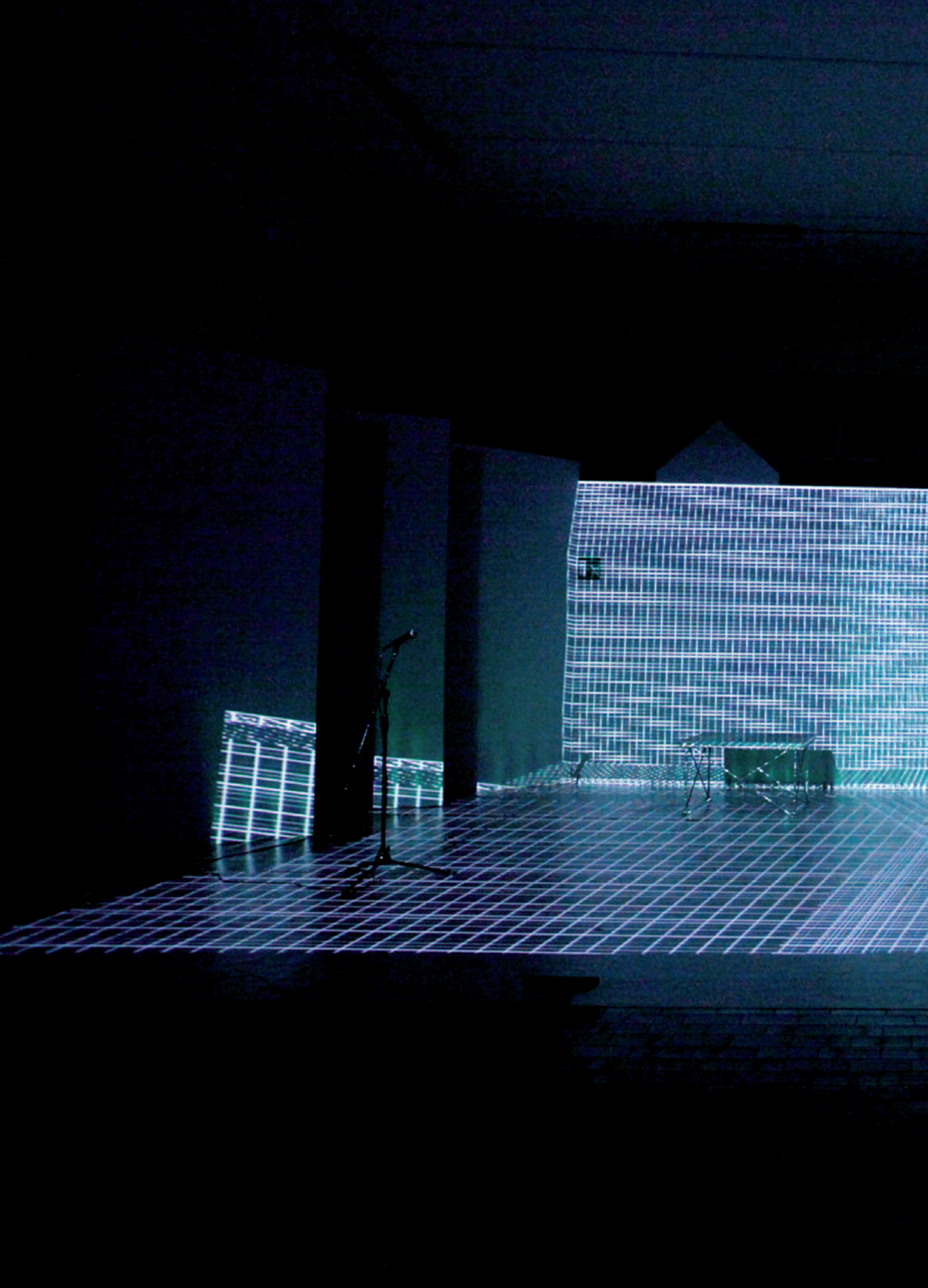
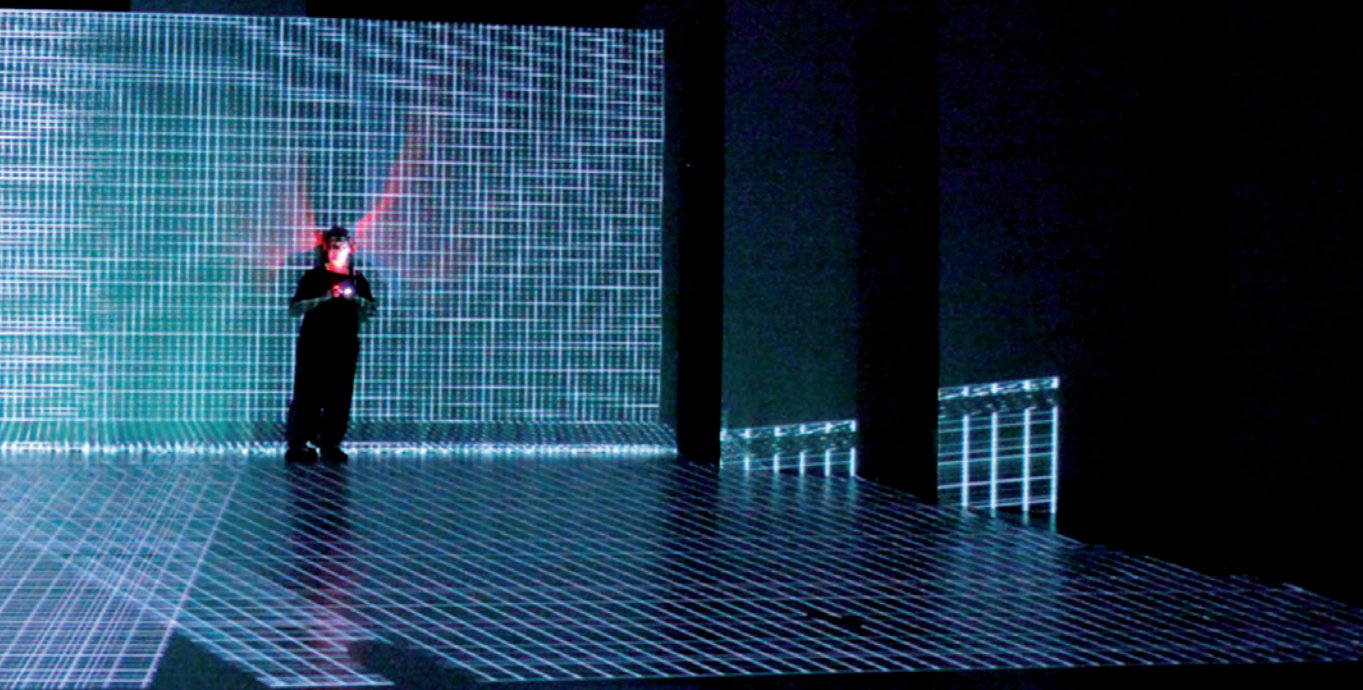


**EVALUACIÓN
DEL PROGRAMA
AC/E PARA LA
INTERNACIONA-
LIZACIÓN DE
LA CULTURA
ESPAÑOLA
2014-2015**

INFORME DE RESULTADOS





A yellow ruler with the word "RULES" printed in large, black, serif capital letters. The ruler has red markings along the top edge.

A CANNED RAVIOLI TASTES AS GOOD
AS FRESH

no pipe stinks to its smoker.

* ~ ~ ~ Children Talk Back. Pets Don't. ~ ~ *

Never play puff with a silky child.

Spelt: there still are body men

The road likes to help make leaves on Saturday morning

2. Sent Early before their Father's Dr

**EVALUACIÓN
DEL PROGRAMA
AC/E PARA LA
INTERNACIONA-
LIZACIÓN DE
LA CULTURA
ESPAÑOLA
2014-2015**

INFORME DE RESULTADOS



INTRODUCCIÓN 11

I. METODOLOGÍA 13

- 1.1. Objetivos de la evaluación 13
- 1.2. Técnicas de recogida de información 15
- 1.3. Encuesta y diseño de cuestionarios 16
- 1.4. Desarrollo del trabajo de campo y ficha técnica de las encuestas 16
 - 1.4.1. Encuesta a beneficiarios del PICE Movilidad y PICE Visitantes 16

II. PRINCIPALES HALLAZGOS 19

- 2.1. Perfil de los encuestados 19
- 2.2. Proyección de la cultura española en el exterior y conocimiento de políticas culturales 20
 - a) Consideración de la cultura española 20
 - b) Conocimiento de la producción de los creadores y profesionales españoles 20
- 2.3. Conocimiento y valoración del PICE 21
 - a) Conocimiento de la Sociedad Estatal AC/E 21
 - b) Conocimiento del PICE Movilidad y PICE Visitantes 21
 - c) Valoración de la utilidad del PICE Movilidad y PICE Visitantes 23
- 2.4. Cumplimiento de objetivos del PICE 24
- 2.5. Satisfacción con los resultados de la actividad realizada y planteamiento de futuras actividades 26
- 2.6. Evaluación de diversos aspectos de la gestión del PICE 28

III. PERFIL DE LOS ENCUESTADOS 31

- 3.1. Tipo de vinculación al PICE y afiliación profesional 31
- 3.2. Características sociodemográficas 37
- 3.3. Según países de origen de los beneficiarios y países de destino en el caso de beneficiarios PICE Movilidad 38
- 3.4. Según áreas culturales de referencia 41

IV. CULTURA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR 43

- 4.1. Presencia de la cultura española en el exterior 43
- 4.2. Conocimiento de la producción de los creadores y profesionales españoles 46
- 4.3. Opinión sobre la promoción de la producción de los creadores y profesionales españoles por el mundo 52
- 4.4. Políticas públicas para la internacionalización de la cultura española 56

V. CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DEL PICE

61

- 5.1. Conocimiento de AC/E y de PICE Movilidad y PICE Visitantes 61
 - 5.1.1. Conocimiento de Acción Cultural Española (AC/E) 62
 - 5.1.2. Conocimiento PICE Movilidad y PICE Visitantes 66
- 5.2. Valoración general del PICE 71
 - 5.2.1. Valoración de la utilidad del PICE Movilidad y PICE Visitantes 72
 - 5.2.2. Relación entre valoración y conocimiento 76
 - 5.2.3. Relación entre valoración general y satisfacción 78
- 5.3. Valoración de la actividad realizada en el marco de PICE 80

VI. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DEL PICE

83

- 6.1. Cubrir vacíos existentes 83
- 6.2. Concordancia entre objetivos del PICE y de los beneficiarios y entidades participantes 87
 - 6.2.1. Importancia de los objetivos cuando recibieron las ayudas del PICE 88
 - 6.2.2. Valoración del éxito obtenido en dichos objetivos después de realizar las actividades 90
- 6.3. Valoración de los contactos realizados 92
- 6.4. Aumento de la presencia en foros y posicionamiento en el mercado cultural internacional 94
- 6.5. Interés del público 95
- 6.6. Valoración de la crítica recibida 99

VII. SATISFACCIÓN CON LOS RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD REALIZADA Y PLANTEAMIENTO DE FUTURAS ACTIVIDADES

103

- 7.1. Satisfacción con los resultados de la actividad realizada
y grado de cumplimiento de las expectativas existentes 103
 - 7.1.1. Satisfacción con los resultados de la actividad 104
 - 7.1.2. Grado de cumplimiento de las expectativas existentes 105
- 7.2. Planteamientos de futuras actividades 108
 - 7.2.1. Intención de realizar próximas actividades internacionales 109
 - 7.2.2. Planificación del tipo de actividad que realizarían 112

VIII. GESTIÓN DE LAS MODALIDADES DE MOVILIDAD Y VISITANTES DEL PICE 117

- 8.1 Valoración de elementos específicos de la gestión 117
 - 8.1.1 Criterios de selección 117
 - 8.1.2 Número de ayudas 120
 - 8.1.3 Valoración de diversos aspectos de la gestión de las ayudas:
criterios, plazos, cuantía y cofinanciación 122
 - 8.1.4 Valoración de diversos aspectos de la gestión de las ayudas:
seguimiento, tramitación de pagos y comunicación 124
- 8.2 Otros beneficios de la gestión del PICE: continuidad con acciones ya iniciadas
y relatividad del beneficio económico 125
- 8.3 Aspectos mejorables del Programa para los beneficiarios y expertos encuestados 126

IX. RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA 131

ANEXO 1

CUESTIONARIO Y GUION DE ENTREVISTAS CUALITATIVAS 135

ÍNDICE DE TABLAS 145

ÍNDICE DE GRÁFICOS 145

GLOSARIO 149



INTRODUCCIÓN

Acción Cultural Española (AC/E) desde 2013 con su Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE), pone a disposición de los profesionales de nuestro sector creativo-cultural un instrumento que facilita su inclusión en los circuitos culturales internacionales. Las dos modalidades del Programa, Ayudas a Movilidad y Ayudas a Visitantes incentivan así la internacionalización del sector.

Las Ayudas a Movilidad ofrecen un incentivo económico —en régimen de co financiación— a las instituciones culturales públicas y privadas extranjeras que estén interesadas en programar a creadores españoles. Las Ayudas a Visitantes permiten a entidades culturales en España, como ferias, festivales, etc., que los prescriptores y programadores extranjeros de las distintas disciplinas artísticas conozcan a través de ellas la realidad española en su sector, para así incorporar en sus programas a creadores y profesionales de nuestro país.

Desde el inicio del programa, AC/E ha incidido en la necesidad de contar con una evaluación externa de implementación y resultados. La Unidad de Investigación y Estudios Sociales de la Universidad de Comillas realizó una primera evaluación entre 2013 y 2014 en la que los participantes valoraron muy positivamente el PICE como programa útil y flexible para los creadores, profesionales y artistas españoles con vocación de presencia en el exterior. La evaluación permitió también realizar cambios concretos y ajustes en diversos aspectos del Programa.

Dando continuidad a este compromiso de evaluación, se han tomado ahora como objeto de análisis las acciones del PICE entre agosto de 2014 y septiembre de 2015. Con esta calendarización se pasa a emplear una referencia temporal más parecida a las programaciones de temporadas de eventos y actividades artísticas y culturales. En ese sentido, la próxima evaluación englobará las actividades de la temporada 2015–16 (de otoño a otoño)

El estudio mantiene la misma metodología, con algunas novedades y mejoras, en los cuestionarios empleados y facilitando su manejo. Por otro lado, se añaden entrevistas en profundidad a expertos de cada una de las cinco áreas artísticas del PICE.



I. METODOLOGÍA

La evaluación del PICE tiene como principales objetivos determinar en qué medida se está avanzando hacia los objetivos planteados y conocer la satisfacción de las personas e instituciones que intervienen. El estudio realizado también permite obtener información sobre otros aspectos de valor para el programa, como la opinión sobre la imagen de la cultura española en el exterior o la valoración de los aspectos económicos y de gestión.

Los principales hitos metodológicos de la evaluación se pueden resumir en los siguientes puntos.

1.1. Objetivos de la evaluación

Los objetivos generales de la evaluación son fundamentalmente dos. El primero es determinar en qué medida la implementación del PICE permite alcanzar los objetivos de internacionalización de la cultura española fijados para el programa, valorando también en qué grado son efectivas las diferentes líneas de actuación abiertas con las dos modalidades de programa que ofrece, que se concretan en las Ayudas a Visitantes (PICE Visitantes) y Ayudas a la Movilidad (PICE Movilidad). Y, en segundo lugar, determinar también si hay aspectos de la actuación en los que son necesarios reajustes o cambios que se puedan tener en cuenta más adelante en sus distintas convocatorias.

Manteniendo una continuidad con la anterior evaluación, realizada durante el año 2014, los objetivos específicos para la evaluación de las dos modalidades del programa son cuatro:

- Conocer la opinión de los expertos–instituciones implicados sobre la complementariedad del PICE con respecto a otras políticas públicas de potenciación de las industrias creativas y culturales en cada uno de los sectores, y en concreto su valoración sobre si con ellos se ha cubierto vacíos.
- Medir el grado de satisfacción de los beneficiarios directos e instituciones participantes en el programa, distinguiendo entre instituciones solicitantes, receptoras y los participantes–beneficiarios de los mismos.

- Recoger la valoración que hacen los distintos actores implicados sobre los resultados alcanzados con las actividades promovidas por el PICE Movilidad y Visitantes, concretamente en cuanto al objetivo de incrementar la percepción de la presencia de la creación contemporánea española en el mundo del arte y las industrias culturales dentro y fuera de las fronteras españolas.

- Medir el grado de conocimiento y difusión interior y exterior del Programa.

Asimismo se ha fijado objetivos específicos para la evaluación de las dos modalidades de programa —Movilidad y Visitantes—, siendo objetivos para el PICE Visitantes:

- Descubrir si los visitantes beneficiarios del programa han realizado algún tipo de acción en sus propias instituciones de origen destinada a informar (en su caso positivamente) o acometer algún tipo de relación futura con los creadores y/o las instituciones españolas conocidas a raíz de su visita.

- Determinar si las visitas realizadas a los eventos durante su estancia en España hubieran sido hechas de igual forma no teniendo la ayuda concedida.

- Conocer el grado de reconocimiento y conocimiento previos a la participación en el Programa de los eventos, artistas y creadores españoles de su ámbito de interés.

Y con respecto al PICE Movilidad, los objetivos específicos son:

- Determinar si la presencia de los artistas y creadores en el extranjero se hubiera producido sin la ayuda del programa.

- Averiguar si va a derivar de las estancias algún tipo de acción futura entre instituciones extranjeras y creadores españoles. En concreto, si las instituciones receptoras piensan contar con los artistas o creadores españoles en el futuro para algún tipo de actividad.

- Comprobar si en los casos que había una participación previa en el PICE Visitantes se ha dado una facilidad añadida para la presencia de españoles en tales entidades a través del PICE Movilidad.

- Conocer en qué medida los beneficiarios consideran que la actividad realizada ha permitido mejorar su visibilidad y posición internacionales en los círculos culturales de otros países. En concreto, si ha aumentado su conocimiento en el exterior, la venta de sus obras y/o presencia en foros, festivales y encuentros nacionales e internacionales.

Atendiendo a los anteriores objetivos, el cuestionario se ha estructurado en los siguientes bloques de preguntas:

- Variables sociodemográficas y de clasificación.

- Opinión sobre el contexto cultural español; situación de la cultura española en el exterior.

- Funcionamiento del PICE Movilidad y Visitantes, existencia o no (y grado en su caso) de complementariedad con otras políticas públicas.

- Valoración de la actividad.
- Intención de continuar en actividades con AC/E en futuro.
- Gestión de AC/E: opinión sobre la facilidad o no de los procedimientos administrativos del Programa (solicitud; procedimientos para presentación de facturas y otros; suficiencia de fondos asignados, etc.).

1.2. Técnicas de recogida de información

La recogida de información se ha instrumentado mediante una combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas, incluyendo una encuesta en diferentes fases y entrevistas en profundidad que se desarrollaron de la siguiente forma.

1. *Revisión de cuestionarios*: unificación de los dos cuestionarios empleados con anterioridad (beneficiarios directos y expertos) y mejora.

2. *Preparación de la muestra*: se consolidó un listado de contactos que contenía toda la información necesaria para identificar y contactar a los sujetos participantes en PICE Movilidad y Visitantes en el período evaluado.

2. *Encuesta web de evaluación*: destinadas a todos los sujetos beneficiarios de las Ayudas a la Movilidad y Ayudas a Visitantes, así como a los expertos e instituciones que tomaron parte en las actividades promovidas. La información se recogió a través de un cuestionario precodificado autoadministrado a través de internet, distribuyendo el acceso al cuestionario a través de correo electrónico a las personas incluidas en las bases de datos de AC/E. Los programas utilizados para el diseño del cuestionario web y la recogida de datos fueron Gandia Quest y Gandia Integra¹. La duración media de la entrevista debería haberse situado entre 12 y 15 minutos, estructurando el cuestionario con: preguntas precodificadas de diverso tipo (escalas de valoración, preguntas categóricas y nominales, variables de clasificación sociodemográfica básica, etc.) y preguntas de tipo abierto o semiabierto que fueron codificadas a partir de los literales de respuesta. Para el desarrollo de la encuesta y su aplicación, tratamiento y depuración de datos, así como para el análisis se utilizan los programas Gandia Barbwin v7 y IBM-SPSS en su versión 20².

La encuesta se desarrolló con la recogida de información en dos oleadas (orientativamente febrero y septiembre 2015), enviando la encuesta simultáneamente a beneficiarios, expertos e instituciones.

1. Se puede encontrar información de referencia sobre estos programas en la página web de Tesi Gandia. Sobre el programa Integra en la dirección <http://www.tesigandia.com/PRODUCTOS/Programasdecampo/integra.aspx>, el diseñador de cuestionarios Gandia Quest en <http://www.tesigandia.com/PRODUCTOS/Programasdecampo/quest.aspx> (fecha de acceso: 8/07/13).

2. Para más información sobre ambos programas, véase las páginas web: acerca de Gandia Barbwin (<http://www.tesigandia.com/PRODUCTOS/Explotaci%C3%B3nEstad%C3%ADstica/GandiaBarbWin.aspx>) y IBM-SPSS v21 (<http://www-01.ibm.com/software/es/analytics/spss/>). Fecha de acceso: 8/7/12.

3. *Entrevistas en profundidad*: se realizaron cinco entrevistas en profundidad a expertos independientes (no participantes en el PICE), escogiendo una persona de cada una de las cinco disciplinas artísticas que distingue el PICE. Las entrevistas se realizaron de forma posterior a la encuesta, para recabar información que complementara los análisis en curso, también para aclarar cuestiones que surgieron de dicho análisis. El guión que estructura y orienta las entrevistas fue elaborado por el equipo de la UIES en colaboración con los coordinadores del PICE en AC/E. Tres de las cinco entrevistas se realizaron en encuentros personales, en Madrid, y dos por videoconferencia mediante Skype con personas que se encontraban en otras provincias.

4. *Análisis e informes*: se ha realizado un único informe que engloba los resultados de las dos oleadas de la encuesta web, si bien entre una y otra oleada se ofreció un avance de resultados. Para el análisis se han aplicado técnicas de estadística descriptiva e inferencial básica, incluyendo tabulaciones y gráficos estadísticos univariados y multivariados, produciendo las correspondientes tablas estadísticas de los resultados diferenciando frecuencias de respuesta, porcentajes verticales y horizontales de las preguntas categóricas o nominales, e incluyendo estadísticos descriptivos de las variables numéricas incluidas en los cuestionarios. Para el análisis cualitativo de las preguntas de tipo abierto incluidas en el cuestionario, se ha realizado una codificación por categorías, así como una interpretación directa y uso en los informes de los literales (verbatim) más representativos de determinadas tendencias de respuesta.

En cuanto las entrevistas en profundidad, se han transcrito los archivos de audio con la grabación de las entrevistas, realizando un análisis del discurso a partir de dichas transcripciones. A partir de estos análisis se han extraído los principales ejes temáticos y las referencias en el discurso, utilizando el programa Nvivo v.10³.

1.3. Encuesta y diseño de cuestionarios

El diseño de los cuestionarios y la preparación de los listados de participantes en la encuesta se realizaron conjuntamente entre la Unidad de Investigación y Estudios Sociales y AC/E. Antes de iniciar las encuestas se realizó una prueba piloto de los dos cuestionarios.

1.4. Desarrollo del trabajo de campo y ficha técnica de las encuestas

1.4.1. Encuesta a beneficiarios del PICE Movilidad y PICE Visitantes

Fechas de realización del trabajo de campo: los datos se recogieron entre los días 15 de abril y 29 de mayo —primera oleada— y del 10 de septiembre al 8 de octubre —segunda oleada—. La duración

3. Nvivo para Windows se trata de un programa registrado por la empresa QSR International, primer referente en software especializado para análisis cualitativo. Ver web: <http://www.qsrinternational.com/nvivo-spanish>.

media de las entrevistas fue de 19 minutos, sin embargo la mitad de los encuestados contestó en un tiempo cercano o inferior a los 15 minutos. La media se vio incrementada debido a que algunas entrevistas telefónicas se extendieron al dar pie a conversaciones sobre los temas tratados.

Muestra: se ha validado un total de 277 entrevistas tras contactar con las 1.664 personas registradas en las bases de datos del PICE, en relación a actividades y eventos que tuvieron lugar entre los meses de septiembre de 2014 y septiembre de 2015⁴. El margen de error teórico de la muestra es de $\pm 5,38$ para la probabilidad más desfavorable ($p/q=0.5/0.5$) y un margen de confianza del 95%⁵.

Poniendo en relación el número de entrevistas realizadas con el número de contactos trasladados a la Unidad de Investigación por AC/E en cada una de las categorías anteriores, se observa que la representatividad de la encuesta resulta variable para las distintos tipos de entrevista. Como se ha indicado antes, el margen de error para datos globales que resulta de la encuesta es de un $\pm 5,38\%$ y es importante señalar que mejora en un punto porcentual el margen de error de la encuesta de la evaluación realizada un año atrás (6,3%). La muestra ha quedado segmentada en tres bloques, dos de ellos incluyen las entrevistas relativas a los participantes en PICE Movilidad y PICE Visitantes, distinguiendo las subcategorías de Beneficiarios y Entidades en cada uno de los mismos. Los márgenes de error y la representatividad de las submuestras de entrevistas están detallados en la tabla abajo.

TABLA 1 TAMAÑO MUESTRAL Y MÁRGENES DE ERROR								
Tipo de entrevistas		Num. contactos				Muestra		Márgenes de error (*)
		1ª Ola	2ª Ola(**)	Total	%	Abs.	%	
PICE Movilidad	Beneficiarios	210	417	627	41,7%	90	32,5%	9,57
	Entidades	121	250	371	25,0%	94	33,9%	8,75
PICE Visitantes	Beneficiarios	266	240	506	24,0%	49	17,7%	13,32
	Entidades	46	88	134	8,8%	38	13,7%	13,51
Otros	Instituciones proponentes	11	3	14	0,3%	4	1,4%	-
	Comité Asesor	10	2	12	0,2%	2	0,7%	-
Total:		664	1000	1664		277	16,6%	5,17

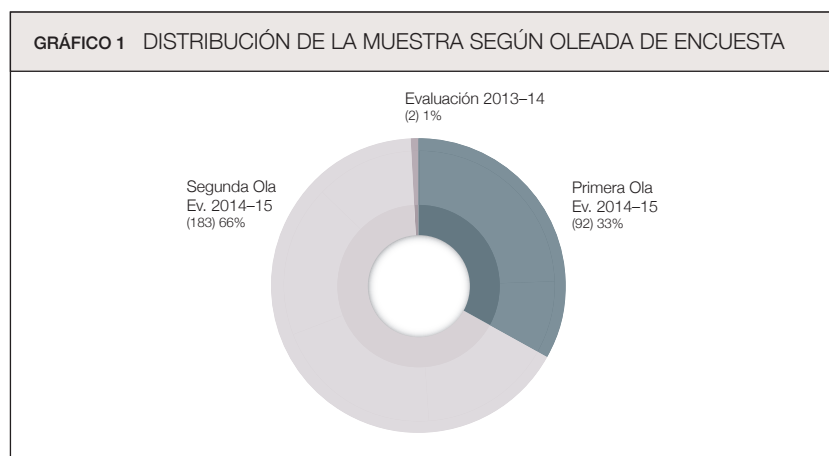
(*) Estimados para un nivel de confianza del 95% y probabilidad $p/q=50/50$, para el total de contactos real (sin acumulados) de 1206 y los subtotales aproximados según la acumulación de las dos oleadas.

(**) Acumula los no utilizados y entrevistas aplazadas de la Primera Ola más 544 contactos nuevos de actividades que tienen lugar después de marzo 2015. Por lo tanto la columna que suma el total repite algunos contactos, su utilidad es orientativa.

4. Cada uno de estos contactos está vinculado a un sector cultural desde la base de datos, permitiendo establecer también otros campos empleados en la encuesta, como tipo de entrevistado, país de origen, destino, etc.

5. Se deben tomar los márgenes de error solo como referencia, ya que el error teórico (máximo a obtener en caso de la probabilidad más desfavorable) se calcula para el supuesto de una muestra probabilística en la que los sujetos son elegidos aleatoriamente. En este caso, como se envió el acceso a la encuesta al 100% de la población estudiada y no a una muestra de la misma, responden todas las personas que quieren y pueden hacerlo y no los que se eligen al azar para representar al conjunto.

En el tercer bloque, etiquetado como “Otros” en la tabla anterior, incluye las entrevistas que corresponden al conjunto de instituciones proponentes y al Comité Asesor del PICE. Para este subconjunto las entrevistas no pretenden tener representatividad estadística y se tendrán en cuenta siempre cuando se analice datos globales, mientras que se omitirán de tablas o gráficos cuando se estime oportuno, ya que no se puede comparar porcentajes de respuesta de un subconjunto con una base tan pequeña (en ciertas tabulaciones y análisis se presenta como categoría agrupada con base $n = 6$ que representa un 2,16% del conjunto de la muestra).



