a las exigencias y requerimientos de la industria audiovisual.

Esta falta de capacitación es más acusada en determinados perfiles, el de una persona que se forma en un centro público en contraposición a un centro de formación privado o el de la persona que opta por cursar estudios universitarios superiores en lugar de otro tipo de formación reglada.

Asimismo, parece que los resultados obtenidos a lo largo del análisis de la predisposición de la futura oferta de mano de obra a mejorar la propia capacitación para el trabajo a través del empleo, ponen de manifiesto que el posible cumplimiento, en términos generales, de las expectativas de ésta implica, entre otros factores, la consideración de prácticas en empresas como complemento formativo que aporta las competencias técnicas y la experiencia que tanto oferentes como demandantes de mano de obra de la industria audiovisual precisan.

En este sentido, y en líneas generales, la potencial oferta de mano de obra que ha tenido la oportunidad de trabajar en un empleo vinculado al sector audiovisual de Andalucía, muestra satisfacción

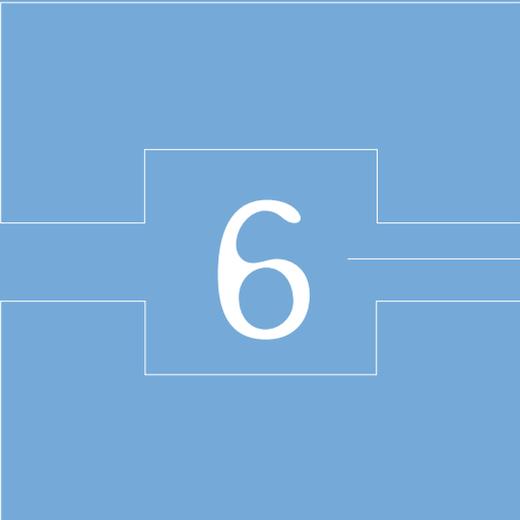
con el trabajo desarrollado, ya que le proporciona la experiencia en el mundo laboral que todavía no tiene y le permite formarse, mejorando así su cualificación para el acceso futuro al mercado de trabajo audiovisual o para el acceso a empleos con mejores condiciones.

No obstante, el grado de satisfacción varía en función del aspecto específico del trabajo que se valore. Aproximadamente, a uno de cada dos jóvenes no le complace las condiciones de inestabilidad y de insuficientes retribuciones, en cierto modo, consideradas por debajo de unos umbrales de expectativas de valoración mínimamente satisfactorias, si bien, aceptadas por el fuerte carácter vocacional de esta juventud, por sus grandes ansias de adquirir experiencia laboral y por las posibilidades que ofrece para desarrollarse profesionalmente.

Todo lo anterior lleva a pensar en la posibilidad de diferenciar, en la futura oferta de mano de obra, las expectativas a corto plazo y las expectativas a largo plazo. Esta distinción, entre la proyección profesional del joven estudiantado, a corto y a largo plazo, genera un comportamiento hacia el empleo y hacia la disposición a la aceptación de determinadas condiciones laborales que es previsible que cambie con el transcurso del tiempo.

---





# 6

La dinámica productiva del tejido empresarial y su incidencia en el mercado laboral audiovisual: diagnóstico, tendencias y perspectivas. El cumplimiento de expectativas de la potencial oferta de mano de obra y la satisfacción de las exigencias del mercado de trabajo.



# Estrategia empresarial de la industria audiovisual en Andalucía y su impacto sobre el empleo

6.1. Introducción

6.2. Incidencias del modelo productivo de  
la industria audiovisual en su mercado  
laboral

6.3. Puntos de encuentro en las expectativas  
laborales de la oferta y la demanda de  
mano de obra en el sector audiovisual  
de Andalucía

6.4. Tendencias del sector audiovisual  
andaluz

6.5. Conclusiones



# Estrategia empresarial de la industria audiovisual en Andalucía y su impacto sobre el empleo

## 6.1. Introducción

El uso extensivo de las nuevas tecnologías en los procesos productivos del sector audiovisual y la innovación constante en los mismos suponen un fuerte impacto en la organización del trabajo y en la configuración de las condiciones laborales que relacionan a oferta y demanda de mano de obra.

Estas condiciones laborales derivadas, además, de la flexibilización del mercado de trabajo que las origina y de la mercantilización de determinadas formas de empleo, tienen mucho que ver con el propio desarrollo de la industria audiovisual e influyen en una parte fundamental de la misma: la fuerza de trabajo.

En este bloque, para completar y finalizar el análisis, se adopta el enfoque ofrecido por el tejido empresarial audiovisual y, partiendo de éste:

- Se explora la dinámica productiva del tejido empresarial audiovisual, haciendo especial hincapié en aquellos aspectos que inciden en su mercado de trabajo y configuran las relaciones laborales que en él se establecen.
- Se estudian las valoraciones y prioridades de los/as empleadores/as con respecto a los requerimientos del empleo en el sector audiovisual, poniéndolas frente a aquellas predisposiciones indicadas por la futura oferta de mano de obra. Esto permite orientar el análisis con el objetivo de detectar y determinar en qué aspectos y en qué medida se generan puntos de encuentro entre las expectativas de la oferta y de la demanda de mano de obra.

- Y, por último, se añade al análisis la visión de futuro de los/as empresarios/as del sector sobre la evolución del audiovisual como actividad y las perspectivas de crecimiento de su mercado de trabajo. Igualmente se recogen las posibles estrategias que pretenden impulsar el fortalecimiento de la industria en Andalucía y su capacidad de respuesta ante las oportunidades se le presentan.

## 6.2. Incidencias del modelo productivo de la industria audiovisual en su mercado laboral

Los cambios experimentados en el entorno en el que el tejido empresarial audiovisual desarrolla su actividad, con la aparición de nuevas exigencias competitivas a las que hacer frente, han impuesto nuevas estrategias organizacionales propias del marco que caracteriza la *nueva economía*. Se trata de nuevos modelos de gestión envueltos en el paradigma de la flexibilización, la externalización productiva o *outsourcing*, la descentralización o la subcontratación que se han convertido en un componente funcional y estructural de la industria audiovisual.

El tejido empresarial que compone el sector, en su mayoría, pequeñas y medianas empresas, flexibles y volátiles, con notoria capacidad para adaptarse a su entorno cambiante, requiere a su vez de mayor flexibilidad en la decisión de su tamaño y la organización de sus recursos. La especialización productiva, la reorganización del trabajo, la fragmentación del ciclo productivo y la externalización del mismo son los medios empleados para ello.

Los cauces para la instrumentación de una estrategia flexibilizadora son múltiples y muy diversos. Antes de abordar su análisis en el sector audiovisual andaluz es preciso puntualizar que, en este estudio, la flexibilidad laboral se explora atendiendo a la siguiente clasificación:

- La **flexibilidad laboral externa**, entendida como la estrategia de flexibilización empleada por las empresas para externalizar actividades y/o fases productivas propias a través de la subcontratación a otras empresas y/o trabajadores autónomos.
- La **flexibilidad laboral interna**, que contempla modelos de gestión orientados hacia un ajuste continuo de los recursos humanos a las necesidades productivas, utilizando para ello elementos como la contratación temporal o la movilidad funcional.

### 6.2.1. Estrategias de flexibilidad laboral externa

Desde el punto de vista de la flexibilidad laboral externa, se contemplan los modelos de externalización productiva empleados por las empresas del sector audiovisual andaluz a través de la subcontratación como forma de organización productiva. Esto consiste en la fragmentación del ciclo productivo y la contratación de otras empresas externas y/o trabajadores/as autónomos/as para la ejecución de los fragmentos productivos resultantes.

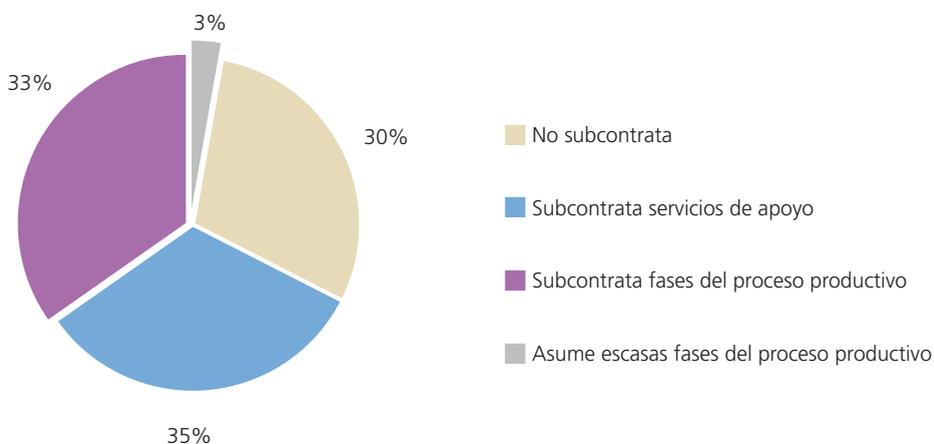
#### ► IDEA – FUERZA 37

En la actualidad, 7 de cada 10 empresas del sector audiovisual en Andalucía subcontratan a otras empresas y/o profesionales determinadas actividades productivas y/o servicios, si bien es posible distinguir, entre ellas, distintos grados de descentralización atendiendo a la actividad subcontratada.

Así, atendiendo al grado de descentralización productiva, se observa que el 30% de las empresas audiovisuales andaluzas no subcontrata nada a otras empresas, asume todas las tareas de producción así como los servicios de apoyo. Por su parte, el 35% asume la totalidad de las fases del proceso productivo principal y sólo externaliza o subcontrata ciertos servicios de apoyo como informática, gestión de nóminas, mantenimiento, etc., lo que indica que dichas empresas presentan bajos niveles de descentralización.

A nivel micro, según los datos presentados, pudiera parecer que los niveles de externalización no son tan habituales, si bien a nivel macro, con una perspectiva más amplia, lo que suele acontecer es que la mayoría de aquellas empresas que no externalizan son, en sí mismas, resultado de la externalización de otras.

### Gráfico 63. Distribución de las empresas audiovisuales según su grado de descentralización productiva



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz". Fundación AVA 2008

De otro lado, con mayor grado de descentralización, se concentra el 33% de las empresas audiovisuales, que subcontrata ciertas fases del proceso productivo y una minoría, el 3%, cuya descentralización alcanza el grado máximo, trasvasando al exterior la mayor parte de sus actividades y asumiendo escasas fases del proceso productivo principal o, incluso, simplemente las funciones de gestión, organización y coordinación de las fases subcontratadas.

Por tanto, la importancia que adquiere la subcontratación en las dinámicas de producción de las empresas audiovisuales configura un sector compuesto *empresas cabeza* y *empresas mano*<sup>50</sup>.

Las *empresas cabeza* asumen principalmente las funciones de diseño y ejecución de la parte más importante del proceso de productivo y poseen un alto grado de flexibilidad derivado de su elevada

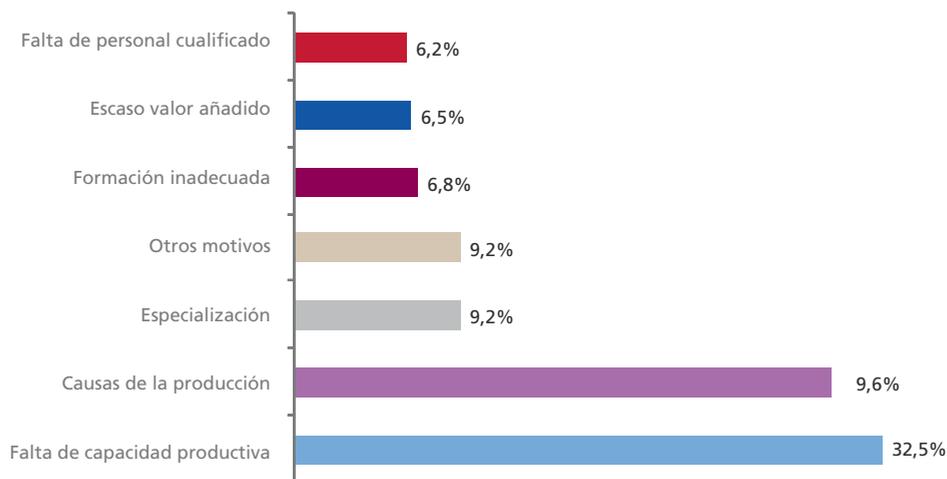
50.- Esta clasificación se recoge porque la distinción clara existente entre empresas cabeza y mano atiende a la estructura del tejido empresarial del audiovisual andaluz, afectando a las relaciones que se establecen en su mercado de trabajo "ya que ambos tipos se diferencian, en términos del tipo de trabajo y empleo que ofrecen, en sus condiciones de trabajo" (Vidal, F., 2006:390).

necesidad de externalizar. En Andalucía, estas empresas representan el 36% del tejido empresarial audiovisual que, tal y como se observa en el gráfico anterior, tienen los mayores grados de descentralización, trasvasando al exterior la mayor parte de sus actividades y reservándose las fases productivas que son claves para la salida al mercado.

En cuanto a las *empresas mano*, se entienden como producto de la externalización llevada a cabo por otras. Éstas apenas externalizan procesos productivos porque ellas en sí mismas son el resultado que da respuesta a la demanda de subcontratación de las empresas cabeza, esto es, se ocupan de procesos productivos concretos demandados por las entidades que subcontratan. Las empresas mano representan en torno al 65% de las empresas audiovisuales andaluzas, realizan las tareas más intensivas en mano de obra y en ellas puede disminuir el grado de flexibilidad al estar limitadas a una parcela específica del ciclo de producción, predominando el trabajo de ejecución.

Por otro lado, los motivos que conducen a estas empresas del audiovisual a la práctica de la subcontratación son semejantes tanto para las que son exponente de las *empresas cabeza*, como para aquéllas que representan la conceptualización de *empresas mano*. De este modo, con independencia del tipo de actividad que subcontraten, las empresas audiovisuales fundamentan esta práctica tanto en la falta de capacidad productiva (equipos técnicos, personal...), como en causas de la producción que implican aumentos significativos de la demanda en momentos puntuales.

#### Gráfico 64. Distribución de las empresas audiovisuales según los motivos que les inducen a la subcontratación de bienes y/o servicios



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz". Fundación AVA 2008

Además, las empresas también justifican la subcontratación alegando la búsqueda de la especialización en la actividad principal; la formación inadecuada del capital humano en el sector audiovisual; el escaso valor añadido que proporciona a la empresa la actividad que ésta subcontrata o la dificultad para encontrar personal suficientemente cualificado para el desarrollo de dichas actividades.

Los resultados obtenidos referidos tanto al grado de externalización como a los motivos que la propician llevan a pensar que no se trata simplemente de subcontratar de forma ocasional determinadas actividades para su desarrollo independiente por terceros, sino que existe un modelo productivo que se sustenta en relaciones de colaboración, aportaciones especializadas y/o compromisos con otras empresas. En definitiva, un modelo que permite el desarrollo de un proyecto empresarial propio, transfiriendo al exterior alguna o todas las fases del proceso productivo y garantizando, a su vez, el funcionamiento integrado de las distintas actividades implicadas en el mismo.

De este modo, la subcontratación se configura como una técnica de gestión que se integra en el núcleo de la estrategia empresarial audiovisual. Posee, por tanto, capacidad para influir notablemente en las relaciones laborales del sector y reducir considerablemente los costes laborales para las empresas. Uno de los efectos más claros de la subcontratación es la sustitución de las relaciones laborales, prestadas de forma directa y regular por profesionales del audiovisual como trabajadores y trabajadoras del mismo, por formas de relación con terceros ajenos a la organización que realizan la misma actividad productiva.

Otro modo de flexibilización externa de las empresas audiovisuales en sus relaciones laborales es acudir al recurso de personal cedido por empresas de trabajo temporal (E.T.T.). Esta práctica, sin embargo, no está tan extendida en el sector. Cierto es que algo más del 50% de las empresas audiovisuales de Andalucía incorpora a sus recursos humanos trabajadores/as de ETT, si bien la frecuencia con la que recurren a estas empresas temporales es relativamente baja. De hecho, para la mayoría de las empresas (el 88,6%) ésta es una práctica “poco” y “algo” usual.

## 6.2.2. Estrategias de flexibilidad laboral interna

La mayoría de las empresas del sector audiovisual, más de 8 de cada 10, altera el volumen de su plantilla para adecuar su capacidad productiva a sus necesidades de producción. En términos globales, el ancho de banda<sup>51</sup> detectado en las plantillas de las empresas audiovisuales en Andalucía se sitúa en el 35,51%.

La extensión e intensificación en el sector de esta dinámica productiva conduce a la concepción de lo que podría denominarse como “empresas acordeón”, por la capacidad de expansión y contracción de su dimensión. Se describe así la dinámica de aquellas organizaciones que expanden su demanda laboral en época de mayor actividad productiva, mientras que cuando desciende su demanda, disponen de una gran agilidad de adaptación ajustando de forma automática el número de empleos. De este modo, ensanchan y estrechan con gran rapidez su tamaño, adecuando las exigencias de la fuerte flexibilidad de los trabajadores y las trabajadoras al ritmo de la producción.

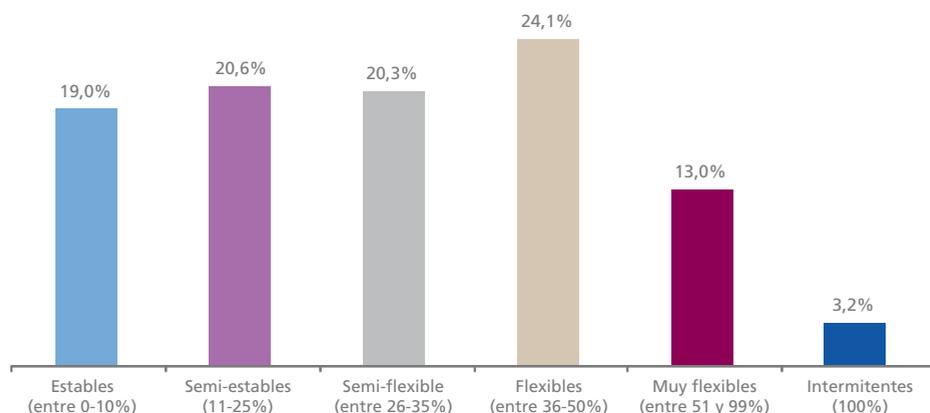
51.- Para el análisis del grado de flexibilidad interna que poseen las empresas del sector, se utiliza como medida el “ancho de banda”. Esta unidad indica la tasa de variación porcentual que sufre el volumen de trabajadores y trabajadoras de dichas empresas en el período del último año, esto es, el porcentaje que representa el descenso que experimentado por las plantillas, al concluir un momento de máxima producción y ajustarse a circunstancias de mínima intensidad, sobre el volumen de la misma. La distancia comprendida entre ambos momentos, de máxima a mínima producción, será indicativo de la capacidad empresarial para ajustar el número de personal contratado a sus necesidades productivas y, por tanto, del grado a que somete su estructura organizativa a procesos de flexibilidad laboral interna.

► **IDEA – FUERZA 38**

Las empresas del sector audiovisual en Andalucía, cuando concluyen etapas de máxima producción, prescinden de un volumen de trabajadores/as en una proporción superior a un tercio de su plantilla, hecho que les confiere un grado muy elevado de flexibilidad.

Precisamente, en el siguiente gráfico se observa la capacidad de ensanche, esto es, las proporciones en las que las empresas del audiovisual pueden variar sus plantillas para adaptar su capacidad de producción desde la máxima a la mínima. La clasificación planteada atiende al mayor o menor grado de flexibilización adoptado por las empresas audiovisuales andaluzas en una escala que contempla desde las **empresas rígidas de estructura estable**, con ancho de banda igual a 0, en las que el volumen de su plantilla no se ve afectado por los descensos en la demanda productiva, hasta las **empresas intermitentes, de estructura altamente inestable**, que “nacen” y “mueren” variando en un 100% el volumen de su plantilla, mostrando el nivel más elevado de flexibilización que se puede alcanzar. Entre ambos extremos, las entidades empleadoras se agrupan en empresas de estructuras **semi-estables, semi-flexibles, flexibles o muy flexibles**, de menor a mayor grado de flexibilización, es decir, de menor a mayor capacidad de amoldar su personal contratado según varíen los picos de su producción.

**Gráfico 65. Clasificación y distribución de las empresas audiovisuales según su capacidad de Flexibilización laboral interna**



Fuente: Encuesta “Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz”, Fundación AVA 2008  
 Nota: La clasificación presentada corresponde al grado de flexibilidad que adoptan las empresas atendiendo a las tasas de variación porcentual que observan sus plantillas.

En este sentido, la lectura y posterior análisis de los datos indican que la mayor parte del tejido audiovisual andaluz se sirve de estrategias de flexibilidad laboral interna. El 3,2% de las empresas audiovisuales andaluzas son altamente flexibles, hasta el punto de no disponer de ningún/a trabajador/a en los momentos de mínima producción, hecho que evidencia cómo estas empresas surgen para atender actividades productivas puntuales y concretas y, finalizadas éstas, desaparecen.

Además, casi 6 de cada 10 empresas audiovisuales andaluzas manifiestan grados de flexibilidad (ya sean de estructura semi-flexible, flexible o muy flexible) que oscilan entre anchos de banda del 26% y el 99%, representando así, reducciones significativas de trabajadoras y trabajadores en circunstancias en las que las empresas requieren minorar su actividad productiva. Así pues, estas empresas, junto a las empresas de carácter intermitente, confieren a quienes conforman la oferta de mano de obra del mercado de trabajo audiovisual un marco de fuerte oscilación, lo que se puede traducir en una manifiesta inestabilidad.

No obstante, en el polo opuesto, el 19% de las empresas audiovisuales en Andalucía afirma que el volumen de su plantilla no se ve afectado por las variaciones de la producción, clasificándose así como empresas de estructura estable. Por su parte, el 20,6% disminuye el número de empleados/as en una proporción inferior o igual al 25% de su plantilla en condiciones de máxima producción pudiendo ser consideradas, por tanto, como empresas semi-estables.

### ► IDEA – FUERZA 39

La intensidad y la extensión con las que se observa la flexibilidad laboral interna en el sector audiovisual evidencia el uso sistémico de un modelo de gestión flexible de la oferta de mano de obra marcado por la fluidez y la magnitud con la que se producen las entradas y las salidas de trabajadoras y trabajadores en la empresa con vinculación a circunstancias de la producción.

Con estos procesos de flexibilidad laboral interna, las entidades empleadoras adaptan el volumen de personal a los requerimientos de las dinámicas de producción que, en un sector como el audiovisual, se antojan con considerables oscilaciones.

Por otra parte, hay que tener en cuenta las consecuentes repercusiones para la oferta de mano de obra afectada, cuya temporalidad en el trabajo incide en la disposición de ingresos discontinuos o sometidos a fuertes oscilaciones. A esto se le ha de añadir que, generalmente, el personal “discontinuo” no suele recibir capacitación por parte de la empresa. En definitiva, sus condiciones laborales suelen guardar diferencias respecto a la fuerza laboral que compone la plantilla habitual o base para los momentos de mínima producción, generándose en el sector una estructura dual en el empleo, en la que trabajadores/as continuos/as y discontinuos/as comparten el espacio de producción de bienes y servicios que requiere la actividad audiovisual de Andalucía.

#### A. Afectación de la flexibilidad en los modelos contractuales adoptados

Los contratos eventuales son, por tanto, formas contractuales frecuentes en las relaciones laborales establecidas en el mercado de trabajo del sector audiovisual. Esta modalidad de contrato

representa buena parte del empleo generado por las empresas del sector. Pero esto ocurre, no obstante, no sólo en los momentos en los que éstas necesitan disponer del mayor número de efectivos para atender picos de producción, sino también en los momentos en los que las empresas reducen el tamaño de sus plantillas al mínimo.