1.4.2. Entrevistas en profundidad a expertos independientes

Los criterios por los que se eligió a una persona destacada de cada uno de los cinco sectores culturales incluidos en el PICE son, primero, su grado de independencia con respecto a AC/E y el mismo PICE, ya que no son personas ni del Comité Asesor ni vinculadas a AC/E. Y en segundo lugar, que se trate de profesionales con una posición estratégicamente bien situada como para tener una visión general de la evolución y las circunstancias de cada sector cultural.

Las entrevistas se realizaron entre los meses de septiembre y octubre, tres de ellas en encuentros personales y dos mediante medios de comunicación informáticos (videoconferencia a través de *Skype*). Las entrevistas han sido grabadas y transcritas para su posterior análisis, en el análisis cualitativo se ha utilizado el programa *Nvivo v10* antes citado (ver nota al pie en página 6).

II. PRINCIPALES HALLAZGOS

2.1. Perfil de los encuestados

- La mayor parte de las entrevistas completadas corresponden a beneficiarios y entidades del PICE Movilidad (66,4%), los beneficiarios y entidades del PICE Visitantes representan aproximadamente la tercera parte de la muestra (31,4%).
- En el conjunto de la muestra resulta algo mayor la proporción de mujeres que la de hombres (46,9% frente a 53,1%), predominando particularmente las mujeres en los grupos de edad más jóvenes (de 35 a 44 años y de menos de 35 años) y los hombres en el grupo de personas de mayor edad (55 y más años).
- El análisis de los países de destino de los beneficiarios en PICE Movilidad muestra una gran dispersión geográfica, en ninguno de los destinos se agrupa más de un 10% de los casos; los países más citados están en diferentes continentes, pues son Estados Unidos y Reino Unido para los beneficiarios y, para las entidades, Estados Unidos, Colombia, México y Francia.
- El 77,3% de las entrevistas fueron contestadas en español y algo menos de la cuarta parte (22,7%) en inglés.
- En los cinco sectores culturales que distingue el PICE, música y artes escénicas son los sectores que reúnen un mayor número de entrevistas en el conjunto de la muestra, representando entre estos dos sectores casi el 50% de la misma.
- Distinguiendo según el tipo de encuestados, se observa que en artes visuales predominan las entrevistas a beneficiarios del PICE Movilidad y en artes escénicas entrevistas con entidades de Movilidad. En el sector del cine destaca un mayor predominio de entidades de Visitantes.

2.2. Proyección de la cultura española en el exterior y conocimiento de políticas culturales

a) Consideración de la cultura española

- Más de la mitad de los encuestados consideran que existe una baja presencia de la cultura española en el exterior (52%), si les sumamos aquellos que contestan que la presencia es muy baja, llega casi hasta el 60% de los encuestados. Sin embargo, la tendencia cambia en la opinión de los Beneficiarios PICE Visitantes, que creen que la cultura española tiene una alta presencia en el exterior.

b) Conocimiento de la producción de los creadores y profesionales españoles

Tomando como referencia el sector en el que se desarrolla su actividad profesional, los encuestados han valorado el grado en que se conoce la producción de los creadores y profesionales españoles en diferentes áreas geográficas. Observamos que donde menos conocida resulta es en el continente africano, en Asia/Pacífico y zonas de Magreb/Oriente Medio. También valoran que el grado de conocimiento en Norteamérica resulta bastante bajo (para el 70% poco o nada conocida). En el extremo opuesto, el mayor grado de conocimiento lo señalan para Iberoamérica (pues un 64% opina que allí es muy o bastante conocida), los países de la Unión Europea (50%) y España.

- Según sectores culturales, encontramos diferencias sobre los lugares en los que priorizar la internacionalización:

- En música predomina más que en el resto la promoción de su actividad en la Unión Europea, incluyendo también España.
- En literatura y libro, por el contrario, se prioriza el área iberoamericana seguida de Norteamérica, incluso anteponiéndola al contexto de la UE.
- Para artes escénicas, destaca el interés por la Europa no comunitaria y, con una puntuación similar, el eje Asia/Pacífico.

- El 26,4% de los encuestados no conoce ninguna política pública destinada a la Internacionalización de la Cultura Española, algo más de la mitad (54,5%) conoce los programas de MAEC, AECID e Instituto Cervantes y casi uno de cada tres conoce el programa Europa Creativa de la UE o programas de organismos de la Secretaría de Estado de Cultura (INAEM, ICAA y otros).

- Por sectores, los pertenecientes al cine manifiestan un conocimiento más amplio de las políticas culturales existentes que el resto, diferenciándose sobre todo en el mayor conocimiento de las políticas autonómicas en España. Los que parecen conocer relativamente menos tales políticas son los encuestados de artes visuales y de literatura y libro.

- El Programa de AC/E para la Internacionalización de la Cultura Española resulta complementario de otras políticas públicas orientadas a ese mismo fin para la mayoría de los encuestados, el 58% contestó que es “bastante complementario” y, si añadimos aquellos que piensan que es “muy complementario”, obtenemos que el 82% afirma esa complementariedad. Sólo el 11,5% opinan que es “poco o nada complementario”.

2.3. Conocimiento y valoración del PICE

a) Conocimiento de la Sociedad Estatal AC/E

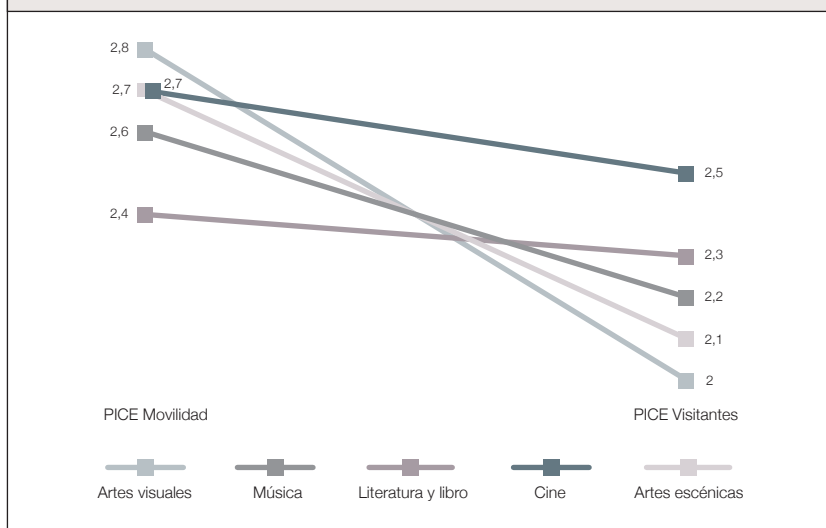
- La mayoría de los encuestados conocían AC/E antes de participar de las ayudas del PICE (57,4%) y un 42,6% afirma que no conocía la entidad: los menores de 35 años son quienes menos conocían AC/E (57%), mientras los mayores de 55 son quienes más la conocían (74%).
- Distinguiendo por tipo de encuestado, los Beneficiarios PICE Movilidad son quienes más conocían AC/E antes de participar en el PICE 2014/15 (78%). Con un porcentaje menor, pero también alto, las personas pertenecientes a las entidades españolas que recibieron a visitantes extranjeros, dicen que sí conocían la Sociedad Estatal.
- El 60% de las entidades extranjeras que reciben a los Beneficiarios PICE Movilidad y el 60% también de los visitantes extranjeros que vinieron a España, no conocían la Sociedad Estatal antes de participar en el Programa de 2014/15, por lo tanto, su participación permite que se establezca un nuevo vínculo con esta entidad promotora de la cultura.
- Por sectores, en artes escénicas (85,2%) y, a cierta distancia, en artes visuales (70,6%) conocían más la entidad. En el sentido contrario, los encuestados del sector de música no conocían Acción Cultural Española en un 53,7%.
- Preguntados sobre el tipo de entidad que creen que es Acción Cultural Española, la gran mayoría conocen que es una sociedad estatal (86,5%), aunque un 12,4% se confunde al señalarla como Fundación Cultural o Empresa para la promoción de la Cultura.

b) Conocimiento del PICE Movilidad y PICE Visitantes

- En cuanto al conocimiento sobre las ayudas de movilidad, si bien los encuestados declaran que en su entorno profesional estas ayudas son “poco” o “nada” conocidas (63,6%), la mayoría de ellos (62,4%) dice conocerlas “mucho” o “bastante”.
- Es notorio un alto grado de desconocimiento sobre las ayudas PICE Visitantes, desconocimiento que en este caso es bastante más similar para los encuestados y su entorno: casi las tres cuartas partes de los encuestados consideran que el PICE Visitantes se conoce “poco” o “nada” en su entorno profesional y más de la mitad (62,1%) reconoce la falta de conocimiento propio.

- Observamos que el grado de conocimiento de los programas es variable al distinguir por sectores de actividad cultural; el sector de literatura y libro es donde resulta menor el conocimiento de los dos programas, mientras que en artes visuales se registra un mayor conocimiento del PICE Movilidad. Los sectores de artes escénicas, cine y música, por ese orden, tienen un conocimiento alto de PICE Movilidad pero bajo de PICE Visitantes.

GRÁFICO 5 GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS AYUDAS PICE MOVILIDAD Y PICE VISITANTES SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD



- Analizando las *vías o medios por los que los encuestados se informaron sobre ambos programas del PICE*, se ha hallado que la principal vía de información es la que realizan distintas instituciones culturales —sin especificar cuáles— (46,5%), en segundo lugar encontramos la transmisión de información por parte de amigos o colegas (38,2%), la información obtenida directamente de AC/E tiene también un papel destacado ya que casi uno de cada tres encuestados lo citan (32,3%), refiriéndose también con bastante frecuencia a la página web (27,6%) y en mucho menor grado a las redes sociales institucionales (3,5%).

c) Valoración de la utilidad del PICE Movilidad y PICE Visitantes

- Al evaluar en una escala de 0 a 10 la utilidad de las ayudas concedidas por el PICE, el programa de Movilidad obtiene una valoración media de 8,3 que sube en caso de las respuestas de los miembros de las entidades de movilidad o de visitantes (8,8 y 8,6, respectivamente) y baja al 7,5 sobre todo en la valoración de los beneficiarios del PICE Visitantes.
- El PICE Visitantes tiene una puntuación media global de 7,8, muy similar aunque algo menor que la que recibe el PICE Movilidad. Entre los encuestados de las Entidades PICE Movilidad obtiene una puntuación algo más baja, 7,3 mientras que alcanza el 8,9 entre los de entidades PICE Visitantes.
- Estos resultados señalan una mejora en la valoración del PICE 2014/15 respecto a las convocatorias anteriores, pasando de una valoración del PICE Movilidad de un 7,8 a un 8,3 en el presente estudio; igualmente se ha incrementado desde un 6,6 a un 7,8 actual la puntuación media otorgada al PICE Visitantes.
- Si consideramos el conocimiento que sobre las dos modalidades muestra el conjunto de encuestados, comprobamos que son aquellos que tienen “bastante” o “mucho” conocimiento de ellas quienes las valoran mejor. Es decir que según aumenta el conocimiento, mejora la valoración.
- Del mismo modo, según aumenta la satisfacción con la actividad realizada, aumenta el grado de valoración de los programas PICE Movilidad y Visitantes. Y a la inversa, según disminuye esa satisfacción también es menor la valoración del PICE.
- *Valoración de la actividad realizada* en el marco de PICE: Algo más del 77% de los encuestados que representan a entidades (n=161), al finalizar la actividad o evento para el que recibe la ayuda, ha comunicado a las entidades “la conveniencia de realizar algún tipo de actividad o cooperación con instituciones, entidades, profesionales o artistas”.
 - Es un dato muy positivo para la evaluación el hecho de que además de este caso se cite con una muy alta frecuencia el haber informado “sobre el estado de la cultura española en su área” (62,7%) y “sobre la existencia de áreas y artistas de interés” para la entidad en un futuro (64,6%).
- En relación a posibles propuestas de mejora un 24,2% de los comentarios se refieren a elementos relacionados con la comunicación, información o difusión de los programas. En segundo lugar, el 21,6% de las respuestas tienen que ver con mejorar la gestión de presupuestos y financiación, agilizar los pagos o aumentar los presupuestos.
- Con respecto a la utilidad del PICE para que las diversas actividades se puedan llevar a cabo, el 51% de los encuestados afirma que no podría haber ejecutado su acción sin esta ayuda de AC/E (casi el 70% en el sector literatura y libro) y sólo el 9% afirma categóricamente que la hubieran realizado independientemente de la ayuda.

2.4. Cumplimiento de objetivos del PICE

• La mayoría de los encuestados ha valorado la *cobertura de vacíos en los sectores culturales* en el que ellos se desenvuelven profesionalmente, pero no siempre han respondido en lo que respecta a los otros sectores.

– Hay una valoración similar en los cinco sectores, en tanto que aproximadamente el 80% de los encuestados señala que el PICE está cubriendo “mucho” (más del 50% de las respuestas) y “bastante” (entre el 26 y el 31% dependiendo del sector) los vacíos.

– Es importante la comparación con la evaluación del 2013/14 ya que entonces había más gente que opinaba que cubría poco —entre el 28 y el 34%— o nada —entre el 2 y el 6%—.

• Se puede afirmar que existe un elevado grado de concordancia entre los objetivos del PICE y los de beneficiarios y entidades participantes, en tanto que se confirma que *todos* los objetivos propuestos son importantes, más del 90% de los encuestados valora como “muy” o “bastante importante” cuatro de los siete objetivos. Pormenorizando la valoración por objetivos, se comprueba que:

– Los dos objetivos más valorados son “aumentar la colaboración entre entidades” y “desarrollar redes internacionales con artistas, creadores y profesionales”.

– Entre ellos, la colaboración entre entidades es el objetivo con una valoración más alta, el 66,4% de los encuestados lo ve como algo muy importante y el 22,6% bastante importante.

– Dos objetivos que también resultan muy bien valorados son “dar a conocer fuera de España la actividad cultural española” y “acercar más la creación contemporánea de mi sector de actividad a otros países”, más del 50% de los encuestados los considera muy importantes.

– El quinto objetivo mejor valorado es “conseguir contactos que pueden ser de utilidad en el futuro para nuevas acciones”, algo muy importante para el 52,8% y bastante importante en el 36,5% de los casos. Este objetivo también está relacionado con los dos mejor valorados antes descritos.

– El acercamiento a la creación contemporánea española en su sector cultural de actividad es importante (“muy+bastante importante”) para las entidades extranjeras que recibieron artistas españoles a través del programa de Movilidad y las entidades que vienen a España con el programa de visitantes en un 81% de los casos

– Para casi la totalidad de los Beneficiarios PICE Movilidad y las entidades españolas que reciben a visitantes extranjeros “acercar más la creación contemporánea de sus sectores de actividad a otros países” es un objetivo importante (90,7% “muy+bastante importante”).

- En resumen, *todos* los objetivos definidos como prioritarios para el PICE resultan también importantes para la gran mayoría de los participantes (entre el 80 y el 90% los valora como muy o bastante importantes). Los objetivos más importantes según los encuestados son: “desarrollar redes internacionales con artistas, creadores y profesionales”, junto a “aumentar la colaboración entre entidades” y “dar a conocer fuera de España la actividad cultural española”.
- Los objetivos menos importantes comparativamente son: “acercarme más a la creación contemporánea española en mi sector de actividad” y “conseguir una mejor valoración de la creación española entre los expertos y críticos en el ámbito internacional”.
- *Valoración de los contactos realizados*: es un dato muy positivo en la evaluación el hecho de que más de la mitad de los encuestados (58,8%) opine que la mayoría de los contactos que han realizado han sido relevantes.
 - observamos entre los beneficiarios del PICE Visitantes una valoración más alta de la relevancia de los contactos realizados, lo cual indica una nueva evidencia sobre el éxito en uno de los objetivos fundamentales de esta modalidad del programa, que es establecer contactos.
- En lo que se refiere al aumento de la presencia en foros y posicionamiento en el mercado cultural internacional, la mayoría opina que la actividad o actividades para las que recibieron la ayuda han contribuido a aumentar su presencia en foros, festivales y encuentros (61,7%), el 11,7% piensa que aumentó pero por razones distintas y uno de cada cinco considera que no ha aumentado y se encuentran en el mismo punto (20,2%).
 - De forma más específica, la mayoría de los encuestados opina que el PICE “facilita o va a facilitar su posicionamiento en el mercado cultural internacional” (77,3% mucho + bastante).
 - se observa la tendencia del grupo de literatura y libro a valorar algo más positivamente que el resto este objetivo de internacionalización.
- El grado de interés que ha despertado entre el público las actividades en las que participan los Beneficiarios del PICE Movilidad es, en opinión de los encuestados, muy alto: un 93,6% opina que su actividad suscitó interés, concretamente para el 56,8% despertó “mucho interés” y en 36,8% “bastante”.
- También de forma mayoritaria los encuestados opinan que los eventos o actividades culturales que han llevado a otros países han contribuido a aumentar el interés por la cultura española entre el público participante: así el 74,1% opina que tras el desarrollo de la actividad ha crecido el interés del público participante por la cultura española.
 - En el caso de los Beneficiarios PICE Movilidad encontramos que dos de cada tres (67,8%) consideran que ha crecido el interés del público por la cultura española.

- Por su parte las entidades receptoras en el PICE Movilidad valoran aún más esta influencia en el público, ya que casi el 80% ha respondido que sí ha crecido tal interés, resultado que podemos ver, por un lado, como un indicador del éxito de los eventos y actividades, y por otro, de su satisfacción con los artistas, creadores y profesionales españoles que las llevan a cabo.
- En general, estos resultados hablan de la satisfacción de los encuestados con el éxito de sus actividades entre el público y de una actitud optimista respecto su utilidad, puesto que se trata de una autopercepción y no de ninguna medida objetiva.
- *Valoración de la crítica recibida:* una cuarta parte sobre el total de los encuestados no tenía constancia de la crítica que tuvo su actividad en los medios de comunicación, aumentando tal porcentaje entre los beneficiarios del sector de artes escénicas (32%) y disminuyendo sensiblemente en el caso de los sectores de literatura y libro (19,4%) y cine (21,4%).
 - Distinguiendo según tipo de encuestado, se halla un mayor seguimiento de la crítica por parte de las entidades extranjeras receptoras (81,9%) que en el caso de los Beneficiarios del PICE Movilidad (63,3%).
 - A la hora de valorar la crítica recibida en los medios comunicación por los encuestados que sí hicieron un seguimiento de la misma, la gran mayoría opina que ésta fue “muy positiva” (65,5%) y entre los restantes, tan sólo el 2,2% considera que fue “poco positiva” ya que algo más de la cuarta parte la califica como “bastante positiva” (26,6%).

2.5. Satisfacción con los resultados de la actividad realizada y planteamiento de futuras actividades

- Los resultados permiten afirmar que, casi en su totalidad, los encuestados se encuentran satisfechos con la actividad realizada (97,4% muy + bastante satisfecho), un 55% dice estar “totalmente satisfecho” y el 42,4% “bastante satisfechos”, lo cual deja tan sólo un 2,6% de respuestas negativas, un resultado muy positivo para la evaluación del PICE.
 - En el caso de las entidades españolas receptoras de visitantes extranjeros (Entidades PICE Visitantes), no existe ninguna respuesta que indique poca o ninguna satisfacción. Por otra parte, el porcentaje de personas “totalmente satisfecho” es mayor entre los visitantes extranjeros y las entidades extranjeras receptoras de Beneficiarios PICE Movilidad que en el resto de grupos.
 - Comparando por sectores culturales, es ligeramente mayor la satisfacción en música y en el sector de literatura y libro que en otros sectores. Sin que sean unas diferencias estadísticamente significativas sí apuntan una tendencia sensible a tener en cuenta en futuras comparaciones.

- Los encuestados que menos satisfechos estaban se concentran en el grupo de personas que fueron a América del Norte (6,3% “nada satisfechos”) y, algo menos descontentos, quienes fueron a países de África (16,7% “poco satisfechos”).
- Los encuestados valoraron también los resultados obtenidos considerando las expectativas que tenían sobre los mismos y, en el 42,4% de los casos, vemos que los resultados superaron sus expectativas en mayor o menor medida. En casi la mitad de los casos (49,4%) los resultados “son los que esperaba(n) alcanzar”, lo cual es un dato que se puede interpretar como otro indicador muy positivo para la evaluación del programa, ya que estos resultados dejan tan sólo al 8,2% de los encuestados en una situación de valoración negativa de los resultados. Los resultados indican que:
 - En general los españoles, tanto artistas como entidades receptoras de visitantes, se muestran algo más críticos que el resto con los resultados obtenidos
 - Aunque la tónica sigue siendo de alto cumplimiento de expectativas, para el 14,4% de los beneficiarios del PICE Movilidad los resultados estuvieron por debajo de sus expectativas, y para el 7,9% de las Entidades PICE Visitantes, entidades españolas que reciben a visitantes extranjeros, hubo resultados “algo por debajo de sus expectativas”.
- *Planificación de futuras actividades:* La mayoría de los artistas, creadores y profesionales beneficiarios de las ayudas tienen planeado hacer en el próximo año alguna actividad relevante para el desarrollo de su carrera fuera de su país, un 57,1% responde que hará más de una y el 25,7% al menos una.
 - Estos resultados son indicadores de que cerca del 83% de los beneficiarios últimos de las ayudas se encuentran en un momento de gran proyección internacional en sus carreras, a lo cual estaría contribuyendo el PICE en cierta medida.
 - En el 33,3% de los casos planean “alguna actividad” a raíz de la actividad o estancia y para un 5,6% “todas las actividades” se planearon a partir de allí, siendo también un dato importante como indicador en la evaluación de objetivos del PICE.
 - Entre los diferentes sectores culturales, el sector de artes escénicas destaca claramente entre los demás con un porcentaje sensiblemente mayor de personas que han planeado salidas de este tipo, el 90,7% de los encuestados en este sector harán una o más.
 - La edad influye bastante en la respuesta. En el grupo de menor edad hay más personas indecisas al respecto (21,1%), mientras que en los grupos de 35–44 y de más de 55 años se registra un porcentaje más alto de personas que han planificado más de una actividad, superando el 60%.
 - Entre los beneficiarios del PICE Movilidad es sensiblemente mayor el porcentaje de los que planearon *alguna* actividad a raíz de su estancia (36,9%) mientras que entre los

beneficiarios del PICE Visitantes aumenta el porcentaje de los que planearon *todas* esas actividades a raíz de la estancia (12,2%).

– Atendiendo a los sectores culturales, destacamos dos sectores con una tendencia algo diferente a la descrita para el conjunto de la muestra: en música encontramos un menor porcentaje de casos en los que se haya planeado esa futura estancia internacional previa o independientemente (46,7%), mientras que en artes visuales aumenta respecto a la media (66,7%).

– Los casos en los que han planificado varias actividades que surgieron en relación a la actividad realizada con la ayuda del PICE, se concentran en los destinos en países europeos (por tanto incluida España para los Beneficiarios del PICE Visitantes) y en los de Asia.

2.6. Evaluación de diversos aspectos de la gestión del PICE

• *Criterios de selección:* Los resultados de la encuesta indican que existe algún desconocimiento de los criterios de selección, aunque se trate de una información pública y fácilmente accesible. La mayoría de los encuestados conoce poco (46,2%) y un 16,6% “nada” los criterios de selección de candidatos publicados en la página web de AC/E, más concretamente:

– Algo más de la tercera parte de los encuestados conoce “bastante” o “mucho” estos criterios (35%).

– Entre los Beneficiarios del PICE Movilidad es significativamente mayor que en el resto el porcentaje de personas que no conocen “nada” los criterios de selección (25,6%).

– En el caso de las entidades, tanto españolas —en Visitantes— como extranjeras —en Movilidad—, encontramos que es mayor el porcentaje de casos en los que hay “bastante” o “mucho conocimiento”, superando el 40% entre ambos.

– El análisis por sectores permite ver que en las áreas de literatura y libro, y particularmente sus entidades, conocen más los criterios de selección (42,9% conocen “bastante”).

• En opinión de los encuestados, el *número de ayudas* que se conceden debería ampliarse, pero con la condición de que aumentara el presupuesto global para el programa, en vez de repartir el presupuesto entre más participantes.

• Los resultados de la encuesta indican que los encuestados, aunque se ha visto que en algunos casos conocían “poco” los criterios, en su mayoría opinan que los criterios de selección están “detallados y claros” (72% bastante + totalmente de acuerdo).

• *Plazos de la convocatoria:* La mayoría de los encuestados se muestra de acuerdo con que se mantenga el plazo de 1 mes establecido para la convocatoria, si bien hay un 14,4% que no está de acuerdo con que este plazo sea suficiente para la presentación de solicitudes.

• *Asignación máxima para las actividades de Movilidad*: Casi uno de cada cuatro encuestados (23,3%) está en desacuerdo con que se mantenga una asignación máxima para las actividades que reciben las ayudas a Movilidad (5 mil euros), si bien cerca de la mitad de los encuestados está de acuerdo (34% “bastante” y 13,2% “totalmente”).

• *Condición de cofinanciación*: Encontramos bastante división en las respuestas con respecto a que deba mantenerse la condición de cofinanciación del 50% de presupuesto de los solicitantes: cerca de la mitad de los encuestados está sólo “algo” o “nada” de acuerdo (54,4%) mientras que un 45,6% está “bastante” o “totalmente de acuerdo” con este aspecto económico de la gestión.

• *Valoración de seguimiento por parte de AC/E*: Más de la mitad de los encuestados está bastante de acuerdo con que el seguimiento de la ejecución de las actividades por parte de ACE ha sido bastante eficaz (52,7%) y casi la cuarta parte está totalmente de acuerdo con esta afirmación (24,2%).

• *Tramitación de pagos*: la mayoría de los encuestados considera que se deberían agilizar, el 62,6% está totalmente y bastante de acuerdo, sólo en el 7,6% de los casos opina que no es necesario agilizarlas.

• *Comunicación*: los resultados revelan que el 70,5% de los encuestados están bastante y totalmente de acuerdo con que ha existido una buena comunicación entre los distintos involucrados en las actividades; mientras que un 20,4% sólo está “algo” de acuerdo y un 9,1% en desacuerdo.

• *Continuidad con acciones ya iniciadas y relatividad del beneficio económico*: La gran mayoría de los encuestados está bastante y totalmente de acuerdo con que las ayudas del PICE le están permitiendo dar una continuidad a otras acciones ya iniciadas por ellos (80,8%). Más en concreto:

– Algo menos de la mitad de los encuestados (47,4%) opina que el principal valor de las ayudas es el económico, mientras que la mayoría señala un menor grado de acuerdo o desacuerdo con que el principal beneficio de las ayudas sea el valor económico (tomando “algo de acuerdo” y “nada de acuerdo” conjuntamente suman el 52,6% de los casos).

– Se trata de un indicador positivo de la gestión del PICE en tanto que un sector grande los de los destinatarios de las ayudas esté poniendo por encima de la gestión de los aspectos económicos de la ayuda, el trabajo de comunicación e interconexión entre profesionales, entidades y artistas, en pro de la internacionalización de la cultura española.

• Es de resaltar la buena acogida que ha tenido entre los expertos encuestados, la iniciativa de AC/E para la evaluación del PICE. Manifestaron de diversas formas una valoración muy positiva sobre la objetividad que aporta para el seguimiento y mejora del programa.



III. PERFIL DE LOS ENCUESTADOS

Este apartado describe a los participantes en la encuesta, primero, según sus diferentes vinculaciones al PICE y el tipo de afiliación profesional que tienen, y también, en función de sus características sociodemográficas, incluyendo la descripción de los países de origen y los de destino de las actividades, aspecto fundamental a tener en cuenta en la evaluación. Finalmente, también recoge la segmentación por áreas culturales en las que desarrollan la actividad entidades y beneficiarios, característica que será —junto al tipo de encuestado y los países de destino— una de las categorías fundamentales en los análisis que presenta el informe.

3.1. Tipo de vinculación al PICE y afiliación profesional

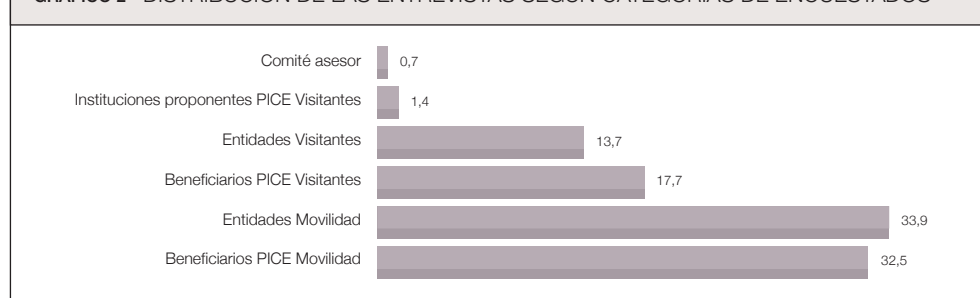
La mayor parte de las entrevistas completadas corresponden a beneficiarios y entidades del PICE Movilidad, es decir artistas y profesionales españoles que viajan al extranjero y las entidades que allí los reciben —y que son quienes inicialmente solicitaron su presencia—, sumando entre ambas categorías más de la mitad de la muestra (66,4%).

Por su parte, los beneficiarios y entidades del PICE Visitantes, representan aproximadamente la tercera parte de la muestra (31,4%). Se trata de los extranjeros prescriptores y programadores de instituciones culturales internacionales y de las entidades españolas que los reciben. Esta proporción de entrevistas corresponde en gran medida —de hecho casi con total exactitud— con la proporción de beneficiarios y actividades vinculadas a cada modalidad del programa. Por ejemplo, los beneficiarios del PICE Movilidad y las entidades extranjeras solicitantes representan el 66,4% de la muestra y el 66,7% de los contactos que tenemos⁶. Por otro lado, como se señaló antes en el apartado metodológico, las entrevistas que corresponden

6. Para más detalle véase la *Tabla 1. Tamaño muestral y márgenes de error* en el Apartado 2.4 del capítulo metodológico.

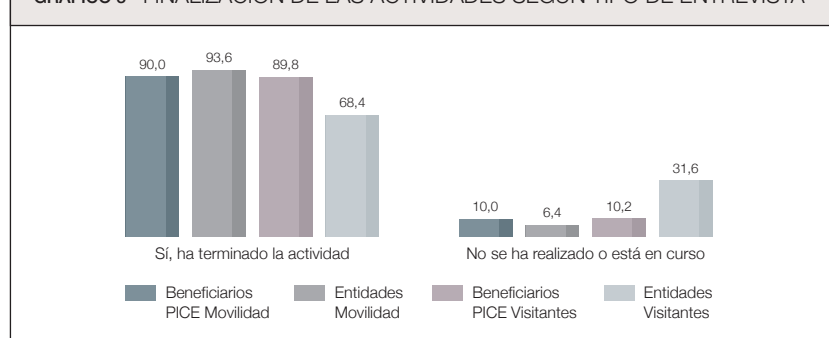
al Comité Asesor y las Instituciones proponentes de PICE Visitantes no pretenden tener representatividad estadística sobre tales grupos, ya que se trata de grupos pequeños⁷.

GRÁFICO 2 DISTRIBUCIÓN DE LAS ENTREVISTAS SEGÚN CATEGORÍAS DE ENCUESTADOS



En el 88,2% de los casos los encuestados han terminado la actividad con la que estaba relacionada la ayuda del PICE y el 11,8% restante no la había concluido⁸. Es algo inferior el porcentaje de finalización de la actividad entre las entidades vinculadas a PICE Visitantes (68,4%), como se puede comprobar en el Gráfico 3.

GRÁFICO 3 FINALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN TIPO DE ENTREVISTA



7. **Comité Asesor.** Conjunto de expertos externos a AC/E, dos por área temática, que evalúa las solicitudes, tanto para las Ayudas a Movilidad como para las Ayudas a Visitantes, a partir de criterios objetivos en función de la naturaleza del programa y de los proyectos propuestos.

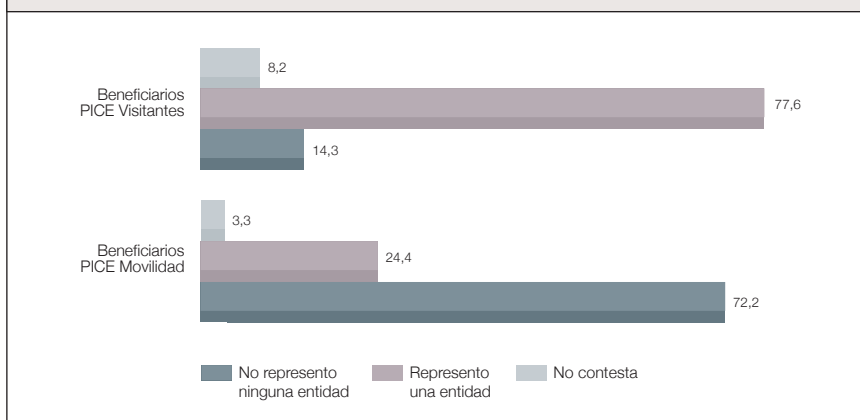
Instituciones proponentes. Organismos públicos españoles del ámbito de la cultura y aquellos con red presencial en el exterior, designados por el programa, con capacidad para proponer candidatos para las Ayudas a Visitantes.

8. En la *Primera Oleada* de la encuesta, cuando no habían finalizado la actividad, se aplazaba la entrevista para la *Segunda Oleada*. Mientras que en la *Segunda Oleada* se permitía continuar la entrevista, considerando que unas podían estar en curso y, cuando no, los entrevistados podrían contestar al menos a una parte de las preguntas del cuestionario.

Se ha preguntado a los beneficiarios últimos de las ayudas si realizan la actividad para la que recibe la ayuda del PICE en calidad de representante de alguna entidad: los resultados indican que los Beneficiarios PICE Movilidad son en su mayoría artistas, profesionales y creadores independientes (72,2%), no vinculados a ninguna entidad o institución.

En cambio, en el caso de los Beneficiarios PICE Visitantes ocurre exactamente lo contrario, la mayoría sí está representando una entidad (77,6%). Esto es coherente con los objetivos del PICE, ya que se pretende que las personas que vienen invitadas a nuestro país sean sobre todo enlaces para futuros viajes de beneficiarios de Movilidad nacionales a sus países de origen.

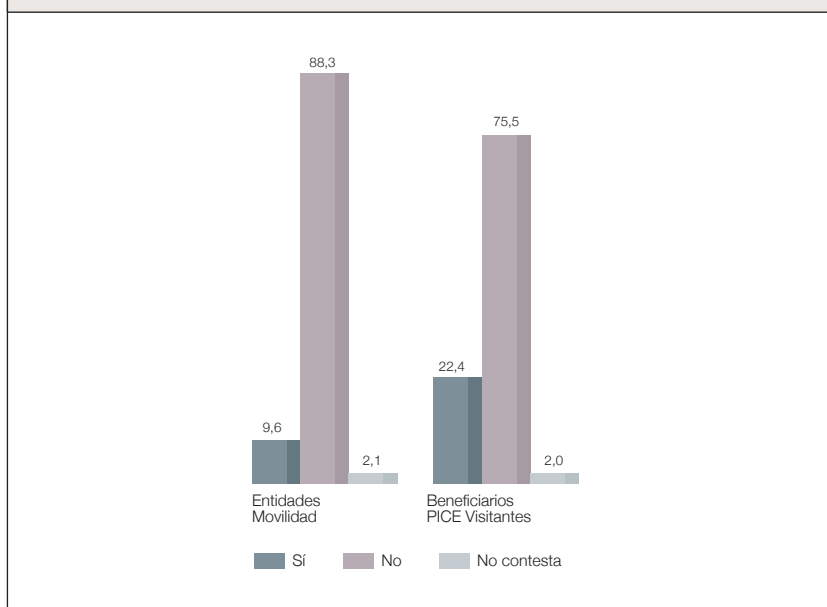
GRÁFICO 4 AFILIACIÓN PROFESIONAL DE LOS BENEFICIARIOS ÚLTIMOS SEGÚN EL TIPO DE PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA



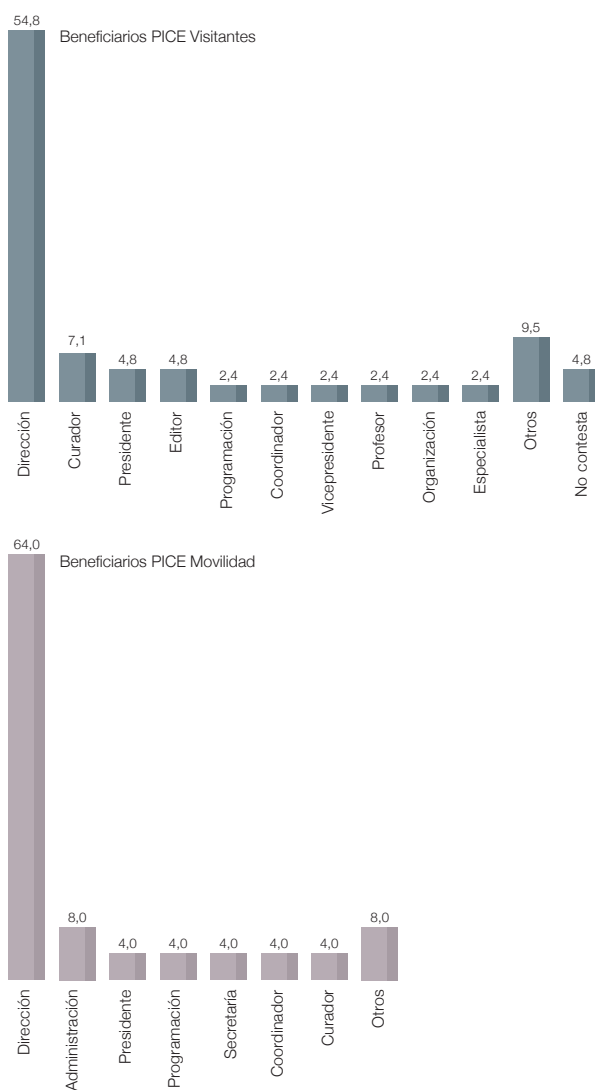
Entre las Entidades PICE Movilidad y los Beneficiarios PICE Visitantes que representan a una entidad, en el 14% de los casos alguna persona de su entidad había visitado España a través de AC/E antes de esta convocatoria de actividades que se evalúa. Es significativamente mayor la frecuencia de estas visitas previas entre beneficiarios PICE Visitantes. Se trata de un dato de relativa importancia, ya que en la convocatoria de las ayudas a Movilidad se intenta favorecer que tengan prioridad las solicitudes para llevar a artistas españoles relacionados con una anterior ayuda a PICE Visitantes. Por lo tanto hay que destacar que efectivamente ese casi 10% de casos de Entidades PICE Movilidad que han estado antes en España demuestra que sí se produce la retroalimentación del PICE Visitantes con PICE Movilidad,

corroborándose que las ayudas a visitantes tienen una utilidad para los artistas nacionales. Sería bueno que aumente la retroalimentación entre las ayudas del PICE Visitantes y las solicitudes para el PICE Movilidad en las siguientes ediciones de las convocatorias de ayudas.

GRÁFICO 5 PORCENTAJE DE VISITAS ANTERIORES DE ALGUNA PERSONA DE SU ENTIDAD EN LAS QUE INTERMEDIA AC/E

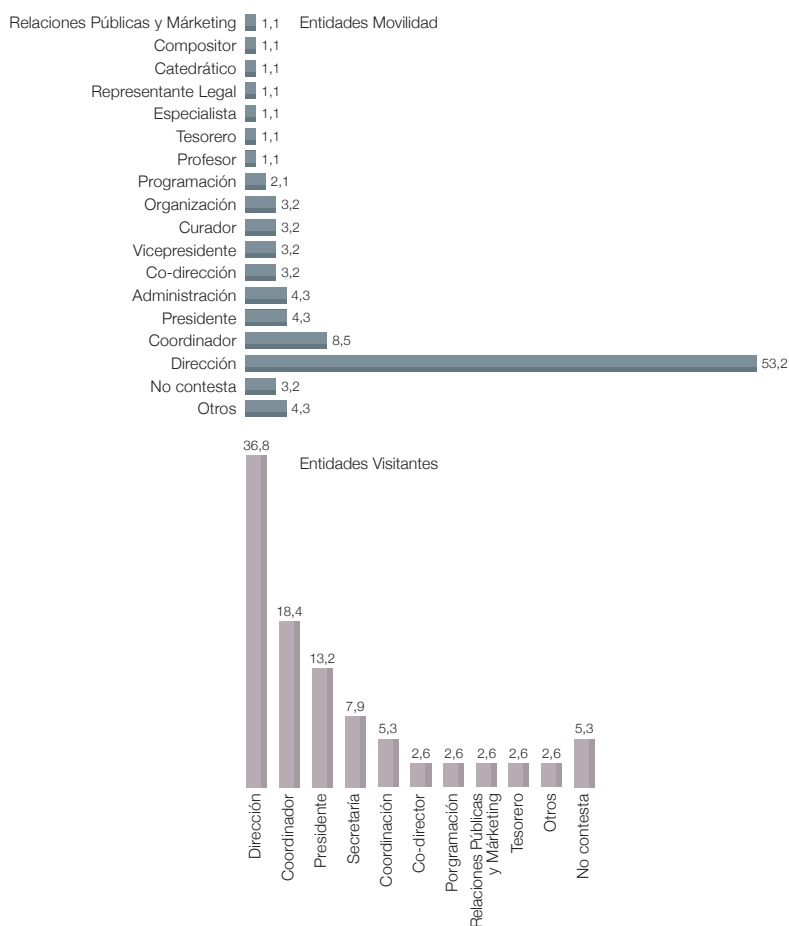


Entre los representantes de entidades de Movilidad, encontramos que la mayor parte de los encuestados son Directores de dicha entidad (64% de un total de 25 personas), distribuyéndose los restantes cargos fundamentalmente entre presidentes, administradores, programadores, comisarios, cargos de secretaría y coordinadores de la entidad (Gráfico 4). En el caso de las entrevistas a beneficiarios PICE Visitantes que representaban a entidades, también la mayor parte de las entrevistas las ha realizado el director o directora de la misma (54,8% de un total de 42 personas), en este caso se repiten también cargos de comisarios o coordinadores, pero también hay cargos diferentes a los de beneficiarios de Movilidad, como por ejemplo especialistas, editores o profesores.

GRÁFICO 6 TIPOS DE CARGO DE LOS BENEFICIARIOS PICE QUE REPRESENTAN UNA ENTIDAD

En las entidades que participaron en las dos modalidades del programa —PICE Movilidad y PICE Visitantes—, el tipo de cargo que desempeñan en las respectivas entidades las personas que responden al cuestionario de evaluación sigue un patrón que no es muy diferente al analizado anteriormente, ya que responden mayormente directores (Gráfico 5), tanto en el caso de las entidades vinculadas con Movilidad (53,2%) como en las vinculadas al PICE Visitantes (36,8%), a los que habría que sumar codirectores, presidentes y vicepresidentes. También encontramos administradores, curadores o programadores entre otros cargos.

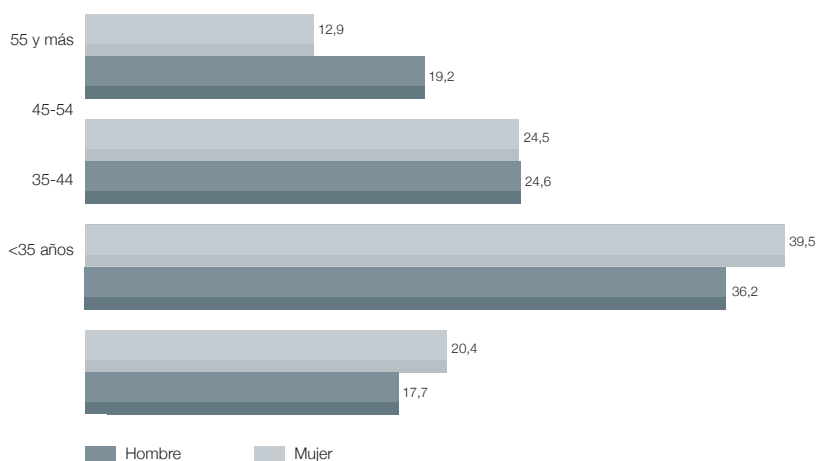
GRÁFICO 7 TIPO DE CARGO DESEMPEÑADOS POR ENCUESTADOS DE ENTIDADES MOVILIDAD Y VISITANTES



3.2. Características sociodemográficas

En el conjunto de la muestra resulta algo mayor la proporción de mujeres que la de hombres (46,9% frente a 53,1%), predominando particularmente las mujeres en los grupos de edad más jóvenes (de 35 a 44 años y de menos de 35 años) y los hombres en el grupo de personas de mayor edad (55 y más años). La edad media de los encuestados se sitúa en los 43 años, pero el dato no describe bien al conjunto, la dispersión es grande ya que el 68% de los encuestados se encuentra entre esta edad y un intervalo de 20 años, diez años por encima y diez por debajo de dicha media.

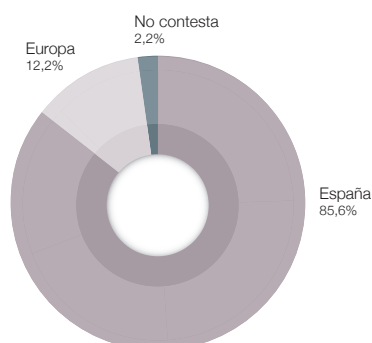
GRÁFICO 8 DISTRIBUCIÓN POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO



3.3. Según países de origen de los beneficiarios y países de destino en el caso de beneficiarios PICE Movilidad

Para los beneficiarios PICE Movilidad el lugar de residencia habitual —entendido como aquel en el que pasan más meses al año en el caso de que tengan más de un sitio de residencia— en la mayoría de los casos es España (85,6%) y solo en uno de cada diez vive habitualmente fuera de España (12,2%). Los países mencionados por ellos se encuentran en su totalidad en el ámbito europeo.

GRÁFICO 9 LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL DE LOS BENEFICIARIOS PICE MOVILIDAD



El análisis desagregado de los *países de destino de los beneficiarios* en PICE Movilidad muestra una gran dispersión geográfica, en ninguno de los destinos se agrupa más de un 10% de los casos (Tabla 1); los países más citados están en diferentes continentes, pues son Estados Unidos, Reino Unido para los beneficiarios y, para las entidades, Estados Unidos, Colombia, México y Francia.

TABLA 2 PAÍSES DE DESTINO PARA LOS BENEFICIARIOS PICE MOVILIDAD

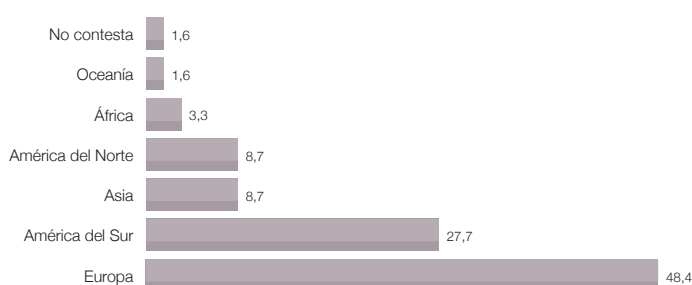
% Verticales con marca Jhi ²	PICE Movilidad		% Verticales con marca Jhi ²	PICE Movilidad	
	Beneficiario último	Entidades		Beneficiario último	Entidades
Total	90	94	Turquía	2,2	1,1
Estados Unidos	6,7	9,6	Bolivia	2,2	0,0
Reino Unido	8,9	5,3	Eslovenia	1,1	1,1
Colombia	3,3	8,5	Brasil	2,2	0,0
México	4,4	7,4	Islandia	2,2	0,0
Francia	4,4	6,4	República Dominicana	1,1	1,1
Portugal	4,4	3,2	El Salvador	1,1	1,1
Argentina	2,2	4,3	Costa Rica	1,1	1,1
República Checa	2,2	4,3	Senegal	1,1	1,1
Corea del Sur	3,3	2,1	Serbia	1,1	1,1
Croacia	2,2	3,2	Suecia	1,1	1,1
Alemania	1,1	4,3	Uruguay	2,2	0,0
Italia	1,1	4,3	Hungría	1,1	0,0
Rumanía	2,2	3,2	Honduras	1,1	0,0
Chile	3,3	1,1	Camerún	1,1	0,0
Austria	2,2	2,1	Suiza	1,1	0,0
Países Bajos	1,1	3,2	Japón	1,1	0,0
Filipinas	1,1	2,1	Irán	1,1	0,0
Finlandia	1,1	2,1	Ecuador	0,0	1,1
India	3,3	0,0	Bulgaria	0,0	1,1
Marruecos	2,2	1,1	Bélgica	0,0	1,1
Perú	1,1	2,1	Canadá	0,0	1,1
Polonia	3,3	0,0	Irlanda	0,0	1,1
Australia	2,2	1,1	Panamá	0,0	1,1
China	1,1	2,1	Paraguay	0,0	1,1
Rusia	2,2	1,1	No contesta	3,3	0,0

Dada la dispersión geográfica en cuanto a países de destino de las actividades que refleja la encuesta de evaluación⁹, para facilitar el análisis se ha agrupado las respuestas por continentes o subcontinentes (Gráfico 9). Casi en la mitad de las entrevistas correspondientes a PICE

9. AC/E ha desarrollado recientemente una aplicación GIS que permite visualizar sobre mapas diversa información sobre las actividades financiadas desde el PICE. Se accede a esta aplicación desde una página web (ver <http://explora.accioncultural.es/professionals>, fecha acceso 2/12/15), en ella los mapas permiten distinguir según sectores culturales, según Internacionalización (PICE Movilidad y Visitantes), y llegar a detalles como el nombre de la actividad y las instituciones que participan, la localidad/ciudades en donde se celebran.

Movilidad —beneficiarios y entidades— los países de destino son europeos, siendo la segunda región más frecuentada América del Sur, con casi la tercera parte de las entrevistas (27,7%).

GRÁFICO 10 REGIONES DE DESTINO PICE MOVILIDAD AGRUPANDO BENEFICIARIOS Y ENTIDADES



En el caso de las entrevistas vinculadas al PICE Visitantes, se observa una distribución entre 23 países de origen, con bastante dispersión geográfica también, sólo destaca el predominio de México y Estados Unidos, entre los dos suman el 24,5% de las entrevistas.

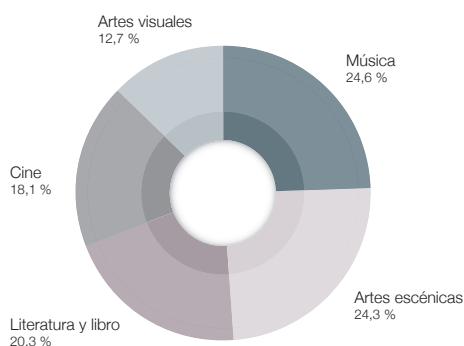
TABLA 3 PICE VISITANTES: DISTRIBUCIÓN DE ENTREVISTAS SEGÚN PAÍSES DE ORIGEN DE BENEFICIARIOS Y ENTIDADES

% Verticales con marca Jhi²	Beneficiarios PICE Visitantes	Entidades PICE Visitantes	% Verticales con marca Jhi²	Beneficiarios PICE Visitantes	Entidades PICE Visitantes
Total:	49	10	Croacia	2,0	0,0
México	14,3	30,0	Dinamarca	2,0	0,0
Estados Unidos	10,2	0,0	Egipto	2,0	0,0
Argentina	8,2	20,0	Eslovenia	2,0	0,0
Brasil	6,1	10,0	Bielorrusia	2,0	0,0
Colombia	6,1	0,0	Bélgica	2,0	0,0
Italia	4,1	30,0	Canadá	2,0	0,0
Francia	4,1	10,0	Nicaragua	2,0	0,0
Chile	4,1	0,0	Países Bajos	2,0	0,0
Japón	4,1	0,0	Perú	2,0	0,0
Australia	4,1	0,0	Turquía	2,0	0,0
Reino Unido	4,1	0,0	Uruguay	2,0	0,0
Corea del Sur	2,0	0,0	No contesta	4,1	0,0

3.4. Según áreas culturales de referencia

En la estructura del PICE se distingue cinco sectores culturales que son artes visuales, cine, literatura y libro, música y artes escénicas. Entre ellos, música y artes escénicas son los sectores que reúnen un mayor número de entrevistas en el conjunto de la muestra, representando entre estos dos sectores casi el 50% de la misma.

GRÁFICO 11 DISTRIBUCIÓN DE LAS ENTREVISTAS SEGÚN ÁREAS DE ACTIVIDAD EN EL CONJUNTO DE LA MUESTRA



En la base de datos con los contactos utilizados para realizar la encuesta, la proporción de contactos que había para cada sector es muy próxima a la proporción de entrevistas completadas a través de la encuesta web (ver tabla siguiente), registrando diferencias de entre dos y cuatro puntos porcentuales, que estarían incluso por debajo del margen de error para datos globales de la encuesta, que se sitúa en $\pm 5,2$.

TABLA 4 AJUSTE DE LA MUESTRA SEGÚN SECTORES A LOS QUE PERTENECEN LOS ENCUESTADOS

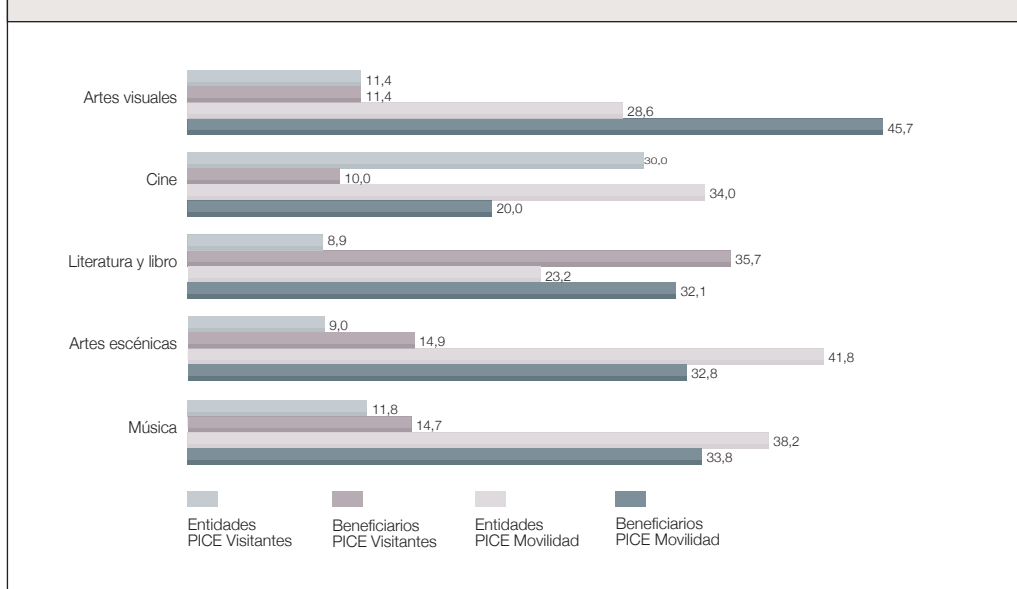
		Porcentajes	
		Sobre N° contactos	Sobre muestra
Total	1000		
SECTOR	1000		

TABLA 4 AJUSTE DE LA MUESTRA SEGÚN SECTORES A LOS QUE PERTENECEN LOS ENCUESTADOS

artes visuales	140	14,0	12,7
música	278	27,8	24,6
literatura y libro	162	16,2	20,3
cine	157	15,7	18,1
artes escénicas	261	26,1	24,3
No contesta	2	0,2	0,0

Distinguiendo según el tipo de encuestados, se observa que en artes visuales predominan las entrevistas a beneficiarios del PICE Movilidad y en artes escénicas entrevistas con Entidades Movilidad. En el sector del cine destaca un mayor predominio de Entidades Visitantes.

GRÁFICO 12 DIFERENCIACIÓN DE TIPOS DE ENTREVISTA SEGÚN SECTORES CULTURALES DEL PICE



Finalmente cabe añadir que el 77,3% de las entrevistas fueron contestadas en español y algo menos de la cuarta parte (22,7%) en inglés.

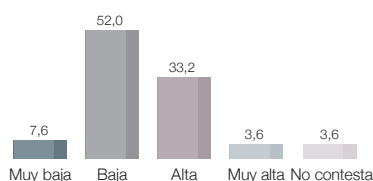
IV. CULTURA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR

Aprovechamos la encuesta realizada para la evaluación del PICE para recoger la opinión de artistas, creadores y profesionales sobre la cultura española en el exterior, en concreto se les pidió opinar sobre el grado en el que estaba presente fuera de nuestras fronteras, el nivel en el que es conocida en distintas áreas geográficas, si es necesario promoverla en algún área o país y si conocen otras políticas públicas distintas al PICE, sean o no complementarias, destinadas a la internacionalización de la cultura española.

4.1. Presencia de la cultura española en el exterior

Observamos que más de la mitad de los encuestados consideran que existe una baja presencia de la cultura española en el exterior (52%), si les sumamos aquellos que contestan que la presencia es muy baja, llega casi hasta el 60% de los encuestados. Realmente es una respuesta que pone de relieve la importancia de programas como el que aquí evaluamos para intentar internacionalizar la cultura española.