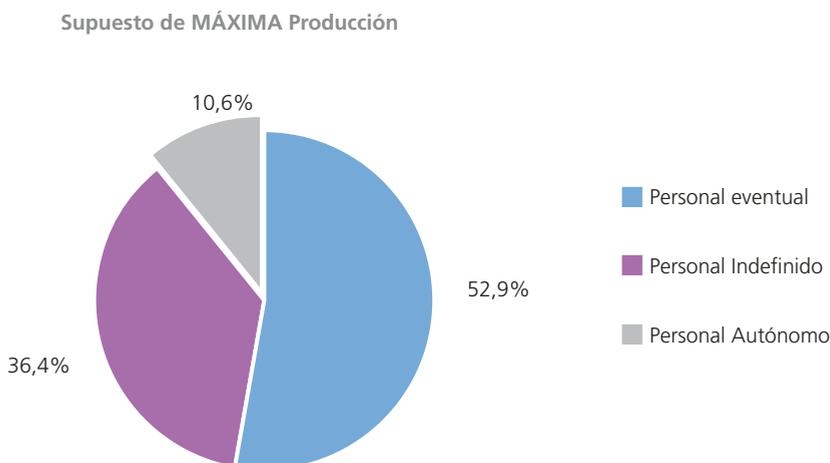
► **IDEA – FUERZA 40**

Más de la mitad de las plantillas contratadas por empresas del sector audiovisual en Andalucía mantienen relaciones laborales eventuales.

Por tanto, se entiende que la contratación eventual se erige como elemento eficaz de flexibilidad laboral para las empresas del sector audiovisual; ésta suele estar argumentada en la necesidad de las empresas para adaptar rápidamente sus recursos humanos a su nivel de su actividad.

En este sentido, esta forma contractual es también característica de la estructura básica de la empresa audiovisual, entendiendo por ésta la necesaria para atender una actividad de mínimos en la organización.

**Gráfico 66. Distribución de la plantilla en empresas audiovisuales atendiendo a su relación contractual en picos de máxima producción**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008

De este modo, la estructura laboral de las empresas del sector audiovisual se define, principalmente, por trabajadores/as vinculados/as a través de contratos eventuales, junto a un grupo mucho más reducido, poco más de un tercio de la plantilla, contratado de forma indefinida y una minoría compuesta por trabajadores/as autónomos/as.

Además, hay que tener en cuenta que las estrategias de flexibilidad acaban afectando a las distintas fórmulas contractuales, esto es, la fluctuación que se produce en las plantillas en función de los picos de producción se refleja en las variaciones tanto de contratos indefinidos o eventuales, así como en la contratación de trabajo autónomo. En términos globales, los anchos de banda medios indicativos de la variación del número de trabajadores/as contratados/as para un nivel de actividad máximo a uno mínimo son del 35% para los/as trabajadores/as indefinidos/as, del 34,08% para los/as eventuales y del 44,39% para los/as autónomos/as.

Así pues, en términos globales, los incrementos de recursos humanos realizados por las empresas para atender circunstancias de producción máximas implican, en especial, una mayor incorporación relativa de trabajadores/as autónomos/as, hecho que puede explicarse por el uso que hacen las empresas de fórmulas contractuales que implican unos menores costes fijos de producción.

#### ► IDEA – FUERZA 41

Y es que, en este sector, son más de 6 de cada 10 empresas las que reconocen que recurren a modelos de contratación temporal para el desarrollo de su actividad productiva principal.

En este sentido, resulta llamativa la relación existente entre el tamaño de las empresas audiovisuales y esta práctica (la contratación temporal para el desarrollo de actividades principales en la empresa). Esta política de personal va adquiriendo importancia a medida que aumenta el tamaño empresarial, de forma que esta práctica es utilizada por la mitad de las microempresas, mientras que entre las grandes empresas su utilización se extiende a la práctica totalidad de las mismas. Esto es, en Andalucía las grandes empresas audiovisuales se apoyan, fundamentalmente, en la contratación temporal.

Sin embargo, la reflexión debe apuntar también acerca de si la proporción de eventualidad resultado de las estrategias de flexibilización responde únicamente a las mismas o, si por el contrario o complementariamente, las salidas y entradas de la fuerza de trabajo se vinculan a modelos de contratación que minimizan los costes del factor humano o se producen dentro de una determinada cultura de entendimiento de las relaciones laborales.

Por otro lado, merece atención la presencia de personal autónomo considerado cuasi como trabajadores y trabajadoras de las empresas y, por tanto, parte de sus plantillas. Esta figura jurídica, que tradicionalmente representaba el trabajo autónomo frente al trabajo subordinado, se concibe como *dependiente* por gran parte de las empresas del sector. Esta categoría laboral es denominada como el "falso autónomo", en referencia a una persona que tiene dicha personalidad jurídica pero que, en su relación laboral, depende de la empresa tanto económica como funcionalmente.

Este proceso conlleva la mercantilización del empleo, que obliga a la persona que se autoemplea a hacerse cargo de los medios productivos y a asumir responsabilidades, con la consiguiente pérdida de derechos que comporta. Es por esto que el autoempleo forma parte de las estrategias de flexibilidad laboral externa, si bien hay que matizar que en este apartado se ha tratado como forma "contractual" a la que también recurren las empresas del audiovisual.

## B. Flexibilidad y duración del contrato

El ritmo con el que fluctúan las estructuras empresariales en el sector audiovisual andaluz, en lo que a recursos humanos se refiere, es un aspecto de la flexibilidad laboral a considerar en este análisis. Aproximadamente, 1 de cada 10 empresas manifiesta que en absoluto varía el número de trabajadores/as de su plantilla; prácticamente 4 de cada 10 empresas estiman que son “pocas” veces las que efectúan cambios en el volumen de empleados/as, proporción similar a la que las sitúa en “algunas” veces y, por último, algo más de 1 de cada 10 empresas considera que de forma continuada o “muchas veces” modifica el número de ocupados/as en su organización.

### Gráfico 67. Frecuencia de la fluctuación del volumen de la plantilla en las empresas audiovisuales

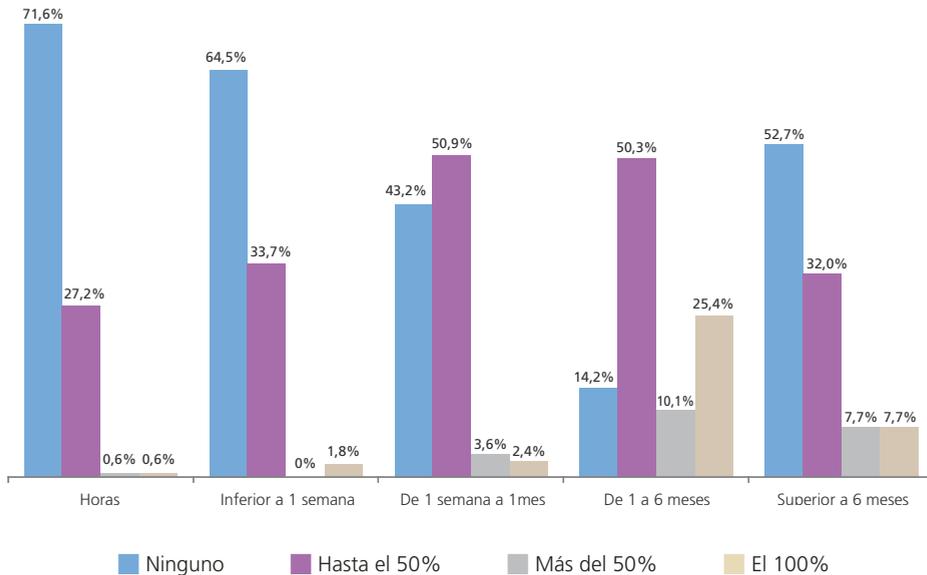


Fuente: Encuesta “Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz”, Fundación AVA 2008

Asimismo, la duración de las distintas relaciones contractuales permite también observar el ritmo con el que estas *empresas acordeón* expanden y contraen sus “pliegues”. No obstante, en aquellas que incorporan en sus plantillas trabajadores/as con carácter temporal para el desarrollo de su actividad principal, se observan una serie de condicionantes, más o menos comunes, que caracterizan los modelos de eventualidad con los que trabajan:

- ❑ La mayoría de las empresas del sector audiovisual, el 71,6%, afirma no utilizar la contratación por horas. Asimismo, en las que se recurre a esta modalidad contractual, la proporción de trabajadores/as contratados/as bajo la misma, no suele representar más del 15% del total de la plantilla.
- ❑ Aproximadamente, 6 de cada 10 empresas afirman que no contratan trabajadores/as por un periodo de tiempo inferior a una semana.
- ❑ No obstante, algo más de la mitad de las empresas audiovisuales contrata por periodos de tiempo comprendidos entre una semana y un mes si bien, en el 63% de las mismas, estos/as trabajadores/as no llegan a representar una cuarta parte de su plantilla.
- ❑ También es cierto que la mayoría de las empresas, el 85,8%, realiza contratos temporales por periodos de uno a seis meses y, en 4 de cada 10 de estas empresas, la fuerza de trabajo contratada con esta duración representa más de la mitad de la plantilla total.
- ❑ Y también que 1 de cada 2 empresas del sector en Andalucía contrata trabajadores/as de forma eventual con duración superior a 6 meses; si bien, en el 76,2% de las mismas, este tipo de contrato es aplicado a más de la mitad de la plantilla y en el 16% representa incluso la totalidad de la contratación que realizan.

**Gráfico 68. Distribución de las empresas audiovisuales atendiendo al porcentaje que representan los contratos temporales con distinta duración**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008.

### C. Flexibilidad y edad

En Andalucía, en general, las empresas dedicadas a la actividad audiovisual poseen plantillas en las que el 20,7% de los/as trabajadores/as no alcanza los 25 años de edad; el 32,2% tiene una edad comprendida entre los 25 y 34 años; el 28,1% es personal de entre 35 y 44 años y tan sólo el 19% supera los 44 años.

#### ► IDEA – FUERZA 42

La edad de las personas que trabajan en las empresas que configuran la industria audiovisual muestra una estructura laboral caracterizada por la juventud de sus recursos humanos.

La dinámica del acordeón, anteriormente descrita, también ejerce su influencia con distinta intensidad sobre la fuerza de trabajo en función de la edad de la misma. Así, destaca el hecho de que los/as profesionales con menor edad son quienes más afectados/as se ven por esas entradas y salidas en las plantillas de las empresas.

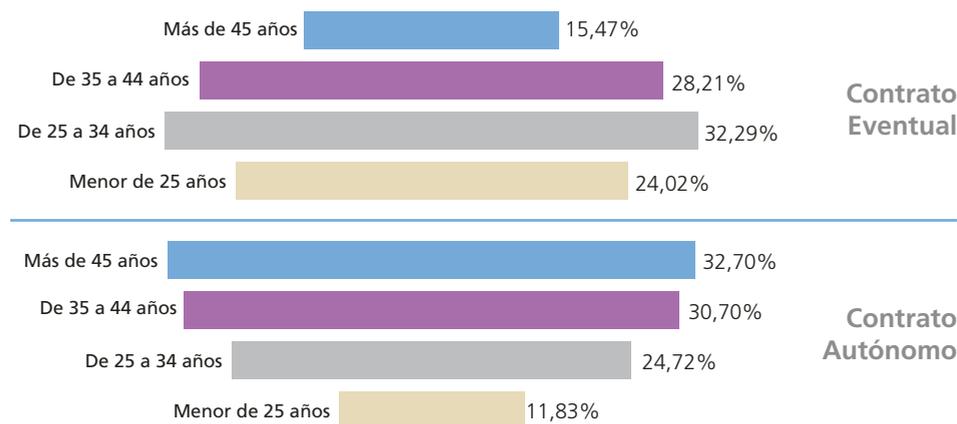
En las empresas del sector que responden a la dinámica del acordeón, si bien la zona de ensanche y estrechamiento se localiza en todos los estratos de edad, es especialmente entre los/as jóvenes donde mayor incidencia tiene. En términos generales, el ancho de banda que se detecta en quienes tienen menos de 25 años cuando las empresas disminuyen sus plantillas para afrontar momen-

tos de mínima producción es del 38,2%, superando la media apuntada anteriormente (35,51%) acerca de la tasa de variación general que experimentan el personal de las empresas audiovisuales andaluzas cuando pasan de picos de máxima producción a los de mínima.

Además, esta flexibilidad laboral acentuada entre las trabajadoras y los trabajadores más jóvenes se observa en la figura siguiente que representa las variables de edad y tipo de relación contractual, en la que los porcentajes más altos se aprecian en el grupo poblacional de menor edad. Así, más de 1 de cada 3 contrataciones temporales realizadas en el sector audiovisual andaluz pertenecen a una persona de edad comprendida entre 25 y 34 años que, precisamente y de forma general, se ajusta con la edad de entrada en el mercado de trabajo.

Así pues, el resultado es una figura que se estrecha conforme aumenta la edad de los/as profesionales, la cual podría ser considerada reflejo de la elección que realizan las entidades empleadoras al satisfacer sus necesidades de personal a través de la contratación de esta mano de obra joven, sector poblacional precisamente más flexible por los elevados niveles de predisposición que manifiesta.

**Gráfico 69. Distribución de los recursos humanos en empresas audiovisuales atendiendo a su edad y a las relaciones contractuales que mantienen**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008.

Tal y como muestran los datos anteriores, no se puede obviar que la flexibilidad laboral afecta también a la fuerza de trabajo de mayor edad, si bien es más frecuente bajo la fórmula de trabajo autónomo.

En este sentido, los/as jóvenes tienen mayores "barreras de entrada" a su incorporación profesional mediante la modalidad del autoempleo. Por ello, la figura que representa esta modalidad muestra un progresivo ensanchamiento a medida que aumentan los intervalos de edad. Esto podría explicarse en el hecho de que, en situaciones de máxima producción, las empresas también requieren incorporar a sus proyectos a personas con experiencia, cuya adaptación a la entidad y al trabajo

a desarrollar sea inmediata, rasgos que caracterizan a profesionales de experiencia contrastada y, por tanto, de edades superiores.

#### D. Flexibilidad y género

El mercado de trabajo del sector audiovisual en Andalucía tiene una estructura laboral con un predominio del sexo masculino. Según los datos aportados por estas empresas, los hombres ocupan algo más de la mitad de los puestos de trabajo, lo que implica una ligera subrepresentación femenina en el mismo.

Pero es que, además, la flexibilidad laboral ejercida por las *empresas acordeón* muestra variaciones significativas en función de la variable género. En términos globales, en períodos de mayor actividad, la incorporación al empleo en las empresas audiovisuales es más intensiva para la mujer, al igual que salida de profesionales cuando cesan estos picos de máxima producción es más acusada para éstas. De este modo, la tasa de variación que alcanza la contratación de mujeres cuando las empresas pasan de niveles máximos de producción a mínimos se sitúa, de forma general, por encima de la que afecta al sexo masculino (38% frente al 32%). Queda contrastado, por tanto, el hecho de que la flexibilidad laboral afecta más a las plantillas femeninas, que se ven más perjudicadas por la necesidad de las empresas de reducir puestos de trabajo en momentos concretos.

#### ► IDEA – FUERZA 43

La flexibilidad laboral en el empleo en el sector audiovisual apreciada en la mujer se cifra en 6 puntos por encima de la experimentada por el hombre.

### 6.2.3. Estructura del mercado de trabajo resultado de la acumulación flexible

Con el fin de disponer de una estructura flexible y ágil, con capacidad de dar respuesta a las exigencias del mercado audiovisual, con la eficiencia y la competitividad que este requiere, las empresas líderes del sector implantan modelos organizativos de descentralización que repercuten de manera significativa en la caracterización de la actividad en su conjunto y, por tanto, de su mercado laboral.

Los distintos modelos de gestión flexible de la mano de obra que, de forma masiva y sistémica, emplean las empresas del sector audiovisual en Andalucía tienen como resultado la segmentación del mercado laboral audiovisual en tres grupos de trabajadores/as:

- **Primer grupo:** lo conforma el conjunto de trabajadores/as que integra el núcleo estable de la empresa, esto es, un grupo minoritario que goza de estabilidad en el empleo, si bien acepta la flexibilidad funcional y profesional (polivalencia, jornadas intensivas, movilidad geográfica...). Sus posibilidades de desarrollo profesional en la organización están muy limitadas<sup>52</sup>, hecho

52.- Aproximadamente, 2 de cada 10 empresas afirman que nunca posibilita a sus trabajadores/as en plantilla la promoción

que, en cierto modo, parece lógico dado el tamaño de las mismas<sup>53</sup>, y que incide directamente en la actitud observada de los/as profesionales, ya que más de 6 de cada 10, pese a estar ocupados/as en el sector, buscan otro empleo en la actualidad.

- ▣ **Segundo grupo:** es el segmento de trabajadores/as que principalmente aporta a las empresas la capacidad de ajustar la actividad productiva a las necesidades del momento siendo, a su vez, el grupo más mayoritario del mercado de trabajo audiovisual. En el mismo, se incluyen, principalmente, los/as trabajadores/as de carácter temporal y quienes se definen bajo la figura del *falso autónomo*, aunque también empleados/as de carácter indefinido. En este colectivo, a la fuerza laboral se le exige un alto grado de polivalencia, multifuncionalidad y capacidad de adaptación a fin de conseguir rápidamente el ajuste que persiguen las empresas.
- ▣ **Tercer grupo:** es el grupo protagonista de las estrategias de flexibilización externa implantadas por las empresas del sector, siendo integrado, en primer lugar, por las empresas subcontratadas, que en su mayoría, son a su vez, empresas del propio sector, muy especializadas en determinadas fases del proceso productivo audiovisual y con la que establecen relaciones estrechas de colaboración a fin de mantener el control sobre dicha producción. En segundo lugar, por trabajadores/as autónomos/as que responden a perfiles profesionales muy cualificados, en ocasiones, incluso especialistas de la especialización. Por último, por empleados/as cedidos/as por empresas de trabajo temporal (ETT). La fuerza de trabajo que establece sus relaciones laborales en este grupo está sometida a un mayor grado de flexibilidad laboral.

En este sentido, es preciso añadir que la flexibilidad laboral no es la fórmula única de que disponen las empresas audiovisuales para lograr respuestas eficaces al mercado cada vez más competitivo, internacionalizado y exigente, en cuanto a calidad de los productos y servicios que en la actualidad afrontan. Al mismo tiempo, se ha de tener en cuenta que la flexibilidad laboral no sólo afecta a la oferta de mano de obra, sino que el mismo tejido empresarial también padece los efectos derivados de una escasa capacidad de retención de los recursos humanos capacitados por la experiencia. Un impacto manifiesto derivado de esto se observa en el hecho de que algo más de 6 de cada 10 empresas afirman que, con cierta frecuencia, se ven obligadas a rechazar proyectos por falta de capacidad humana para realizarlos.

A su vez, si bien la flexibilidad es funcional a las exigencias de adaptación ágil a la demanda, ésta implica, sin embargo, que las empresas del audiovisual andaluz no siempre dispongan una fuerza de trabajo proactiva, responsable y con compromiso hacia sus funciones y proyectos. En definitiva, profesionales que dispongan de un sentido de pertenencia e identificación con la empresa, algo que difícilmente van a mostrar si no pueden alcanzar la condición de estabilidad en la misma.

---

interna y más de la mitad de las empresas ofrece esta posibilidad con escasa frecuencia, "algunas" y "pocas" veces. Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008.

53.- Incluso en momentos de máxima producción, tan sólo el 5,97% de las empresas del sector audiovisual andaluz cuenta con plantillas que superen los/as 200 trabajadores/as, algo más de la mitad de las empresas del sector audiovisual en Andalucía emplean entre 0 y 9 trabajadores/as, y 3 de cada 10 empresas alcanzan una plantilla de entre 10 y 49 empleados/as. Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008.

## 6.3. Puntos de encuentro en las expectativas laborales de la oferta y la demanda de mano de obra en el sector audiovisual de Andalucía

### 6.3.1. Consideraciones previas

Dada la clara, manifiesta y casi generalizada predisposición de la futura mano de obra (estudiantes) a trabajar en el sector audiovisual, a priori, independientemente de las condiciones laborales ofrecidas y derivada de una fuerte motivación vocacional, es posible analizar desde la perspectiva de las empresas en qué aspectos se responde, a través del empleo que se genera, a tales expectativas. Esto proporciona una información cualitativa muy relevante acerca de la caracterización del mercado de trabajo del sector.

Y es que no sólo se genera conocimiento de valor para estas empresas en lo referente a la mano de obra que tienen a su disposición, sino que también se aportan claves de especial interés sobre las dinámicas características del mercado de trabajo al que intentarán acceder la próxima oferta de mano de obra en un futuro inmediato.

La finalidad última es la de aportar una definición exacta y precisa del mercado de trabajo sobre la que los/as jóvenes puedan asentar sus expectativas profesionales, disponiendo de información acerca de a qué se tendrán que enfrentar y bajo qué condiciones deberán desarrollar sus puestos de trabajo si quieren pertenecer y permanecer en el sector audiovisual andaluz.

### 6.3.2. Predisposición de los y las jóvenes al empleo audiovisual y su correspondencia con la exigencia empresarial: cumplimiento de expectativas profesionales

La exigencia de flexibilidad a la que se ven sometidas las empresas audiovisuales para soportar una dinámica constante de cambios tiene un efecto inevitable sobre las estructuras laborales de las mismas, sobre sus formas de entender y aplicar las relaciones con sus recursos humanos.

La relevancia que adquieren los diferentes aspectos que caracterizan el mercado de trabajo audiovisual y su especificidad a la hora de confrontar las perspectivas de la oferta y la demanda de mano de obra hace preciso realizar un análisis individual de los mismos.

En principio, al menos para cubrir los empleos que no exigen una gran experiencia previa, de carácter muy puntual y sometidos a fuerte flexibilidad, existe un alto número de jóvenes recién titulados/as en sus ámbitos formativos que se agregan anualmente al mercado de trabajo como población activa. Éstos/as se incorporan con una fuerte predisposición a aceptar cualquier tipo de empleo, siempre y cuando sea en el sector.

#### A. La temporalidad laboral

**La temporalidad laboral es una exigencia de las empresas audiovisuales a la que los/as jóvenes responden con extensa aceptación.**

Las empresas audiovisuales andaluzas reconocen, en un 96,7%, que la temporalidad laboral, reflejada en contratos eventuales, es una exigencia propia de esta industria. A su vez, la información

aportada por la potencial oferta de mano de obra pone de manifiesto que dichas empresas cuentan con una fuerza de trabajo altamente predispuesta a aceptar esta condición en los empleos del sector, más de 7 de cada 10 personas que intentarán acceder a este mercado de trabajo afirman estar dispuestas a ello.

#### ► IDEA – FUERZA 44

La totalidad de las empresas audiovisuales andaluzas (el 96,7%) afirma que la aceptación de la temporalidad y otras condiciones laborales derivadas de ésta son elementos importantes para acceder al empleo en el sector, en tanto que son exigencias del mercado de trabajo.

Se detecta, por tanto, un claro punto de encuentro entre el mundo empresarial y los/as jóvenes que potencialmente participarán en dicho mercado, en tanto que el 70% de las empresas afirma que dichos/as jóvenes responden satisfactoriamente a la exigencia de temporalidad laboral.