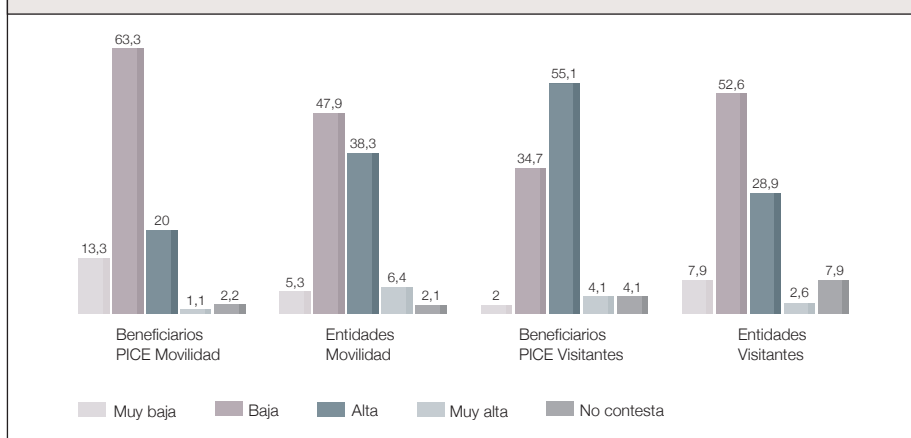
GRÁFICO 13 PRESENCIA DE LA CULTURA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR: PENSANDO EN LA PRESENCIA ACTUAL DE LA CULTURA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR, ¿DIRÍA QUE ESTA ES...?



Distinguiendo las respuestas de los encuestados según los sectores a los que se encuentran vinculados, observamos que es significativa estadísticamente¹⁰ la mayor tendencia de los provenientes de las artes visuales a opinar que la cultura española tiene una presencia muy baja en el exterior (hasta un 23% de los encuestados de este sector lo creen). Por el contrario, entre los encuestados que pertenecen al sector del libro y la literatura observamos que también es significativamente mayor la tendencia a opinar que la cultura española está altamente presente en el exterior (45%), al menos con un porcentaje similar a quienes opinan lo contrario (46%).

Si consideramos la opinión de los distintos tipos de encuestados, obtenemos también diferencias significativas fundamentalmente en lo que respecta a la opinión de los Beneficiarios PICE Visitantes, quienes invirtiendo la tendencia de la opinión mayoritaria, creen que la cultura española tiene una alta presencia en el exterior (ver gráfico infra). Esto puede deberse a que las personas extranjeras que vienen invitadas a una actividad cultural en nuestro país tienen ya un sesgo previo: tener algún tipo de vínculo o relación con los grupos o entidades que les invitan y de ahí su percepción de la mayor presencia de la cultura española en sus países de origen.

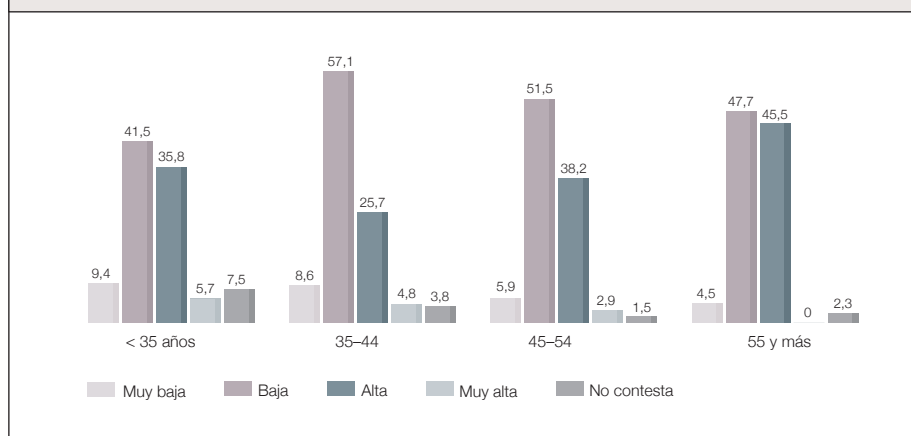
GRÁFICO 14 PRESENCIA DE LA CULTURA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR SEGÚN EL TIPO DE ENCUESTADOS



10. La significación estadística referida se ha establecido mediante la prueba de ji cuadrado (χ^2), que mide el grado de asociación entre dos variables en función de las proporciones relativas de respuesta observada en relación a las respuestas esperadas en caso de que no existiera asociación ninguna, es decir que se distribuyeran uniformemente los casos en todas las celdas de datos. También se puede aplicar esta prueba a la distribución de casos en una sola variable, en cuyo caso se conoce como «bondad de ajuste»; en este informe se utiliza solo como análisis multivariable para variables de tipo categórico o nominal.

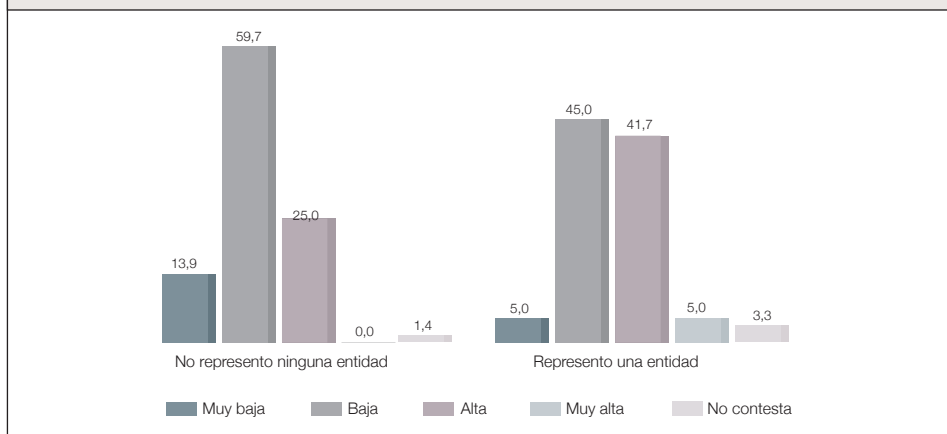
Por edad, hay que decir que quienes más afirman la baja presencia de la cultura española en el exterior son quienes tienen entre 35 y 44 años. Comprobamos que sólo la cuarta parte de ellos afirma que hay una alta presencia, mientras que en el resto de los grupos de edad van del 35% al 45% los que así responden (ver infra). Podríamos lanzar la hipótesis de que los más jóvenes tienen la percepción de una mayor presencia de la cultura española en el exterior porque tienen una nueva forma, más global, de realizar su trabajo y por ello una imagen más positiva de cómo los ven en el resto del mundo. Y por su parte, quizás el grupo de mayor edad puede tener esa mayor percepción de la presencia española debido a que tienen ya muchos contactos por acumulación de experiencias en el exterior.

GRÁFICO 15 PRESENCIA DE LA CULTURA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR SEGÚN EDAD DE LOS ENCUESTADOS



Finalmente no se observa diferencias significativas en las tendencias de respuesta según sexo, ni por las distintas convocatorias en las que recibieron ayuda, o por haber acabado o no la actividad. Entre los Beneficiarios PICE Movilidad, los que dicen vivir más tiempo al año fuera de España (11 personas) perciben una presencia de la cultura española en el exterior más alta. También los encuestados que dicen representar alguna entidad manifiestan esta postura, algo normal si consideramos que entre estos hay una mayoría de Beneficiarios PICE Visitantes

GRÁFICO 16 OPINIÓN SOBRE LA PRESENCIA DE LA CULTURA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR DE LOS ENCUESTADOS BENEFICIARIOS SEGÚN REPRESENTEN O NO UNA ENTIDAD



Según los expertos entrevistados, la presencia de la cultura española en el exterior es escasa, como se dice de forma casi dramática en una de las entrevistas:

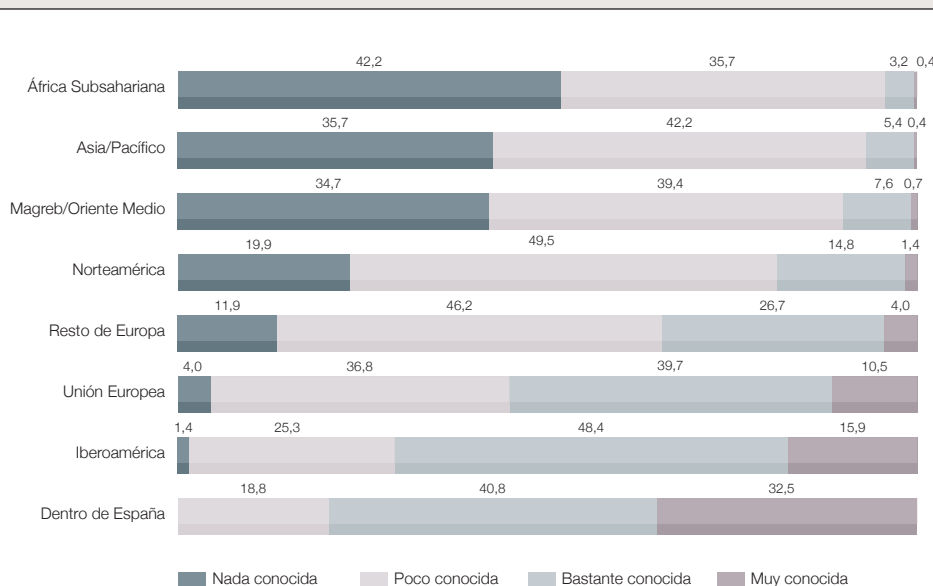
“hay una presencia muy raquítica de la cultura española en el exterior” (E1).

Directamente otro de los expertos califica la situación como problemática, al argumentar que:

“hay un problema de internacionalización de nuestros artistas, no hace falta más que ver el programa de las Bienales, incluso de ferias, o sea, de museos internacionales, etc. Pues sí, siempre parece que falta una visibilidad de los creadores españoles” (E2)

4.2. Conocimiento de la producción de los creadores y profesionales españoles

Tomando como referencia el sector en el que se desarrolla su actividad profesional, los encuestados han valorado el grado en que se conoce la producción de los creadores y profesionales españoles en diferentes áreas geográficas (gráfico infra). Observamos que donde menos conocida resulta es en el continente africano y en Asia/Pacífico, y de forma muy similar, las zonas de Magreb/Oriente Medio. En estas áreas se aproxima al 80% el número de encuestados que opina que es poco o nada conocida. También valoran que el grado de conocimiento en Norteamérica resulta bastante bajo (para el 70% poco o nada conocida). En el extremo opuesto, el mayor grado de conocimiento lo señalan para Iberoamérica (pues un 64% opina que allí es muy o bastante conocida), los países de la Unión Europea (50%) y España, como es lógico. Sin embargo, sorprende que un 19% de los encuestados consideren que la producción de creadores y profesionales españoles es poco conocida en nuestro país. Podemos considerar como hipótesis que manifiestan una crítica general a la falta de educación artística de la población o a la ausencia de apoyos y difusión de la cultura existente dentro de nuestras fronteras.

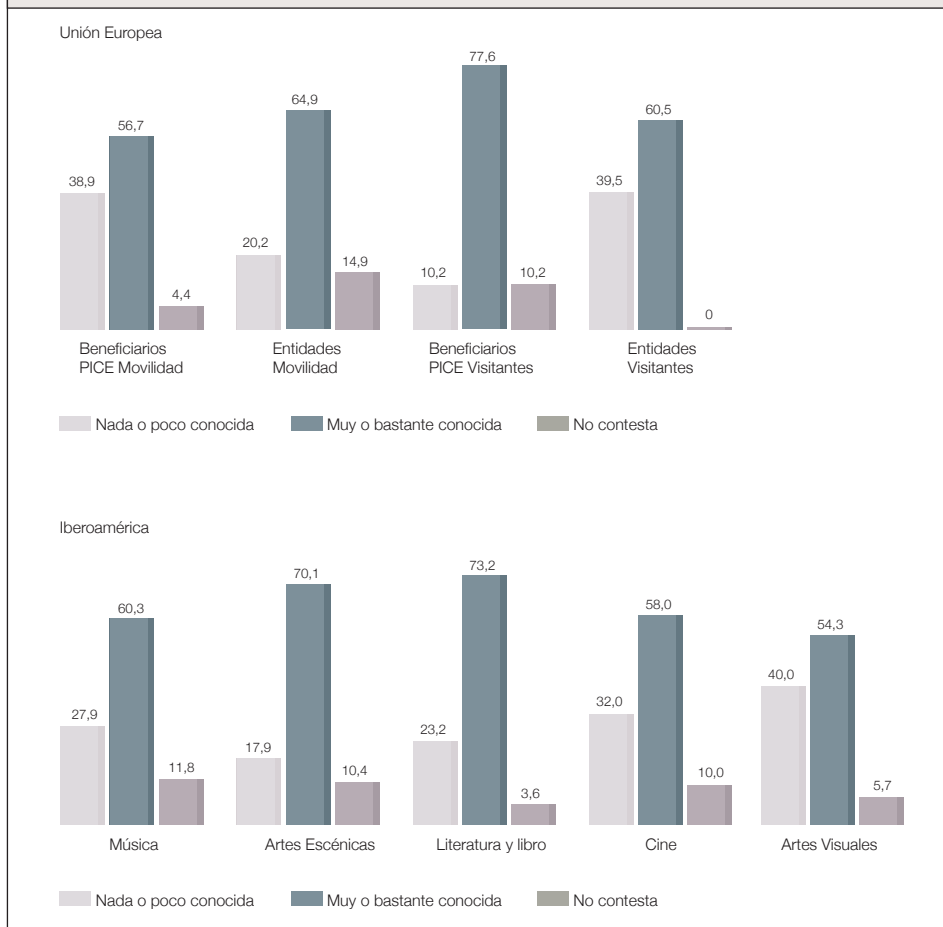
GRÁFICO 17 CONOCIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE LOS CREADORES Y PROFESIONALES ESPAÑOLES EN DIFERENTES ÁREAS GEOGRÁFICAS

Desde este resultado general, profundizaremos para destacar las diferentes opiniones según tipo de encuestados (beneficiarios o entidades) y según pertenezcan a los distintos sectores culturales, tras comprobar que otras características como sexo, edad o convocatoria de la ayuda no resultan estadísticamente significativas para diferenciar patrones de respuesta diferentes.

Como veíamos antes, para los encuestados Iberoamérica es el área donde resulta más conocida la cultura española fuera de nuestras fronteras. Siendo así en el conjunto de las entrevistas, hay que decir que para los españoles, sean los Beneficiarios PICE Movilidad o de las entidades españolas que han recibido a visitantes, son más pesimistas en tanto que casi el 40% considera que incluso en Iberoamérica la cultura española es nada o poco conocida (“nada” sólo en torno al 3%). Es decir, las entidades extranjeras que reciben a los beneficiarios de Movilidad y los beneficiarios del PICE Visitantes consideran con un mayor porcentaje que el resto, que es “muy o bastante” conocida (aproximadamente el 30% dicen que es muy conocida). Parece que en otros países perciben una mayor relación de España con Iberoamérica que los propios profesionales españoles de la cultura.

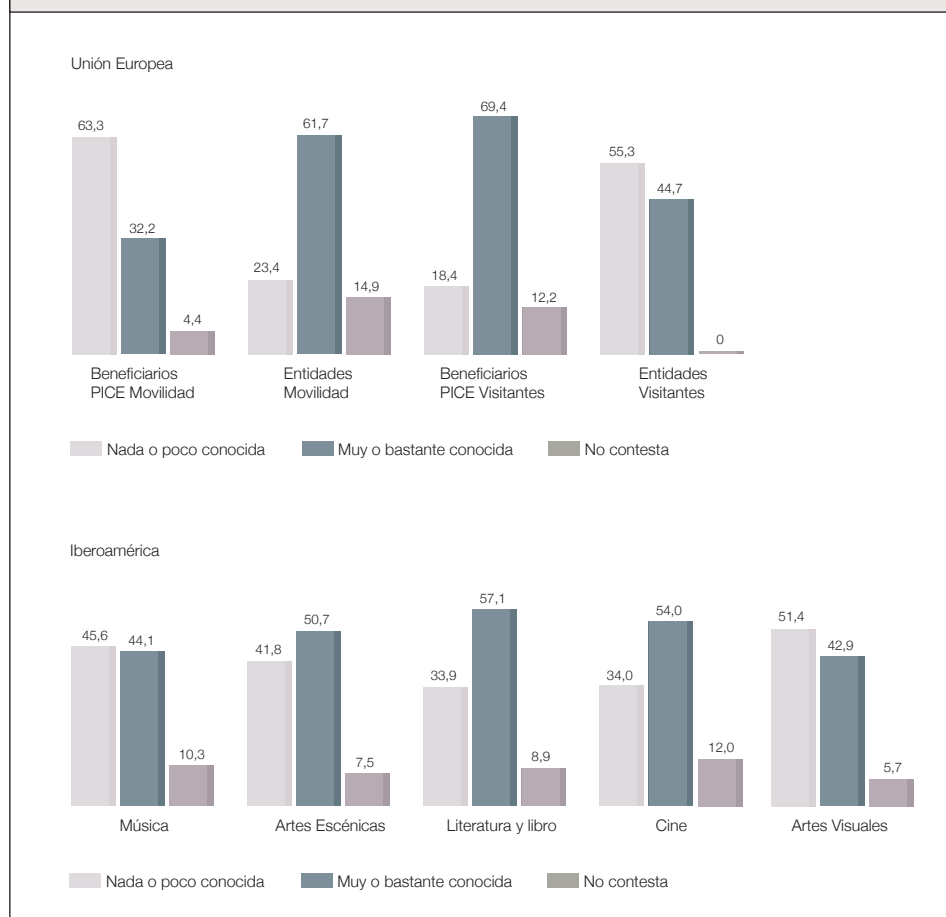
En los cinco sectores de actividad alrededor del 50% considera que la cultura española es “muy o bastante conocida”. Los que más responden en este sentido son los vinculados a los sectores de literatura y libro (73%) y artes escénicas (70%), y los que menos los pertenecientes a las artes visuales, que incluso afirman en un 40% que la cultura española es “nada o poco conocida”. Los encuestados de artes visuales, en todo caso, parecen tener una opinión dividida, ya que son quienes más señalan que sea “nada conocida” (6%) y al tiempo que ofrecen el mayor porcentaje de respuestas indicando que es “muy conocida” (26%).

GRÁFICO 18 ÁREAS GEOGRÁFICAS EN LAS QUE ES BASTANTE O MUY CONOCIDA LA PRODUCCIÓN DE LOS CREADORES Y PROFESIONALES ESPAÑOLES SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO Y SECTORES DE ACTIVIDAD: IBEROAMÉRICA



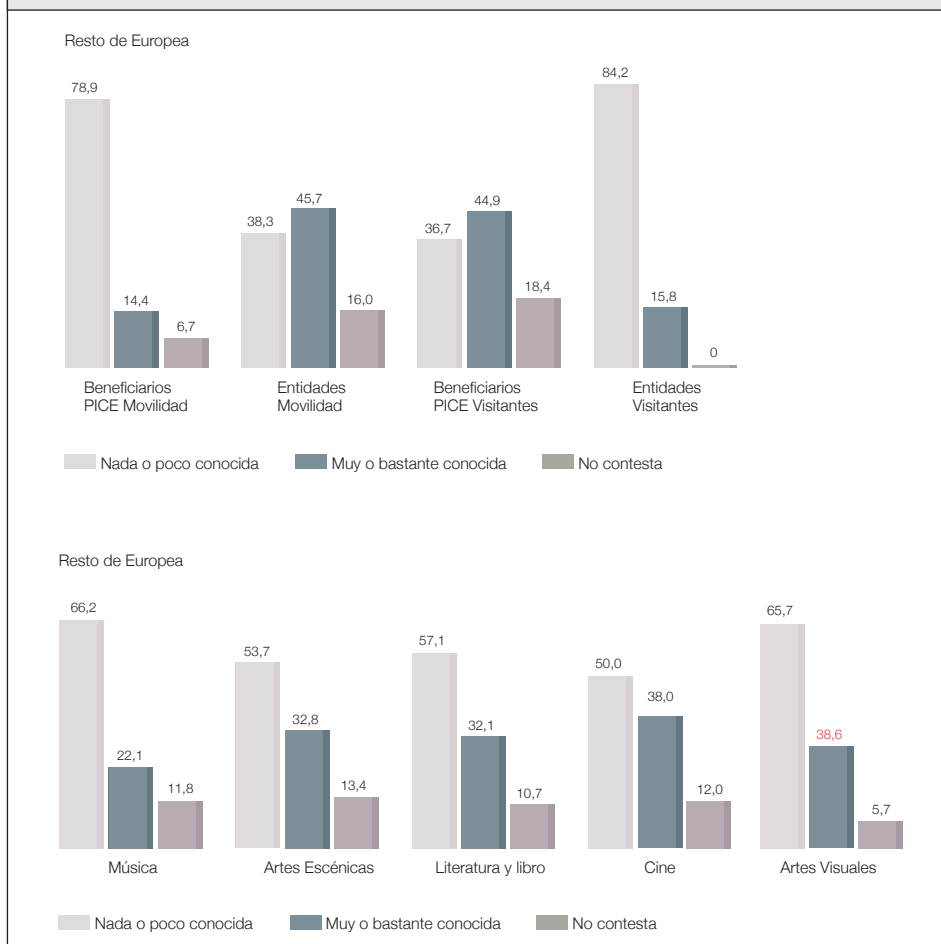
Con respecto al conocimiento que hay de nuestra cultura dentro de la Unión Europea, encontramos un comportamiento aún más extremo en los profesionales españoles que, en su mayoría, perciben “poco o ningún conocimiento” de la cultura española, mientras que para las Entidades PICE Movilidad y los Beneficiarios PICE Visitantes hay un amplio conocimiento de la cultura española en la Unión Europea.

GRÁFICO 19 ÁREAS GEOGRÁFICAS EN LAS QUE ES BASTANTE O MUY CONOCIDA LA PRODUCCIÓN DE LOS CREADORES Y PROFESIONALES ESPAÑOLES SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO Y SECTORES DE ACTIVIDAD: UNIÓN EUROPEA



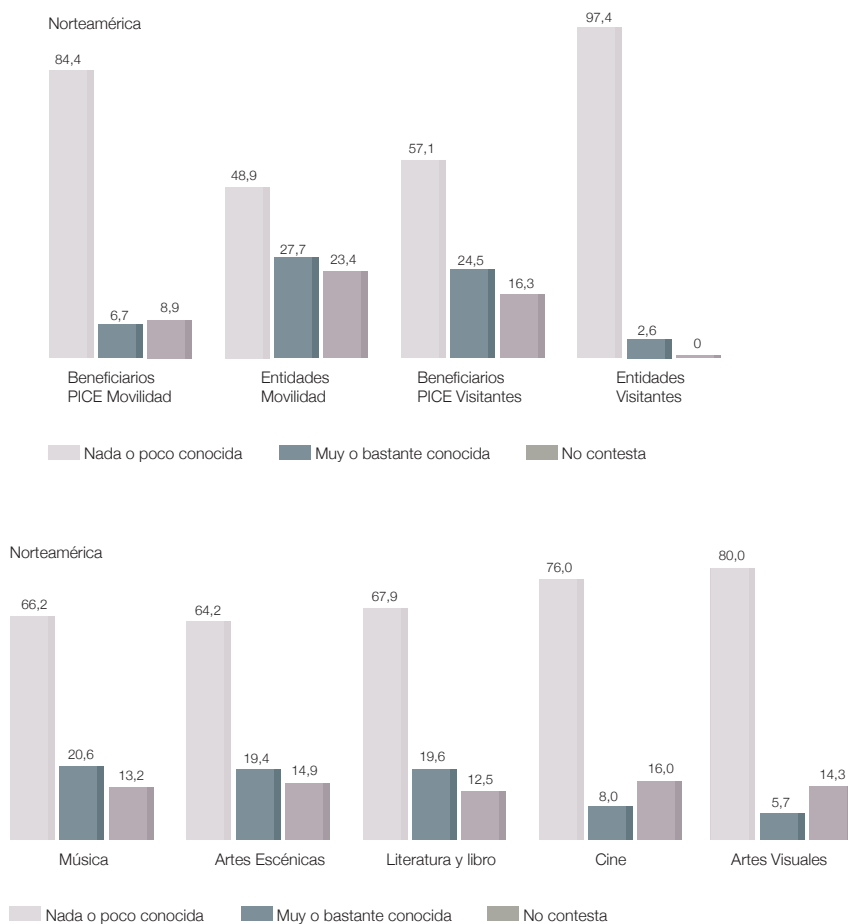
Si la opinión de los encuestados nacionales sobre el conocimiento de la cultura española en la Unión Europea es pesimista, al referirse al resto de Europa, ese pesimismo se incrementa considerablemente. El 79% de los Beneficiarios PICE Movilidad considera que es “nada o poco conocida” y un 84% de los que pertenecen a las entidades receptoras de visitantes. Al mismo tiempo, se reduce a un 45% el porcentaje de los encuestados de las Entidades PICE Movilidad y Beneficiarios PICE Visitantes que creen que es “muy o bastante conocida”, ampliándose el porcentaje de quienes no contestan.

GRÁFICO 20 ÁREAS GEOGRÁFICAS EN LAS QUE ES BASTANTE O MUY CONOCIDA LA PRODUCCIÓN DE LOS CREADORES Y PROFESIONALES ESPAÑOLES SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO Y SECTORES DE ACTIVIDAD: RESTO DE EUROPA



Finalmente, respecto al conocimiento en Norteamérica casi la totalidad de los encuestados considera que la cultura española es “nada o poco conocida” aunque aún la cuarta parte de los encuestados de Entidades PICE Movilidad y Beneficiarios PICE Visitantes cree que es “bastante conocida”. Los Beneficiarios PICE Movilidad y las entidades españolas consideran en un 84 y 97% respectivamente un nulo o escaso conocimiento en dicha región.

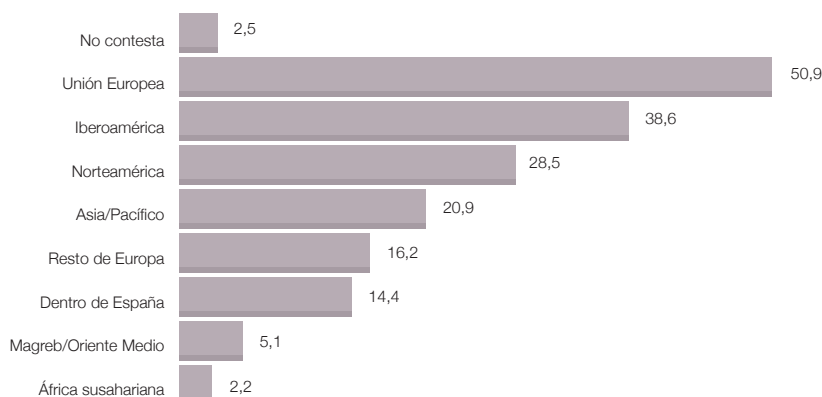
GRÁFICO 21 ÁREAS GEOGRÁFICAS EN LAS QUE ES BASTANTE O MUY CONOCIDA LA PRODUCCIÓN DE LOS CREADORES Y PROFESIONALES ESPAÑOLES SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO Y SECTORES DE ACTIVIDAD: NORTEAMÉRICA



4.3. Opinión sobre la promoción de la producción de los creadores y profesionales españoles por el mundo

Concretamente, se preguntó a los encuestados en cuál de estas regiones geográficas les interesaría más promover su sector de actividad. Dada la amplitud del contexto internacional considerado en las anteriores preguntas, se pidió que especificaran cada uno en su propio sector cuál era el área donde interesaría más promoverlo, con un máximo de dos posibles respuestas. Como vemos infra, la Unión Europea es el área más respondida, seguida de Iberoamérica y ya, a cierta distancia, Norteamérica.

GRÁFICO 22 ÁREAS GEOGRÁFICAS EN LAS QUE MÁS INTERESARÍA PROMOVER LOS DISTINTOS SECTORES DE ACTIVIDAD (RESPUESTA MÚLTIPLE: MÁXIMO DOS)



Hemos comprobado que no hay diferencias significativas en las respuestas en función del sexo del encuestado o de las fechas en que realizó la actividad. Según la edad, se detecta una mayor apuesta por la Unión Europea entre los jóvenes menores de 35 años que en los demás grupos de edad y, también, es el único grupo de edad que contesta con mayor porcentaje en Estados Unidos que en Iberoamérica.