#### B. Exigencia de movilidad geográfica

La exigencia de movilidad geográfica es ampliamente reconocida en la industria audiovisual y tanto oferentes como demandantes de mano de obra coinciden en señalar la predisposición hacia la misma.

Las empresas del sector audiovisual, en su totalidad, reconocen que la movilidad geográfica<sup>54</sup> es una demanda muy común en las características productivas del sector y, además, 6 de cada 10 empresas consideran que la oferta de mano de obra en el sector cuenta habitualmente con esta disposición.

#### ► IDEA – FUERZA 45

El 95,1% del tejido audiovisual en Andalucía considera que la aceptación o disposición hacia la movilidad geográfica es un requisito para acceder al mercado laboral de este sector.

Una proporción superior al 80% de la futura oferta de mano de obra del sector manifiesta su alta disposición hacia la movilidad geográfica, por lo que se evidencia que, en principio, las empresas audiovisuales cuentan con potenciales profesionales que parecen querer responder a este requisito.

54.- Referida tanto a desplazamientos constantes para realizar la actividad de un puesto de trabajo, como al cambio de residencia.

No obstante, 4 de cada 10 empresas consideran que la oferta de mano de obra no muestra esa fuerte predisposición hacia la movilidad geográfica y es que dicha disposición no quiere decir que, cuando se formalicen las condiciones de empleo que se ofertan, las predisposiciones a desplazarse por parte de los/as profesionales no sean finalmente tan manifiestas. Y es que los costes de la movilidad exigen condiciones de empleo y, específicamente de retribución, que permitan sufragarlos. En este sentido, las empresas del sector han de ser conscientes de estas limitaciones. Existe disposición al trabajo y existe disposición a la movilidad, si bien no siempre existe disposición ni capacidad para asumir costes de movilidad muy próximos a los réditos de la retribución.

### C. Riesgo de sobrecualificación

La sobrecualificación es una condición detectada en empleos del sector audiovisual. Sin embargo, a medio y largo plazo, la futura oferta de mano de obra, en su mayoría, no se muestra dispuesta a aceptarla.

El 87% de las empresas del sector reconoce que tener una titulación universitaria es importante para acceder a un empleo en la industria audiovisual. A su vez, 7 de cada 10 empresas de las que la consideran importante afirman que este requisito se ve satisfecho en cuanto a que quien busca trabajo cuenta con esta titulación.

#### ► IDEA – FUERZA 46

Con todo ello, sin embargo, el 90% de las empresas llega a reconocer que, con cierta frecuencia, los/as candidatos/as a un puesto de trabajo superan el nivel de estudios requerido para el mismo.

Esto refleja un manifiesto reconocimiento al fenómeno de la sobrecualificación de la oferta de mano de obra en el sector audiovisual andaluz. Asimismo, los altos niveles académicos con que cuentan los/as profesionales del sector audiovisual<sup>55</sup>, la percepción antes señalada por las empresas al respecto y la formación académica de quienes están finalizando sus estudios anticipan que el mercado de trabajo cuenta y contará con una mano de obra altamente cualificada.

Dado que el 60% de la futura oferta de mano de obra manifiesta que no está dispuesta, a medio y largo plazo, al subempleo, es previsible que se generen disfunciones importantes en esta cuestión.

La oferta de mano de obra buscará otras posibilidades laborales si no logra alcanzar su objetivo profesional en el sector audiovisual. Si bien puede aceptarse un primer empleo para adquirir experiencia, aún no correspondiendo a su perfil y nivel de cualificación y titulación alcanzado, llegará el momento en el que las exigencias de los/as oferentes no serán satisfechas por las empresas del sector. La orientación hacia la demanda con criterios de competitividad, a veces, no permite a las empresas disponer de suficientes márgenes con los que introducir mejores condiciones de contra-

55.- Hay que recordar que más de 1 de cada 2 personas ocupadas en el sector cuentan con estudios universitarios o superiores (Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el sector audiovisual andaluz, Fundación AVA 2008).

tación acordes con un mejor aprovechamiento de las cualificaciones de los recursos humanos que dispone y poder evitar, con ello, su "fuga".

Mientras no se realicen estos ajustes, se continuarán infrautilizando las capacidades de los/as jóvenes, una pérdida de la valía de la oferta de mano de obra y, consecuentemente, aparecerán las posibles frustraciones de ésta derivadas del sentimiento propio del sub-empleado/a y del no cumplimiento de las pretensiones que llevan a optar por una determinada formación.

#### D. Polivalencia, adaptación al cambio y especialización

Polivalencia, adaptación al cambio y especialización son competencias valoradas por las entidades empleadoras del sector y manifestadas, al menos, en la mitad de los/as jóvenes que accede al mercado laboral del mismo.

Los puestos de trabajo del sector audiovisual se caracterizan por combinar una doble exigencia: de un lado, la realización de distintas funciones según las necesidades productivas (profesional polivalente) y, de otro, la exigencia de especialización en unas tareas que habitualmente requieren altos niveles de cualificación (profesional especialista).

Además, otra competencia que guarda una estrecha relación con las anteriores es la adaptación al cambio, es decir, la capacidad de flexibilidad en ese mismo perfil polivalente y multi-especializado, ante la introducción de nuevas especialidades y/o nuevas actividades profesionales.

#### ► IDEA – FUERZA 47

Prácticamente la totalidad de las empresas del sector audiovisual andaluz, el 98%, confirma que, efectivamente, las tres competencias señaladas (polivalencia, flexibilidad y especialización) son importantes en un perfil adecuado a las exigencias de este sector.

Ante esta situación, cabe recordar que los/as futuros/as profesionales del sector muestran una fuerte predisposición a emplearse bajo exigencias de multifuncionalidad; alrededor de 9 de cada 10 jóvenes así lo indican. En este sentido, más del 50% de las empresas encuentra lo que busca en cuanto a competencias de multifuncionalidad en los recursos humanos.

Parece existir, por tanto, una cierta correspondencia entre determinados requerimientos del tejido empresarial y las predisposiciones de los/as potenciales profesionales en este sentido. No obstante, dado que estas competencias (polivalencia, flexibilidad y especialización) son capacidades altamente requeridas por las dinámicas de flexibilización laboral, hay que tener en cuenta que todavía un 40% de empresas andaluzas del sector audiovisual reconoce encontrar ciertas dificultades para disponer de mano de obra que combine polivalencia y especialización específica en sus ámbitos concretos de producción.

#### E. Reciclaje y formación continua

En el sector audiovisual andaluz, el reciclaje de conocimientos, habilidades y destrezas es necesario y la potencial oferta de mano responde adecuadamente a este requerimiento, si bien no encuentra el apoyo necesario por parte de las empresas para poder atender a esta exigencia.

La continua necesidad de formación actualizada y orientada a una actividad productiva como el audiovisual, sujeta a innovaciones tecnológicas constantes, es algo reconocido de forma generalizada.

#### ► IDEA – FUERZA 48

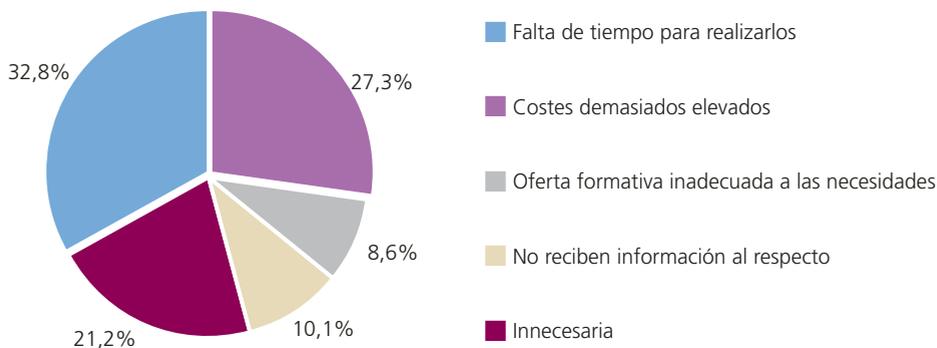
El 98,3% de las empresas audiovisuales en Andalucía afirma que el reciclaje en conocimientos y destrezas es un elemento imprescindible para el desempeño eficaz de los puestos de trabajo del sector audiovisual.

A su vez, el 73% de las empresas del audiovisual afirma que los/as jóvenes que acceden a este mercado de trabajo responden satisfactoriamente con su disposición a reciclarse y actualizar conocimientos.

Este dato, confrontado con la predisposición expresada por estos/as jóvenes (alrededor de 9 de cada 10 están predispuestos/as a emplearse bajo el requerimiento de formación continua), constata la evidencia de que las empresas cuentan con una fuerza laboral dispuesta a responder a esta exigencia de reciclaje formativo. Asimismo, queda reflejado que oferta y demanda de mano de obra encuentran correspondencia entre la predisposición de la primera y las necesidades de la segunda.

Sin embargo, casi la mitad de las empresas admite que no ha llevado a cabo programas de formación continua en los dos últimos años, siendo los motivos que alegan para explicar esta carencia “la falta de tiempo para realizarlos” (32,8%) y “los costes elevados” (27,3%).

#### Gráfico 70. Motivos alegados por las empresas que explican la falta de ejecución de programas de formación continua



Fuente: Encuesta “Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz”, Fundación AVA 2008

#### F. Intensificación de jornadas y horarios

La intensificación de jornadas y horarios es un recurso empleado y extendido en la práctica totalidad de las empresas audiovisuales, así como aceptado por la futura oferta de mano de obra.

Las exigencias de algunas producciones audiovisuales con frecuentes acumulaciones puntuales de trabajo y/o horarios laborales de largas jornadas, a la vez que intermitentes, requieren de oferta de mano de obra dispuesta a aceptar dichas condiciones inciertas y muy flexibles.

Por su parte, la práctica totalidad de las empresas audiovisuales andaluzas del sector, el 97,2%, señala que esta disposición es importante en el mercado de trabajo del sector audiovisual. También es reflejo de esta exigencia el dato que apunta la frecuencia con que las empresas audiovisuales recurren al uso de horas extraordinarias de los/as trabajadores/as que tienen en plantilla.

#### ► IDEA – FUERZA 49

Aproximadamente, 7 de cada 10 empresas del audiovisual en Andalucía requieren a sus trabajadoras y trabajadores el desempeño de horas extraordinarias, mientras que sólo un tercio de éstas afirma que “nunca o en pocas ocasiones” lo necesita.

En este sentido, algo más de 6 de cada 10 empresas encuentran de mano de obra con disposición a trabajar en momentos concretos con intensificación de jornadas, percepción que corresponde con la predisposición manifiesta de los/as futuros/as profesionales al respecto: alrededor de 7 de cada 10 jóvenes aceptarían un empleo en el audiovisual aunque tuviesen que trabajar jornadas muy intensas.

#### G. Trabajo autónomo

El empleo autónomo es una forma jurídica de relevancia en el sector audiovisual andaluz y, tanto la disposición de la oferta de mano de obra como la frecuencia con la que las empresas recurren a esta figura, así lo reflejan.

La frecuencia con que las empresas del sector audiovisual recurren a la contratación de profesionales autónomos/as, casi 7 de cada 10 afirman que contratan a profesionales por cuenta propia, al menos en alguna ocasión, quizás ayude a entender la también predisposición que expresan los/as jóvenes hacia el autoempleo y es que más de la mitad de los/as mismos/as así lo indican.

Esta predisposición por parte de la potencial oferta de mano de obra pone en conocimiento de las empresas que tienen una potencial fuente de recursos para satisfacer sus necesidades de contratación de trabajo autónomo. Hay que tener en cuenta que son las propias empresas del sector las que exigen la disposición de profesionales independientes debiendo recurrir, por tanto, la oferta de mano de obra al empleo autónomo para su ocupación.

#### H. Retribución salarial

En los primeros empleos, las expectativas salariales de la potencial oferta de mano de obra concuerdan con la retribución económica que las empresas del sector audiovisual en Andalucía están dispuestas a otorgar.

Es preciso señalar que el análisis de la retribución salarial se realiza desde la referencia de las primeras experiencias laborales, con el objetivo de ver si existe o no correspondencia entre la

contraprestación económica que esperan percibir quienes acceden por primera vez al mercado de trabajo y las retribuciones que las empresas del sector están dispuestas a otorgar.

En este sentido, hay que señalar que el tejido empresarial audiovisual cuenta con una potencial oferta de mano de obra predispuesta a percibir, en sus primeros empleos, un salario acorde al que, como máximo, las empresas del sector están dispuestas a pagar. La práctica totalidad de los/as jóvenes, el 92,06%, cifra las expectativas salariales para sus primeros empleos en una cuantía igual o inferior a 1.000 euros.

#### ► IDEA – FUERZA 50

Aproximadamente, 7 de cada 10 empresas concentran en la franja de 600 a 1.000 euros el salario que ofrecerían a un/a candidato/a sin experiencia para ocupar un puesto de trabajo en la empresa.

No se puede obviar que conforme transcurre la vida profesional y aumenta el grado de experiencia de los/as profesionales del sector audiovisual, las pretensiones en términos salariales expresan un incremento de la cantidad que se desea percibir. En este sentido, la actual oferta de mano de obra manifiesta su insatisfacción con los salarios que percibe. La falta de adecuación de las expectativas en términos económicos puede representar un alto grado de malestar y frustración por quien no ve satisfechas dichas expectativas.

#### I. Prácticas en empresas y adquisición de experiencia profesional

La experiencia profesional es un aspecto altamente valorado por el tejido empresarial audiovisual en Andalucía que considera, al igual que los/as jóvenes, que las prácticas en empresas son una fórmula adecuada para la adquisición de dicha experiencia.

#### ► IDEA – FUERZA 51

La práctica totalidad de las empresas del sector, el 98,5%, considera que la experiencia profesional previa es importante a la hora de acceder a un puesto de trabajo.

Asimismo, 9 de cada 10 empresas se muestran de acuerdo con que las empresas son la mejor vía para formar en la práctica a los/as aspirantes a trabajar en el sector audiovisual.

En este sentido, se entiende desde el propio sector que las prácticas en empresas son esenciales para completar la formación recibida en el ámbito académico, ya que hay una serie de destrezas y competencias que sólo pueden fomentarse y/o adquirirse mediante el desempeño de un puesto de trabajo.

Destaca el hecho de que más de la mitad de estas empresas indiquen que quienes intentan acceder al mercado de trabajo del sector cuentan, al menos, con la predisposición a adquirir experiencia

mediante las prácticas en empresas. Y es que el mercado de trabajo audiovisual cuenta con una alta predisposición a emplearse bajo esta fórmula contractual, 7 de cada 10 estudiantes, cuya vocación es ocuparse en el sector audiovisual andaluz, así lo manifiestan.

Esta realidad encuentra diversos argumentos que la corroboran. De un lado y hecho contrastado en este estudio, la participación de los/as estudiantes del audiovisual en el mercado de trabajo que, aún sin haber finalizado su periodo formativo, se emplean en el sector. De otro, la aceptación de este tipo de relación contractual como vía de acceso al mercado laboral con la pretensión de lograr una mejora progresiva conforme transcurre el tiempo de permanencia en el mismo, fortaleciendo su experiencia profesional.

Sin embargo, es reconocida la necesidad de garantizar una buena praxis de esta herramienta (prácticas en empresas) facilitadora de inserción laboral. Y es que, tanto oferta como demanda de mano de obra, reconocen que en el sector todavía se instrumentan inadecuadamente las prácticas en empresas. El 73% de las empresas audiovisuales andaluzas llega a reconocer que, en alguna ocasión, ha utilizado contratos en prácticas para cubrir determinadas necesidades de producción; y el 84% de quienes se forman en contenidos audiovisuales considera que, con frecuencia, las empresas no hacen un uso adecuado de este tipo de contratación formativa.

Para finalizar el análisis acerca de la correspondencia entre las necesidades del tejido empresarial del sector audiovisual andaluz y las disposiciones al empleo del mismo de la futura oferta de mano de obra es preciso tener en cuenta una serie de consideraciones. Una reflexión acerca de los puntos de encuentro entre demanda y oferta de mano de obra conduce a analizar el grado de predisposición de la última hacia las condiciones laborales del sector cuando la fuerza laboral adquiere cierto grado de experiencia. De esta forma, una vez que ésta supera la etapa de los primeros empleos y aumenta su edad, experimenta una reformulación, en mayor o menor medida, de sus expectativas profesionales.

Hay que tener en cuenta que si bien las condiciones de estas primeras experiencias laborales pueden ser asumidas por personas jóvenes, la situación puede cambiar si éstas se perpetúan<sup>56</sup> una vez superada la primera etapa de adquisición de experiencia profesional.

Los niveles de predisposición inicial manifestados por la potencial oferta de mano de obra pueden experimentar un claro retroceso en los/as actuales profesionales, dado que enfrentan sus motivaciones vocacionales hacia el audiovisual con cierto grado de insatisfacción y frustración profesional.

De hecho, el 85,2% de las empresas audiovisuales de Andalucía está de acuerdo con que llegada cierta edad, una parte de esta fuerza de trabajo busca estabilidad laboral en otras actividades o en otros lugares, en tanto que el sector audiovisual en Andalucía no se la puede ofrecer.

Este hecho limita las posibilidades de expansión de esta industria, ya que al no poder contar con plantillas más o menos consolidadas y al parecer con descapitalizaciones continuas de sus

---

56.- Si bien es cierto que los/as profesionales del sector manifiestan cierta mejora en las condiciones laborales desde los primeros empleos hasta sus ocupaciones actuales, aún las condiciones de éstas se expresan bajo parámetros de cierta inseguridad y escasas garantías, como la eventualidad o la retribución económica. (Encuesta "Profesionales y mercado de trabajo en el sector audiovisual andaluz, Fundación AVA 2008).

recursos humanos, se reducen las oportunidades de afrontar nuevos retos con suficiente competitividad sectorial. Más si cabe cuando la práctica totalidad del mundo empresarial del sector (el 97%) reconoce que para conseguir plantillas eficientes y evitar la fuga de talentos (y con ello, fortalecer y dinamizar la industria) es necesario ofrecer mejores condiciones de empleo a los/as trabajadores/as.

### 6.3.3. Accesibilidad al mercado de trabajo del sector audiovisual

Los procesos de búsqueda de candidatos/as implican para las empresas la necesidad de satisfacer una serie de necesidades de personal. En estos procesos cobra importancia la adecuación entre la capacitación con la que cuenta la potencial fuerza de trabajo y los requerimientos de cualificación demandados para cada puesto determinado.

Cabe suponer que, un mercado de trabajo como el audiovisual caracterizado por altos niveles de especialización, cualificación y flexibilidad funcional, es frecuente que las empresas detecten ciertas deficiencias en la formación de los/as aspirantes recién egresados/as, probablemente no sólo por la inadecuación de la formación respecto a las exigencias empresariales, sino porque quizás solamente sea posible adquirir esta capacitación a través de la participación activa en el empleo.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que los procesos de selección de personal, en principio y de forma general, para un sector en el que alrededor de 7 de cada 10 empresas externalizan o subcontratan parte de su producción, no han de ser en exceso complejos ni dificultosos. Sin embargo, si bien no lo son para la empresa que externaliza, si cobran cierto grado de importancia en la empresa subcontratada que, en la mayoría de los casos, dada la estructura de la industria audiovisual andaluza, pertenece al tejido empresarial de la misma.

#### A. Principales dificultades para la contratación de personal

Un 33% de las empresas audiovisuales de Andalucía manifiesta tener dificultades para encontrar el personal adecuado a sus necesidades de producción. Cierto es que este ratio es menor que el del conjunto de las empresas que conforman lo que se viene a denominar *economía del conocimiento*<sup>57</sup>. “El 62% [de éstas] reconoce hallar problemas en la búsqueda de trabajadores adecuados para desarrollar tareas de su actividad principal, mientras que sólo el 46% de las empresas del resto de la economía encuentra dificultades en la contratación de personal idóneo” (Román C. y Bueno, C. 2004:138).

En un ámbito en el que se presupone existen altos niveles de cualificación, resulta llamativo que, para el 70% de las empresas, no entrañe excesiva dificultad encontrar recursos humanos con la capacitación que requieren los puestos de trabajo ofertados. En este sentido, si la oferta de mano de obra con un perfil adecuado no es escasa, es probable que las empresas no siempre contemplen como estrategia tratar de retener a sus trabajadores/as mediante acciones como la progresión de determinadas condiciones de empleo, sabedores que el reclutamiento de nueva mano de obra capacitada o fácilmente capacitable no les supondrá tener que asumir costes demasiado elevados.

57.- Bajo el término empresas del conocimiento se incluyen las empresas de Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) y las actividades intensivas en conocimiento.

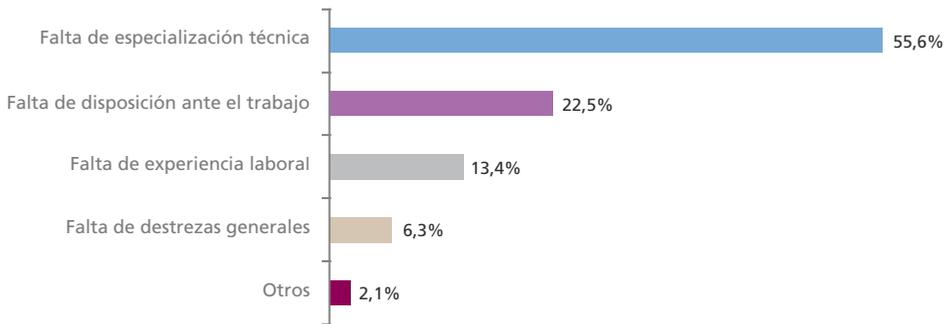
Esto es especialmente relevante a la hora de posibilitar las dinámicas de flexibilidad laboral que exigen la orientación y la adecuación al mercado por parte del tejido empresarial del sector audiovisual. Así, no sólo el uso de contrataciones de marcada temporalidad, sino también la posibilidad de conformar continuamente nuevas plantillas, exigen no encontrar dificultades para poder reclutar personal con predisposición y vocación elevadas.

Las mayores dificultades a las que se enfrenta la demanda de mano de obra (empresas del sector audiovisual de Andalucía) en sus procesos de búsqueda y selección de recursos humanos para el desarrollo de sus actividades de producción se concentran básicamente en la insuficiente especialización técnica con la que acceden al mercado de trabajo los/as oferentes de mano de obra.

► **IDEA – FUERZA 52**

Más de la mitad del total de los inconvenientes que afrontan las empresas en el proceso de reclutamiento de personal se asocian a las carencias en especialización técnica de quienes optan a la candidatura.

**Gráfico 71. Principales dificultades que encuentran las empresas en la contratación de personal para el desarrollo de su actividad productiva**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008

De la lectura de estas apreciaciones, y en comparación con las realizadas por la potencial oferta de mano de obra acerca de cuáles son para ella los principales limitadores en el proceso de inserción laboral, puede concluirse que ambos colectivos coinciden en determinar que la falta de especialización técnica existente es la principal dificultad que impide el correcto proceder del proceso de acceso al mercado de trabajo.

Además, es destacable que sólo el 13,4% de las empresas señala como dificultad la falta de experiencia laboral previa, experiencia que, precisamente, puede llegar a suplir esas deficiencias en la capacitación técnica de la oferta de mano de obra.

## B. Requisitos de cualificación en el mercado de trabajo del sector audiovisual

Las manifestaciones realizadas por las empresas del sector audiovisual de Andalucía acerca de la adecuación entre la capacitación que tienen los/as futuros/as profesionales y las exigencias competenciales de su mercado de trabajo indican, a nivel general, que esta adecuación responde con suficiencia a dichos requerimientos.