Analizando la Tabla 5 (infra), hay que afirmar que el área de Iberoamérica resultó la más citada por los encuestados de las entidades visitantes, seguida de la Unión Europea y, en bastante menor medida, Norteamérica y Asia/Pacífico con el mismo porcentaje, 31,6%, siendo el único caso en donde Asia/Pacífico alcanza cierta presencia en las respuestas. Para el resto de los encuestados, la Unión Europea aparece siempre como prioritaria, seguida por Iberoamérica y, en tercer lugar, Norteamérica. Sólo en el caso de los Beneficiarios PICE Movilidad se da una

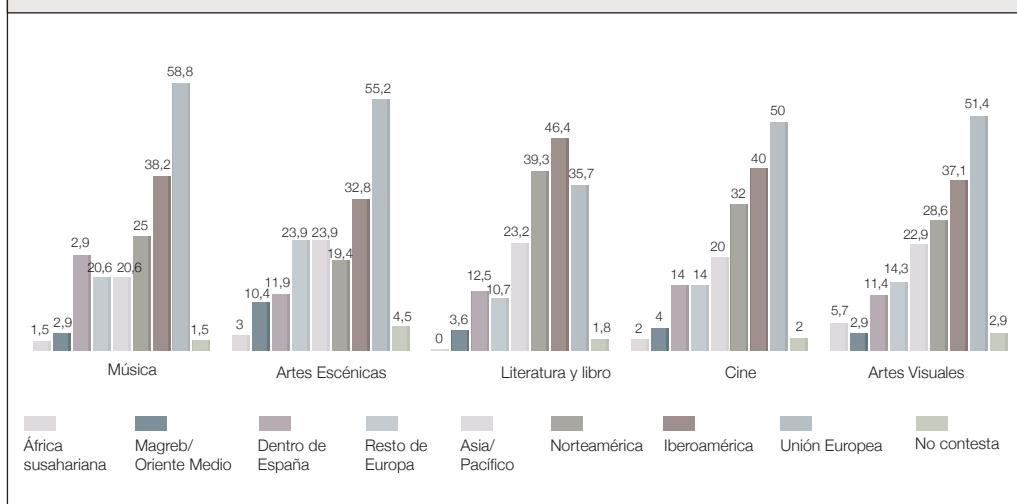
diferencia estadísticamente significativa respecto a los demás cuando se da un 40% de respuestas eligiendo Norteamérica como área de promoción principal, equiparándose prácticamente con Iberoamérica. Esto hay que tenerlo especialmente en cuenta como indicador de la opinión de artistas, creadores y profesionales españoles que son los susceptibles de recibir las subvenciones a sus actividades y los que muestran la cultura española más allá de nuestras fronteras.

TABLA 5 ÁREA GEOGRÁFICA QUE ELEGIRÍAN PRIORITARIAMENTE PARA PROMOVER SU DISCIPLINA LOS DISTINTOS TIPOS DE ENCUESTADOS (RESPUESTA MÚLTIPLE)

	Total	TIPOENT			
% Verticales con marca Jhi ²		Beneficiarios PICE Movilidad	Entidades Movilidad	Beneficiarios PICE Visitantes	Entidades Visitantes
Total	277	90	94	49	38
¿en cuál de ellas interesaría más promover su sector?					
P39	277	90	94	49	38
África subsahariana	2,2	1,1	2,1	4,1	2,6
Magreb/Oriente Medio	5,1	4,4	4,3	6,1	2,6
Dentro de España	14,4	12,2	12,8	22,4	15,8
Resto de Europa	16,2	11,1	19,1	18,4	18,4
Asia/Pacífico	20,9	24,4	17,0	10,2	31,6
Norteamérica	28,5	>40,0	20,2	22,4	31,6
Iberoamérica	38,6	44,4	34,0	32,7	50,0
Unión Europea	50,9	54,4	55,3	38,8	47,4
No contesta	2,5	2,2	1,1	6,1	0,0

Distinguiendo las respuestas según sectores de actividad (gráfico infra) vemos que en música predomina más que en el resto la promoción de su actividad en la Unión Europea, incluyendo también España. En literatura y libro, por el contrario, se prioriza el área iberoamericana, algo que no sorprende si consideramos la ausencia de barreras idiomáticas con esa región del mundo; seguido de Norteamérica, incluso anteponiéndola al contexto de la UE, seguramente porque ya se trabaja bastante en esa dirección. En el sector de las artes escénicas, sin embargo, la respuesta de priorizar Iberoamérica y Norteamérica es comparativamente más baja, resaltando más que ningún otro sector el interés por la Europa no comunitaria y, con una puntuación similar, en el eje Asia/Pacífico. Todas estas diferencias por sectores son comprensibles dadas las peculiaridades de cada uno y demuestran la coherencia en las respuestas de nuestros encuestados.

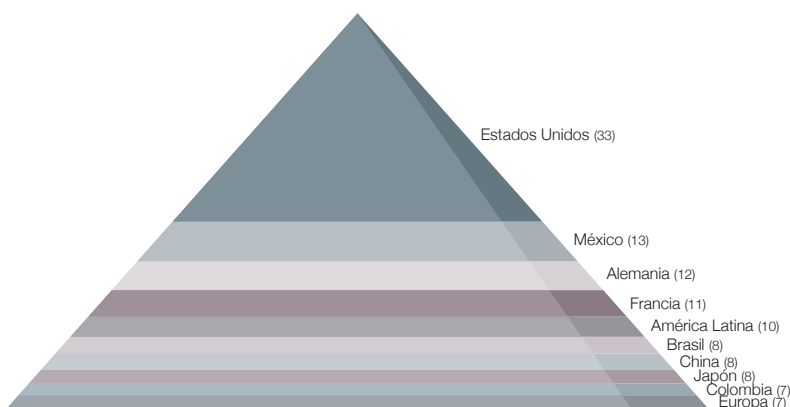
GRÁFICO 23 ÁREAS GEOGRÁFICAS EN LAS QUE MÁS INTERESARÍA PROMOVER LOS DISTINTOS SECTORES DE ACTIVIDAD SEGÚN SECTOR (RESPUESTA MÚLTIPLE)



Los resultados de la encuesta son coincidentes en gran medida con las valoraciones de los expertos en las entrevistas. Para alguno “se debe establecer una relación directa con Latinoamérica y con Europa” (E1) y hay quien dice que “hay más permeabilidad, más capacidad de entender nuestra cultura en los países europeos” (E3). Aunque hay opiniones diferentes, como por ejemplo que “España tiene que encontrar su lugar, y su lugar ahora mismo no estoy segura de que sea con Latinoamérica” (E2), éste es el único comentario en el que se pone en cuestión los esfuerzos en esa región, sugiriendo que por ejemplo se podría poner más interés en los países del Mediterráneo y del sur de Europa. En el presente “por un tema de proximidad cultural, de idioma, de lenguaje, de noción histórica, se está trabajando muchísimo por Latinoamérica” (E4), y sin embargo, “por un tema de proximidad, somos de Europa. Luego yo creo que es en esencia donde tenemos que esforzarnos más”.

Volviendo al análisis de los resultados de la encuesta, se preguntaba cuál era el país que querían destacar entre los demás con un interés especial para promocionar su actividad, los 130 encuestados (47% del total) que respondieron lo hicieron de forma variada. Se citaron hasta 40 países distintos, siendo los 10 países más nombrados en esta pregunta abierta los que se pueden observar en el gráfico inferior. Observamos la atracción que genera Estados Unidos cuando se les ha pedido a los encuestados destacar un país sobre los demás. Entre los de la Unión Europea aparecen Alemania y Francia como los más citados. Finalmente, si tuviéramos que destacar algún país en el área asiática, los encuestados nos proponen fundamentalmente China y Japón por igual.

GRÁFICO 24 ¿SEÑALARÍA USTED ALGÚN PAÍS EN PARTICULAR DONDE, EN SU OPINIÓN, HABRÍA QUE PROMOVER ESPECIALMENTE SU SECTOR DE ACTIVIDAD? (PREGUNTA ABIERTA: RESULTADOS EN FRECUENCIAS ABSOLUTAS)

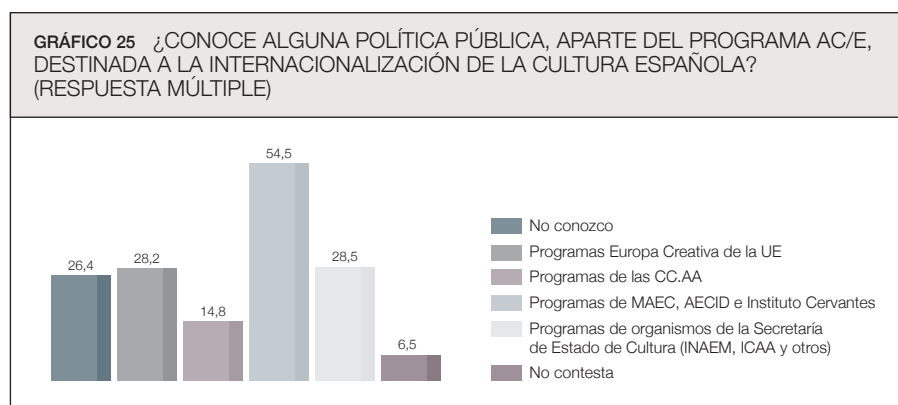


Identificamos a continuación el perfil de quienes optaron por los distintos países como preferencia para la promoción de su sector de actividad en concreto:

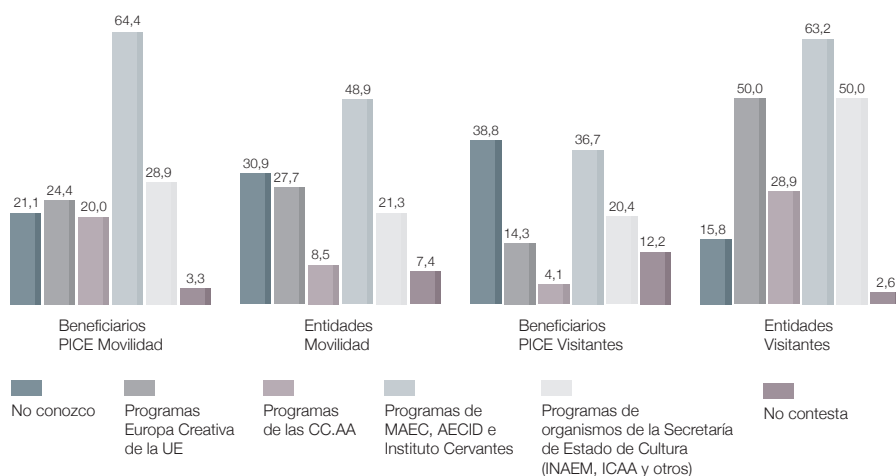
- **Estados Unidos:** fundamentalmente indicado por los Beneficiarios PICE Movilidad, del sector de la literatura y libro, entre 35 y 44 años de edad.
- **México:** también son más numerosas las respuestas de los Beneficiarios PICE Movilidad, del sector de la literatura y libro, con el mismo número de citas que los encuestados del sector audiovisual y con edades comprendidas entre 35 y 54 años la edad.
- **Alemania:** es citada fundamentalmente por Beneficiarios PICE Movilidad del sector de la música y de cualquier edad, por encima de los 35 años.
- **Francia:** es nombrada sobre todo por Entidades y Beneficiarios PICE Visitantes, en música, artes escénicas y cine por igual y en la franja de 35 a 44 años de edad.
- **Japón** (entre las potencias asiáticas): es nombrado por las Entidades PICE Visitantes, sobre todo del sector de música y también en la edad de 35 a 44 años.

4.4. Políticas públicas para la internacionalización de la cultura española

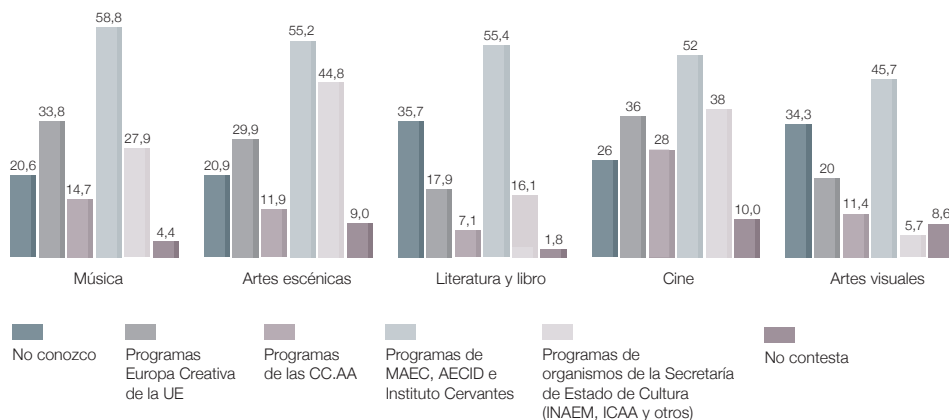
Considerando la importancia que pueda tener la existencia de políticas públicas para la internacionalización de la cultura española, preguntamos a los encuestados si conocían alguna más allá del propio Programa de AC/E en el que han participado. Los resultados que podemos ver en el gráfico inferior muestran el desconocimiento del 33% de los encuestados al respecto, sumando quienes afirman no conocer y los que no contestan. Entre las distintas opciones posibles, dada la lista que se proponía en el cuestionario, vemos que la línea más conocida es la de los “programas de MAEC, AECID e Instituto Cervantes” pues más de la mitad de los encuestados lo conocen (54,5% de respuestas).



Vemos que hay diferencias en ese grado de conocimiento, ¿quiénes son los encuestados que tienden más a conocer otras políticas públicas? Pues bien, los Beneficiarios PICE Movilidad son quienes más conocen los programas del MAEC/AECID/Instituto Cervantes, aunque manifiestan un discreto conocimiento del resto. Las entidades que reciben a estos artistas y profesionales en el extranjero no se destacan especialmente en conocer ninguno de los grupos de programas expuestos en particular, como cabía esperar, no obstante también una de cada dos conoce los programas MAEC/AECID/Instituto Cervantes. Por otro lado el 51% de los Beneficiarios PICE Visitantes expresa abiertamente su desconocimiento o no contestan. Finalmente las entidades que reciben en España artistas y profesionales visitantes manifiestan una importante diferencia con el resto ya que tienen un conocimiento similar al de los beneficiarios movilidad sobre programas MAEC/AECID/Instituto Cervantes, pero al mismo tiempo observamos su mayor conocimiento del resto de programas. Especialmente significativo resulta su conocimiento del programa Europa Creativa de la UE y los de los diversos organismos de la Secretaría de Estado de Cultura.

GRÁFICO 26 CONOCIMIENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DISTINTAS DE PICE SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO (RESPUESTA MÚLTIPLE)

Por sectores, los pertenecientes al cine como vemos en el gráfico inferior, manifiestan un conocimiento más amplio de las políticas culturales existentes que el resto, diferenciándose sobre todo en el mayor conocimiento de las políticas autonómicas en España. Los que parecen conocer relativamente menos tales políticas son los encuestados de artes visuales y de literatura y libro.

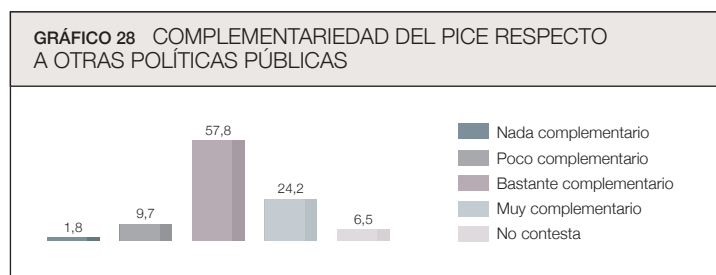
GRÁFICO 27 CONOCIMIENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DISTINTAS DE PICE SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD (RESPUESTA MÚLTIPLE)

Por características sociodemográficas, las mujeres entrevistadas conocen mejor que los hombres las políticas referidas, de hecho, el 71,4% conoce alguna y mientras que entre los hombres el porcentaje es de un 54,5%.

La mayor edad parece que favorece el mayor conocimiento de las políticas de MAEC/AECID/Instituto Cervantes y de los organismos de la Secretaría de Estado, pero no del resto. Los menores de 35 afirman por encima de los demás grupos de edad (34%) que no conocen otras políticas públicas.

Por otra parte, vemos que los programas procedentes de las Comunidades Autónomas y los del MAEC/AECID/Instituto Cervantes son más conocidos por los encuestados que no representan a entidad alguna (con 19,4% de respuestas frente a 6,7% y 62,5% frente a 45%, respectivamente). En opinión de los expertos, los programas autonómicos *“suelen ser muy eficaces, curiosamente y paradójicamente, desde gobiernos locales: el Gobierno Vasco que tiene mucha pasta, y tiene ayudas y se sabe mover bien; el Ramón Llull para defender la cultura catalana (E3).*

Por último, se preguntó a los encuestados si en su opinión el Programa de AC/E para la Internacionalización de la Cultura Española resulta complementario de otras políticas públicas orientadas a ese mismo fin. En general, la mayoría (58%) contestó que es “bastante complementario” y, si añadimos aquellos que piensan que es “muy complementario” obtenemos que el 82% afirma esa complementariedad. Sólo el 11,5% opinan que es “poco o nada complementario”.



Comprobamos en la voz de los expertos entrevistados que no existe en España una política pública cultural realmente adecuada para la internacionalización de artistas, creadores y profesionales, todos ellos se muestran bastante críticos al respecto:

“ningún partido, bien sea de izquierdas o bien sea de derechas verdaderamente se ha preocupado de este asunto, incluso cuando había mucho dinero, tampoco se hizo. Es decir, nunca ha habido dinero suficiente para potenciar la imagen y la labor de los agentes culturales de nuestro país” (E1)

También han criticado las prácticas existentes en el marco de la política cultural:

“Lo único que han hecho es hacer un acto regresivo, y ahora tenemos intervención previa, como las distintas..., los distintos ministerios; en el cual se tienen que fiscalizar todo previamente, y entonces, pues para poder hacer cualquier cosa te tienen que dar un permiso, a veces no entendiendo, no encajando, que un artista, no puedes hacer un concurso para contratar (...) un determinado artista, porque cada artista es lo que es, y todo esto entra en una dinámica que es absolutamente kafkiana” (E1).

Respecto a las ayudas públicas a los distintos profesionales de la cultura, hay quien afirma que son *“inoperativas, burocráticas, imposibles de pedir, la manera de recurrir a ellas es difícilísima, y cualquiera de mis colegas extranjeros te dice: «Olvídate, yo no pido ya las ayudas (...) españolas porque es un engorro burocrático...» y además, es que realmente ya no las hay...” (E3).*

Algunos recuerdan tiempos mejores, probablemente debido a los recortes que introdujeron las políticas en respuesta a la crisis económica después del 2008, señalando que había *“acciones muy fuertes hace años, quizás porque había mucho más dinero, se invertía mucho más en cultura” (E4)* o que *“es necesario un esfuerzo mayor en producción, al que luego acompaña la promoción, pero primero hay que tener un producto que promocionar...” (E5).*

Del mismo modo, respecto a lo que se hace en otros países un entrevistado comentaba:

“por parte de la Comunidad Económica Europea, si tú ves las ayudas que hay y tal, todas tienden a ser intersectoriales. O sea, no es, no son compartimentos estancos. (...) En lugar de hacer como, de pensar en nuestra cultura como algo exportable en conjunto, que igual esto que te decía en Francia, un festival, donde hay literatura, música, cine... que están todos los sectores del mundo de la cultura. Tú sabes que si tú ahora mismo te vas a ese festival, vas a volver sabiendo gran parte de lo que está pasando en Francia en este momento” (E3).



V. CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DEL PICE

Una vez expuesta en el capítulo anterior la opinión de los beneficiarios y de los expertos relativa al contexto de la internacionalización de la cultura española, entramos a considerar la valoración que hacen los encuestados de la importancia del PICE Movilidad y el PICE Visitantes para el objetivo de la internacionalización. Hemos preguntado sobre el conocimiento que tienen de las convocatorias y la valoración que les merece en general. En la última parte de este capítulo exponemos algunos resultados que tienen que ver con la valoración de la actividad concreta una vez desarrollada.

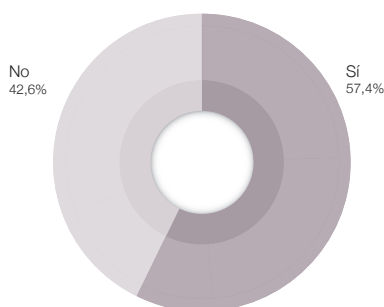
5.1. Conocimiento de AC/E y de PICE Movilidad y PICE Visitantes

Primero, analizamos el conocimiento que tienen los encuestados sobre la misma Sociedad Acción Cultural Española (AC/E), en tanto que es de interés conocer si las personas que participan en el programa PICE tienen una idea formada sobre quién es en realidad la entidad que les está ofreciendo la ayuda. En la evaluación realizada el año pasado, se percibió un alto desconocimiento. Ha sido uno de los puntos en que AC/E ha tenido que incidir de forma importante durante 2015 y la encuesta ha permitido comprobar en qué medida ha mejorado esta situación. En segundo lugar, también interesa sondear el grado de conocimiento que los encuestados afirman tener de los programas PICE Movilidad y PICE Visitantes.

5.1.1. Conocimiento de Acción Cultural Española (AC/E)

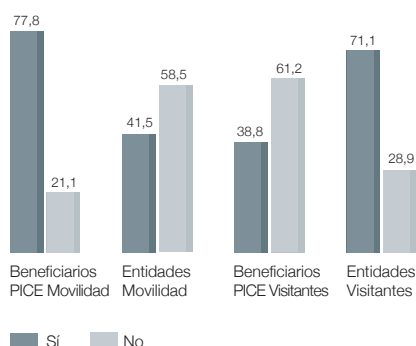
La mayoría de los encuestados contestan que sí conocían AC/E antes de participar de las ayudas del PICE, aunque comprobamos que el 43% afirman que no conocía la entidad. Este grado de conocimiento previo indica que hay buenos resultados en la labor de Acción Cultural Española expandiendo su Programa de ayudas a la internacionalización de la cultura española.

GRÁFICO 29 CON ANTERIORIDAD A QUE UD. PARTICIPARA EN LAS AYUDAS DEL PROGRAMA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA CULTURA ESPAÑOLA (PICE), ¿CONOCÍA UD. LA ENTIDAD ACCIÓN CULTURAL ESPAÑOLA (AC/E)?



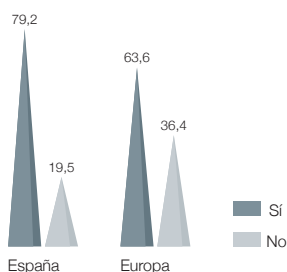
Podemos preguntarnos, ¿quiénes son los que más desconocían la existencia de AC/E? Observamos que no hay diferencias en las respuestas por sexo, aunque sí por edad. Los más jóvenes (menores de 35 años) son quienes conocían menos a AC/E (57%), mientras los mayores de 55 son quienes más los conocen (74%). La variable que mejor responde a esta pregunta es el tipo de encuestado, puesto que como vemos en el gráfico inferior, son los Beneficiarios PICE Movilidad quienes con un mayor porcentaje (78%) afirman que ya conocían AC/E antes de participar en el PICE 2014/15. Con un porcentaje menor, pero también alto, las personas pertenecientes a las entidades españolas que recibieron a visitantes extranjeros, dicen que sí conocían la entidad. En el sentido contrario, en torno al 60% de las entidades extranjeras que reciben a los Beneficiarios PICE Movilidad y el 60% también de los visitantes extranjeros que vinieron a España, no conocían antes de participar en el Programa de 2014/15 la Sociedad Estatal, fuente de estas ayudas.

GRÁFICO 30 CONOCIMIENTO DE AC/E CON ANTERIORIDAD A PARTICIPAR EN EL PICE, SEGÚN TIPO DE ENTREVISTA



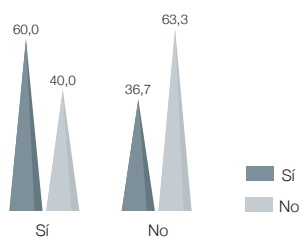
Se puede explicar la diferencia entre los porcentajes de respuesta de los encuestados, desde el punto de vista del país de residencia, tal y como contemplamos en el gráfico inferior: es significativamente mayor el porcentaje de los residentes en España que conocen AC/E e inversamente, también es bastante más elevado el número de encuestados que residiendo en Europa dicen que no conocían AC/E.

GRÁFICO 31 CONOCIMIENTO DE AC/E CON ANTERIORIDAD A PARTICIPAR EN EL PICE, SEGÚN PAÍS EN QUE RESIDE LA MAYOR PARTE DEL AÑO



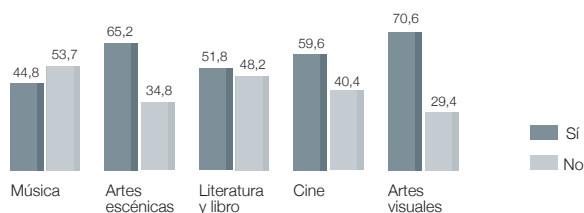
Aun existiendo diferencias significativas en el conocimiento de la Sociedad Estatal entre quienes viven en España o en otros países de Europa, es mucho más significativa la distancia de puntuaciones entre quienes afirman que ya alguien de su entidad había estado en España con una ayuda PICE anterior y quienes están en entidades que hasta ahora no habían tenido ayuda. Esta variable sí que se manifiesta como fundamental para explicar cómo extender el conocimiento de la Sociedad Estatal (especialmente importante en otros países europeos) invitando a nuestro país a personas de las entidades culturales extranjeras que después pueden servir de intermediarios en otros países para el conocimiento de la cultura española.

GRÁFICO 32 CONOCIMIENTO DE AC/E CON ANTERIORIDAD A PARTICIPAR EN EL PICE, SEGÚN SI HAY ALGUNA PERSONA DE SU ENTIDAD QUE HAYA VISITADO ESPAÑA A TRAVÉS DE ESTA ENTIDAD ANTES DE LA ACTUAL CONVOCATORIA



Por último, el sector de actividad al que pertenecen los encuestados se revela un elemento diferenciador en el nivel de conocimiento de AC/E. Así, como se aprecia en el gráfico inferior, en artes visuales, artes escénicas y, a cierta distancia, en el sector del cine, conocían más la entidad. En el sentido contrario, los encuestados del sector de música no conocían Acción Cultural Española en un 54%.

GRÁFICO 33 CONOCIMIENTO DE AC/E CON ANTERIORIDAD A PARTICIPAR EN EL PICE, SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD LA ACTUAL CONVOCATORIA



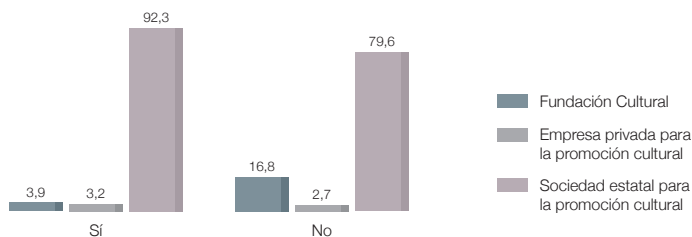
Preguntados sobre el **tipo de entidad que creen que es Acción Cultural Española**, la gran mayoría conocen que es una sociedad estatal (86,5%), aunque un 12,4% se confunde al señalarla como fundación cultural o empresa para la promoción de la cultura.

GRÁFICO 34 CONOCIMIENTO SOBRE EL TIPO DE ENTIDAD QUE ES AC/E



Como es lógico existe una relación directa entre nivel de conocimiento de AC/E y porcentaje de acierto respecto al tipo de entidad. Aun así, destaca que 11 encuestados que conocen la Sociedad Estatal no sepan qué tipo de entidad es. Siendo optimistas, hay que resaltar el elevado porcentaje (80%) de los 115 encuestados que habían afirmado no conocer AC/E antes de las ayudas PICE, y sí que contestan correctamente sobre el tipo de entidad. En realidad, hay que interpretar que probablemente ha sido una respuesta rápida y mediada por el conocimiento actual de la Sociedad, en la que no influye tanto ese desconocimiento que el 43% de los encuestados tenían antes de participar en el PICE.

GRÁFICO 35 CONOCIMIENTO SOBRE EL TIPO DE ENTIDAD QUE ES AC/E SEGÚN SU CONOCIMIENTO CON ANTERIORIDAD A PARTICIPAR EN EL PICE



Por parte de los expertos entrevistados, existe el conocimiento de AC/E pero en grados variables, por ejemplo E2 afirma: *“no entiendo muy bien, muchas veces no entiendo por ejemplo la diferencia entre AC/E y AECID, cosas así que no comprendo muy bien. De hecho a nosotros nos ha ayudado indistintamente AC/E y AECID, y no entiendo muy bien”*. También añade que *“no es tan conocido lo que hace aparte de PICE, y cómo funciona.”* (E2)

O bien E3: *“Lo conozco, sí. No tenemos mucho contacto con ellos, pero cuando lo hemos tenido, lo hemos tenido bueno”*.