Así, para algo más del 60% de estas empresas, las competencias y los requisitos que demandan los perfiles del sector tienen respuesta en la capacitación con que cuentan los/as jóvenes que integrarán la fuerza de trabajo de su mercado laboral. Pero no se puede obviar el dato nada desdeñable de que 4 de cada 10 empresas del sector no siempre encuentran en estos/as jóvenes las cualidades necesarias o requeridas para el desarrollo de una ocupación laboral en este sector.

Una información que completa este último dato apunta que el 81% de las empresas considera que los centros de formación no suelen tener la suficiente capacidad de adecuación a las necesidades específicas y continuamente cambiantes de las empresas audiovisuales. Esto corrobora, precisamente, una de las hipótesis que con mayor insistencia fueron planteadas por algunos/as de los/as expertos/as consultados/as en las primeras fases del estudio acerca de las dificultades para lograr una eficaz correspondencia entre formación y mercado laboral.

Se detallan a continuación los principales requisitos demandados en los procesos de acceso al trabajo, esto es, las capacidades generales que las empresas revelan como importantes, al mismo tiempo que se cuantifica cuál es el número de veces que las empresas satisfacen o no sus exigencias con los recursos humanos que optan a los puestos de trabajo ofertados.

**Tabla 16. Principales competencias requeridas por las empresas del sector audiovisual y grado de capacitación de la potencial oferta de mano de obra**

| <b>Competencias</b>                       | <b>Son exigidas pero los/as jóvenes no las poseen</b> | <b>Son exigidas y los/as jóvenes sí las poseen</b> | <b>No son importantes en el sector</b> |
|---|---|--|--|
| Conocimientos teóricos                    | 16,9%   | 81,1%  | 2%                                     |
| Habilidades técnicas                      | 40,2%   | 58,4%  | 1,4%                                   |
| Conocimientos específicos del audiovisual | 41,5%   | 56,3%  | 2,2%                                   |
| Capacidad resolutive                      | 44%   | 55,5%  | 0,5%                                   |
| Competencias comunicativas                | 34,2%   | 63,6%  | 2,2%                                   |
| Trabajo en equipo                         | 44%   | 55,5%  | 0,5%                                   |
| Proactividad e iniciativa                 | 41,5%   | 57,7%  | 0,8%                                   |
| Creatividad                               | 31,9%   | 66,5%  | 1,6%                                   |
| Capacidad para aprender                   | 27,5%   | 72,5%  | 0%                                     |

Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008

Retomando la información recabada de la percepción que tienen quienes se forman en contenidos audiovisuales en Andalucía acerca de su capacitación, se comprueba la alta confianza que muestran en sí mismos/as. Esto tiene, de forma mayoritaria, cierta correspondencia con el dato general que refleja el volumen de empresas (6 de cada 10 empresas) que ven satisfechas las exigencias en lo referente a los perfiles profesionales que demandan.

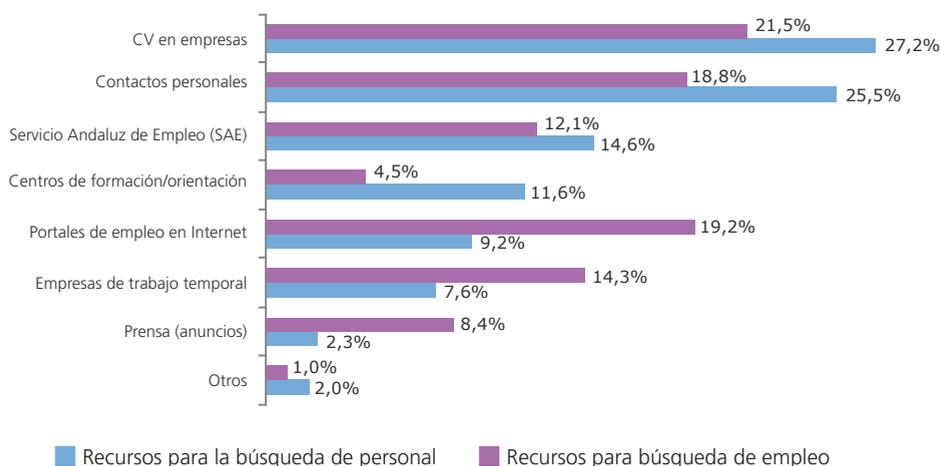
Por otro lado, esta correspondencia entre potenciales trabajadores/as y empresas también se produce en las diferencias significativas que ambos manifiestan en los distintivos niveles de cualificación según la tipología de cada ámbito competencial. Las materias de componente más técnico, como las habilidades o los conocimientos específicos audiovisuales, son las competencias que con menos asiduidad ven satisfechas las empresas en los procesos de selección de personal, precisamente ámbitos en los que el estudiantado del sector presenta mayores niveles de inseguridad.

Es también destacable el hecho de que el tejido empresarial detecte deficiencias en cuanto a aptitudes y capacidades genéricas (trabajo en equipo, resolución, adaptación al cambio...), un punto sobre el que ya reclamaban la atención los/as expertos/as que han colaborado en este estudio. Y, sin embargo, la percepción que tiene la potencial oferta de mano de obra al respecto es mayoritariamente opuesta, es decir, manifiesta disponer de altos índices de seguridad en estas capacidades concretas.

### C. Principales recursos empleados para la contratación de personal

Para la búsqueda de personal, más de mitad de las empresas del sector revelan dos fórmulas como principales fuentes de reclutamiento: de un lado, los currículos directamente recibidos por éstas (el 27,2%) y, de otro, los contactos personales (25,5%).

**Gráfico 72. Comparativa de los principales medios empleados en la búsqueda de personal por parte de las empresas y en la búsqueda de empleo por parte de la potencial oferta de mano de obra**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008

La confrontación de los recursos que emplean las empresas a la hora de realizar un proceso de selección de personal con los que utilizan quienes intentan encontrar trabajo, muestra que oferta y demanda de mano de obra parecen guardar cierta correlación al respecto. Destaca, por tanto, cierto grado de eficacia de la recepción de currículos en las empresas y de los contactos personales (ambos suponen los medios que son mayoritariamente empleados por las dos vertientes, oferta y demanda, de la mano de obra). Estos recursos, además, potencian la creación de bases de datos propias para las empresas, lo que les confiere cierto grado de autonomía en los procesos de selección de personal.

De esto se desprende, por un lado, la necesidad de fomentar la creación de una red que potencie la creación de contactos, garantizando y facilitando la conexión y confluencia de esta vía de encuentro entre empresas y futuros/as trabajadores. Por otro, la pertinencia de reconducir los esfuerzos tanto de quienes buscan personal como de quienes buscan empleo, potenciando los medios que se presentan como más eficientes, así como dinamizando aquéllos de los que no se obtiene la eficacia y resultados esperados.

Por último, es necesario prestar atención a la discordancia detectada en el uso que se hace de los centros de formación y/o orientación, ya que las empresas recurren más a éstos que quienes buscan trabajo (posiblemente debido a la importancia que están cobrando las prácticas como medio de acceso al mercado de trabajo). También habría que valorar el limitado aprovechamiento que, al parecer, hacen las empresas del sector de los portales de búsqueda de empleo en Internet, medio que está muy extendido en otros ámbitos productivos y que dota a los procesos de búsqueda de empleo o de personal de la agilidad e inmediatez asociadas a las nuevas tecnologías.

## 6.4. Tendencias del sector audiovisual andaluz

Las empresas del sector audiovisual, con alta exigencia de flexibilidad productiva intrínseca a su actividad principal, se ven obligadas a planificar sus estrategias organizacionales en el marco de la *nueva economía*. Además, en la actualidad, se encuentran inmersas en un proceso de simbiosis e intercambio continuo con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

### 6.4.1. Capacidad de adaptación al cambio

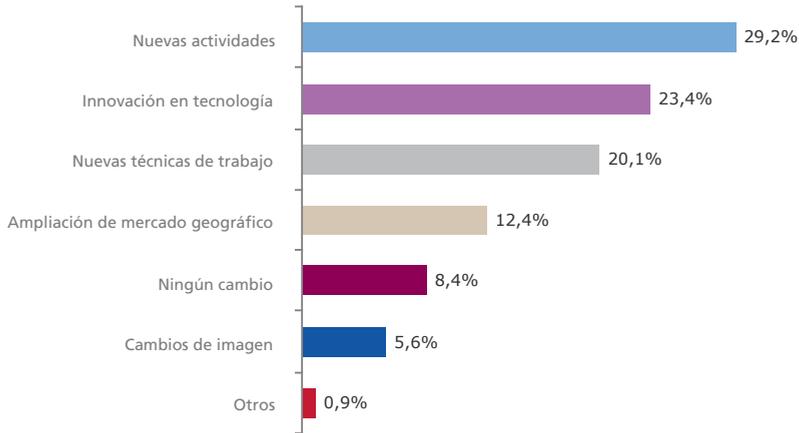
En este contexto, a las empresas audiovisuales andaluzas se les plantea un escenario convulso, de reformulación permanente de dinámicas y estrategias productivas para conseguir su permanencia en la industria del sector.

#### ► IDEA – FUERZA 53

Aproximadamente, 9 de cada 10 empresas audiovisuales de Andalucía anuncian que introducirán alguna transformación para adecuarse a las exigencias de cambio e innovación del sector.

En este sentido, la práctica totalidad de las empresas del sector (más de 9 de cada 10), afirma tener proyectada alguna iniciativa de cambio en un futuro próximo. De entre estas actuaciones, las principales son: “ampliar el negocio a nuevas actividades” (29,2%); “introducir nuevos equipos y tecnologías” (23,4%) e “invertir en el conocimiento de nuevas técnicas de trabajo” (20,1%).

### Gráfico 73. Principales cambios a adoptar por las empresas audiovisuales en un futuro próximo



Fuente: Encuesta “Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz”, Fundación AVA 2008

Independientemente de la clase de actuaciones que las empresas tienen proyectadas para afrontar y superar los cambios y las exigencias de la industria audiovisual, para el objeto de este estudio es interesante comprobar si consideran que podrían realizar este proceso con el personal que integra, en la actualidad, su plantilla.

En este sentido, la demanda de mano de obra del sector, de forma mayoritaria, califica positivamente el personal con que cuenta y manifiesta que, pese al mayor o menor grado de dificultades a las que tendría que enfrentarse, sólo para el 7,9% de las empresas afrontar cambios organizacionales implicaría variar en el volumen de su plantilla, esto es, se verían obligadas a realizar nuevas contrataciones de personal o a subcontratar la actividad para la que no estaría cualificado su personal.

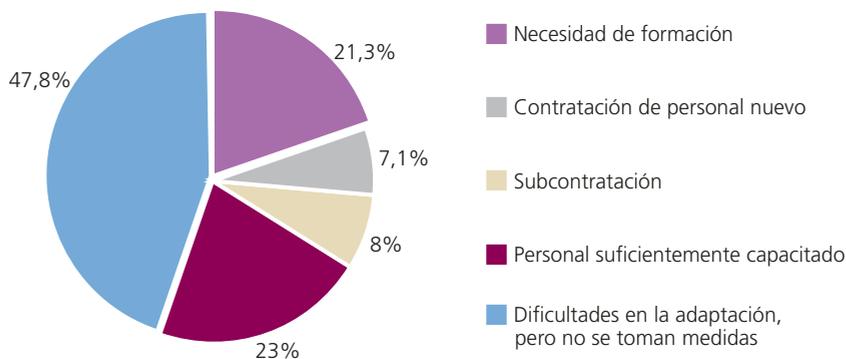
#### ► IDEA – FUERZA 54

De forma mayoritaria, el personal ocupado en el sector audiovisual puede responder adecuada y eficazmente a las pretensiones de cambio e innovación de las empresas del sector audiovisual de Andalucía, si bien éstas las requerirán actualización de su capacitación.

Así, habría que tener en cuenta que casi la mitad de las empresas del sector audiovisual indica que sus trabajadores/as, en la actualidad, tendrían ciertas dificultades para adaptarse a cambios e

innovaciones que pudieran ser incorporados por la empresa; y un 21,3% reconoce que sus recursos necesitarían recibir algún tipo de formación específica que les permitiese afrontar esos cambios.

**Gráfico 74. Grado de adecuación de la capacitación de las plantillas a posibles cambios organizacionales**



Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008

Estos datos introducen una serie de reflexiones acerca de la relevancia que adquieren herramientas como la formación para el empleo. Dicha herramienta puede ayudar a solventar las deficiencias que puedan tener oferta y demanda de mano de obra del sector audiovisual a la hora de afrontar los retos presentes y futuros del marco productivo del sector audiovisual en Andalucía. Asimismo, reclaman la necesidad de una cultura innovadora con estructuras que faciliten, promuevan y doten al mercado de trabajo de los instrumentos que le permitan afrontar y superar con éxito estos desafíos.

### 6.4.2. Prospectiva de futuro de la potencial creación de empleo

La potencial capacidad de creación de puestos de trabajo se presupone elevada en un sector considerado como motor económico y de desarrollo fundamental. La opinión manifestada por las empresas del sector audiovisual de Andalucía al respecto refleja esta potencialidad de crecimiento y de nuevas oportunidades de empleo.

Así, 3 de cada 10 empresas audiovisuales afirman que el número de empleados/as con que cuenta aumentará en los próximos tres años; la mitad de éstas indica que el volumen de empleo que genera se mantendrá igual, mientras que el 14,3% expresa que el número de trabajadores/as que tienen en plantilla disminuirá<sup>58</sup>.

Estos datos son esperanzadores en un momento como el actual, en el que sería comprensible que las empresas realizaran estimaciones contenidas en cuanto a las previsiones de creación de empleo o, lo que es peor, que se manifestasen acordes con la coyuntura actual y generalizada de destrucción de puestos de trabajo. Otras cuestiones son, de un lado, la tipología

58.- Es necesario contemplar el cambio de la situación económica entre el momento de realización del estudio y la coyuntura actual, lo que ayuda a entender los datos que arrojaron las empresas en referencia a la creación de empleo.

#### ► IDEA – FUERZA 55

Estos datos reflejan un porcentaje neto de crecimiento positivo, que se sitúa en un ratio del 16%, lo que nos permite hablar de cierta tendencia de desarrollo del mercado de trabajo del sector audiovisual en Andalucía, en cuanto a número de personal se refiere, en concordancia con las estimaciones previstas para uno de los denominados *nuevos yacimientos de empleo*.

de las condiciones laborales bajo las que se genera ese potencial crecimiento de empleo, en el empeño por mejorar y conseguir un mercado de trabajo de calidad y, de otro, si pese a dicho incremento en la ocupación, éste responde o no con suficiencia a las tasas que le pronostican.

### 6.4.3. Estrategias y líneas de actuación para la potenciación de la industria audiovisual andaluza y la mejora de su mercado de trabajo

El contexto en el que se encuentra el sector audiovisual hace necesario que esta industria se replantee su propia estructura y, a su vez, exige a las empresas que la integran que redefinan sus dinámicas y actividad productivas. Todo ello influirá, inevitablemente, en la configuración del mercado de trabajo del sector y caracterizará las relaciones y condiciones laborales que se establezcan entre demanda y oferta de mano de obra.

Bajo esta perspectiva, es importante detectar cuál es la percepción de las empresas de la industria audiovisual acerca de las pautas que han de seguir individual y colectivamente para la consolidación y desarrollo de la industria de la que forman parte.

En este sentido, 8 de cada 10 empresas del sector audiovisual están de acuerdo con que, en el momento actual, existen grandes oportunidades de negocio en el mismo. Además y lo que es más interesante, casi la totalidad de éstas (un 90%) opina que el tejido empresarial del audiovisual andaluz sabrá aprovechar las oportunidades que le ofrece la implantación de la digitalización en los procesos de creación, producción, distribución y consumo de los productos audiovisuales.

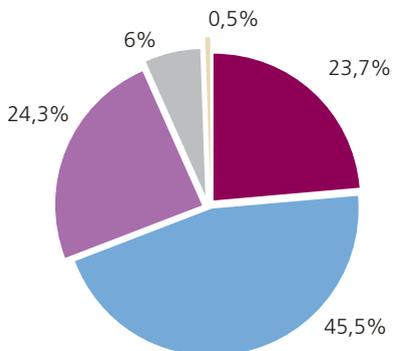
#### ► IDEA – FUERZA 56

Las estrategias de colaboración que las empresas adopten, el grado de innovación que desarrollen y la mejora de las condiciones laborales del sector audiovisual se erigen como ámbitos esenciales sobre los que actuar a través de la participación de todos los agentes implicados en el sector audiovisual en Andalucía.

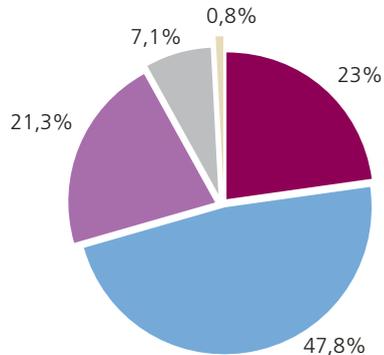
Pero no se puede obviar que este proceso de nuevas oportunidades y en este contexto de crecimiento se evidencia una serie de dificultades que será imperativo superar para lograr el desa-

**Gráfico 75. Grado de acuerdo de las empresas con la incidencia de determinados aspectos en el desarrollo y crecimiento del sector audiovisual**

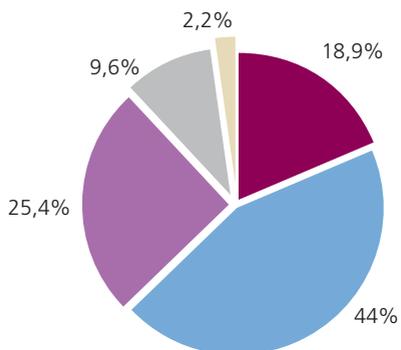
**Grado de innovación**



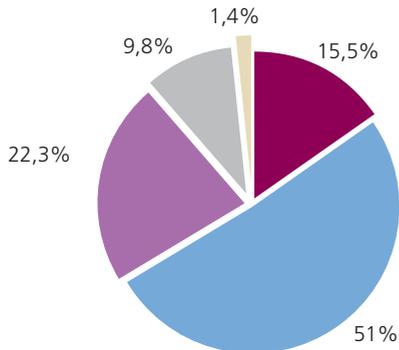
**Estrategias de colaboración**



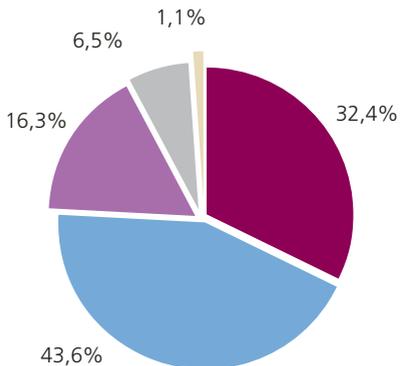
**Implantación de la TDT**



**Nuevos soportes multimedia**



**Mejora condiciones de empleo**



- Muy de acuerdo
- Bastante de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Poco de acuerdo
- Nada de acuerdo

Fuente: Encuesta "Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz", Fundación AVA 2008

rollo efectivo y el crecimiento deseado para el sector. El grado de innovación que adquieran las empresas, la generación de estrategias de colaboración intra y extra-sectoriales y la mejora de las condiciones que caracterizan su mercado de trabajo son algunas de las líneas de actuación fundamentales que plantean la necesidad de intervención hacia un óptimo aprovechamiento de las ventajas que se le presentan a esta industria.

Además de estas estrategias, prima, sobre todo, la necesidad de intervenir en un sector cuyo mercado de trabajo, tal y como se ha estudiado, carece de una serie de garantías que son fundamentales para potenciar el mencionado desarrollo que se le augura. Los ratios obtenidos indican que, para el mundo empresarial audiovisual, se erige especialmente relevante la exigencia de potenciación de un mercado de trabajo que mejore y consolide las condiciones laborales y ofrezca empleos con oportunidades de satisfacer expectativas profesionales de futuro. Así, para la práctica totalidad de la estructura empresarial del sector (93% de las empresas), la creación de una industria fuerte pasa por la mejora de las condiciones del empleo que se genera en el sector.

En definitiva, la importancia de la innovación, la necesidad de estrategias de colaboración y la búsqueda de óptimas condiciones de trabajo en los empleos que se ofertan conforman un eje principal sobre el que actuar para consolidar la estructura adecuada apoye un sector con especial potencial de crecimiento.

## 6.5. Conclusiones

El tejido empresarial audiovisual en Andalucía, a fin de dar respuestas ágiles y flexibles al mercado en que opera, se caracteriza por dinámicas productivas envueltas en el paradigma de la flexibilización. Así pues, las empresas audiovisuales, en su mayoría, se sirven de estrategias de flexibilidad laboral, tanto interna como externa, para adaptar los recursos humanos disponibles al volumen de producción necesario en cada momento concreto. El reflejo de dichas estrategias se contempla tanto en el grado de externalización productiva que presentan, el 70% subcontrata a otras empresas, como en la intensidad y la extensión con las que emplean modelos de gestión flexible de la oferta de mano de obra (contratos eventuales, mercantilización del empleo, temporalidad en las relaciones laborales, etc.), más de la mitad de los trabajadores y las trabajadoras del sector mantienen relaciones laborales eventuales.

En este sentido, la exigencia que tiene el tejido empresarial del sector audiovisual de Andalucía de adoptar dinámicas productivas que se ajusten a la flexibilidad del mercado en el que opera tiene un efecto inevitable en su mercado de trabajo. Las empresas del sector requieren recursos humanos dispuestos a asumir empleos marcados por aspectos como la temporalidad laboral, la movilidad geográfica, la sobrecualificación, la polivalencia funcional, la especialización y las jornadas intensivas. Así, alrededor del 90% del tejido empresarial del sector considera que aceptar empleos bajo estas condiciones es requisito para emplearse en el mismo.

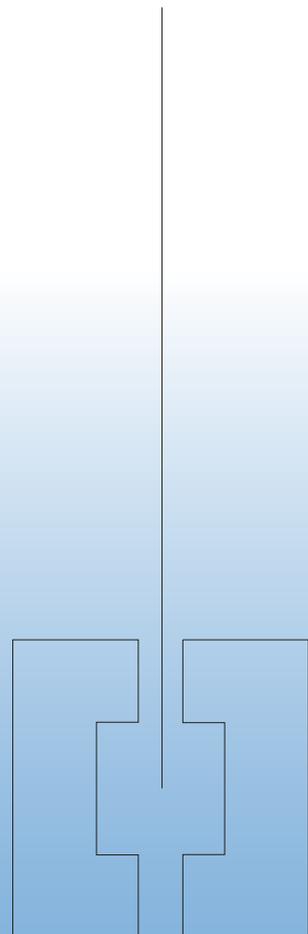
A este respecto, la potencial fuerza de trabajo que pasará a ocuparse en el sector se manifiesta fuertemente motivada y expresa una clara predisposición a trabajar bajo estas condiciones laborales, de modo que las empresas del sector disponen de una bolsa de profesionales, que estará con-

tinuamente renovada con el ingreso de nuevos/as trabajadores/as y atenderá a los requerimientos propios de los empleos que ofrecen las empresas audiovisuales.

Sin embargo, si bien las expectativas profesionales con las que accede al mercado de trabajo esta potencial oferta de mano de obra pueden verse satisfechas en sus primeras experiencias laborales, la predisposición inicial hacia la ocupación en el sector audiovisual podría experimentar claros retrocesos si dichas condiciones se perpetúan a lo largo de su vida laboral.

En este sentido, y en un contexto en el que las empresas audiovisuales en Andalucía perciben grandes oportunidades de negocio en el sector, la mejora de las condiciones laborales se erige como uno de los ámbitos esenciales sobre el que estas entidades consideran necesario actuar, concedoras de la importancia y la relevancia que tienen los recursos humanos del sector para implementar su capacidad de afrontar retos con eficiencia y suficiente competitividad.

Asimismo, las empresas del sector, en aras del fortalecimiento y potenciación de la industria audiovisual en Andalucía, apuntan hacia el futuro de la mano de la innovación y de estrategias de colaboración como factores y líneas fundamentales de actuación para afrontar los retos que perciben.



7

# Conclusiones

Dinamismo empresarial de la industria audiovisual en Andalucía

La dinámica productiva audiovisual.  
Estrategias de flexibilidad laboral

Principales rasgos del mercado de trabajo audiovisual andaluz

La potencial oferta de mano de obra:  
motivaciones vocacionales y grado de conocimiento del sector

Predisposición al empleo de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual de Andalucía

Adecuación de la capacitación de la potencial oferta de mano de obra a las exigencias del mercado de trabajo y disposición a mejorar dicha capacitación

Eempleabilidad de la potencial oferta de mano de obra. Factores limitadores de acceso al empleo

Requerimientos demandados por el tejido empresarial audiovisual de Andalucía

Riesgo de "fuga" de recursos humanos

Bolsa de profesionales de renovación continuada

Prospectiva de futuro del sector audiovisual de Andalucía





## Conclusiones

---

### Dinamismo empresarial de la industria audiovisual en Andalucía

Resulta evidente el reconocimiento de la importancia de la industria audiovisual en Andalucía por su capacidad para generar desarrollo económico. En este sentido, surge la exigencia de prestar atención a un sector, considerado por la Unión Europea entre los denominados *nuevos yacimientos de empleo*, y de gran trascendencia en el mercado de trabajo andaluz.

La evolución manifestada por el sector en los últimos años permite hablar de una industria con fuerte **dinamismo empresarial** que, con un crecimiento superior a la media mostrada por el sector audiovisual español, en lo que a número de empresas se refiere, observa un ligero aumento del peso relativo a nivel nacional, posicionando a **la industria audiovisual andaluza en tercer lugar a escala nacional**. En el año 2008, el tejido empresarial audiovisual en Andalucía alcanzó un volumen de 4.758 empresas.

La industria audiovisual de Andalucía muestra fuerte **atomización** empresarial y **concentración geográfica**, en tanto que predominan las micropymes principalmente localizadas en las provincias de Sevilla y Málaga. Genera importantes **sinergias junto a otros sectores productivos como las telecomunicaciones**, otorgando al sector gran potencial de crecimiento vinculado a nuevos modelos de negocio y oportunidades de desarrollo en torno a la innovación, creatividad y competitividad.

## La dinámica productiva audiovisual. Estrategias de flexibilidad laboral

La dinámica productiva del sector audiovisual exige a las empresas andaluzas capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado. Para dar respuesta a esta exigencia, las empresas audiovisuales en Andalucía, en su mayoría, adecuan sus sistemas de gestión mediante estrategias de flexibilidad laboral.

De entre estas estrategias, cobran protagonismo las de corte externo, como procesos de externalización productiva (**7 de cada 10 empresas del sector** audiovisual en Andalucía **subcontratan a otras empresas y/o profesionales autónomos/as**); o la incorporación de personal a través de Empresas de Trabajo Temporal (el 50% de las empresas recurre a ellas, si bien para el 88,6% de ésta es una práctica “poco” y “algo usual”).

Por otro lado, las estrategias de flexibilidad laboral interna, con **modelos sistémicos de gestión flexible de la oferta de mano de obra**, se instauran extensivamente en las relaciones laborales del mercado de trabajo del sector audiovisual de Andalucía. Con dichos modelos, las entidades empleadoras del sector pueden afrontar la intermitencia de sus ciclos productivos, principalmente, a través de la entrada y salida continuada y fluida de recursos humanos, con lo que logran adaptar sus capacidades a las circunstancias del momento. En este sentido:

- ❑ **Más de 8 de cada 10 empresas audiovisuales de Andalucía alteran el volumen de sus plantillas para adecuar su capacidad productiva a las necesidades de producción.**
- ❑ **El ancho de banda para las empresas audiovisuales se sitúa en el 35,51%, esto es, cuando concluyen etapas de máxima producción, prescinden de un volumen de trabajadores/as en una proporción superior a un tercio de su plantilla.**
- ❑ **Asimismo, el 52,9% de quienes trabajan en el sector audiovisual de Andalucía mantiene relaciones laborales mediante contratos eventuales.**
- ❑ **Y, finalmente, más de 6 de cada 10 empresas recurren a la contratación temporal para el desarrollo de su actividad productiva principal.**

El resultado de estas prácticas de flexibilización acumulada es un tejido de “empresas acordeón” y un mercado de trabajo de estructura dual, con personal continuo y discontinuo que comparte el espacio de producción de bienes y servicios que requiere la actividad productiva audiovisual.

## Principales rasgos del mercado de trabajo audiovisual andaluz

La exigencia del tejido empresarial del sector audiovisual de Andalucía de adoptar dinámicas productivas que se ajusten a la flexibilidad del mercado en el que opera tiene un efecto inevitable en el mercado de trabajo.

En líneas generales, el mercado laboral audiovisual se caracteriza por los siguientes rasgos:

- ❑ **Existe una considerable proporción de contrataciones de carácter temporal, si bien este ratio no dista demasiado de la media general del sector servicios.**

- ▣ Muestra **diferencias de género**, cualitativas y cuantitativas, respondiendo el perfil profesional predominante al de un hombre, de edad comprendida entre los 30 y 40 años, que cuenta con un nivel de formación muy alto y fuertes motivaciones vocacionales.
- ▣ Se observa fuerte **concentración del empleo en el área de la televisión**. De hecho, las primeras oportunidades de empleo surgen, con frecuencia, en la misma y, en especial, vinculadas a contratos para la formación, ya sean en prácticas, de aprendizaje o voluntariados.
- ▣ El sector audiovisual **demanda profesionales polivalentes al mismo tiempo que exige una alta especialización**.
- ▣ El 63% de los empleos tiene una duración inferior a 1 año.
- ▣ Aproximadamente, **1 de cada 2 profesionales ha cambiado de empleo más de 3 veces** a lo largo de su trayectoria profesional. Esto muestra una clara voluntad de mejora de sus condiciones, en primera instancia, dentro del propio sector.
- ▣ El **63,18% de quienes trabajan en el sector busca otro empleo**, si bien mayoritariamente orientan dicha búsqueda en el propio sector.
- ▣ Esto indica, por tanto, que los y las profesionales muestran **insatisfacción con determinadas condiciones laborales**. Esta insatisfacción se manifiesta ante el incumplimiento de determinadas expectativas que varían con el transcurso del tiempo. Así, se pueden diferenciar, de un lado, expectativas a corto plazo que, a priori, pueden ser satisfechas de la mano de un primer acceso al mercado de trabajo audiovisual. De otro, surgen expectativas a largo plazo que generan un sentimiento de cumplimiento insuficiente, como son la persistencia de condiciones como la temporalidad en el empleo o los salarios bajos.

## La potencial oferta de mano de obra: motivaciones vocacionales y grado de conocimiento del sector

La potencial oferta de mano de obra, integrada por el joven alumnado que cursa los últimos años de estudios audiovisuales en Andalucía, manifiesta fuertes motivaciones vocacionales hacia el audiovisual. El **70% del alumnado indica que optó por esta formación por su vocación audiovisual**. Este dato ayuda a entender su elevado grado de predisposición, a nivel global, a aceptar las condiciones laborales del mercado de trabajo características del sector.

La potencial oferta de mano de obra **manifiesta un conocimiento del empleo generado en el sector audiovisual andaluz ajustado a la realidad del mercado de trabajo**. En este sentido, tres cuartas partes consideran que el empleo que se ofrece en el sector audiovisual es excesivamente temporal, que no asegura la permanencia en el puesto de trabajo y, prácticamente dos terceras partes, con frecuencia, piensan que, ocuparán puestos de trabajo poco cualificados para la formación y capacitación de que disponen. Asimismo, más del 90% de los y las jóvenes es consciente de que las ocupaciones del sector requieren de polivalencia y de especialización, y que les exigirán una actualización de conocimientos de forma continuada.



Este grado de conocimiento del mercado laboral audiovisual junto a la fuerte motivación vocacional pone de manifiesto que, para la potencial oferta de mano de obra del sector, priman sus deseos de optar a un puesto de trabajo que satisfaga sus gustos y preferencias, así como sus inquietudes de desarrollo profesional, pese a que es sabedora de que las condiciones laborales a las que tendrá que enfrentarse en primera instancia serán inciertas e inseguras.

## Predisposición al empleo de la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual de Andalucía

Estas motivaciones vocacionales manifestadas son argumento básico para analizar y comprender su predisposición a emplearse en el sector audiovisual. En términos generales, se observa una **altísima predisposición de la potencial oferta de mano de obra hacia las posibilidades de empleo en el sector audiovisual**, que se traducen en empleos bajo condiciones de temporalidad, de intensificación de jornadas y de horarios, de movilidad geográfica, de bajos salarios en sus primeros empleos, y de exigencias de polivalencia funcional, especialización y reciclaje formativo. Muestra de ello es que:

- ❑ El 72,44% manifiesta que prefiere acceder a un empleo aún siendo temporal en el sector audiovisual y, más de la mitad, estaría dispuesta a abandonar un puesto de trabajo estable en otro sector por trabajar en el audiovisual.
- ❑ El 85,48% optaría por trabajar con exigencias de fuerte movilidad geográfica si es en el sector audiovisual y, aproximadamente, 8 de cada 10 abandonarían su municipio y cambiarían de residencia si así lo exige el puesto de trabajo.
- ❑ Aproximadamente, 9 de cada 10 aceptarían un empleo en el sector audiovisual que les exigiese un alto grado de polivalencia.
- ❑ Alrededor de 9 de cada 10 aceptarían un empleo en el sector audiovisual que les exigiese formación continua y reciclaje permanente.
- ❑ Algo más de 7 de cada 10 aceptarían un empleo en el sector audiovisual aunque tuviesen que trabajar jornadas muy intensas.
- ❑ Sin experiencia laboral previa, prácticamente la totalidad de la potencial oferta de mano de obra (más de 9 de cada 10) se muestra dispuesta a trabajar por un salario neto inferior a 1.000 euros mensuales y, considera adecuada una retribución inferior a 1.500 euros en caso de acumular experiencia laboral inferior a 5 años.
- ❑ 7 de cada 10 muestran disposición a emplearse en el sector mediante contrato en prácticas.

Sin embargo, y en consonancia con sus motivaciones y las expectativas de empleo que puedan tener creadas, **entre la potencial oferta de mano de obra priman sus deseos de desarrollo profesional en el ámbito audiovisual**. La oferta de mano de obra no muestra disposición a aceptar un empleo que no incida en la mejora de sus oportunidades de desarrollo profesional (alrededor de 9

de cada 10), que no facilite el logro de sus preferencias profesionales (más de 7 de cada 10) o que implique encontrarse en situación de subempleo (6 de cada 10).

Por último, cabe señalar la preferencia de más de la mitad de la potencial oferta de mano de obra hacia el empleo por cuenta propia y la inclinación de 1 de cada 2 hacia el empleo en RTVA.

## **Adecuación de la capacitación de la potencial oferta de mano de obra a las exigencias del mercado de trabajo y disposición a mejorar dicha capacitación**

En términos generales, la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual percibe que, con la formación con la que cuenta, responde adecuadamente a las exigencias y los requerimientos de la industria audiovisual (así lo indican las dos terceras partes). Sin embargo, mientras 9 de cada 10 consideran que poseen las competencias sociales requeridas para trabajar en el sector (capacidad resolutoria, creatividad, proactividad...) y 7 de cada 10 que cuentan con los conocimientos teóricos suficientes, tan sólo el 56,05% manifiesta sentirse apto/a en competencias técnicas (manejo de equipos) y habilidades en el uso de programas específicos.

No obstante, la potencial oferta de mano de obra se muestra dispuesta a capacitarse en aquellas competencias en las que ella misma detecta carencias. De forma mayoritaria, está predispuesta a paliar estas deficiencias mediante contratos formativos, *meritaje* u otras prácticas que le reporten la experiencia profesional de que carece y le conecten con la realidad del mercado de trabajo pese a que, en estas primeras experiencias laborales, las condiciones laborales de pocas garantías se agudicen. Así, más de 9 de cada 10 jóvenes subsanarían dichas insuficiencias trabajando en el audiovisual sin percibir contraprestación económica.

## **Empleabilidad de la potencial oferta de mano de obra. Factores limitadores de acceso al empleo**

Además de la relevancia que tiene la capacitación adecuada a las demandas profesionales del sector, es importante considerar aquellos aspectos que disminuyen el grado de empleabilidad y, por tanto, influyen negativamente en la probabilidad de éxito de la juventud ante el proceso de incorporación al mercado de trabajo del sector audiovisual.

En este sentido, el 75,4% de quienes se forman en el ámbito audiovisual afirma haber buscado empleo en alguna ocasión en el sector audiovisual, aunque tan sólo un 31,63% de la potencial oferta de mano de obra afirma haber trabajado o estar trabajando. Hay que tener en cuenta que el 70% de la potencial oferta de mano de obra considera que encontrar trabajo en el sector audiovisual en Andalucía es más difícil que hacerlo en otras Comunidades Autónomas.

Entre las principales barreras que encuentra en el acceso al empleo destaca la especialización técnica o formación específica demandada (54,6%), si bien se observa que esta falta de capa-



citación se acusa algo más en determinados perfiles, fundamentalmente entre quienes cursan estudios universitarios.

No obstante, hay **otros aspectos** que en su opinión **dificultan sus oportunidades de inserción laboral**, tales como “la antigüedad de los equipos técnicos en los centros de formación”, “la limitada posibilidad de reciclaje de la formación impartida por el profesorado”, “la falta de actualización de los planes de estudios” o la escasa disposición de “asesoramiento profesional”.

## Requerimientos demandados por el tejido empresarial audiovisual de Andalucía

En estrecha relación con los factores limitadores de acceso al empleo, hay que tener en cuenta que, en parte, éstos son motivados por las exigencias del mercado de trabajo audiovisual de Andalucía.

En este sentido, la práctica totalidad de las empresas audiovisuales andaluzas considera que la disposición a la polivalencia, a la formación continuada y la adaptación al cambio son exigencias propias de esta industria. Asimismo, señala la importancia que posee la experiencia laboral, aportando un preciado valor curricular. También manifiesta que el mercado de trabajo audiovisual demanda mano de obra dispuesta a aceptar empleos bajo condiciones laborales de temporalidad contractual, movilidad geográfica, jornadas y horarios intensivos.

## Riesgo de fuga de recursos humanos

La fuerte predisposición manifestada por la potencial oferta de mano de obra del sector audiovisual andaluz a incorporarse al mercado laboral audiovisual experimenta cierto descenso a medida que aumentan los años de permanencia en dicho mercado de trabajo, es decir, esta predisposición puede experimentar claros retrocesos si las condiciones iniciales se perpetúan a lo largo de su vida laboral.

Esta disminución de la disposición inicial hacia el empleo audiovisual conforme se acrecienta la edad dificulta, para quien la experimenta, el cumplimiento de sus expectativas laborales y perspectivas de empleo.

En relación con esto, cabe señalar la existencia de un claro *riesgo de fuga de recursos humanos y/o talentos* hacia otros empleos, en la búsqueda de una mejora de las condiciones laborales una vez que, con el paso del tiempo, se reformulan las expectativas de la fuerza de trabajo, cambian las responsabilidades de su vida privada y aumentan ciertas necesidades (como la necesidad de estabilidad, de jornadas con horarios fijos o de mayores retribuciones salariales).

En este sentido, más de 6 de cada 10 potenciales oferentes de mano de obra manifiestan que las condiciones laborales de otras industrias son mejores que las del sector audiovisual y, de hecho, el

85,2% de las empresas reconoce que, llegada cierta edad, parte de los/as trabajadores/as buscan estabilidad laboral en otras actividades en tanto que el audiovisual no tiene actualmente capacidad de ofrecérsela.

De este modo, los impactos negativos de la “fuga” de recursos humanos con experiencia y cualificados no sólo son soportados por quienes ven incumplidas sus expectativas, sino también por quienes demuestran su incapacidad para retenerlos. Es obvio que, en un sector económico como el audiovisual, los recursos humanos son uno de los principales activos con los que éste ha de competir, por lo que la fuga de profesionales figura como una de las debilidades que el mercado de trabajo audiovisual en Andalucía ha de solventar.

## **Bolsa de profesionales de renovación continuada**

El incumplimiento de las expectativas iniciales de la potencial oferta de mano de obra, la reformulación de éstas conforme aumenta la edad o el fenómeno de fuga de recursos humanos no hacen si no configurar el mercado de trabajo del sector audiovisual mediante una bolsa de profesionales constantemente renovada.

Esta bolsa se caracteriza por la juventud de la oferta de mano de obra que la compone, en tanto que “padece” una renovación continua. De este mercado de trabajo son numerosos los activos que salen tras años de permanencia en él, al tiempo que entra la juventud recién titulada en escuelas, centros de formación y universidades. Esta fuerza de trabajo que, si bien inicialmente estaba altamente predispuesta, pasa, con el transcurso de los años, a desmotivarse y a expresar una disminución de su disposición a permanecer en el sector con empleos que no responden a sus expectativas o necesidades. La consecuencia es la renovación constante de esta bolsa, con el ingreso periódico de profesionales recién egresados/as que, con el fin de atender a sus deseos y preferencias de empleo, están a disposición de las empresas del sector.

## **Prospectiva de futuro del sector audiovisual en Andalucía**

El entorno actual del sector audiovisual, marcado por la nueva economía y el uso generalizado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), genera importantes sinergias y multiplica las oportunidades y modelos de negocio en un nuevo paradigma en el que las fronteras del sector audiovisual y las TIC se difuminan hasta llegar a desaparecer.

Las empresas del sector en Andalucía manifiestan percibir un futuro cercano marcado por nuevas oportunidades de negocio vinculadas a la innovación tecnológica, esto es, la digitalización de contenidos y procesos, y la creación de nuevos formatos, soportes y ventanas de explotación.

En este contexto, **el tejido empresarial prevé la introducción de cambios en sus organizaciones**, en especial, transformaciones orientadas a la incorporación de innovación y el establecimiento de estrategias de colaboración que fortalezcan e impulsen la actividad audiovisual. Lógicamente,



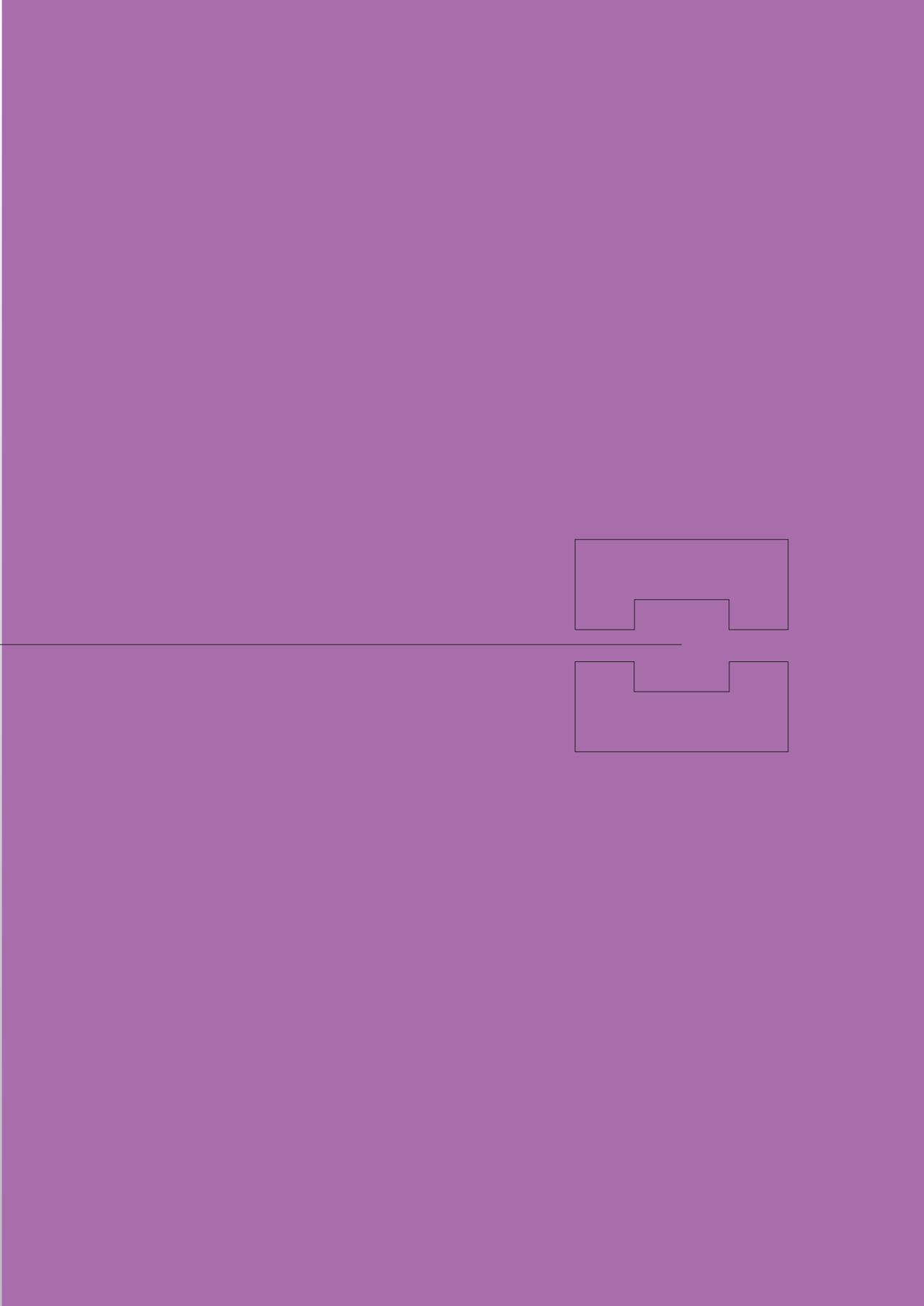
estos cambios tendrán sus repercusiones en el mercado de trabajo audiovisual, entre los que cabe destacar la previsión de creación de puestos de trabajo manifestada por las entidades empleadoras del sector. No obstante, en referencia a este último dato, es necesario contemplar el cambio de la situación económica entre el momento de realización de la encuesta y la coyuntura actual.

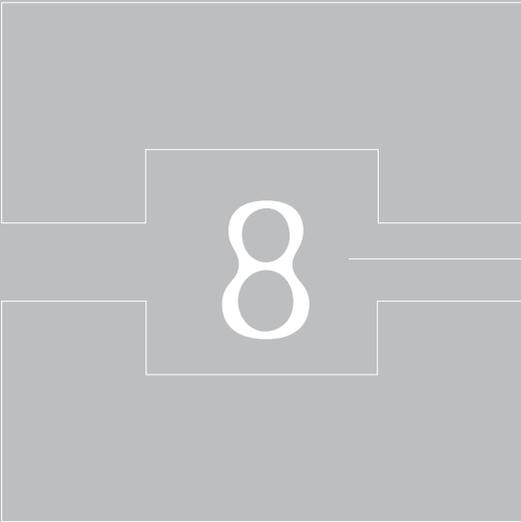
Las empresas del sector audiovisual de Andalucía, de forma mayoritaria, consideran que disponen del personal para responder adecuada y eficazmente a sus pretensiones de cambio e innovación, si bien se les requerirá actualización de su capacitación.