5.1.2. Conocimiento PICE Movilidad y PICE Visitantes

Para el análisis del programa que estamos evaluando (PICE), queríamos comprobar primero el grado en el que éste en cada una de sus dos modalidades de ayudas, PICE Movilidad y PICE Visitantes, eran conocidos por los encuestados. Un buen conocimiento de los programas refleja una buena comunicación y difusión desde AC/E, mientras que el caso contrario implica la necesidad de un esfuerzo para mejorar en ese sentido, razones por las que resultan especialmente importantes los resultados obtenidos en este punto.

En cuanto al conocimiento sobre las ayudas de movilidad se percibe, comparando los gráficos que se presentan abajo, que mientras en el entorno del encuestado estas ayudas son “poco” o “nada” conocidas (63,6%). No obstante, cuando se pregunta sobre su propio conocimiento, la mayoría de los encuestados (62,4%) dice conocerlas “mucho” o “bastante”.

GRÁFICO 36 GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS AYUDAS PICE MOVILIDAD EN EL ENTORNO PROFESIONAL DEL ENCUESTADO

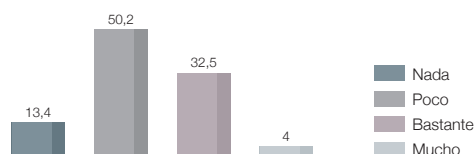
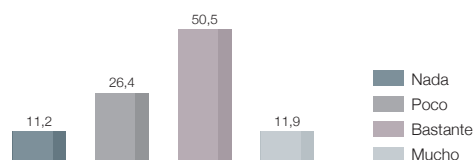


GRÁFICO 37 GRADO DE CONOCIMIENTO PROPIO DE LAS AYUDAS PICE MOVILIDAD



Sin embargo el desconocimiento sobre las ayudas PICE Visitantes es bastante más similar para los encuestados y su entorno: sólo un 38% y 27,5% respectivamente opinan que es muy o bastante conocido para ellos.

Dicho de otro modo, en los gráficos siguientes podemos observar que casi las tres cuartas partes de los encuestados consideran que el PICE Visitantes se conoce “poco” o “nada” en su entorno profesional y un porcentaje menor (62,1%) reconoce la falta de conocimiento propio.

GRÁFICO 38 GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS AYUDAS PICE VISITANTES EN EL ENTORNO PROFESIONAL DEL ENCUESTADO

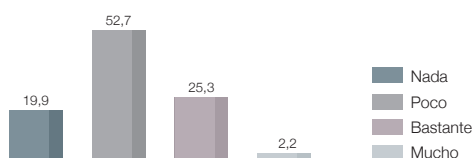
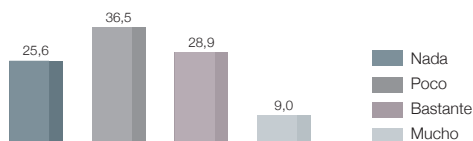


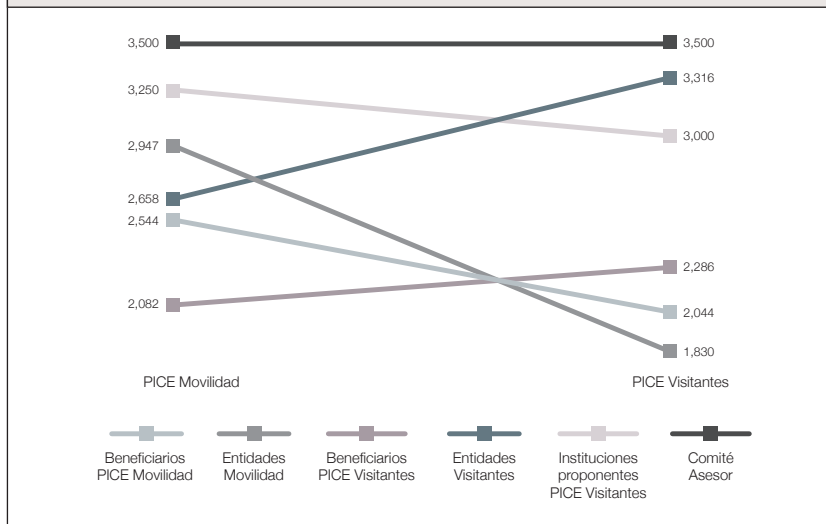
GRÁFICO 39 GRADO DE CONOCIMIENTO PROPIO DE LAS AYUDAS PICE VISITANTES



Esta diferencia en el grado de conocimiento de los dos programas de PICE se puede explicar considerando los distintos perfiles de encuestados. Recordamos cómo son los beneficiarios de movilidad y las entidades que reciben visitantes extranjeros, ambos por tanto españoles, quienes más decían conocer también Acción Cultural Española, mientras que los beneficiarios visitantes y las entidades extranjeras que reciben a los españoles tienen menor conocimiento. Buscamos en una comparación de medias procedentes de estas preguntas de tipo escala la ratificación de esta hipótesis. Comprobamos que el PICE Movilidad es más conocido por los encuestados pertenecientes a instituciones proponentes de visitantes extranjeros a España y también por las entidades que acogen beneficiarios de movilidad, como es lógico. Por el contrario, no es tan lógico que los beneficiarios de PICE Movilidad tengan una media bastante baja en conocimiento de su propio programa, sólo los beneficiarios PICE Visitantes tienen menor conocimiento.

Los encuestados de las entidades que reciben visitantes en España tienen mayor conocimiento del PICE Visitantes, seguidos por los de Instituciones proponentes de visitantes. En la parte baja de la tabla, con unas puntuaciones medias que indican poco o ningún conocimiento se encuentran los Beneficiarios PICE Visitantes (2,2), los Beneficiarios PICE Movilidad (2,0) y, por último, las entidades que reciben beneficiarios de movilidad (1,8). En resumen, quienes menos conocimiento tienen son por un lado los propios beneficiarios particulares, no pertenecientes a entidades y las entidades del extranjero. En el caso de las entidades extranjeras apuntaríamos a una escasa llegada de la información de los programas. El escaso conocimiento de los propios beneficiarios es un dato destacado, siendo algo que ya se había observado en la evaluación del año anterior. Sigue por tanto siendo necesario insistir en el esfuerzo de la difusión, sobre todo en el nivel de los posibles beneficiarios particulares.

GRÁFICO 40 GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS AYUDAS PICE MOVILIDAD Y PICE VISITANTES SEGÚN TIPO DE ENTREVISTA



Estudiando en concreto el resultado obtenido por cada uno de los grupos de beneficiarios respecto a su propio programa, observamos que no aumenta mucho el grado conocimiento; en el caso de los visitantes, el 61,2% de los encuestados conoce poco o nada el PICE Visitantes y entre los beneficiarios de movilidad un 45,6% conocen poco o nada el programa PICE Movilidad.

GRÁFICO 41 CONOCIMIENTO DEL PICE VISITANTES PARA LOS BENEFICIARIOS PICE VISITANTES (N=49)

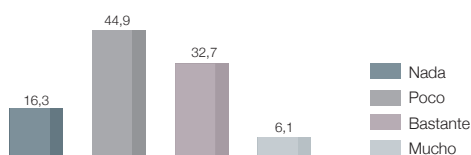
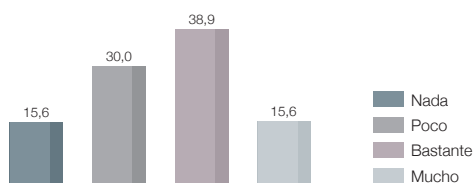
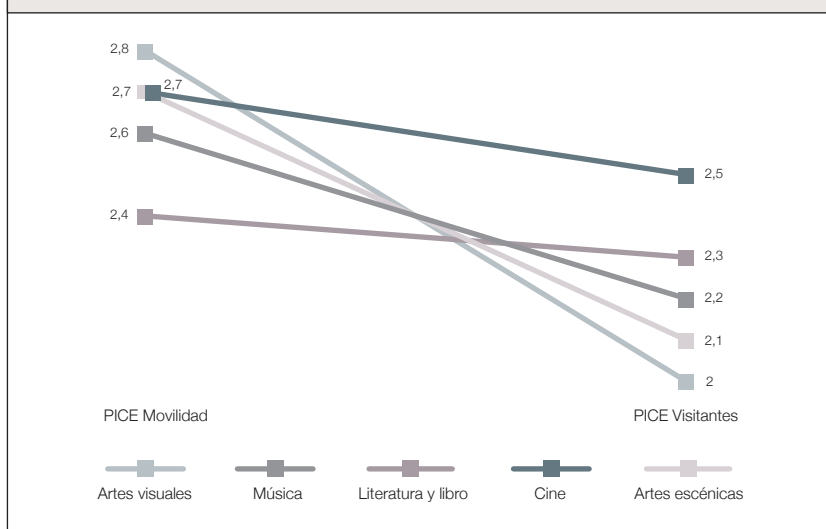


GRÁFICO 42 CONOCIMIENTO DEL PICE MOVILIDAD PARA LOS BENEFICIARIOS PICE MOVILIDAD (N=90)



Observamos que el grado de conocimiento de los programas es variable al distinguir por sectores de actividad cultural. Esta variación se hace muy visible en el gráfico de puntuaciones medias que se presenta a continuación. El sector de la literatura y el libro es donde resulta menor el conocimiento de los dos programas, mientras que en artes visuales se registra un mayor conocimiento del PICE Movilidad (2,77 puntos de media), aunque al mismo tiempo sea el sector en el que menos conocen el PICE Visitantes (2 puntos de media). Los sectores de artes escénicas, cine y música, por ese orden tienen un conocimiento alto de PICE Movilidad pero bajo de PICE Visitantes.

GRÁFICO 43 GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS AYUDAS PICE MOVILIDAD Y PICE VISITANTES SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD



Otro aspecto a evaluar, para terminar con este epígrafe respecto al conocimiento, es el de las vías o medios por los que los encuestados se informaron sobre ambos programas del PICE. La principal vía de información es la que realizan distintas instituciones culturales —sin especificar cuáles— (46,5%), es decir, se da un protagonismo institucional en la difusión del PICE (esto vuelve a resaltar cómo la información sobre los programas se transmite desde AC/E por la vía de otras instituciones de la cultura). En segundo lugar encontramos la transmisión de información por parte de amigos o colegas (38,2%), como se podía esperar el círculo más cercano de los profesionales y artistas es un entorno influyente, junto al que vemos que la información obtenida directamente de AC/E tiene también un papel destacado ya que casi uno de cada tres encuestados lo citan (32,3%), refiriéndose también con bastante frecuencia a la página web (27,6%) y ya en mucho menor grado a las redes sociales institucionales (3,5%).

GRÁFICO 44 MEDIO O MEDIOS A TRAVÉS DE LOS QUE SE INFORMÓ SOBRE EL PICE (RESPUESTA MÚLTIPLE)

Nota: se deja fuera de la base de cálculo quienes han contestado que no conocen nada de los programas.

5.2. Valoración general del PICE

Los expertos consultados han valorado positivamente el Programa de Internacionalización de la Cultura Española aunque varios han reconocido que no lo conocían tanto (*“no conozco tan a fondo el PICE”* (E2), algunos exponiendo sus limitaciones: *“yo lo que he visto del PICE son ayudas muy pequeñas”* (E2). Y proponiendo algunas sugerencias como las siguientes:

“(hay que) hacer un análisis pormenorizado de qué proyectos son los que merecen la pena y los que no merecen la pena. En cuáles hay que insistir y en cuáles no. En cuál tienen una promoción y una proyección internacional, o tienen un verdadero carácter que pueda ser divulgativo” (E1).

“(las ayudas) son una pequeña financiación que no es nada O sea, lo que se tiene que hacer es el planteamiento de qué proyectos son importantes, cómo nos metemos en esos proyectos y cómo os coproducimos esos proyectos, pero eso no lo hacen así.” (E1).

“las subvenciones para todos, con lo cual como hay muchos, reciben poco, pues eso es un error” (E1).

Y en algunas ocasiones resaltando la necesidad de contar con apoyos públicos más allá de este programa, incluso teniendo en cuenta *“el papel que tienen las televisiones públicas europeas para intercambiar y extender la cultura europea, y que en el caso de España es escaso si no nulo”* (E5).

5.2.1. Valoración de la utilidad del PICE Movilidad y PICE Visitantes

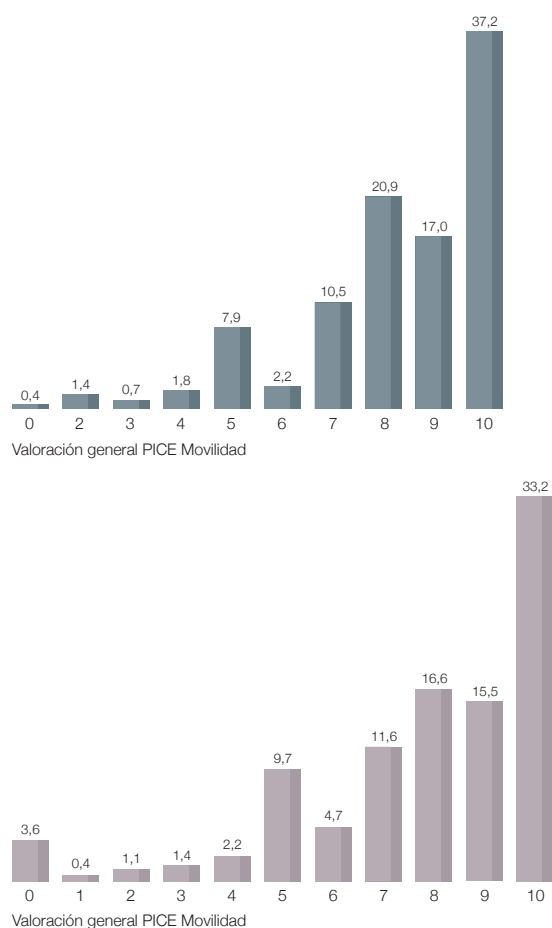
Se pidió a los encuestados que realizaran una valoración general de la utilidad de las ayudas del PICE para conseguir una mayor internacionalización de la cultura española, planteándoles que valorasen específicamente los programas de Movilidad y Visitantes. En general, hay que decir que ha mejorado la valoración del PICE 2014/15 respecto a las convocatorias anteriores y que está mejor valorado el PICE Movilidad que el de Visitantes.

Al evaluar en una escala de 0 a 10 la utilidad de las ayudas concedidas por el PICE, el programa de Movilidad obtiene una valoración media de 8,3 que sube en caso de las respuestas de los miembros de las entidades de movilidad o de visitantes (8,8 y 8,6, respectivamente) y baja al 7,5 sobre todo en la valoración de los beneficiarios visitantes. Esto es lógico si consideramos que este colectivo es el que ha manifestado un mayor desconocimiento de los programas, aun así, su valoración es positiva.

El PICE Visitantes tiene una puntuación media global de 7,8, muy similar aunque algo menor que la que recibe el PICE Movilidad. Entre los encuestados de las Entidades PICE Movilidad obtiene una puntuación algo más baja, 7,3, mientras que alcanza el 8,9 entre los de entidades visitantes. Es decir, existe una correspondencia entre quienes más directamente están implicados en el desarrollo de las actividades objeto de ayudas del PICE Visitantes: las entidades que reciben a los beneficiarios visitantes, que valoran muy positivamente esta actividad, y también los propios visitantes (con una puntuación media muy alta, 8,4).

Sólo una pequeña referencia a la valoración del año pasado que ha sido superada por esta nueva edición del PICE marcando así una tendencia a su valoración ascendente entre los participantes en los programas, tanto beneficiarios directos como entidades. Se ha pasado de valorar el PICE Movilidad con un 7,8 a un 8,3 en el presente estudio; igualmente se ha incrementado desde un 6,6 a un 7,8 actual la puntuación media otorgada al PICE Visitantes.

GRÁFICO 45 VALORACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LA UTILIDAD DE LAS AYUDAS A MOVILIDAD Y A VISITANTES EN UNA ESCALA DE 0-10



A efectos de profundizar en el análisis, hemos agrupado en tres tramos las valoraciones: entre el 7 y el 10 consideraremos que han otorgado una alta valoración; quienes respondieron con un 4, 5 o 6, los calificaremos como valoración media, y los que puntuaron entre el 3 y el 0 los distinguiremos como valoración baja. Al distinguir las respuestas según tipo de encuestado

(gráfico inferior), comprobamos que en todos la tendencia mayoritaria es de valoración alta en las dos modalidades del programa. Los beneficiarios PICE Visitantes presentan una puntuación más moderada del PICE Movilidad y, del mismo modo, los beneficiarios PICE Movilidad presentan una valoración algo más baja del PICE Visitantes.

GRÁFICO 46 GRADO DE VALORACIÓN DEL PICE MOVILIDAD ENTRE LOS DISTINTOS TIPOS DE ENCUESTADOS

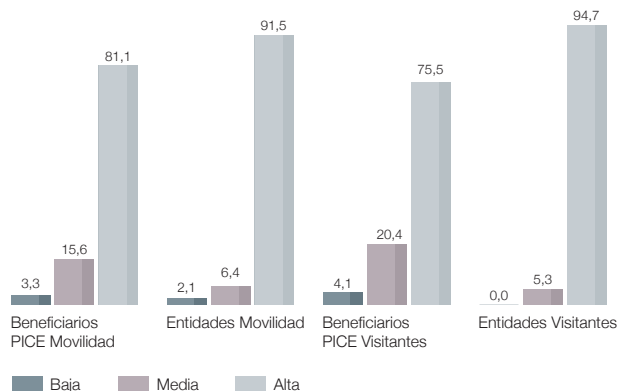
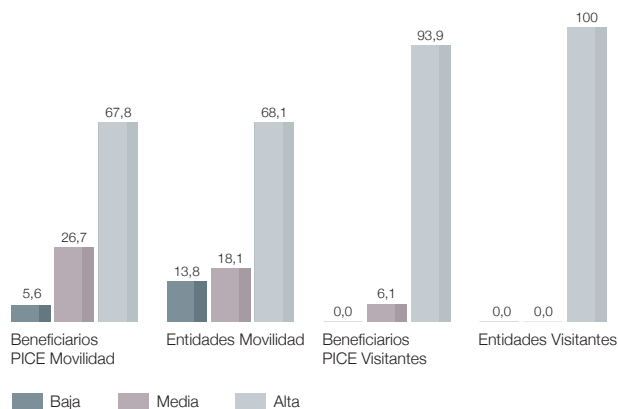


GRÁFICO 47 GRADO DE VALORACIÓN DEL PICE VISITANTES ENTRE LOS DISTINTOS TIPOS DE ENCUESTADOS



Tampoco hemos encontrado diferencias en la valoración de los programas al distinguir las respuestas según sectores culturales. En todos encontramos una valoración alta, por encima del 80% (77% en el caso de las artes visuales) del PICE Movilidad. Respecto al PICE Visitantes hay mayor variación: el sector de literatura y libro y de cine son quienes mejor lo valoran; artes visuales y música, quienes peor, llegando a un 34% y 31% de valoración baja o media respectivamente.

GRÁFICO 48 GRADO DE VALORACIÓN DEL PICE MOVILIDAD SEGÚN SECTOR

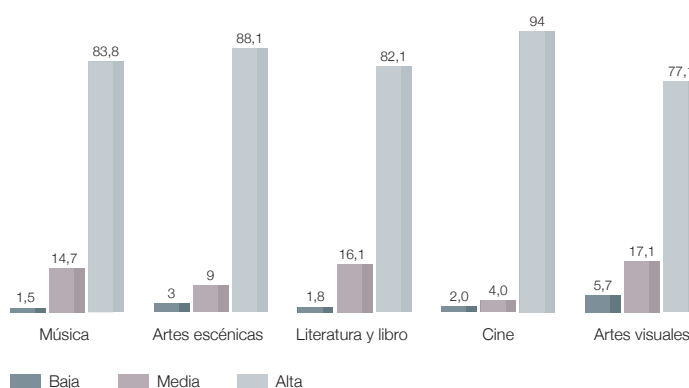
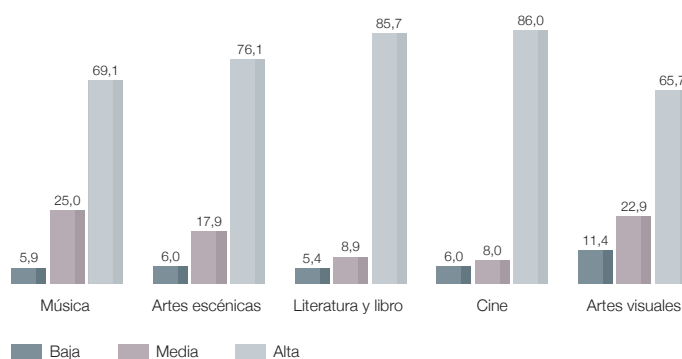


GRÁFICO 49 GRADO DE VALORACIÓN DEL PICE VISITANTES SEGÚN SECTOR



Conviene hacer en este punto una reflexión junto con uno de los expertos encuestados, que sugiere —en el sentido que se hace ya en otros países europeos— no subdividir en compartimentos estancos las posibles ayudas entre sectores culturales, sino concebirlo en su conjunto como apoyo a la cultura española:

“por parte de la Comunidad Económica Europea, si tú ves las ayudas que hay y tal, todas tienen de a ser intersectoriales. O sea, no es, no son compartimentos estancos. Entonces, yo creo que en pensar en el libro por un lado, en la música por otro lado... En lugar de hacer como, de pensar en nuestra cultura como algo exportable en conjunto, que igual esto que te decía en Francia, un festival, donde hay literatura, música, cine... que están todos los sectores del mundo de la cultura. Tú sabes que si tú ahora mismo te vas a ese festival, vas a volver sabiendo gran parte de los que están pasando en Francia en este momento” (E2).

Sobre el PICE Movilidad, el experto 3 incorpora una reflexión:

“Yo creo que, quien lo necesitaría más son efectivamente los que no están tan consagrados. Te explico, porque los que son consagrados sí que puede suceder (...), que tengan otros recursos para poder salir fuera o para poder hacer difusión de su obra.”

En ese mismo sentido se manifiesta el experto 2:

“(el artista) que no tiene el dinero para hacer esa producción, que tal y cual, pues creo que abí, haciendo un seguimiento con ese artista, trabajando con él la producción, y llevándole fuera, y luego a lo mejor intentando que eso vaya a otro sitio, revierta y tal más, me parece que tiene más lógica que un artista que ya lo ha hecho todo”.

En relación al PICE Visitantes, viene al caso cómo en una de las entrevistas en profundidad, uno de los expertos resaltaba lo importante que es cuanto se trae a alguien de fuera, mostrarle el mayor número posible de elementos de nuestra cultura, aprovechando lo más posible su estancia, más allá de una corta actividad concreta.

“Yo voy allí (invitada a Turín), y efectivamente, doy una conferencia, pero luego yo durante una semana tengo una mesa donde estoy una semana viéndome con (expertos) italianos, que me están contando su moto, yo contándoles la mía, y tú como lo haces, y cómo... “tatata”. Y estoy una semana conociendo esa cultura italiana, que es el objetivo de haberme invitado” (E2).

5.2.2. Relación entre valoración y conocimiento

Hemos argumentado anteriormente que las diferencias en la valoración del PICE pueden estar relacionadas con la distinta información y conocimiento que los encuestados tienen respecto del mismo. En este apartado vamos a analizar esta relación.

Si consideramos el conocimiento que sobre las dos modalidades muestra el conjunto de encuestados, comprobamos que son aquellos que tienen “bastante” o “mucho” conocimiento

de ellas quienes las valoran mejor. Para quienes pudieran no conocerlas (se reveló que 31 no conocían la modalidad de Movilidad y 71 la de Visitantes), se les daba una explicación sucinta en el cuestionario acerca de qué era y en qué consistía el programa y sus modalidades. No cabe duda de que este conocimiento somero no sustituye una información más amplia, pero, dado que se trata de profesionales, artistas y creadores de los distintos sectores temáticos, consideramos importante poder contar con su opinión en este sentido, produciéndose —como se ve en los gráficos infra— una valoración positiva a pesar del desconocimiento declarado.

GRÁFICO 50 GRADO DE VALORACIÓN DEL PICE MOVILIDAD SEGÚN SU NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL PICE MOVILIDAD

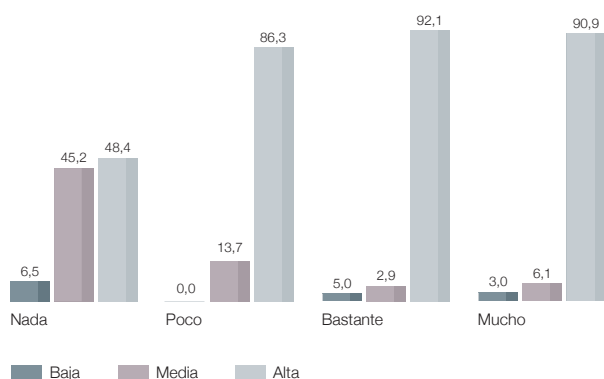
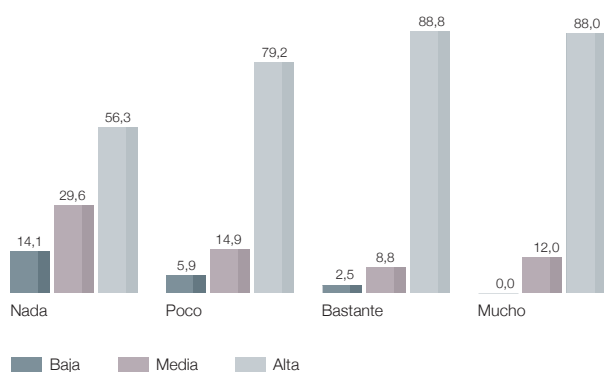


GRÁFICO 51 GRADO DE VALORACIÓN DEL PICE VISITANTES SEGÚN NIVEL DE CONOCIMIENTO PICE VISITANTES



Como se ha podido observar, quienes más conocimiento tenían de cada una de las modalidades han sido quienes mejor las han valorado. Es decir, a mayor conocimiento, mejor valoración (sólo algunos casos puntuales las valoraron negativamente).

Los resultados obtenidos en este apartado conducen a concluir la importancia que el conocimiento de los programas PICE y por tanto su adecuada difusión tiene para la valoración de los mismos por parte de beneficiarios últimos y de las entidades culturales.

Esta conclusión la vemos corroborada en la aportación del experto 3 cuando se refiere a los problemas de desinformación que ha detectado en su caso:

“A lo mejor es por falta de pro actividad mía por informarme, ¿eh? Quiero decir, no les echo la culpa a ellos en esto, a lo mejor es que yo no me he informado bien. Pero es decir, el qué convocatorias, qué ayudas, de qué manera, qué tal, yo no lo he recibido. Pero sin embargo recibo el equivalente de Holanda, de Francia, de Italia, de Dinamarca, en mi email” (E3).

5.2.3. Relación entre valoración general y satisfacción

Comprobamos claramente en los gráficos siguientes que según aumenta la satisfacción con la actividad realizada, aumenta el grado de valoración de los programas PICE Movilidad y Visitantes. Y a la inversa, según disminuye esa satisfacción también es menor la valoración del PICE. Siendo de sentido común pensar que una mala experiencia particular en cualquier aspecto relacionado con la ayuda PICE recibida o con la actividad influirá en las respuestas a las preguntas de este cuestionario, por supuesto a enfatizar las valoraciones negativas. Respecto a los resultados visibles en el gráfico, hay que aclarar que “Nada Satisfecho” sólo fue indicado por dos encuestados (un beneficiario de Movilidad y una entidad de Movilidad —es decir que recibe a beneficiario de movilidad— siendo imposible saber si estaban relacionados en una mala experiencia); el 50% que aparece en las columnas correspondientes corresponde a un solo encuestado.