En este sentido, si bien la formación específica se plantea como una actuación recomendable para afrontar los nuevos desafíos del sector por parte de la oferta de mano de obra, la mejora de las condiciones laborales se erige como ámbito esencial sobre el que la demanda de mano de obra necesita actuar.

En definitiva, la industria audiovisual de Andalucía tiene que volcar sus esfuerzos futuros para afrontar una estrategia diversificadora productiva, para competir en nuevos mercados con nuevos productos, ya que éstas son las oportunidades que se le ofrecen. Bajo estos parámetros se abrirán nuevas posibilidades para la generación de empleo y la consolidación del existente.

---







# Bibliografía





## Bibliografía

---

- ❑ AA.VV. (2005): *Características del empleo en actividades de I+D en Andalucía*. Sevilla, Instituto de Desarrollo Regional - Fundación Universitaria.
- ❑ ACCENTURE (1995): *Cumplimiento de las expectativas de los titulados universitarios tras su inserción laboral*, en [http://www.accenture.com/NR/rdonlyres/B45AE385-E8E4-4F52-AD34-E4101D44872B/0/exp\\_jovenes.pdf](http://www.accenture.com/NR/rdonlyres/B45AE385-E8E4-4F52-AD34-E4101D44872B/0/exp_jovenes.pdf).
- ❑ ACUTEL (2008): *Primer paso para acometer el convenio laboral de la Tv local*, en [www.acutel.org/seccion/?grupo=5&ref=894](http://www.acutel.org/seccion/?grupo=5&ref=894).
- ❑ ADECCO INSTITUTE WHITE PAPER (2007): *La transición de la escuela al trabajo: ¿Podemos facilitarles ese difícil trance a los jóvenes europeos?*, en [http://adeccoinstitute.com/Adecco\\_Transition\\_Education\\_Spanish.pdf](http://adeccoinstitute.com/Adecco_Transition_Education_Spanish.pdf).
- ❑ ADECCO INSTITUTE WHITE PAPER (2008): *Afrontando el desafío demográfico de Europa: Estudio sobre la adecuación demográfica 2007*, en [http://adeccoinstitute.com/Demographic\\_Survey\\_2007\\_Spanish.pdf](http://adeccoinstitute.com/Demographic_Survey_2007_Spanish.pdf).
- ❑ AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD Y ACREDITACIÓN (2008): *Libro Blanco de títulos de grado de comunicación*, en [http://www.aneca.es/activin/docs/libroblanco\\_comunicacion\\_def.pdf](http://www.aneca.es/activin/docs/libroblanco_comunicacion_def.pdf).
- ❑ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES Y EDITORES DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO, ADESE (2008): *Anuario 2007*, en <http://www.adese.es/pdf/anuario-memoria-2007.pdf>

- ❑ AYUNTAMIENTO DE ALMERÍA (2005): *El sector cultural como fuente de desarrollo socioeconómico local*, en <http://www.aytoalmeria.es/concejalias/empleoTurismo/desarrollo/emprendedores>.
- ❑ BANCAJA e INSTITUTO VALENCIANO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS – IVIE (2003): “Los jóvenes y el ajuste en el mercado laboral”, *Cuaderno de Capital Humano y Empleo* núm. 36, en <http://obrasocial.bancaja.es/publicaciones/publicaciones-ficha.aspx?id=51>.
- ❑ COMISIÓN DE CULTURA Y EDUCACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA (2007): *Proyecto de informe sobre las industrias culturales en el marco de la estrategia de Lisboa*, en [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004\\_2009/documents/pr/684/684266/684266es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/pr/684/684266/684266es.pdf).
- ❑ COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES, CMT (2008): *Informe Anual 2007*, en [http://www.cmt.es/cmt\\_ptl\\_ext/SelectOption.do?nav=publi\\_anuales&detalles=090027198006bf37&pagina=1](http://www.cmt.es/cmt_ptl_ext/SelectOption.do?nav=publi_anuales&detalles=090027198006bf37&pagina=1).
- ❑ COMISIÓN EUROPEA (1998): *Oportunidades de empleo en la Sociedad de la Información: Explorar el potencial de la revolución de la información*, en <http://europa.eu/bulletin/es/9811/p102017.htm>.
- ❑ COMISIÓN EUROPEA (1999): *Principios y directrices de la política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital*, en <http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l24223.htm>.
- ❑ COMISIÓN EUROPEA (2007): *Anuario EUROSTAT 2006-2007*, en [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-CD-06-001/EN/KS-CD-06-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-CD-06-001/EN/KS-CD-06-001-EN.PDF).
- ❑ CONSEJERÍA DE CULTURA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA (2006): *Avance del Plan Estratégico para la Cultura en Andalucía*, en <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/peca/publico/index.jsp>.
- ❑ CONSEJERÍA DE CULTURA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA (2007): “Industrias Culturales”, en *Revista Cultura* núm. 3, en <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/web/servlet/download?up=2424>.
- ❑ CONSEJERÍA DE INDUSTRIA Y EMPLEO DEL GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS: “El sector audiovisual asturiano ante el reto del crecimiento”, en *Revista Empleo Activo* núm. 4, en <http://www.empleoactivo.es/es/index.asp?MP=33&MS=0&MN=1&MZ=85>.
- ❑ CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA (2001): *Convenio Colectivo para las Empresas Productoras Audiovisuales de Andalucía*, en BOJA núm. 29 de 10 de marzo de 2001.
- ❑ CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA (2006): *Decreto 1/2006, de 10 de enero, por el que se regula el régimen jurídico de las televisiones locales por ondas terrestres en Andalucía*, BOJA núm. 15 de 24 de enero de 2006.
- ❑ CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA DE MURCIA (2007): *Plan de Actuación en el Sector Audiovisual Murciano*, en [http://www.aparm.org/documentos/PASAM\\_ampl\\_Presidencia.pdf](http://www.aparm.org/documentos/PASAM_ampl_Presidencia.pdf).

- ❑ CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA (1993): *Libro blanco del conocimiento, competitividad y empleo*, en <http://europa.eu/generalreport/es/1997/esx50197.htm>.
- ❑ CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA (2007): *Informe conjunto sobre el empleo 2006-2007*, en [http://ec.europa.eu/employment\\_social/employment\\_strategy/pdf](http://ec.europa.eu/employment_social/employment_strategy/pdf).
- ❑ CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE ANDALUCÍA (2008): *Informe sobre la Situación Socioeconómica de Andalucía 2007*. Sevilla, Consejo Económico y Social de Andalucía.
- ❑ DE MIGUEL, A. y DE MIGUEL, I. (2002): *Calidad de vida laboral y organización del trabajo*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- ❑ DOLADO, J.J., GARCÍA-SERRANO, C. y JIMENO, J.F. (2002): *Drawing Lessons from the Boom of Temporary Jobs in Spain*, en [http://e-archivo.uc3m.es/dspace/bitstream/10016/3263/2/drawing\\_lessons\\_EJ\\_2002\\_ps.pdf](http://e-archivo.uc3m.es/dspace/bitstream/10016/3263/2/drawing_lessons_EJ_2002_ps.pdf).
- ❑ DOMÍNGUEZ, G. (2001): *Las redes holónicas y desarrollo institucional: la reestructuración de los centros (estructuras multifuncionales y polivalentes) como necesidad para responder a la diversidad*, en <http://www.ugr.es/~recfpro/rev51ART3.pdf>.
- ❑ ÉCIJA, H. (dir.) (2005): *Libro Blanco del Audiovisual: Hacia una nueva política audiovisual. Modelos de televisión, regulación de contenidos y consejos audiovisuales en España, Europa y EE.UU.* Madrid, Écija & Asociados Abogados.
- ❑ EMA RTV: *Conclusiones de la reunión sobre TDT de Antequera*, en <http://www.emartv.com/cont.php?action=ver&id=6344>.
- ❑ FEDERACIÓN ASOCIACIONES DE PRODUCTORES AUDIOVISUALES DE ESPAÑA, FAPAE (2007): *Memoria Anual 2007*, en <http://www.fapae.es/archivos/Memoria%20Fapae%202007.pdf>.
- ❑ FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA, FAPE (2007): *Alta precariedad en las televisiones locales de Andalucía*, en [http://www.fape.es/index.php?option=com\\_content&task=view&id=728&Itemid=128](http://www.fape.es/index.php?option=com_content&task=view&id=728&Itemid=128).
- ❑ FUNDACIÓN AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA (2000): *Estudio de Detección de Necesidades Formativas en el Sector Audiovisual de Andalucía*. Sevilla, Fundación Audiovisual de Andalucía.
- ❑ FUNDACIÓN AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA (2001): *Estudio de prospección del mercado de trabajo y detección de necesidades formativas en el sector audiovisual de Andalucía*. Sevilla, Fundación Audiovisual de Andalucía.
- ❑ FUNDACIÓN AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA (2007): *Guía del Audiovisual en Andalucía 2007-08*, Sevilla, Fundación Audiovisual de Andalucía.
- ❑ GONZÁLEZ, N. (1994): *Técnicas participativas de los educadores cubanos*. La Habana, Granma.



- ❑ GRUPO DE REGULACIÓN DE LAS COMUNICACIONES, GRETEL (2005A): *El sector audiovisual y su evolución. La televisión. Retos y oportunidades*. Madrid, Ibergraphic.
- ❑ GRUPO DE REGULACIÓN DE LAS COMUNICACIONES, GRETEL (2005B): *Doce ideas para la reforma del sector audiovisual*, en <http://www.gtic.ssr.upm.es/ccoit/Docs/articulos%20BIT/Doce%20ideas%20AV.pdf>.
- ❑ INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (2008): *Directorio de establecimientos con actividad económica en Andalucía*, en <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/direct/index.htm>.
- ❑ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1993): *Clasificación Nacional de Actividades Económicas (C.N.A.E.-93)*, en <http://www.ine.es/clasifi/cnae93rev1.pdf>.
- ❑ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1994): *Clasificación Nacional de Ocupaciones (C.N.O.-94.)*, en <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft40%2Fcno94%2F&file=inebase&L=0>.
- ❑ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2006): "El sector servicios: Panorámica de su estructura y características" en *Boletín Informativo del INE*, en <http://www.ine.es/revistas/cifraine/0306.pdf>.
- ❑ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2008A): *Directorio Central de Empresas*, en [http://www.ine.es/inebmenu/mnu\\_empresas.html](http://www.ine.es/inebmenu/mnu_empresas.html).
- ❑ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2008B): *Metodología general del Directorio Central de Empresas*, en <http://www.ine.es/metodologia/t37/t373020107.pdf>.
- ❑ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2008C): *Encuesta Población Activa*, en [http://www.ine.es/inebmenu/mnu\\_mercalab.htm](http://www.ine.es/inebmenu/mnu_mercalab.htm).
- ❑ LABOUR ASOCIADOS (2006): *Las condiciones de salud laboral en el sector de la producción audiovisual*, en <http://www.fes.ugt.org/gabinetes/saludlaboral/index.html>.
- ❑ MANPOWER PROFESSIONAL (2007): *Estudio sobre Calidad Laboral*, en <http://129.35.74.13/lmg/2A13B4AD6B5A42593E6260662D19C66.pdf>.
- ❑ MARTÍ, F.P. y MUÑOZ YEBRA, C. (1996): "Economía del cine y del sector audiovisual en España" en *Boletín Económico del ICE* núm. 2495, en [http://www.revistasice.com/cmsrevistas-ICE/pdfs/ICE\\_792\\_124-138.pdf](http://www.revistasice.com/cmsrevistas-ICE/pdfs/ICE_792_124-138.pdf).
- ❑ MINISTERIO DE CULTURA (2006): *El valor económico de la cultura en España*, en <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/VecE/Capitulos.html>.
- ❑ MINISTERIO DE CULTURA (2007): *Anuario de Estadísticas Culturales*, en <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/NAEC/2007/IndiceEstadisticas2007.html>.

- ❑ MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2005): *Real Decreto 944/2005, de 29 de julio, Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre*, en BOE núm. 181, de 30 de julio de 2005.
- ❑ MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL (1995): *Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, Ley de Estatuto de los Trabajadores*, en BOE núm. 75, de 29 de marzo de 1995.
- ❑ MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (1998): *Real Decreto 488/1998, de 27 de marzo, por el que se desarrolla el artículo 11 del Estatuto de los Trabajadores en materia de contratos formativos*, en BOE núm. 85, de 9 de abril de 1998.
- ❑ MINISTERIO DE TRABAJO E INMIGRACIÓN (2007): *Encuesta de Calidad de Vida en el Trabajo*, en <http://www.mtin.es/estadisticas/ecvt/Ecvt2007/IN2/index.htm>.
- ❑ MORRIS, M. y VEKKER, A. (2001) "An Alternative Look at Temporary Workers, Their Choices, and the Growth in Temporary Employment", *Journal of Labour Research*, vol. 22, en <http://transactionpub.metapress.com/link.asp?target&id=91CPNOBHHQRB2W5K>.
- ❑ OBSERVATORIO ARGOS (2008): *La Situación Laboral de las Personas Egresadas en Enseñanzas Universitarias y de Formación Profesional Reglada en Andalucía - Año académico 2005/2006*. Sevilla, Servicio Andaluz de Empleo de la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía.
- ❑ OBSERVATORIO AUDIOVISUAL EUROPEO (2008): *Focus 2007*, en [http://www.obs.coe.int/online\\_publication/reports/focus2007.pdf](http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/focus2007.pdf).
- ❑ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO, OCDE (2008): *Perspectivas del empleo de la OCDE*, en <http://www.oecd.org/dataoecd/38/5/40970397.pdf>.
- ❑ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, OMPI (1980): *Glosario de Derecho de Autor y Derechos Conexos*, en [http://www.acta.es/derechos\\_autor/da\\_glosario.htm](http://www.acta.es/derechos_autor/da_glosario.htm).
- ❑ ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, OIT (1949): *Recomendación 87 sobre la orientación laboral*, en <http://www.ilo.org/ilolex/cgi-lex/convds.pl?R087>.
- ❑ OSUNA, J.L. y BUENO, C. (2007): "La evaluación de las políticas públicas: el caso de las políticas de fomento del empleo estable" en *Revista ICE* núm. 836, en [http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/ICE\\_836\\_75-83.pdf](http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/ICE_836_75-83.pdf).
- ❑ PARLAMENTO EUROPEO: "Las industrias culturales y el empleo en los países de la Unión Europea" en *Economic Affairs Series*, en [http://www.europarl.europa.eu/workingpapers/educ/104aessum\\_es.htm](http://www.europarl.europa.eu/workingpapers/educ/104aessum_es.htm).
- ❑ PRICEWATERHOUSECOOPERS (2006): *Global Entertainment and Media Outlook 2006-2010*, en [http://kc3.pwc.es/local/es/kc3/publicaciones.nsf/V1/4373469F689C8134C125720A004162C1/\\$FILE/pdfGlobalOutlookPres17-10-06.pdf](http://kc3.pwc.es/local/es/kc3/publicaciones.nsf/V1/4373469F689C8134C125720A004162C1/$FILE/pdfGlobalOutlookPres17-10-06.pdf).



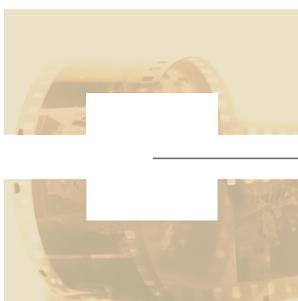
- ❑ RADIO Y TELEVISIÓN DE ANDALUCÍA, RTVA (2007): *Memoria 2007*. Sevilla, Dirección de Comunicación e Imagen de RTVA.
- ❑ REBOLLO, Y. (2007): *Influencia de la contratación temporal y las prestaciones por desempleo en el mercado laboral*. Sevilla, Centro de Estudios Andaluces de la Junta de Andalucía.
- ❑ RODRÍGUEZ, V. y ASÍÁN R. (2002): *Indicadores y fuentes estadísticas para el análisis de los mercados de trabajo*. Sevilla, Instituto de Desarrollo Regional - Fundación Universitaria.
- ❑ ROMÁN, C. y BUENO, C. (2004): *Nueva Economía y empleo en Andalucía*. Sevilla, Instituto de Desarrollo Regional - Fundación Universitaria.
- ❑ SANZ, J. A. y CASTRO, R. (2001): *Bienes culturales. Una caracterización de la disposición a no pagar*, en [http://www.jcyl.es/jcyl/cee/dgeae/congresos\\_ecoreg/CERCL/431\\_1.PDF](http://www.jcyl.es/jcyl/cee/dgeae/congresos_ecoreg/CERCL/431_1.PDF).
- ❑ SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES Y ESCRITORES (2006): *Anuario SGAE 2006*, en <http://www.artenetsgae.com/anuario2006/home.html>.
- ❑ TEA CEGOS, S.A (2007): *Estudio sobre el Empleo y Análisis de Perfiles Competenciales en el Sector de Actividades Culturales*. Sevilla, Servicio Andaluz de Empleo de la Junta de Andalucía.
- ❑ VIDAL, F. y OTROS (2006): *Exclusión social y estado de bienestar en España: V Informe FUHEM de políticas sociales*. Barcelona, Icaria Editorial.
- ❑ WEINBERG, D. (2004): *Formación Profesional, empleo y empleabilidad*, en <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/sala/weinberg/iii.htm>.
- ❑ XUNTA DE GALICIA (2002): *Elaboración de las cualificaciones profesionales del sector audiovisual*, (en soporte CD-Rom).







Anexos



# Anexos

---



## Anexo 1. Cuestionario Expectativas de empleo en el sector audiovisual andaluz (Estudiantes del audiovisual)



El Servicio Andaluz de Empleo, a través de la Dirección General de Intermediación e Inserción Laboral de la Consejería de Empleo, ha confiado a la Fundación Audiovisual de Andalucía el desarrollo del Estudio denominado **“Análisis de las Oportunidades de Empleo de la Industria Audiovisual en Andalucía: Caracterización, Tendencias y Perspectivas”**. Queremos solicitar su colaboración y hacerle unas preguntas encaminadas a detectar las expectativas de los futuros trabajadores en el sector Audiovisual.

Le garantizamos el absoluto anonimato y secreto de sus respuestas en el más estricto cumplimiento de las Leyes sobre secreto estadístico y protección de datos personales. Dado el interés general del tema, solicitamos su colaboración y se la agradecemos anticipadamente.

|   |   |
|---|---|
| Nombre del Centro:  |   |
| Municipio:  | Provincia:                                    |
| Titularidad del centro: Centro Público <input type="checkbox"/> Centro Privado <input type="checkbox"/> |   |
| Nivel formativo que cursa:  |   |
| <input type="checkbox"/> Ciclo Grado Medio  | <input type="checkbox"/> Ciclo Grado Superior |
| <input type="checkbox"/> Licenciatura   | <input type="checkbox"/> FPO                  |
| Especialidad o rama:  |   |

### BLOQUE I: IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA ENCUESTADA

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>P.1. Sexo</b>   | <input type="checkbox"/> Hombre  | <input type="checkbox"/> Mujer                    |
| <b>P.2. Edad</b>   |  |   |
| <b>P.3. ¿Qué nivel de estudios reglados ha alcanzado usted?</b>                                      |  |   |
| <input type="checkbox"/> ESO   | <input type="checkbox"/> Diplomado   |   |
| <input type="checkbox"/> Bachillerato LOGSE  | <input type="checkbox"/> Licenciado  |   |
| <input type="checkbox"/> Ciclo Grado Medio   | <input type="checkbox"/> Otros (especificar)                                 |   |
| <input type="checkbox"/> Ciclo Grado Superior  |  |   |
| <b>P.4. ¿Ha tenido que cambiar de residencia para cursar sus estudios?</b>                           |  |   |
|  | <input type="checkbox"/> SI  | <input type="checkbox"/> NO                       |
| <b>P.5. ¿Ha cursado o esta cursando algún tipo de formación complementaria? Indique especialidad</b> |  |   |
| <input type="checkbox"/> NO  | <input type="checkbox"/> SI  | ▶ <input type="checkbox"/> FPO _____              |
|  |  | <input type="checkbox"/> Formación Continua _____ |
|  |  | <input type="checkbox"/> Master _____             |
|  |  | <input type="checkbox"/> Cursos específicos _____ |
|  |  | <input type="checkbox"/> Ciclo formativo _____    |
|  |  | <input type="checkbox"/> Licenciatura _____       |
|  |  | <input type="checkbox"/> Otros _____              |
| <b>P.6. ¿Por qué eligió formarse en audiovisual?</b>   |  |   |
| <input type="checkbox"/> Por vocación  | <input type="checkbox"/> Consejos y recomendaciones de familiares y/o amigos |   |
| <input type="checkbox"/> Búsqueda de éxito y reconocimiento  | <input type="checkbox"/> No lo tengo claro                                   |   |
| <input type="checkbox"/> Un sector con mucha salida profesional                                      | <input type="checkbox"/> Otros motivos (especificar) _____                   |   |

### BLOQUE II: EXPECTATIVAS DE EMPLEO

|  |  |
|--|--|
| <b>P.7. Suponga que pudiera escoger entre las dos posibilidades que se le ofrecen. ¿Cuál preferiría usted? (Elija sólo una opción por cada pareja de enunciados)</b>             |  |
| A <input type="checkbox"/> Tener un contrato estable aunque fuese en otro sector.<br><input type="checkbox"/> Tener un contrato temporal en el sector Audiovisual                | B <input type="checkbox"/> Cambiar mi residencia para trabajar en una productora de prestigio en todo el país<br><input type="checkbox"/> Permanecer en mi municipio y trabajar en una empresa audiovisual local |
| C <input type="checkbox"/> Trabajar por cuenta ajena<br><input type="checkbox"/> Trabajar por cuenta propia  | D <input type="checkbox"/> Trabajar para RTVA<br><input type="checkbox"/> Trabajar para una productora independiente   |
| E <input type="checkbox"/> Trabajar en una oficina<br><input type="checkbox"/> Trabajar itinerante con una gran producción   | F <input type="checkbox"/> Trabajar con horario fijo en otro sector<br><input type="checkbox"/> Trabajar sin horario en el sector Audiovisual  |
| G <input type="checkbox"/> Ganar más salario en otro sector<br><input type="checkbox"/> Ganar menos salario pero trabajar en el sector audiovisual.                              | H <input type="checkbox"/> Un empleo estable<br><input type="checkbox"/> Un empleo incierto pero con posibilidades de desarrollo profesional   |
| I <input type="checkbox"/> Trabajar lejos de casa con fuerte movilidad en el sector Audiovisual<br><input type="checkbox"/> Trabajar en su municipio aunque fuese en otro sector |  |

| <b>P.8. ¿Está usted de acuerdo con que el sector audiovisual genera empleos....</b>   |   |  |   |   |
|---|---|--|---|---|
|   | Poco de acuerdo   | De acuerdo   | Muy de acuerdo  |   |
| (empleos) que exigen aprendizaje permanente   | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  |   |
| (empleos) excesivamente temporales  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  |   |
| (empleos) muy especializados  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  |   |
| (empleos) en los que se realizan distintas funciones  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  |   |
| (empleos) con salarios bajos  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  |   |
| (empleos) que no aseguran la permanencia en el puesto de trabajo  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  |   |
| (empleos) poco cualificados ocupados por personas muy formadas  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  |   |
| <b>P.9. Indique su disposición a aceptar un empleo en el sector Audiovisual aunque...</b>                                       |   |  |   |   |
|   | Nada dispuesto  | Poco dispuesto   | Dispuesto   | Totalmente dispuesto                                    |
| tuviese que abandonar el municipio temporalmente  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| tuviese que abandonar el municipio y cambiar de residencia  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| tuviese que trabajar jornadas muy intensas  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| tuviese que trabajar en un puesto de inferior categoría a la correspondiente a sus estudios                                     | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| tuviese que abandonar un puesto de trabajo estable en otro sector   | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| le exigiese desempeñar distintas funciones  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| le exigiese un continuo esfuerzo formativo  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| no tuviese oportunidades de desarrollo profesional  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| no estuviese remunerado pero adquiriese una gran experiencia  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| le ofreciesen un contrato en prácticas realizando las funciones de un puesto de trabajo   | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| no respondiese a sus preferencias profesionales   | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                |
| <b>P.10ª. Con su formación actual, ¿Cree que cumple los requisitos necesarios para poder trabajar en el sector audiovisual?</b> |   | Responda a la siguiente columna en los casos que responda <b>NO</b> en la anterior | <b>P.10b. En los casos en los que no cree que cumpla los requisitos ¿Estaría dispuesto a recibir la experiencia necesaria mediante prácticas aunque fuese sin cobrar?</b> |   |
| Conocimientos y Capacidades   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |  | ▶ ▶ ▶   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| Conocimientos teóricos audiovisuales  | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |  | ▶ ▶ ▶   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| Habilidades y competencias técnicas (manejo de equipos)   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |  | ▶ ▶ ▶   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| Conocimientos de programas específicos del audiovisual  | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |  | ▶ ▶ ▶   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| Capacidad resolutoria y de trabajo en equipo  | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |  | ▶ ▶ ▶   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| Competencias comunicativas (oral y escrita)   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |  | ▶ ▶ ▶   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| Proactividad e iniciativa   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |  | ▶ ▶ ▶   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| Creatividad   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |  | ▶ ▶ ▶   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| Orientación hacia el empleo   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |  | ▶ ▶ ▶   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |

**P.11. A su juicio, ¿Cuál de los siguientes factores supone la principal barrera para su inserción laboral? (Elija una opción)**

- Especialización técnica (formación específica)     Disposición o actitud ante el trabajo (madurez, iniciativa, capacidad de aprendizaje, responsabilidad...)
- Destrezas generales (informática, idiomas ...)     Otros (especificar) \_\_\_\_\_

**P.12. A su juicio, ¿cuál es el subsector y el trabajo del audiovisual que generan más empleo? A su vez, ¿en cuáles preferiría trabajar? (Elija una opción en cada bloque)**

| Subsectores                     | Hay más empleo en...     | Me gustaría trabajar en... | Áreas de trabajo          | Hay más empleo en...     | Me gustaría trabajar en... |
|---------------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Publicidad                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   | Guión/ documentación      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
| Cine                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   | Producción                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
| Documentales                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   | Realización / Dirección   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
| Animación                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   | Sonido                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
| TV estatal / autonómica         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   | Iluminación / Fotografía  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
| Nuevas tecnologías (multimedia) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   | Servicios a la producción | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
| TV local                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   | Edición y Montaje         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
| Otros (especificar)             | -----                    | -----                      | Postproducción            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
|                                 |                          |                            | Animación                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
|                                 |                          |                            | Creación multimedia       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
|                                 |                          |                            | Otros (especificar)       | -----                    | -----                      |

**P.13. En su opinión, indique cual sería el salario mínimo neto al mes que aceptaría trabajando a jornada completa, 8 horas diarias, en los siguientes supuestos:**

- Un primer empleo sin experiencia laboral previa \_\_\_\_\_ €/ mes
- Un empleo para un profesional con experiencia inferior a cuatro años \_\_\_\_\_ €/ mes
- Un empleo para un profesional con experiencia superior a cinco años \_\_\_\_\_ €/ mes

**P.14. Señale si está o no de acuerdo con las siguientes afirmaciones**

|  | De acuerdo               | En desacuerdo            |
|--|--------------------------|--------------------------|
| En los centros de formación enseñan a elaborar curriculum, hacer entrevistas de trabajo, buscar empleo, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Con frecuencia las empresas del sector no hacen buen uso de los contratos en prácticas                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La colaboración entre empresas hace más competitivo y fuerte al sector audiovisual                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para no perder el empleo en el sector es imprescindible formarse constantemente                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Las condiciones laborales de otras industrias son mejores que las del sector audiovisual                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Encontrar trabajo en el sector audiovisual en Andalucía es más difícil que en otras Comunidades Autónomas    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los jóvenes aceptan condiciones laborales inciertas  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aspiro a formar parte de una productora con prestigio y renombre en el sector audiovisual                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### BLOQUE III: CARACTERIZACIÓN DEL EMPLEO

#### P.15. ¿Ha buscado alguna vez empleo? En caso afirmativo, ¿Qué medios ha utilizado?

- |                               |  |   |
|-------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> NO   | <input type="checkbox"/> Servicio Andaluz de Empleo (SAE) antes INEM | <input type="checkbox"/> Prensa (anuncios publicados) |
| <input type="checkbox"/> SI ▶ | <input type="checkbox"/> Envío de CV a empresas y/o asociaciones     | <input type="checkbox"/> Servicios de orientación     |
|                               | <input type="checkbox"/> Empresas de trabajo temporal                | <input type="checkbox"/> Contactos personales         |
|                               | <input type="checkbox"/> Portales de búsqueda de empleo en Internet  | <input type="checkbox"/> Otros (especificar) _____    |

#### P.16. ¿En qué medida cree que afectan los siguientes problemas para encontrar un empleo?

|  | Nada                     | Poco                     | Bastante                 | Mucho                    |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Falta de adecuación a los requisitos formativos de las ofertas de empleo               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La falta de actualización de los planes de estudio                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Equipos antiguos en los centros de formación   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Problemas de movilidad geográfica  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Falta de reciclaje por parte de los docentes   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Carencias formativas en gestión empresarial, derechos de autor, comercialización, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofertas de empleo que no cubren las expectativas (salario, condiciones, etc)           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Falta de experiencia profesional   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Falta de asesoramiento para la búsqueda de empleo                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Otros (especificar) _____  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

#### P.17. De las siguientes afirmaciones elija con la que esté más de acuerdo:

- Las prácticas son fundamentales para completar la formación  
 Las prácticas no son necesarias para completar la formación
- Es más fácil encontrar trabajo tras realizar prácticas en empresas  
 Realizar prácticas sin la atención suficiente por la empresa desmotiva
- Las prácticas en empresas no facilitan el acceso al empleo  
 Las prácticas despiertan el interés por la profesión

#### Conteste este último tramo de preguntas sólo en caso de estar trabajando o haber trabajado en un empleo relacionado con el sector audiovisual responda a las siguientes preguntas:

#### P.18. ¿Qué tipo de contrato tiene o tuvo? (Elija una opción)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Contrato fijo (indefinido)                | <input type="checkbox"/> Voluntariado/Ayuda familiar |
| <input type="checkbox"/> Contrato temporal con dedicación completa | <input type="checkbox"/> Contrato de prácticas       |
| <input type="checkbox"/> Contrato temporal con dedicación parcial  | <input type="checkbox"/> Autónomo                    |
| <input type="checkbox"/> Contrato de aprendizaje/Beca de formación | <input type="checkbox"/> Otro (especifique) _____    |

#### P.19. ¿A qué actividad se dedicaba o se dedica la empresa que le emplea? (Elija una opción)

- |                                     |                                       |   |   |
|-------------------------------------|---------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Publicidad | <input type="checkbox"/> Documentales | <input type="checkbox"/> Cine               | <input type="checkbox"/> Otra (especificar) |
| <input type="checkbox"/> Animación  | <input type="checkbox"/> Televisión   | <input type="checkbox"/> Nuevas tecnologías |   |

#### P.20. ¿En qué medida le satisfacen los siguientes aspectos respecto al trabajo?

|  | Nada                     | Poco                     | Bastante                 | Todo                     |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Salario  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jornada laboral  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Estabilidad  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relación nivel de estudios-categoría profesional       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aplicación de conocimientos adquiridos en sus estudios | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ritmo de trabajo                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ambiente de trabajo                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



## Anexo 2. Cuestionario Profesionales y mercado de trabajo en el sector audiovisual andaluz (Profesionales)



El Servicio Andaluz de Empleo, a través de la Dirección General de Intermediación e Inserción Laboral de la Consejería de Empleo, ha confiado a la Fundación Audiovisual de Andalucía el desarrollo del Estudio denominado **“Análisis de las Oportunidades de Empleo de la Industria Audiovisual en Andalucía: Caracterización, Tendencias y Perspectivas”**. Queremos solicitar su colaboración y hacerle unas preguntas encaminadas a identificar las características del empleo existente en el sector audiovisual así como el grado de satisfacción y las expectativas de los profesionales que trabajan en él.

Le garantizamos el absoluto anonimato y secreto de sus respuestas en el más estricto cumplimiento de las Leyes sobre secreto estadístico y protección de datos personales. Dado el interés general del tema, solicitamos su colaboración y se la agradecemos anticipadamente.

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| Nombre de la empresa: |            |
| Municipio:            | Provincia: |
| Sector de Actividad:  | CNAE:      |

| BLOQUE I. PERFIL DE LA PERSONA ENCUESTADA  |  |   |                                     |
|--|--|---|-------------------------------------|
| P1. Sexo   |  | Hombre <input type="checkbox"/>                         | Mujer <input type="checkbox"/>      |
| P2. Edad   |  | Años _____  |                                     |
| P3. ¿Cuál es el nivel de estudios más alto que ha alcanzado Vd.?   |  |   |                                     |
| <input type="checkbox"/> ESO   | <input type="checkbox"/> Ciclo Grado Superior                                | <input type="checkbox"/> Otros (especifique cual) _____ |                                     |
| <input type="checkbox"/> Bachillerato LOGSE  | <input type="checkbox"/> Diplomado   |   |                                     |
| <input type="checkbox"/> Ciclo Grado Medio   | <input type="checkbox"/> Licenciado  |   |                                     |
| P4. ¿Ha cursado algún tipo de formación complementaria en materia audiovisual? En caso afirmativo indique cuales |  |   |                                     |
| <input type="checkbox"/> NO  | <input type="checkbox"/> SI  | FPO <input type="checkbox"/> Un curso                   | <input type="checkbox"/> Dos cursos |
|  |  | Formación Continua <input type="checkbox"/> Un curso    | <input type="checkbox"/> Dos cursos |
|  |  | Master <input type="checkbox"/> Un curso                | <input type="checkbox"/> Dos cursos |
|  |  | Cursos específicos <input type="checkbox"/> Un curso    | <input type="checkbox"/> Dos cursos |
|  |  | Otros <input type="checkbox"/> Un curso                 | <input type="checkbox"/> Dos cursos |
|  |  |   | <input type="checkbox"/> Más de dos |
|  |  |   | <input type="checkbox"/> Más de dos |
|  |  |   | <input type="checkbox"/> Más de dos |
|  |  |   | <input type="checkbox"/> Más de dos |
| P5. ¿Por qué eligió formarse y trabajar en el sector audiovisual?  |  |   |                                     |
| <input type="checkbox"/> Por vocación  | <input type="checkbox"/> Consejos y recomendaciones de familiares y/o amigos |   |                                     |
| <input type="checkbox"/> Búsqueda de éxito y reconocimiento  | <input type="checkbox"/> Por los elevados salarios                           |   |                                     |
| <input type="checkbox"/> Un sector con mucha salida profesional  | <input type="checkbox"/> Otros motivos (especificar) _____                   |   |                                     |

| BLOQUE II: CARACTERIZACIÓN DEL EMPLEO  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| P6. Desde que finalizó sus estudios ¿Ha trabajado alguna vez en un empleo relacionado con el sector audiovisual?   | SI <input type="checkbox"/><br>NO <input type="checkbox"/> (Pasar a Pregunta 20.) |  |   |
| P7. ¿A través de qué medios ha encontrado los empleos relacionados con el sector Audiovisual en los que ha trabajado?  |   |  |   |
| <input type="checkbox"/> Servicio Andaluz de Empleo (SAE) antes INEM   | <input type="checkbox"/> Prensa (anuncios publicados)                             |  |   |
| <input type="checkbox"/> Envío de CV a empresas y/o asociaciones   | <input type="checkbox"/> Servicios de orientación                                 |  |   |
| <input type="checkbox"/> Empresas de trabajo temporal  | <input type="checkbox"/> Contactos personales                                     |  |   |
| <input type="checkbox"/> Portales de búsqueda de empleo en Internet  | <input type="checkbox"/> Otros (especificar) _____                                |  |   |
| P8. Desde que se incorporó al mercado laboral audiovisual ¿cuántas veces ha cambiado de trabajo?   |   |  |   |
| Nunca <input type="checkbox"/>   | De 1 a 3 veces <input type="checkbox"/>   |  |   |
|  | De 3 a 6 veces <input type="checkbox"/>   |  |   |
|  | Más de 6 veces <input type="checkbox"/>   |  |   |
| P9. Hasta la fecha, ¿cuánto tiempo ha trabajado en el sector audiovisual?  |   |  |   |
| Años _____   |   |  |   |
| P10. Comparando su primer empleo con el último que ha tenido o tiene en el sector audiovisual, ¿podría indicarnos cómo han evolucionado los siguientes aspectos? |   |  |   |
|  | Han empeorado   | No han cambiado                              | Han mejorado                            |
| Condiciones salariales   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                     | <input type="checkbox"/>                |
| Estabilidad laboral  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                     | <input type="checkbox"/>                |
| Perspectivas de promoción dentro de la empresa   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                     | <input type="checkbox"/>                |
| Jornada de trabajo   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                     | <input type="checkbox"/>                |
| P11. ¿Cuántas veces ha estado usted desempleado/a o parado/a a lo largo de su vida?  |   |  |   |
| <input type="checkbox"/> Nunca   | <input type="checkbox"/> De 1 a 3 veces   | <input type="checkbox"/> De 3 a 6 veces      | <input type="checkbox"/> Más de 6 veces |
| P12. En su actual/último empleo en el sector audiovisual, ¿Desempeñó más de un puesto de trabajo al mismo tiempo? En caso afirmativo, indique cuántos.           |   | NO <input type="checkbox"/>                  | SI <input type="checkbox"/>             |
|  |   | Nº: _____ ↓                                  |   |
| P13. Atendiendo a la actividad profesional en el sector audiovisual, ¿Qué tipo de puesto ocupó en el último empleo u ocupa actualmente?                          |   |  |   |
| Creativo / Técnico <input type="checkbox"/>  | Gestión / Admón <input type="checkbox"/>  | Varios/Polivalencia <input type="checkbox"/> | Otro (especifique) _____                |

**P14. Identifique el primer y el último empleo ocupado en el Sector Audiovisual, atendiendo a los siguientes criterios:**

\*Relación/Tipo de contrato: S.C Sin contrato, C.P Contrato de Prácticas, C.E Contrato Eventual, C.I Contrato Indefinido, AU Autónomo/Freelance

|                                    | Trabajo n° 1 (su primer empleo)  |  | Trabajo n° 2 (su último empleo)  |  |
|------------------------------------|--|--|--|--|
| <b>Actividad de la empresa</b>     | <input type="checkbox"/> Publicidad<br><input type="checkbox"/> Cine<br><input type="checkbox"/> Documental<br><input type="checkbox"/> Animación<br><input type="checkbox"/> Tv | <input type="checkbox"/> Multimedia<br><input type="checkbox"/> Fotografía<br><input type="checkbox"/> Radio<br><input type="checkbox"/> Otros | <input type="checkbox"/> Publicidad<br><input type="checkbox"/> Cine<br><input type="checkbox"/> Documental<br><input type="checkbox"/> Animación<br><input type="checkbox"/> Televisión | <input type="checkbox"/> Multimedia<br><input type="checkbox"/> Fotografía<br><input type="checkbox"/> Radio<br><input type="checkbox"/> Otros |
| <b>Relación / Tipo de contrato</b> | <input type="checkbox"/> S.C<br><input type="checkbox"/> C.P<br><input type="checkbox"/> C.E   | <input type="checkbox"/> C.I<br><input type="checkbox"/> AU<br><input type="checkbox"/> Otros  | <input type="checkbox"/> S.C<br><input type="checkbox"/> C.P<br><input type="checkbox"/> C.E   | <input type="checkbox"/> C.I<br><input type="checkbox"/> AU<br><input type="checkbox"/> Otros  |
| <b>Duración de la actividad</b>    | <input type="checkbox"/> - 1mes<br><input type="checkbox"/> 1-3 meses<br><input type="checkbox"/> 3-6 meses  | <input type="checkbox"/> 6meses - 1año<br><input type="checkbox"/> 1-2 años<br><input type="checkbox"/> + 2 años                               | <input type="checkbox"/> - 1mes<br><input type="checkbox"/> 1-3 meses<br><input type="checkbox"/> 3-6meses   | <input type="checkbox"/> 6meses-1año<br><input type="checkbox"/> 1-2 años<br><input type="checkbox"/> + 2 años                                 |
| <b>Grado satisfacción</b>          | Nada Poco Bastante Mucho<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>  |  | Nada Poco Bastante Mucho<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>  |  |

**P15. En su actual / último empleo en el Sector Audiovisual ¿En qué medida le satisfacen los siguientes aspectos respecto al trabajo?**

|   | Nada                     | Poco                     | Bastante                 | Todo                     |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Salario   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jornada laboral desempeñada   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Estabilidad   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Relación nivel de estudios-categoría profesional                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aplicación de conocimientos adquiridos en sus estudios                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ritmo de trabajo  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ambiente de trabajo   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Posibilidades de desarrollo profesional                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Movilidad geográfica  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realización de distintos trabajos según las necesidades de la empresa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formación continua, posibilidad de reciclar mis conocimientos         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Otros, especificar  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**P16. En general, ¿Qué salario neto al mes, por jornadas de 8 horas,**

- Recibió en el primer empleo que ocupó sin experiencia laboral previa en el Sector Audiovisual \_\_\_\_\_ €/ mes
- Recibe en su empleo actual / último empleo en el Sector Audiovisual \_\_\_\_\_ €/ mes
- Espera recibir en el próximo trabajo en el Sector Audiovisual que ocupe \_\_\_\_\_ €/ mes

**P17. En la actualidad, ¿está buscando otro empleo? En caso afirmativo indique los motivos**

- NO  Como complemento al actual  Falta de proyección interna
- SI, en el sector Audiovisual ▶  Insatisfacción con el salario  Falta de motivación
- SI, en otros sectores ▶  Perspectivas de perder el actual

**P18. ¿Ha tenido que cambiar de residencia para desarrollar su trabajo en el Sector Audiovisual?**

SI  NO

**P19. Su actual/ último empleo en el Sector Audiovisual, ¿Le exigía desplazamientos continuos?**

SI  NO

**BLOQUE III: PREFERENCIAS, EXPECTATIVAS Y TENDENCIAS DEL SECTOR**

**P.20a. Con su formación inicial, ¿Cree que cumplía los requisitos necesarios para poder comenzar a trabajar en el sector audiovisual?**

|   |   |
|---|---|
| Conocimientos y Capacidades                             | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |
| Conocimientos teóricos audiovisuales                    | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |
| Habilidades y competencias técnicas (manejo de equipos) | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |
| Conocimientos de programas específicos del audiovisual  | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |
| Capacidad resolutoria y de trabajo en equipo            | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |
| Competencias comunicativas (oral y escrita)             | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |
| Proactividad e iniciativa                               | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |
| Creatividad   | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |
| Orientación hacia el empleo                             | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO ▶ |

Responda a la siguiente columna en los casos que responda **NO** en la anterior

**P.20b. En los casos en los que no cumplía los requisitos ¿Los ha adquirido en el/los trabajo/s que ha ocupado hasta el momento?**

|       |   |
|-------|---|
| ▶ ▶ ▶ | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| ▶ ▶ ▶ | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| ▶ ▶ ▶ | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| ▶ ▶ ▶ | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| ▶ ▶ ▶ | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| ▶ ▶ ▶ | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| ▶ ▶ ▶ | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |
| ▶ ▶ ▶ | <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO |

|  |  |  |                          |                          |                          |
|--|--|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>P21. De los siguientes factores ¿Cuál ha supuesto la principal barrera para su inserción laboral? (Elija una opción)</b>  |  |  |                          |                          |                          |
| <input type="checkbox"/> Especialización técnica (formación específica)  |  | <input type="checkbox"/> Disposición o actitud ante el trabajo (madurez, iniciativa, capacidad de aprendizaje, responsabilidad...  |                          |                          |                          |
| <input type="checkbox"/> Destrezas generales (informática, idiomas ...)  |  | <input type="checkbox"/> Otros (especificar) _____   |                          |                          |                          |
| <input type="checkbox"/> Falta experiencia laboral previa  |  |  |                          |                          |                          |
| <b>P22. Suponga que pudiera escoger entre las dos posibilidades que se le ofrecen. ¿Cuál preferiría usted? Elija sólo una opción por cada pareja de enunciados.</b>              |  |  |                          |                          |                          |
| A <input type="checkbox"/> Tener un contrato estable aunque fuese en otro sector.<br><input type="checkbox"/> Tener un contrato temporal en el sector Audiovisual                |  | B <input type="checkbox"/> Cambiar mi residencia para trabajar en una productora de prestigio en todo el país<br><input type="checkbox"/> Permanecer en mi municipio y trabajar en una empresa audiovisual local |                          |                          |                          |
| C <input type="checkbox"/> Trabajar por cuenta ajena<br><input type="checkbox"/> Trabajar por cuenta propia  |  | D <input type="checkbox"/> Trabajar para RTVA<br><input type="checkbox"/> Trabajar para una productora independiente   |                          |                          |                          |
| E <input type="checkbox"/> Trabajar en una oficina<br><input type="checkbox"/> Trabajar itinerante con una gran producción   |  | F <input type="checkbox"/> Trabajar con horario fijo en otro sector<br><input type="checkbox"/> Trabajar sin horario en el sector Audiovisual  |                          |                          |                          |
| G <input type="checkbox"/> Ganar más salario en otro sector<br><input type="checkbox"/> Ganar menos salario pero trabajar en el sector audiovisual.                              |  | H <input type="checkbox"/> Un empleo estable<br><input type="checkbox"/> Un empleo incierto pero con posibilidades de desarrollo profesional   |                          |                          |                          |
| I <input type="checkbox"/> Trabajar lejos de casa con fuerte movilidad en el sector Audiovisual<br><input type="checkbox"/> Trabajar en su municipio aunque fuese en otro sector |  |  |                          |                          |                          |
| <b>P23. ¿Está usted de acuerdo con que el sector audiovisual genera empleos...</b>   |  |  |                          |                          |                          |
|  | Nada de acuerdo  | Poco de acuerdo  | Algo de acuerdo          | De acuerdo               | Muy de acuerdo           |
| (empleos) que exigen aprendizaje permanente  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (empleos) excesivamente temporales   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (empleos) muy especializados   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (empleos) en los que se realizan distintas funciones   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (empleos) con salarios bajos   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (empleos) que no aseguran la permanencia en el puesto de trabajo   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (empleos) poco cualificados ocupados por personas muy formadas   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>P24. De las siguientes afirmaciones elija con la que esté más de acuerdo:</b>   |  |  |                          |                          |                          |
| 1  | <input type="checkbox"/> Las prácticas en empresas son fundamentales para completar la formación<br><input type="checkbox"/> Las prácticas en empresas no son necesarias para completar la formación |  |                          |                          |                          |
| 2  | <input type="checkbox"/> Es más fácil encontrar trabajo tras realizar prácticas en empresas<br><input type="checkbox"/> Realizar prácticas sin la atención suficiente por la empresa desmotiva       |  |                          |                          |                          |
| 3  | <input type="checkbox"/> Las prácticas en empresas no facilitan el acceso al empleo<br><input type="checkbox"/> Las prácticas en empresas despiertan el interés por la profesión                     |  |                          |                          |                          |
| <b>P25. Indique su disposición a aceptar un empleo en el Sector Audiovisual aunque...</b>  |  |  |                          |                          |                          |
|  | Nada dispuesto   | Poco dispuesto   | Dispuesto                | Totalmente dispuesto     |                          |
| tuviese que abandonar el municipio temporalmente   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| tuviese que abandonar el municipio y cambiar de residencia   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| tuviese que trabajar jornadas muy intensas   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| tuviese que trabajar en un puesto de inferior categoría a la correspondiente a sus estudios  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| tuviese que abandonar un puesto de trabajo estable en otro sector  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| le exigiese desempeñar distintas funciones   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| le exigiese un continuo esfuerzo formativo   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| no tuviese oportunidades de desarrollo profesional   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| no estuviese remunerado pero adquiriese una gran experiencia   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| le ofreciesen un contrato en prácticas realizando las funciones de un puesto de trabajo  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |
| no respondiese a sus preferencias profesionales  | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                          |

| <b>P26. Señale si está o no de acuerdo con las siguientes afirmaciones</b>                                   | De acuerdo               | En desacuerdo            |
|--|--------------------------|--------------------------|
| En los centros de formación enseñan a elaborar curriculum, hacer entrevistas de trabajo, buscar empleo, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Con frecuencia las empresas del sector audiovisual no hacen buen uso de los contratos en prácticas           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La colaboración entre empresas hace más competitivo y fuerte al sector audiovisual                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para no perder el empleo en el sector audiovisual es imprescindible formarse constantemente                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Las condiciones laborales de otras industrias son mejores que las del sector audiovisual                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Encontrar trabajo en el sector audiovisual en Andalucía es más difícil que en otras Comunidades Autónomas    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los jóvenes aceptan condiciones laborales inciertas  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aspiro a formar parte de una productora con prestigio y renombre en el sector audiovisual                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



## Anexo 3. Cuestionario Caracterización y tendencias de la demanda de mano de obra del sector audiovisual andaluz (Empresas)

|   |                                       |   |  |  |
|---|---------------------------------------|---|--|--|
|  | UNIÓN EUROPEA<br>FONDO SOCIAL EUROPEO |  | Servicio Andaluz de Empleo<br>CONSEJERÍA DE EMPLEO | ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN ANDALUCÍA:<br>CARACTERIZACIÓN, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS<br>EXPT.E. SC/EDM/00009/2007 |
|---|---------------------------------------|---|--|--|

Buenos días/tardes. Mi nombre es ... . El Servicio Andaluz de Empleo, a través de la Dirección General de Intermediación e Inserción Laboral de la Consejería de Empleo, ha confiado a la Fundación Audiovisual de Andalucía el desarrollo del Estudio denominado “Análisis de las Oportunidades de Empleo de la Industria Audiovisual en Andalucía: Caracterización, Tendencias y Perspectivas”. Queremos solicitar su colaboración y hacerle unas preguntas encaminadas a identificar las características del empleo existente en el sector audiovisual así como las necesidades y expectativas de los empleadores en dicha materia.

Su empresa ha sido seleccionada al azar. Le garantizamos el absoluto anonimato y secreto de sus respuestas en el más estricto cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999 sobre secreto estadístico y protección de datos personales. Dado el interés general del tema, solicitamos su colaboración y se la agradecemos anticipadamente.

### BLOQUE I: CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

#### P1. Personalidad Jurídica y número de socios.

|                      |                          |                         |                     |                          |
|----------------------|--------------------------|-------------------------|---------------------|--------------------------|
| Sociedad Limitada    | <input type="checkbox"/> | Nº <input type="text"/> | Institución pública | <input type="checkbox"/> |
| Sociedad Anónima     | <input type="checkbox"/> | Nº <input type="text"/> | Autónomo            | <input type="checkbox"/> |
| Sociedad Cooperativa | <input type="checkbox"/> | Nº <input type="text"/> | Otros               | <input type="checkbox"/> |

#### P2. Años transcurridos desde el inicio de su actividad:

|                |                          |                |                          |
|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| Menos de 1 año | <input type="checkbox"/> | Más de 10 años | <input type="checkbox"/> |
| De 1 a 3 años  | <input type="checkbox"/> | Ns / Nc        | <input type="checkbox"/> |
| De 3 a 10 años | <input type="checkbox"/> |                |                          |

#### P3. ¿Es miembro de alguna Asociación o Federación de empresas? En caso afirmativo indique cuál.

NO       SI ↓

Nombre: \_\_\_\_\_

#### P4. Tipo de empresa

|                                       |                          |
|---------------------------------------|--------------------------|
| Productora                            | <input type="checkbox"/> |
| Productora y de servicios             | <input type="checkbox"/> |
| Servicios a la Producción             | <input type="checkbox"/> |
| Servicios a la Postproducción         | <input type="checkbox"/> |
| Servicios Producción y Postproducción | <input type="checkbox"/> |
| Distribuidora                         | <input type="checkbox"/> |
| Televisión                            | <input type="checkbox"/> |
| Radio                                 | <input type="checkbox"/> |
| Otros (especificar)                   | <input type="checkbox"/> |
| Ns / Nc                               | <input type="checkbox"/> |

#### P5. Tipo de subactividad

|                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| Publicidad                      | <input type="checkbox"/> |
| Cine                            | <input type="checkbox"/> |
| Documentales                    | <input type="checkbox"/> |
| Animación                       | <input type="checkbox"/> |
| Televisión                      | <input type="checkbox"/> |
| Multimedia (nuevas tecnologías) | <input type="checkbox"/> |
| Fotografía                      | <input type="checkbox"/> |
| Radio                           | <input type="checkbox"/> |
| Otros (especificar)             | <input type="checkbox"/> |
| Ns / Nc                         | <input type="checkbox"/> |

#### P6. Señale, entre los siguientes, el grado de descentralización con el que identifica a su empresa. Señale sólo una opción.

|   |                          |
|---|--------------------------|
| No subcontrata nada a otras empresas, asume todas las tareas de producción así como los servicios de apoyo.   | <input type="checkbox"/> |
| Asume todas las tareas del proceso productivo principal pero subcontrata ciertos servicios de apoyo como finanzas, informática, gestión de nóminas...etc. | <input type="checkbox"/> |
| Subcontrata ciertas fases del proceso productivo principal por diversas causas: productivas, de calidad, de valor añadido...                              | <input type="checkbox"/> |
| Asume escasas fases del proceso productivo principal o simplemente las tareas de gestión y organización   | <input type="checkbox"/> |

#### P7. ¿Subcontrata servicios a otras empresas y/o profesionales? (Señale los motivos en caso afirmativo.)

|  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> NO                            | <input type="checkbox"/> Dificultad de encontrar personal suficientemente cualificado<br><input type="checkbox"/> Búsqueda de especialización en la actividad principal<br><input type="checkbox"/> Formación inadecuada del capital humano en el sector<br><input type="checkbox"/> Escaso valor añadido de la actividad subcontratada<br><input type="checkbox"/> Falta de capacidad productiva (equipos técnicos, personal, ...)<br><input type="checkbox"/> Causas de la producción, aumentos de la demanda en momentos puntuales<br><input type="checkbox"/> Otras (especificar) _____ |
| <input type="checkbox"/> SI, actividades principales → | <input type="checkbox"/> Dificultad de encontrar personal suficientemente cualificado<br><input type="checkbox"/> Búsqueda de especialización en la actividad principal<br><input type="checkbox"/> Formación inadecuada del capital humano en el sector<br><input type="checkbox"/> Escaso valor añadido de la actividad subcontratada<br><input type="checkbox"/> Falta de capacidad productiva (equipos técnicos, personal, ...)<br><input type="checkbox"/> Causas de la producción, aumentos de la demanda en momentos puntuales<br><input type="checkbox"/> Otras (especificar) _____ |
| <input type="checkbox"/> SI, actividades secundarias → | <input type="checkbox"/> Dificultad de encontrar personal suficientemente cualificado<br><input type="checkbox"/> Búsqueda de especialización en la actividad principal<br><input type="checkbox"/> Formación inadecuada del capital humano en el sector<br><input type="checkbox"/> Escaso valor añadido de la actividad subcontratada<br><input type="checkbox"/> Falta de capacidad productiva (equipos técnicos, personal, ...)<br><input type="checkbox"/> Causas de la producción, aumentos de la demanda en momentos puntuales<br><input type="checkbox"/> Otras (especificar) _____ |

#### P8. ¿En cuál de los siguientes intervalos de facturación se situó su empresa en 2007? Señale sólo una opción.

|                        |                          |                          |                          |                    |                          |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| Menos de 100.000 €     | <input type="checkbox"/> | De 250.000 a 500.000 €   | <input type="checkbox"/> | Más de 1.000.000 € | <input type="checkbox"/> |
| De 100.000 a 250.000 € | <input type="checkbox"/> | De 500.000 a 1.000.000 € | <input type="checkbox"/> | Ns / Nc            | <input type="checkbox"/> |

#### P9. Ámbito geográfico del mercado que atiende su empresa. Indique el porcentaje:

|            |                 |                 |               |                    |
|------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------------|
| Local ___% | Provincial ___% | Autonómico ___% | Nacional ___% | Internacional ___% |
|------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------------|

**P10. ¿Qué peso tienen en sus ingresos los siguientes clientes?**

|  | Mucho<br>(más del<br>75%) | Bastante<br>(entre el 50 y<br>el 75%) | Algo<br>(entre el 25 y<br>el 50%) | Poco<br>(entre el 0 y<br>el 25%) | Nada<br>(el 0%)          |
|--|---------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| 1. RTVA  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 2. Contratos con otras empresas e instituciones públicas | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 3. Incentivos y subvenciones públicos                    | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 4. Televisiones locales públicas                         | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 5. Televisiones locales privadas                         | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 6. Otras televisiones privadas                           | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 7. Otros medios de comunicación                          | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 8. Empresas de otros sectores                            | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 9. Agencias de publicidad                                | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 10. Distribuidoras                                       | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |
| 11. Otros (Indique cuál) _                               | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/> |

**BLOQUE II: EMPLEO GENERADO POR LA EMPRESA**

**P11. Señale el número máximo y mínimo de trabajadores/as que ha alcanzado la plantilla de su empresa en el último año, atendiendo a las siguientes clasificaciones.**

|                               | Menor de 25 años |        | De 25 a 34 años |        | De 35 a 44 años |        | Mayor de 45 años |        |
|-------------------------------|------------------|--------|-----------------|--------|-----------------|--------|------------------|--------|
|                               | Máximo           | Mínimo | Máximo          | Mínimo | Máximo          | Mínimo | Máximo           | Mínimo |
| Eventuales a media jornada    |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| Eventuales a jornada completa |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| Fijos a media jornada         |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| Fijos a jornada completa      |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| Autónomos / Freelance         |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| <b>TOTAL</b>                  |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
|                               | <b>HOMBRE</b>    |        |                 |        | <b>MUJER</b>    |        |                  |        |
|                               | N ° Máximo       |        | N ° Mínimo      |        | N ° Máximo      |        | N ° Mínimo       |        |
| Eventuales a media jornada    |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| Eventuales a jornada completa |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| Fijos a media jornada         |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| Fijos a jornada completa      |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| Autónomos / Freelance         |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |
| <b>TOTAL</b>                  |                  |        |                 |        |                 |        |                  |        |

**P12. En caso de que su empresa disponga de trabajadores temporales para la actividad principal, indique aproximadamente, cómo se distribuye la proporción de estos trabajadores según: *En caso de no disponer de trabajadores temporales para la actividad principal pase a la Pregunta 13.***

| Contratados por horas | Contratados por un periodo inferior a 1 semana | Contratados por periodos entre 1 semana a 1 mes | Contratados por periodos entre 1 mes a 6 meses | Contratados por periodos de más de 6 meses | NS NC |
|-----------------------|--|---|--|--|-------|
|                       |  |   |  |  | 100%  |

**P13. En estos momentos, en referencia a la actividad principal de su empresa y en términos generales ¿cuál sería el salario máximo que estaría dispuesto a pagar al contratar a un/a trabajador/a sin experiencia laboral?**

\_\_\_\_\_ € brutos mensuales

**P14. ¿Se han llevado a cabo programas de formación continua en su empresa en los dos últimos años? En caso negativo, indique el motivo o motivos entre los siguientes:**

- SI
- NO →
- Falta de tiempo para realizarlos
  - Costes demasiado elevados
  - Oferta formativa no adecuada a nuestras necesidades
  - No he tenido información al respecto
  - No creo que haga falta
  - Otros

**P15. ¿Dónde recurre o recurriría para contratar a nuevos profesionales? *Señale tantos como sea necesario***

- Servicio Andaluz de Empleo (SAE) antes INEM
- CV recibidos en la propia empresa
- Empresas de trabajo temporal
- Portales de empleo en Internet
- Publicación de ofertas de empleo en prensa
- Centros de formación
- Contactos personales
- Otros (especifique)

**P16. Recientemente, ¿ha tenido dificultades para encontrar personal técnico que se ajuste a sus necesidades?**

- SI       NO (pasar a P 18)       NS/NC (pasar a P 18)

**P17. ¿Qué tipo de dificultades ha tenido para encontrar el personal acorde a sus necesidades?**

- Falta de especialización técnica (formación específica)
- Falta de destrezas generales (informática, idiomas...)
- Falta de disposición o actitud ante el trabajo (madurez, iniciativa, capacidad de aprendizaje, ...)
- Falta de experiencia laboral previa
- Otros (especificar)



| <b>P18. En relación a los siguientes requisitos y/o competencias, señale si a su juicio son relevantes para acceder al empleo en el sector audiovisual y si los jóvenes están capacitados en las mismas:</b> |   |   |                                   |                          |                          |
|--|---|---|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
|  | Son importantes, pero los jóvenes que buscan empleo no las poseen | Son importantes, y los jóvenes que buscan empleo las poseen | No son importantes en este sector |                          |                          |
| Los conocimientos teóricos   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Las habilidades y competencias técnicas (manejo de equipos)  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Conocimientos específicos del audiovisual  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Capacidad resolutive y de trabajo en equipo  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Competencias comunicativas (oral y escrita)  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Proactividad e iniciativa  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Creatividad  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Capacidad para aprender  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Adaptación al cambio y flexibilidad  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Capacidad de realizar distintas funciones  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Alto grado de movilidad geográfica   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Disposición a trabajar jornadas intensivas en momentos concretos   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Especialización en materias muy concretas  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Disposición a reciclarse y a actualizar conocimientos  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Capacidad para adaptarse a distintos puestos según la necesidad de la empresa  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Experiencia laboral previa   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Disposición a aceptar empleos temporales o estacionales  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| Titulación universitaria   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          |                          |                          |
| <b>P19. ¿En qué grado considera que los siguientes aspectos satisfacen las expectativas del personal de su empresa?</b>  |   |   |                                   |                          |                          |
|  | Mucho   | Bastante  | Poco                              | Nada                     |                          |
| 1. Salario   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> |                          |
| 2. Jornada laboral desempeñada   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> |                          |
| 3. Estabilidad en el empleo  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> |                          |
| 4. Relación nivel de estudios - categoría profesional ocupada  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> |                          |
| 5. Relación de sus estudios con el puesto desempeñado  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> |                          |
| 6. Ritmo de trabajo  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> |                          |
| 7. Ambiente de trabajo   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> |                          |
| <b>P20. ¿Con que frecuencia su empresa...</b>  |   |   |                                   |                          |                          |
|  | Siempre   | Muchas veces  | Algunas veces                     | Pocas veces              | Nunca                    |
| Contrata a trabajadores/as de forma eventual?  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Subcontrata las tareas a otras empresas?   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recurre a las horas extraordinarias de los trabajadores en plantilla?  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recurre a trabajadores autónomos?  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Posibilita la promoción interna de los trabajadores en plantilla?  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Incorpora a trabajadores de ETT?   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recurre a contratos en prácticas para cubrir necesidades productivas?  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se ve obligada a prescindir de trabajadores competentes por intermitencias en la producción?   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Intenta atraer a personas del sector con experiencia y talento reconocidos?  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Varía el número de trabajadores en plantilla?  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los/las candidatos/as a un puesto poseen niveles de estudio superiores a los requeridos por la empresa?  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Padece la fuga de profesionales hacia otras empresas y/o sectores?   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rechaza proyectos por falta de capacidad humana para ejecutarlos?  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### BLOQUE III: TENDENCIAS DEL SECTOR AUDIOVISUAL ANDALUZ

#### P21. Piensa que en los próximos 3 años, el número de empleados en su empresa:

Aumentará                      Se mantendrá igual                                            Disminuirá                                            Ns / Nc                     

#### P22. Las empresas han de hacer frente a cambios de forma casi permanente, señale cuál de los siguientes tiene proyectado para un futuro próximo:

|  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Ampliar el negocio a nuevas actividades                   | <input type="checkbox"/> Ampliar geográficamente el mercado al que se dirige |
| <input type="checkbox"/> Invertir en el conocimiento de nuevas técnicas de trabajo | <input type="checkbox"/> Ninguno   |
| <input type="checkbox"/> Introducir nuevos equipos o tecnologías                   | <input type="checkbox"/> Otras (especifique)                                 |
|  | <input type="checkbox"/> Ns / Nc   |

#### P23. Independientemente de que vaya o no a realizar estos cambios, si tuviera que hacerlos, el personal del que dispone...

|   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Está perfectamente cualificado para hacer frente a los cambios             | <input type="checkbox"/> Habría que contratar personal nuevo porque el actual no está lo suficientemente cualificado |
| <input type="checkbox"/> Tendría dificultades para adaptarse, pero no sería necesario tomar medidas | <input type="checkbox"/> Subcontrataría porque con el personal de su empresa no podría afrontar dichos cambios       |
| <input type="checkbox"/> Tendrían que formarse para afrontar los cambios                            | <input type="checkbox"/> Ns / Nc   |

#### P24. Señale su grado de acuerdo con las siguientes frases: *Mostrar tarjeta n.º 1*

|   | Mucho                    | Bastante                 | Algo                     | Poco                     | Nada                     |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Para conseguir plantillas eficientes y evitar la "fuga de talentos" es necesario ofrecer mejores condiciones de empleo a los trabajadores                   | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo del sector audiovisual andaluz dependerá del grado de innovación que adopten las empresas   | <input type="checkbox"/> |
| Para afrontar los grandes retos las empresas audiovisuales necesitan generar estrategias de colaboración.   | <input type="checkbox"/> |
| En la actualidad es difícil que las empresas del sector audiovisual tengan capacidad para evitar la fuga de profesionales hacia otras empresas y/o sectores | <input type="checkbox"/> |
| En la actualidad existen grandes oportunidades de negocio para las empresas del sector  | <input type="checkbox"/> |
| El empleo en el sector audiovisual está inevitablemente sujeto a la estacionalidad de la producción   | <input type="checkbox"/> |
| No existen centros de formación adecuados a las necesidades específicas de las empresas audiovisuales   | <input type="checkbox"/> |
| Las empresas son la mejor vía para formar en la práctica a los jóvenes aspirantes a trabajar en el sector.  | <input type="checkbox"/> |
| La implantación de la TDT va a suponer un importante empuje para las empresas audiovisuales andaluzas   | <input type="checkbox"/> |
| Llegada cierta edad parte de los trabajadores buscan estabilidad laboral en otras actividades en tanto que en el audiovisual no se les ofrece.              | <input type="checkbox"/> |
| En general, las empresas del sector dependen en exceso de RTVA  | <input type="checkbox"/> |
| Las empresas audiovisuales andaluzas van a saber aprovechar la oportunidad que constituye la digitalización y los nuevos soportes multimedia                | <input type="checkbox"/> |
| Para lograr que crear una industria audiovisual fuerte es necesario mejorar las condiciones del empleo en el sector   | <input type="checkbox"/> |

A rellenar por el Entrevistador. (*Entrevistador: solicite estos datos al final de la entrevista, explicando que es para la empresa que encarga el trabajo pueda supervisar el trabajo*)

|                      |            |
|----------------------|------------|
| Razón Social :       |            |
| Sector de Actividad: |            |
| Dirección:           |            |
| Municipio:           | Provincia: |
| Código Postal        | Teléfono 1 |
| E-mail               | Teléfono 2 |
| Persona de contacto  | Página Web |
|                      | Cargo      |

**TARJETA N ° 1:**

- 1.- Para conseguir plantillas eficientes y evitar la "fuga de talentos" es necesario ofrecer mejores condiciones de empleo a los trabajadores.
- 2.- El desarrollo del sector audiovisual andaluz dependerá del grado de innovación que adopten las empresas.
- 3.- Para afrontar los grandes retos las empresas audiovisuales necesitan generar estrategias de colaboración.
- 4.- En la actualidad es difícil que las empresas del sector audiovisual tengan capacidad para evitar la fuga de profesionales hacia otras empresas y/o sectores.
- 5.- En la actualidad existen grandes oportunidades de negocio para las empresas del sector.
- 6.- El empleo en el sector audiovisual está inevitablemente sujeto a la estacionalidad de la producción.
- 7.- No existen centros de formación adecuados a las necesidades específicas de las empresas audiovisuales.
- 8.- Las empresas son la mejor vía para formar en la práctica a los jóvenes aspirantes a trabajar en el sector.
- 9.- La implantación de la TDT va a suponer un importante empuje para las empresas audiovisuales andaluzas.
- 10.- Llegada cierta edad parte de los trabajadores buscan estabilidad laboral en otras actividades en tanto que en el audiovisual no se les ofrece.
- 11.- En general, las empresas del sector dependen en exceso de RTVA.
- 12.- Las empresas audiovisuales andaluzas van a saber aprovechar la oportunidad que constituye la digitalización y los nuevos soportes multimedia.
- 13.- Para lograr que crear una industria audiovisual fuerte es necesario mejorar las condiciones del empleo en el sector.

## Anexo 4. Apéndice fotográfico



 Inauguración Mesa de Personas Expertas del Ámbito de la Formación.



 Participantes Mesa de Personas Expertas del Ámbito de la Formación.



Participantes Mesa de Personas Expertas del Ámbito de la Formación.



Participantes Mesa de Personas Expertas del Ámbito de la Formación.



Inauguración Mesa de Personas Expertas del Ámbito Institucional y Empresarial.



Participantes Mesa de Personas Expertas del Ámbito Institucional y Empresarial.



Participantes Mesa de Personas Expertas del Ámbito Institucional y Empresarial.



Participantes Mesa de Personas Expertas del Ámbito Institucional y Empresarial.



 Estudiantes de últimos cursos de Formación Profesional Audiovisual. I.E.S. Pablo Neruda.



 Estudiantes de últimos cursos de Formación Profesional Audiovisual. I.E.S. Ángel de Saavedra.











Fundación Audiovisual de Andalucía

Avda. Matemáticos Rey Pastor y Castro, 6 ☒ Pabellón Canal Sur ☒ Isla de la Cartuja ☒ 41092 Sevilla

Tlfno.: +(34) 954 467 310 ☒ Fax: +(34) 954 461 516 ☒ [funda@fundacionava.org](mailto:funda@fundacionava.org)

[www.fundacionava.org](http://www.fundacionava.org) ☒ [www.avandalus.org](http://www.avandalus.org)

Financia:



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Social Europeo



Servicio Andaluz de Empleo  
CONSEJERÍA DE EMPLEO

Edita:



Fundación Audiovisual  
de Andalucía

**RTVA**  
Radio y Televisión de Andalucía