GRÁFICO 52 SATISFACCIÓN SEGÚN VALORACIÓN PICE MOVILIDAD

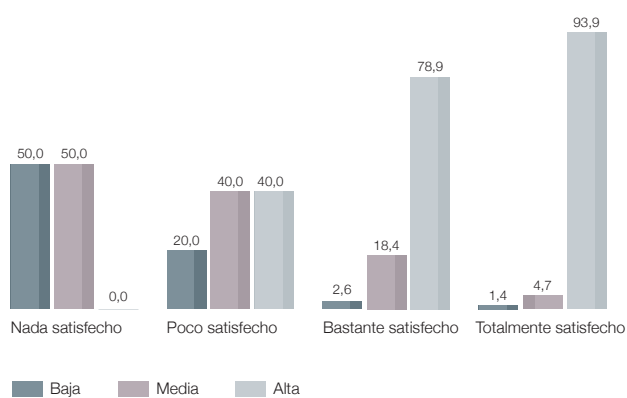
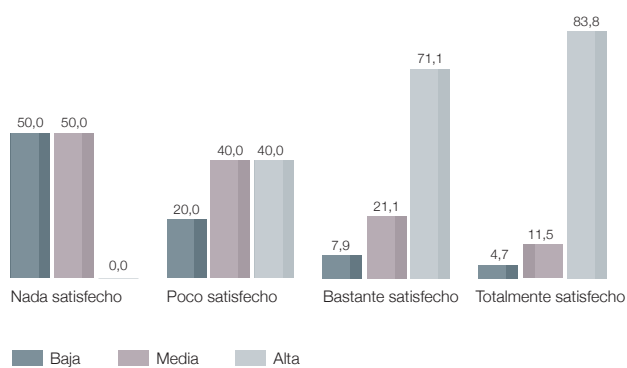


GRÁFICO 53 SATISFACCIÓN SEGÚN VALORACIÓN PICE VISITANTES

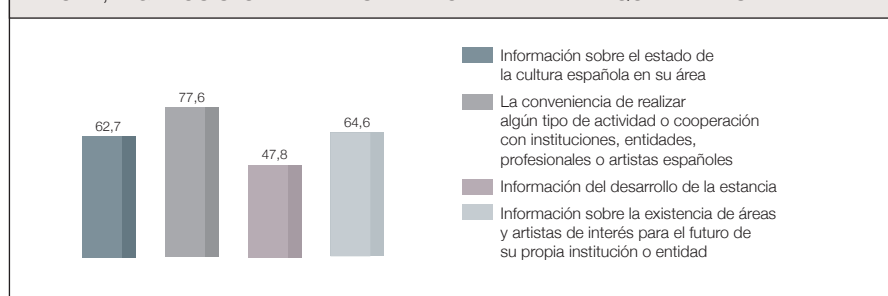


5.3 Valoración de la actividad realizada en el marco de PICE

El cuestionario incluye unas preguntas para sondear entre los encuestados que pertenecen a una entidad el tipo de feedback o devolución que han tenido con la entidad, una vez finalizada la actividad para que la que recibieron la ayuda. Pensando en el momento posterior a la actividad realizada por los encuestados, el objetivo de estas preguntas es conocer cómo se concreta su experiencia en la entidad a la que pertenecen, lo cual es otro indicador para evaluar si las ayudas conducen a los resultados que se pretenden.

Las cuatro opciones de respuesta propuestas son reflejo de lo que se espera que se produzca tras finalizar la actividad. Así, podemos comprobar que en algo más del 77% de los casos han comunicado a las entidades “la conveniencia de realizar algún tipo de actividad o cooperación con instituciones, entidades, profesionales o artistas”. Es un dato muy positivo para la evaluación el hecho de que además de este caso, se cite con una tan alta frecuencia el haber informado “sobre el estado de la cultura española en su área” (62,7%) y “sobre la existencia de áreas y artistas de interés” para la entidad en un futuro (64,6%). Dándose más este tipo de *feedback* que el que se refiere a la mera “información del desarrollo de la estancia”, queda en segundo plano la experiencia personal y se tiende más al poner en valor la experiencia, trascendiendo la ayuda concreta otorgada, encontrando una continuidad que llega más allá de la intervención de ACE y en efecto puede conducir a mejorar la presencia de los profesionales, creadores y artistas españoles en el exterior.

GRÁFICO 54 TRAS FINALIZAR LA ACTIVIDAD PARA LA QUE SE LE CONCEDIÓ LA AYUDA, DÍGANOS SI UD. HA TRASLADADO A LA ENTIDAD QUE REPRESENTABA....



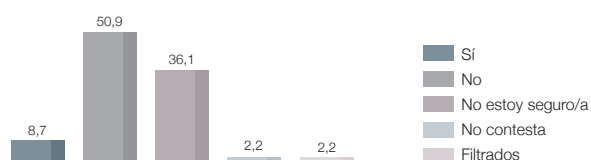
NOTA: Respuesta múltiple, no se contabiliza en la base las entrevistas filtradas (beneficiarios que no representan a ninguna entidad y las entidades visitantes).

Por otra parte, en la encuesta de evaluación se indaga en las posibles **propuestas de mejora** de los propios encuestados. En ese sentido observamos que proponen fundamentalmente dos dimensiones, coincidiendo las mismas prioridades que en la evaluación de 2013: la de comunicación–difusión y la de los aspectos económicos. En concreto, como se observa en la tabla inferior, hasta un 24,2% de los comentarios de mejora se refieren a elementos relacionados con la comunicación, información o difusión de los programas. En segundo lugar, el 21,6% de las respuestas tienen que ver con mejorar la gestión de presupuestos y financiación, agilizar los pagos o aumentar los presupuestos.

TABLA 6 - ASPECTOS QUE PUEDEN MEJORAR LOS RESULTADOS DE FUTURAS ACTIVIDADES		
	Frecuencias	Porcentajes
Total	277	100
P13_COD	277	100,0
Ninguno	10	3,6
No sabe	14	5,1
Comentarios positivos en general	14	5,1
Aumentar/Mejorar la información	18	6,5
Aumentar/Mejorar comunicación	26	9,4
Aumentar/ Mejorar gestión de presupuestos y financiación	9	3,2
Aumentar/Mejorar transparencia	2	0,7
Aumentar/Mejorar difusión	23	8,3
Aumentar/Mejorar gestión de tiempos	15	5,4
Continuidad	8	2,9
Agilizar pagos	17	6,1
Aumentar flexibilidad/Reducir burocracia	8	2,9
Aumento presupuestos/financiación	33	11,9
Comentarios sobre AC/E	9	3,2
Idioma	5	1,8
Mejorar coordinación/gestión	10	3,6
Aumento relación entre implicados	11	4,0
Comentarios negativos	2	0,7
Otros	15	5,4
No contesta	35	12,6
Filtrados	9	3,2

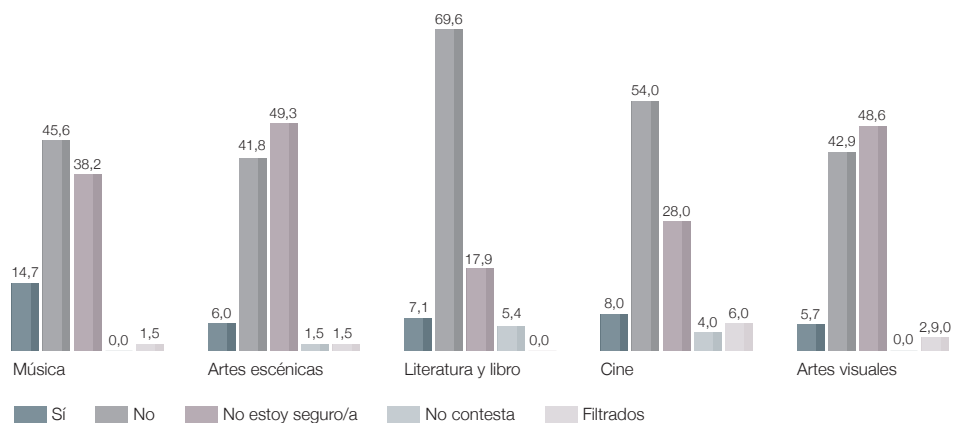
Por último, podemos analizar la **utilidad del PICE** para que las diversas actividades se puedan llevar a cabo. Podemos observar en los resultados del siguiente gráfico que un 51% de los encuestados han respondido que sin esta ayuda de AC/E no podrían haber ejecutado su acción. Sólo el 9% afirma categóricamente que la hubieran realizado.

GRÁFICO 55 ¿HABRÍA PODIDO EFECTUAR ESTA ACTIVIDAD SIN LA AYUDA DE ACE?



Entre quienes no habrían realizado la actividad se destacan los beneficiarios PICE Visitantes, entre ellos aumenta el porcentaje de personas que en caso de no contar con la ayuda no hubieran venido a España (65%). Por sectores de actividad, las participantes de la literatura y el cine son los que han contestado más categóricamente que no hubieran hecho la actividad. Sin embargo, tienen dudas al respecto los artistas y profesionales de artes escénicas y artes visuales.

GRÁFICO 56 ¿HABRÍA PODIDO REALIZAR LA ACTIVIDAD SIN AYUDA DE AC/E?



VI. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DEL PICE

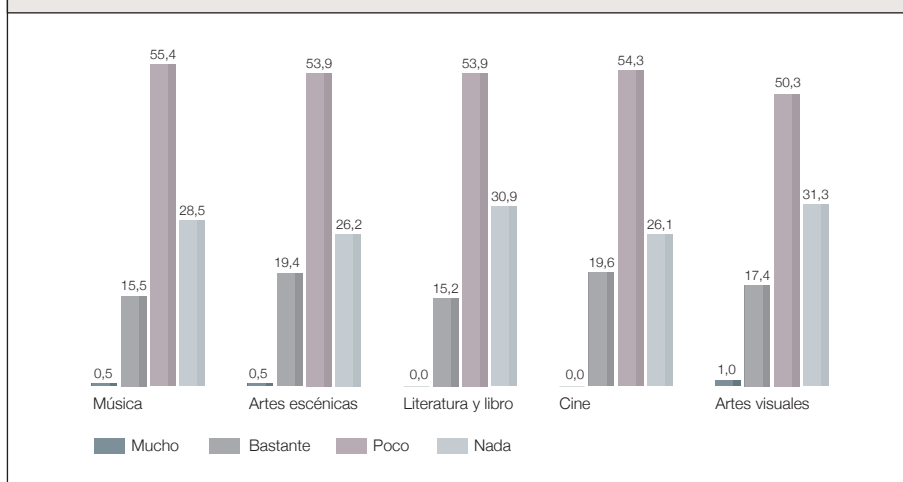
A través de preguntas y escalas, el cuestionario ha permitido sondear entre los encuestados la opinión y valoraciones acerca del grado en que la actividad o actividades en las que toman parte han favorecido el cumplimiento de ciertos objetivos del PICE. Para ello se ha pedido a los encuestados que valoren estos objetivos desde su experiencia e impresión general, sin referirnos específicamente a que sean objetivos institucionales para AC/E o el PICE.

6.1. Cubrir vacíos existentes

Uno de los objetivos del PICE es cubrir vacíos existentes en la internacionalización en cada uno de los principales sectores de la creación cultural, para lo que distingue cinco sectores, como ya se ha señalado antes. Al analizar las respuestas vemos que alrededor de una tercera parte de las personas entrevistadas deja sin respuesta la valoración de los sectores que no son el suyo, por lo que para proseguir en el análisis se ha restado de la base de respuesta los “no contesta” facilitando la lectura de los porcentajes. Por lo tanto, hay que interpretar que la mayoría de los encuestados ha valorado la cobertura de vacíos en el campo o sector en el que ellos se desenvuelven profesionalmente, pero no siempre han respondido en lo que respecta a los otros sectores.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, los resultados indican que hay una valoración similar en los cinco sectores, en tanto que aproximadamente el 80% de los encuestados señala que el PICE está cubriendo “mucho” (más del 50% de las respuestas) y “bastante” (entre el 26 y el 31% dependiendo del sector) los vacíos. Hay dos sectores, música y cine, en los que es algo mayor el porcentaje de personas que opinan que cubre “poco” vacíos existentes, aunque la diferencia no puede considerarse significativa estadísticamente, sí puede estar apuntando a una tendencia. Es importante señalar que en la evaluación del 2013/14 había mucha más gente que opinaba que cubría poco —entre el 28 y el 34%— o nada —entre el 2 y el 6%— que este año.

GRÁFICO 57 GRADO EN QUE EL PICE CUBRE VACÍOS EXISTENTES EN DIFERENTES SECTORES CULTURALES



Nota: Se ha restado de la base el NC para el cálculo de porcentajes (Bases: AA. visuales 192, música 191, literatura 178, cine 184 y AA. escénicas 195)

Distinguiendo las respuestas según el tipo de programa —PICE Movilidad y Visitantes— en líneas generales no se observa diferencias significativas con respecto al patrón descrito anteriormente (Tabla 7). Sin embargo, en el sector cine hay más personas que consideran que el PICE no aporta “nada” en el campo de artes visuales (3,1%), al mismo tiempo que paradójicamente son los que más piensan que en su sector el PICE cubre “mucho” los vacíos existentes (47,7%). Entre los encuestados del sector literatura y libro también es significativamente mayor el porcentaje de los que opinan que en este sector el PICE cubre “mucho” los vacíos existentes (49,1%). Por su parte, los encuestados de artes visuales señalan más que el resto que cubre “poco” los vacíos en cine (40%) y que cubre “poco” en artes escénicas (45%). Por lo tanto, destaca que los encuestados de los distintos sectores tienen la percepción que el PICE cubre “poco” los vacíos existentes en artes visuales, aunque ésta opinión no es compartida por los propios artistas y profesionales de dicho sector.

TABLA 7 OPINIÓN SOBRE EL GRADO EN QUE EL PICE CUBRE VACÍOS EXISTENTES SEGÚN SECTORES

	Total	SECTOR				
% Verticales con marca Jhi ²		música	artes escénicas	literatura y libro	cine	artes visuales
Grado en que cubre los vacíos en: artes visuales						
(total)	193	40	41	45	32	34
Nada	0,5	0,0	0,0	0,0	>3,1	0,0
Poco	15,5	20,0	14,6	13,3	6,3	20,6
Bastante	55,4	60,0	65,9	55,6	43,8	50,0
Mucho	28,5	20,0	19,5	31,1	46,9	29,4
Grado en que cubre los vacíos en: música						
(total)	191	63	41	39	26	21
Nada	0,5	0,0	0,0	2,6	0,0	0,0
Poco	19,4	17,5	24,4	12,8	11,5	33,3
Bastante	53,9	49,2	58,5	56,4	50,0	61,9
Mucho	26,2	33,3	17,1	28,2	38,5	4,8
Grado en que cubre los vacíos en: literatura/libros						
(total)	178	40	39	53	25	20
Poco	15,2	22,5	15,4	9,4	4,0	30,0
Bastante	53,9	62,5	64,1	41,5	52,0	50,0
Mucho	30,9	15,0	20,5	>49,1	44,0	20,0
Grado en que cubre los vacíos en: cine						
(total)	184	40	39	40	44	20
Poco	19,6	22,5	17,9	22,5	6,8	>40,0
Bastante	54,3	55,0	69,2	50,0	45,5	50,0
Mucho	26,1	22,5	12,8	27,5	>47,7	10,0
Grado en que cubre los vacíos en: artes escénicas						
(total)	195	45	63	41	25	20
Nada	1,0	0,0	1,6	0,0	4,0	0,0
Poco	17,4	22,2	12,7	14,6	4,0	>45,0
Bastante	50,3	48,9	49,2	51,2	56,0	45,0
Mucho	31,3	28,9	36,5	34,1	36,0	10,0

Al diferenciar las respuestas según tipo de beneficiarios y de entidades participantes en el PICE, se observa lo siguiente (Tabla 8). Entre los Beneficiarios PICE Movilidad es significativamente mayor el porcentaje de personas que considera que en artes visuales se cubre “poco” los vacíos (20% y 10% en el total). En general son este tipo de encuestados quienes más abundan en la consideración de que el PICE cubre poco vacíos en los sectores propuestos, aunque la diferencia con el conjunto de las respuestas no sea tan significativo como el relacionado con artes visuales; en música 18,9% en las respuestas de Beneficiarios PICE Movilidad y 13,4% en el total, en literatura 14,4 y 9,7% en el conjunto, en cine 17,8 y 13%, en artes escénicas 14,4% y 12,3%.

TABLA 8 COBERTURA DE VACÍO EXISTENTES EN LOS DISTINTOS SECTORES CULTURALES SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO					
	Total	TIPOENT			
% Verticales con marca Jhi ²		Beneficiarios PICE Movilidad	Entidades Movilidad	Beneficiarios PICE Visitantes	Entidades Visitantes
Total	277	90	94	49	38
Grado en que cubre los vacíos en: artes visuales					
Nada	0,4	0,0	1,1	0,0	0,0
Poco	10,8	>20,0	5,3	2,0	10,5
Bastante	38,6	40,0	33,0	46,9	39,5
Mucho	19,9	17,8	25,5	14,3	18,4
No contesta	30,3	22,2	35,1	36,7	31,6
Grado en que cubre los vacíos en: música					
Nada	0,4	0,0	0,0	2,0	0,0
Poco	13,4	18,9	10,6	8,2	10,5
Bastante	37,2	38,9	34,0	40,8	34,2
Mucho	18,1	17,8	20,2	14,3	21,1
No contesta	31,0	24,4	35,1	34,7	34,2
Grado en que cubre los vacíos en: literatura/libros					
Poco	9,7	14,4	4,3	6,1	13,2
Bastante	34,7	36,7	35,1	32,7	28,9
Mucho	19,9	17,8	20,2	28,6	15,8
No contesta	35,7	31,1	40,4	32,7	42,1

TABLA 8 (CONTINUACIÓN) COBERTURA DE VACÍO EXISTENTES EN LOS DISTINTOS SECTORES CULTURALES SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO

	Total	TIPOENT			
% Verticales con marca Jhi ²		Beneficiarios PICE Movilidad	Entidades Movilidad	Beneficiarios PICE Visitantes	Entidades Visitantes
Grado en que cubre los vacíos en: cine					
Poco	13,0	17,8	7,4	14,3	10,5
Bastante	36,1	37,8	34,0	34,7	34,2
Mucho	17,3	13,3	21,3	14,3	23,7
No contesta	33,6	31,1	37,2	36,7	31,6
Grado en que cubre los vacíos en: artes escénicas					
Nada	0,7	1,1	1,1	0,0	0,0
Poco	12,3	14,4	9,6	12,2	10,5
Bastante	35,4	40,0	31,9	36,7	34,2
Mucho	22,0	21,1	27,7	16,3	18,4
No contesta	29,6	23,3	29,8	34,7	36,8

6.2. Concordancia entre objetivos del PICE y de los beneficiarios y entidades participantes

Hemos contrastado la importancia que tenían para los beneficiarios y entidades varios objetivos prioritarios del PICE, sin expresar directamente en la pregunta que éstos son objetivos también para AC/E a través de las ayudas concedidas por el PICE a lo largo del año. La pregunta se dirigía primero a conocer cuánta importancia tenía para ellos cada uno de estos objetivos *a priori* de la actividad, cuando recibieron la ayuda del PICE, y *a posteriori* de las actividades, valorando el éxito conseguido en estos mismos objetivos.

También se ha preguntado sobre ello a los miembros del Comité Asesor y de las Instituciones proponentes, pero adaptando la pregunta, ya que éstos no participan directamente en una actividad concreta sino que tienen una colaboración continuada. Se analizarán las respuestas al final del apartado, ya que siendo pequeña la muestra no es objeto de tratamiento estadístico.

6.2.1 Importancia de los objetivos cuando recibieron las ayudas del PICE

En términos generales se puede decir que todos los objetivos propuestos son importantes, ya que más del 90% de los encuestados valora como “muy” o “bastante importante” cuatro de los siete objetivos. Entre estos, “aumentar la colaboración entre entidades” y “desarrollar redes internacionales con artistas, creadores y profesionales” son los dos objetivos más valorados. La colaboración entre entidades es el objetivo con una valoración más alta entre todos los propuestos, con un 89% de los encuestados que lo considera algo importante (66,4% “muy” y 22,6% “bastante importante”).

Es importante señalar que estos objetivos son centrales para AC/E a la vez que, específicamente, son objetivos prioritarios a conseguir a través del PICE. Prueba de ello es que, además de este programa, AC/E tiene otras iniciativas dirigidas a tal fin, como por ejemplo la organización de ferias y participación en festivales, la distribución de boletines digitales de noticias y, próximamente, la creación de una plataforma digital que permita conectar a los participantes en actividades y ayudas de AC/E y facilitar la comunicación directa entre ellos, a modo de red social¹¹.

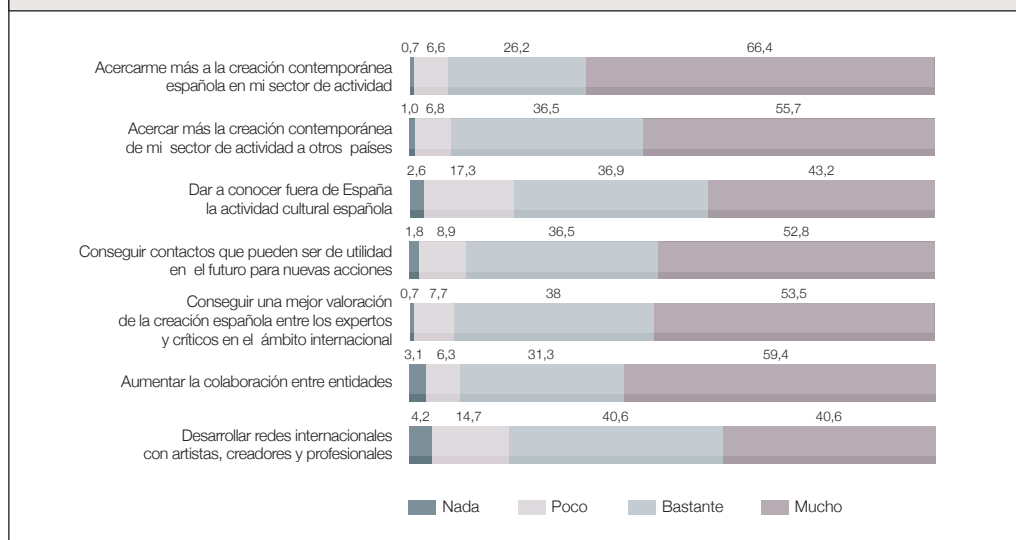
Por otro lado, “dar a conocer fuera de España la actividad cultural española” y “acercar más la creación contemporánea de mi sector de actividad a otros países” son dos objetivos que también resultan muy bien valorados, en tanto que más del 50% los considera muy importantes.

El quinto objetivo mejor valorado es “conseguir contactos que pueden ser de utilidad en el futuro para nuevas acciones”, algo muy importante para el 52,8% y bastante importante en el 36,5% de los casos. Este objetivo también está relacionado con los dos mejor valorados antes descritos.

Hay dos objetivos relativamente menos importantes pero también valorados positivamente de forma mayoritaria, el “acercamiento a la creación contemporánea española en su sector cultural de actividad” y “acercar más la creación contemporánea de sus sectores de actividad a otros países”. El primero lo valoran sólo las entidades extranjeras que recibieron artistas españoles a través del programa de Movilidad y las entidades que vienen a España con el programa de Visitantes; para ellos, en un 81% de los casos es “muy importante” o “bastante importante” mientras que para cerca del 19% resulta “poco” o “nada importante”. Por su parte, los Beneficiarios PICE Movilidad y las entidades españolas que reciben a visitantes extranjeros valoran “acercar más la creación contemporánea de sus sectores de actividad a otros países” como un objetivo muy importante (59,4%) o bastante importante (31,3%): un 90,7% considera “muy” o “bastante importante” este objetivo.

11. Esta red esta red profesional con personas participantes en el PICE se llamará **Comunidad AC/E** y está previsto que esté funcionando en los primeros meses de 2016.

GRÁFICO 58 VALORACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE DIFERENTES OBJETIVOS CUANDO RECIBIERON LA AYUDA DE AC/E (BASES: ÍTEMS 3,4,5,7= 271; ÍTEMS 1,2,6=142,128,192)



Estos resultados indican que todos los objetivos prioritarios del PICE son importantes para la gran mayoría de los participantes (entre el 80 y el 90% los valora como muy o bastante importantes). Los objetivos más importantes según los encuestados son: “desarrollar redes internacionales con artistas, creadores y profesionales”, junto a “aumentar la colaboración entre entidades” y “dar a conocer fuera de España la actividad cultural española”.

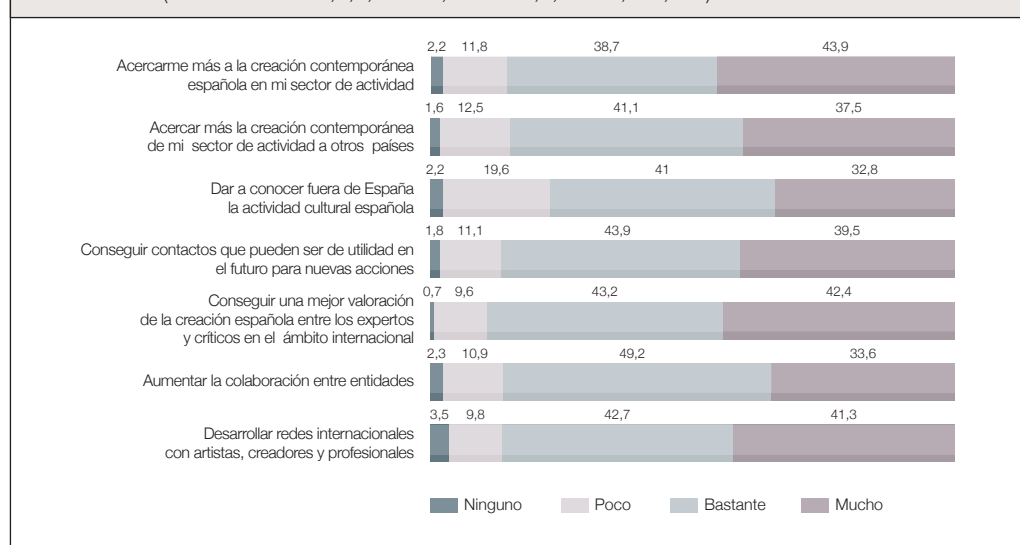
Los menos importantes comparativamente son: “acercarme más a la creación contemporánea española en mi sector de actividad” y “conseguir una mejor valoración de la creación española entre los expertos y críticos en el ámbito internacional”. Dado que el primer ítem lo valoran los extranjeros beneficiarios de PICE Visitantes y las entidades extranjeras que reciben a los artistas del PICE Movilidad, se puede suponer que estos profesionales se consideren bastante expertos y conocedores de la actualidad cultural española y quizás por eso valoren algo menos bajo dicho objetivo. En el segundo caso, ítem al que respondían todos los encuestados, se puede hacer la conjetura de que esté siendo interpretado el enunciado como algo general que está más allá del margen de acción e influencia que personalmente pueden tener ellos como profesionales y creadores que responden al cuestionario de forma individual, es posible que sin dejar de ser importante, de forma general, por eso no sea un objetivo prioritario para ellos.

6.2.2. Valoración del éxito obtenido en dichos objetivos después de realizar las actividades

El cuadro de la **valoración del éxito obtenido** en estos mismos objetivos una vez finalizada la actividad es bastante parecido al descrito antes con su importancia *a priori*. Así vemos que, de nuevo, en todos los objetivos el éxito alcanzado es “mucho” o “bastante” para la gran mayoría (entre un 73% en el caso más bajo y 84% en el más alto). Los objetivos en los que mayor éxito se alcanzó son “acercarme a la creación contemporánea española”—para los extranjeros visitantes y las entidades receptoras de artistas españoles— y “acercar más la creación contemporánea de mi sector de actividad a otros países”, seguidos por los relativos a aumentar la colaboración entre entidades y desarrollar redes internacionales con artistas, creadores y profesionales.

Comparando con la importancia antes analizada, a la hora de valorar el éxito aumenta ligeramente el porcentaje de valoraciones negativas (donde importa “poco” o “nada”) en todos los ítem, algo comprensible en tanto que la realidad impone condiciones a las actividades que no siempre llegan a ser ideales, dependiendo de circunstancias diversas. Vemos que el objetivo de “conseguir una mejor valoración de la creación española entre los expertos y críticos en el ámbito internacional” resulta relativamente menos importante que el resto, llegando a un 20% el porcentaje, o lo que es lo mismo uno de cada cinco, de quienes valoran negativamente el éxito logrado.

GRÁFICO 59 VALORACIÓN DEL ÉXITO OBTENIDO EN CADA OBJETIVO DESPUÉS DE REALIZAR LA ACTIVIDAD - (BASES: ÍTEMS 3,4,5,7= 271; ÍTEMS 1,2,6=142,128,192)



Esta tendencia general según la cual, por un lado, los objetivos que mueven inicialmente a unos y otros a la hora de solicitar las ayudas del PICE coinciden en muy alto grado con los objetivos generales del programa y, por otro lado, la valoración del éxito obtenido una vez finalizada la actividad es muy positiva y en gran medida también acorde a la importancia que se concede a cada objetivo antes de hacer emprender las actividades tanto en PICE Movilidad como en Visitantes.

En el caso de las **Instituciones proponentes** y el **Comité Asesor** (n=6 entrevistas), vemos que al iniciar su colaboración en las convocatorias PICE de este año, los siete objetivos propuestos son importantes (bastante o mucho), habiendo más respuestas en el grado más alto de importancia que en el menor en los cuatro primeros, si bien en el referido al aumento de colaboración entre entidades desciende la valoración como muy importante. Y en cuanto al desarrollo de redes internacionales con artistas, creadores y profesionales llega a haber un caso en el que se valora como “poco” importante, mientras que cuatro lo ven como algo “bastante” importante. Se ha propuesto a estos encuestados un objetivo diferente a los analizados antes, se trata de “conseguir mejor valoración de la creación española entre los expertos y críticos en el ámbito internacional” y todos lo han valorado como algo que les importa mucho o bastante.

El éxito obtenido en estos mismos objetivos según se han ido desarrollando las actividades para las que se concedieron las ayudas del PICE valorado por las Instituciones proponentes y el Comité Asesor es bastante o mucho para la mayoría (5 casos) en los tres primeros objetivos con un caso en el que se valora como poco. En cuanto al objetivo de “conseguir mejor valoración de la creación española entre los expertos y críticos en el ámbito internacional” mientras que la mayoría considera que se ha tenido bastante éxito (4 casos) hay dos casos en los que la opinión es más crítica y valoran que se consiguió poco, lo mismo ocurre con el objetivo de “aumentar la colaboración entre entidades” y con el del desarrollo de redes internacionales con artistas, creadores y profesionales. Diríamos que dado que esta valoración algo menos positiva se puede deber a que se trata en los tres casos de objetivos que generan expectativas muy altas debido a su importancia (según se ha manifestado en la anterior pregunta), por lo que estos encuestados pueden considerar que es difícil alcanzar el máximo éxito y toman una posición más crítica o incluso autocrítica. No es un hecho que sorprenda, en tanto que cualquier programa se enfrenta a las limitaciones que imponen las condiciones reales —temporales, presupuestarias, organizativas, etc.— en las que se desarrolla.

A continuación de estas preguntas sobre objetivos que hemos analizado, se introdujo en el cuestionario una pregunta abierta —recoge respuestas espontáneas— para conocer si existían otros objetivos que no se hubieran mencionado en la lista propuesta. Más de la mitad de los encuestados añadieron alguna respuesta (62,4% del total), si bien lo hicieron en su mayoría para especificar que no tenían ningún otro objetivo que añadir (63% de quienes responden a la pregunta). Entre las respuestas literales que se analizaron para crear nuevas categorías que las agrupan, también encontramos repeticiones de objetivos sí

incluidos en la lista de las preguntas anteriores, es algo bastante frecuente en este tipo de preguntas abiertas, cuando los encuestados gustan de poner en palabras propias el objetivo general enunciado en la pregunta. De este modo encontramos que se repiten alusiones al objetivo de dar a conocer la actividad cultural española y desarrollar redes, aludiendo a cosas relacionadas con el establecimiento y fortalecimiento de los contactos entre países y entidades, desarrollar proyectos conjuntos y establecer convenios. Llegar a una mayor audiencia y dar un mayor apoyo en general —a lo que aluden no sólo las entidades que reciben a artistas españoles o a visitantes extranjeros sino también los mismos beneficiarios PICE Movilidad—, son otras de las respuestas que encontramos.

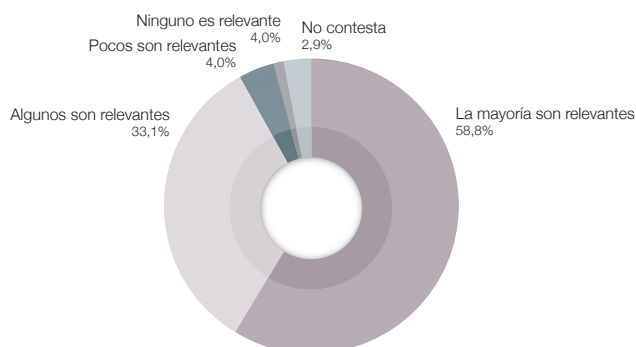
TABLA 9 OTROS OBJETIVOS IMPORTANTES PARA LOS ENCUESTADOS: AGRUPACIÓN EN CATEGORÍAS (CODIFICACIÓN) DE RESPUESTAS LITERALES

	Total	TIPOENT_5				
% Verticales		Beneficiarios PICE Movilidad	Entidades PICE Movilidad	Beneficiarios PICE Visitantes	Entidades PICE Visitantes	Otros
	173	55	54	40	21	3
Ninguno	63,0	69,1	59,3	62,5	57,1	66,7
Dar a conocer la actividad cultural española	7,5	9,1	9,3	5,0	4,8	0,0
Desarrollar redes	6,4	5,5	5,6	7,5	9,5	0,0
Dar más apoyo en general	5,8	10,9	3,7	0,0	9,5	0,0
Sostener el intercambio entre países	4,0	0,0	7,4	7,5	0,0	0,0
Mantener relaciones y establecer lazos con entidades asistentes	2,9	1,8	0,0	7,5	4,8	0,0
Desarrollo de proyectos conjuntos	2,3	1,8	1,9	5,0	0,0	0,0
Establecer nuevos convenios futuros	2,3	0,0	5,6	2,5	0,0	0,0
Llegar a mayor audiencia/continuación de estas iniciativas	1,2	0,0	1,9	0,0	4,8	0,0
Dar a conocer a los creadores nacionales	1,2	0,0	1,9	0,0	4,8	0,0
Otros	4,0	1,8	5,6	2,5	4,8	33,3

6.3 Valoración de los contactos realizados

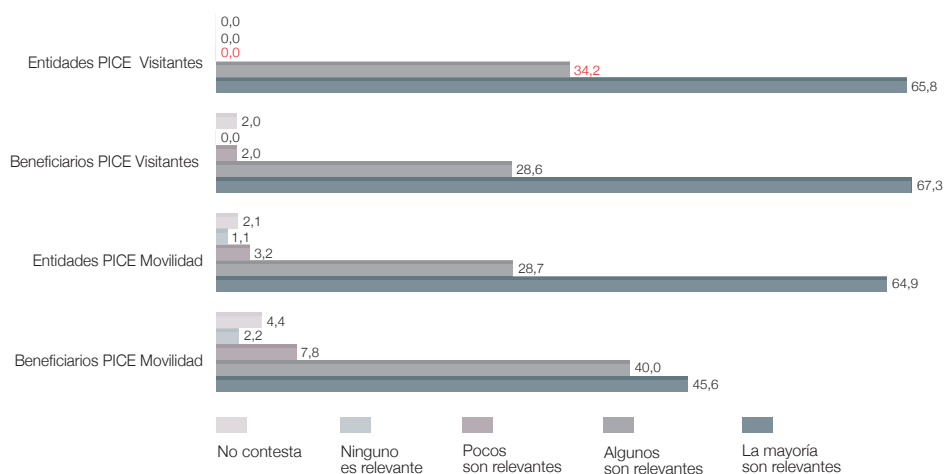
Como se ha visto en apartado anterior, establecer contactos que puedan ser de utilidad en el futuro para nuevas acciones, aumentar colaboración entre entidades —para lo que obviamente también se requieren contactos personales— y fortalecer o desarrollar redes internacionales del tipo referido, son objetivos muy bien valorados y también, podríamos decir, prioritarios para la mayoría de los encuestados. Por dicha razón, es un dato muy positivo en la evaluación el hecho de que más de la mitad de los encuestados (58,8%) opine que la mayoría de los contactos que han realizado han sido relevantes.

GRÁFICO 60 GRADO DE RELEVANCIA DE LOS CONTACTOS REALIZADOS



Distinguiendo según el tipo de encuestados, observamos entre los beneficiarios del PICE Visitantes una valoración más alta de la relevancia de los contactos realizados, lo cual indica una nueva evidencia sobre el éxito en uno de los objetivos fundamentales de esta modalidad del programa, que es establecer contactos. Algo especialmente importante ya que de estos visitantes extranjeros se espera que surjan invitaciones para llevar a los artistas y profesionales españoles a sus países. Es relativamente menor la satisfacción con la calidad de los contactos realizados entre los beneficiarios PICE Movilidad, aunque vemos que algo más del 80% los valora como relevantes en alguna medida y sólo un 10% considera que hubo pocos o ningún contacto relevante.

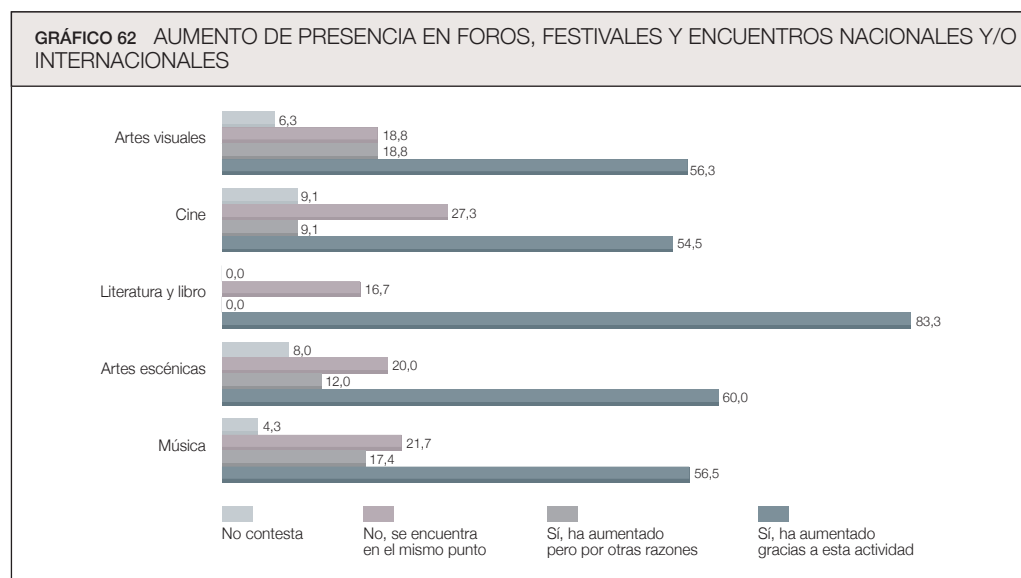
GRÁFICO 61 RELEVANCIA DE LOS CONTACTOS REALIZADOS SEGÚN EL TIPO DE ENCUESTADOS



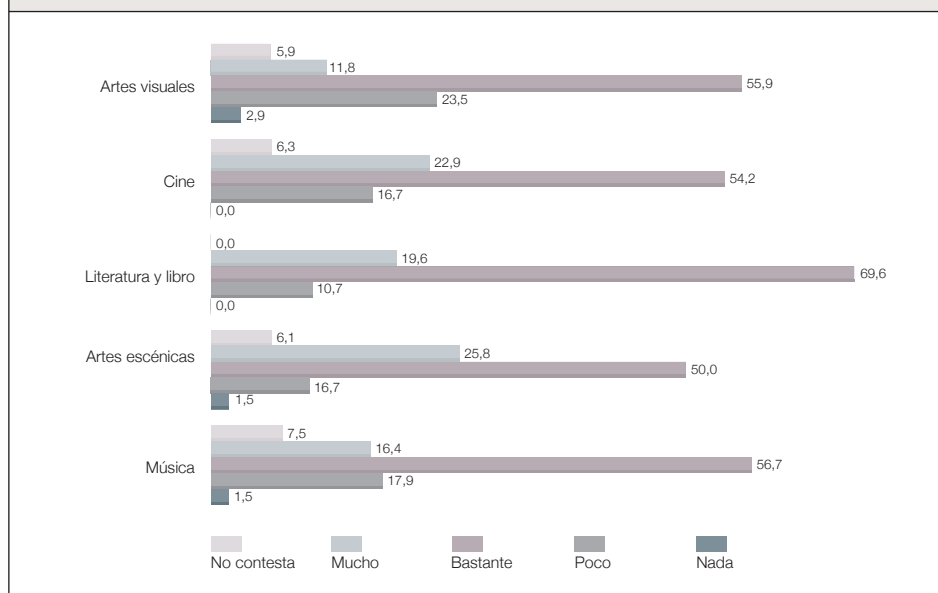
6.4. Aumento de la presencia en foros y posicionamiento en el mercado cultural internacional

En el cuestionario se pedía a los Beneficiarios PICE Movilidad que valorasen si la actividad o actividades para las que recibieron la ayuda han contribuido a aumentar su presencia en foros, festivales y encuentros. Comprobamos que la mayoría opina que sí (61,7%), el 11,7% piensa que aumentó pero por razones distintas y uno de cada cinco considera que no ha aumentado y se encuentran en el mismo punto (20,2%). Sin duda nos encontramos aquí con otro dato muy relevante en la evaluación del PICE, ya que probablemente éste sea uno de los objetivos centrales del programa.

La misma tendencia se observa de forma bastante homogénea en las respuestas cuando distinguimos por sectores de actividad, como podemos ver en el gráfico siguiente.



De forma más específica, la mayoría de los encuestados opina que el PICE “facilita o va a facilitar su posicionamiento en el mercado cultural internacional” mucho o bastante (77,3%). No se ha observado que haya ninguna diferencia significativa en las respuestas según tipo de entrevista (PICE Movilidad y PICE Visitantes tanto en beneficiarios como en entidades). En cambio, distinguiendo las respuestas según sectores, aunque las valoraciones siguen un patrón similar en todos los casos, se observa la tendencia del grupo de literatura y libro a valorar algo más positivamente que el resto este objetivo de internacionalización.(véase gráfico siguiente).

GRÁFICO 63 MEDIDA EN QUE EL PICE FACILITA O VA A FACILITAR EL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO CULTURAL INTERNACIONAL

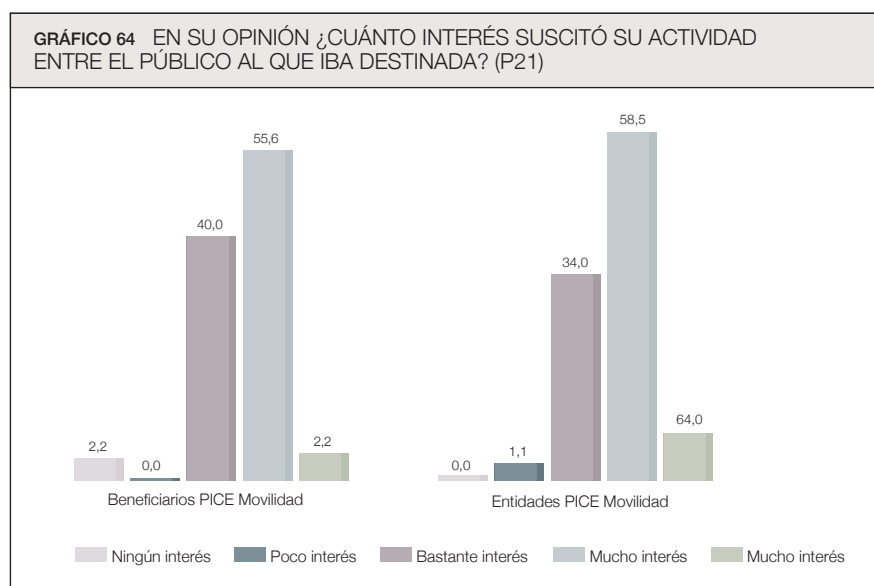
En las entrevistas al Comité Asesor y las Instituciones proponentes (n=8 encuestados) se preguntaba si el PICE “va a facilitar el posicionamiento en el mercado cultural internacional de los creadores y profesionales culturales españoles” en general, hallamos que hay diferentes opiniones y ciertas dudas. De las ocho entrevistas, vemos que hay tres personas que no contestan, dos que opinan que será poco, dos que bastante y sólo una persona que considere que será mucha la contribución del PICE a tal fin.

6.5. Interés del público

El éxito en las actividades y eventos culturales promovidos a través de las ayudas del PICE Movilidad también se puede evaluar en función de la acogida que han tenido entre público y crítica. En este sentido, se introdujo en el cuestionario unas preguntas que podemos tomar como indicadores de estas dimensiones, si bien no pretenden ser una medida exhaustiva ni muy detallada, por las limitaciones que ofrece una encuesta de este tipo y también por ser medidos en función de la opinión subjetiva y posiblemente algo sesgada de los encuestados. Este apartado y el siguiente ofrecen los resultados obtenidos con tales preguntas.

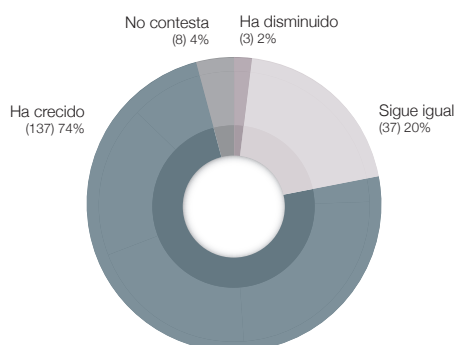
El grado de interés que ha despertado entre el público las actividades en las que participan los Beneficiarios PICE Movilidad es, en opinión de los encuestados, muy alto: un 93,6% opina que su actividad suscitó interés, concretamente para el 56,8% despertó “mucho interés” y en 36,8% “bastante”. En datos globales, sobre 185 encuestados que responden a esta pregunta sólo hay un caso en el que califique como “poco interés” y dos casos donde se apreciaba “ningún interés”.

No se ha encontrado apenas diferencia entre la valoración que hacen desde las entidades extranjeras que recibieron a los artistas españoles invitados y la valoración de los propios artistas, creadores y profesionales. Como hemos señalado antes, prácticamente no hay encuestados que indiquen, en su valoración subjetiva, que el público se haya interesado poco o nada en las actividades o eventos en los que participaron. No se han observado diferencias significativas tampoco cuando distinguimos las respuestas según sectores culturales, ni por grupos de edad o regiones geográficas, siguiendo en todos los casos un patrón de respuestas similar.



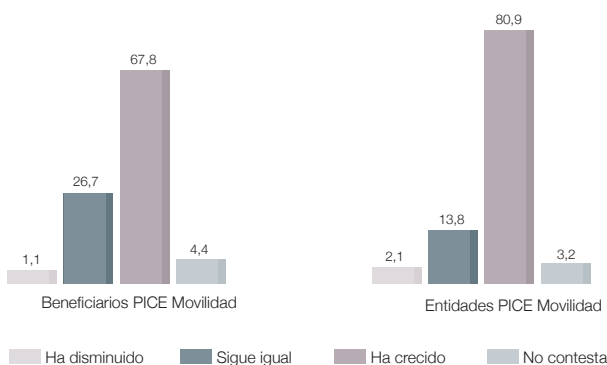
También de forma mayoritaria, los encuestados opinaban que los eventos o actividades culturales que han llevado a otros países han contribuido a aumentar el interés por la cultura española entre el público participante. El 74% opina que tras el desarrollo de la actividad ha crecido el interés del público participante por la cultura española.

GRÁFICO 65 ¿CREE UD. QUE TRAS EL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD HA CRECIDO, DISMINUIDO O SIGUE IGUAL, EL INTERÉS POR LA CULTURA ESPAÑOLA DEL PÚBLICO PARTICIPANTE?



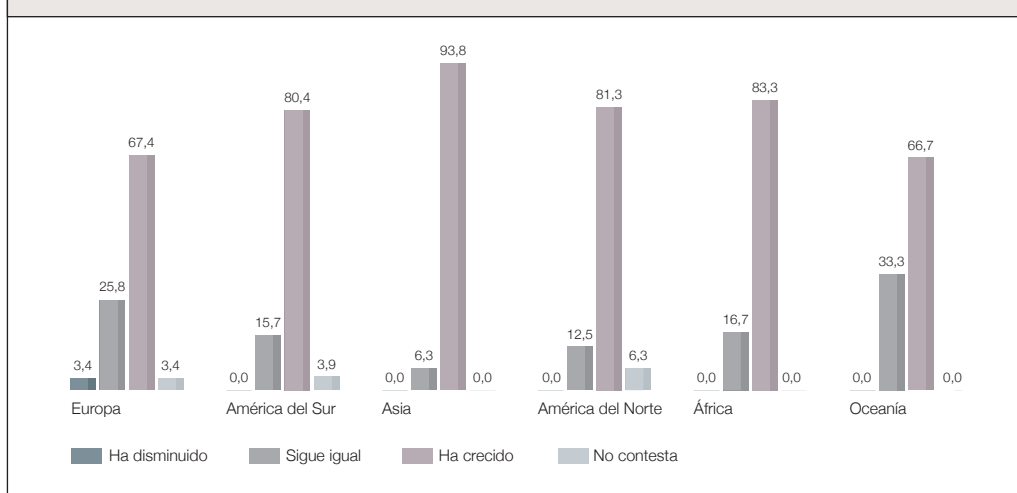
En el caso de los Beneficiarios PICE Movilidad encontramos que dos de cada tres (67,8%) consideran que ha crecido el interés del público por la cultura española. Por su parte las entidades receptoras en el PICE Movilidad valoran aún más esta influencia en el público, ya que casi el 80% ha respondido que sí ha crecido tal interés, resultado que podemos ver, por un lado, como un indicador del éxito de los eventos y actividades, y por otro, de su satisfacción con los artistas, creadores y profesionales españoles que las llevan a cabo.

GRÁFICO 64 EN SU OPINIÓN ¿CUÁNTO INTERÉS SUSCITÓ SU ACTIVIDAD ENTRE EL PÚBLICO AL QUE IBA DESTINADA? (P21)



El análisis de las respuestas agrupando según regiones geográficas de destino no arroja ninguna diferencia estadísticamente significativa, las respuestas siguen el mismo patrón según el cual la mayoría opina que ha crecido el interés del público. Descartamos por tanto que exista, desde la percepción de los beneficiarios y entidades, una mejor acogida en alguna de las regiones en las que se encuentran los países de destino.

GRÁFICO 67 AUMENTO DEL INTERÉS POR LA CULTURA ESPAÑOLA SEGÚN REGIONES GEOGRÁFICAS DE LOS PAÍSES DE DESTINO



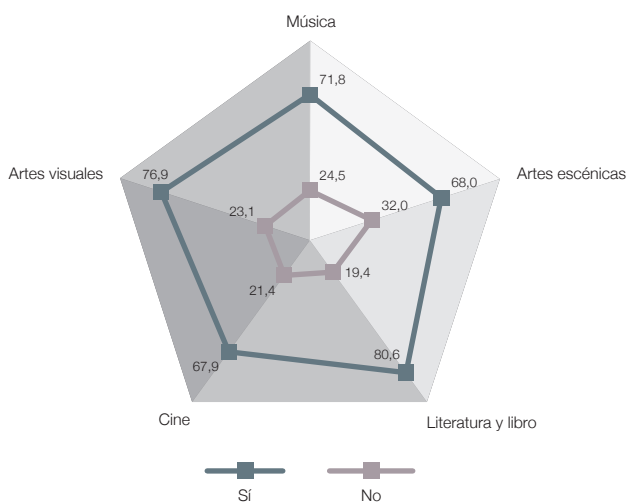
En general, estos resultados hablan de la satisfacción de los encuestados con el éxito de sus actividades entre el público y de una actitud optimista respecto su utilidad, puesto que se trata de una autopercepción y no de ninguna medida objetiva.

6.6. Valoración de la crítica recibida

Para conocer la valoración que hacen los beneficiarios las Entidades PICE Movilidad de la crítica que recibieron los eventos o actividades en las que participaron, primero hay que contar con que el grado de conocimiento o seguimiento de esa crítica sea suficiente para formar una opinión. Y por ello en el cuestionario preguntamos si tenían “alguna constancia de la crítica que en los medios de comunicación tuvo la actividad para la que recibió la ayuda del PICE”.

Así, comprobamos que la cuarta parte sobre el total de los encuestados no ha hecho tal seguimiento, aumentando tal porcentaje entre los beneficiarios del sector de artes escénicas (32%) y disminuyendo sensiblemente en el caso de los sectores de literatura y libro (19,4%) y cine (21,4%)¹².

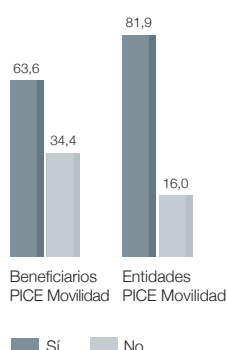
GRÁFICO 68 ¿TIENE UD. ALGUNA CONSTANCIA DE LA CRÍTICA QUE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TUVO LA ACTIVIDAD PARA LA QUE RECIBIÓ LA AYUDA PICE?



12. Nota: el “No contesta” no está representado en los gráficos de este apartado, para facilitar la lectura e interpretación, por lo que los porcentajes no suman 100% sino 100 menos el porcentaje de no respuesta que sería -2,7 sobre el total (5 casos) y menos en cada subgrupo de sectores y tipo de entrevista en P23 y 100-5,8 sobre el total en P24 (8 casos).

Distinguiendo según tipo de encuestado, se halla un mayor seguimiento de la crítica por parte de las entidades extranjeras receptoras (81,9%) que en el caso de los Beneficiarios PICE Movilidad (63,3%).

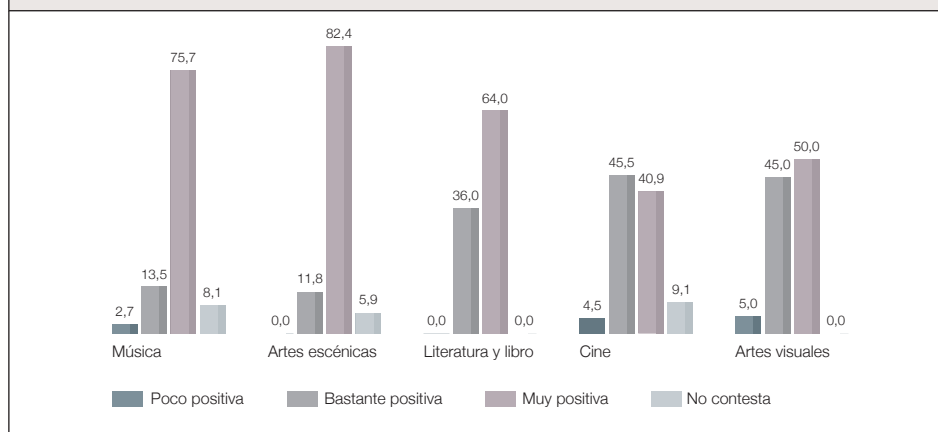
GRÁFICO 69 SEGUIMIENTO DE LA CRÍTICA SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO



A la hora de valorar la crítica recibida en los medios comunicación, los encuestados que sí hicieron un seguimiento de la misma, la gran mayoría opina que ésta fue “muy positiva” (65,5%) y entre los restantes, tan sólo el 2,2% considera que fuera “poco positiva” ya que algo más de la cuarta parte la califica como “bastante positiva” (26,6%).

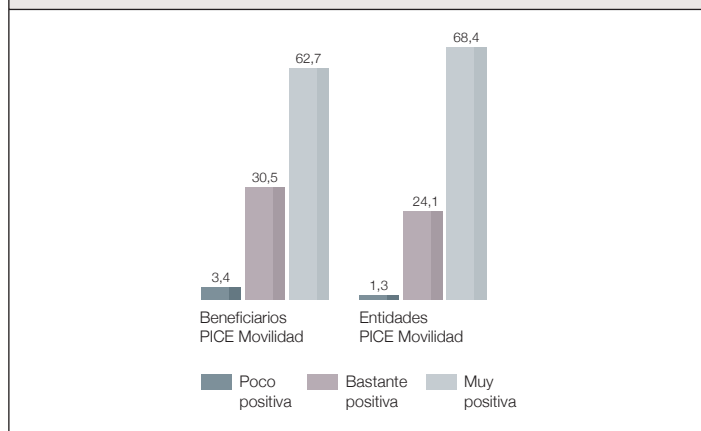
En el sector de artes escénicas, que es en el que más seguimiento de la crítica se ha registrado, también se encuentra la valoración más positiva de la misma ya que el 82,4% de los encuestados la ha calificado como “muy positiva”. En cine y artes visuales la valoración positiva es un grado menor en tanto que el 45% de los encuestados la sitúa como “bastante positiva”.

GRÁFICO 70 VALORACIÓN DE LA CRÍTICA RECIBIDA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Los Beneficiarios y las Entidades PICE Movilidad presentan una valoración muy similar en este caso, a diferencia de lo revelado en otros campos evaluados. Tampoco edad de los encuestados influye de forma significativa en las valoraciones de la crítica recibida.

GRÁFICO 71 VALORACIÓN DE LA CRÍTICA RECIBIDA SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO



ELCAF



space]



VII. SATISFACCIÓN CON LOS RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD REALIZADA Y PLANTEAMIENTO DE FUTURAS ACTIVIDADES

Este capítulo presenta dos apartados centrales de la evaluación, uno relativo a la satisfacción con la actividad realizada y, el otro, al planteamiento de futuras actividades o eventos culturales internacionales a consecuencia de los contactos establecidos en la actividad para la que recibieron la ayuda del PICE Movilidad o PICE Visitantes.

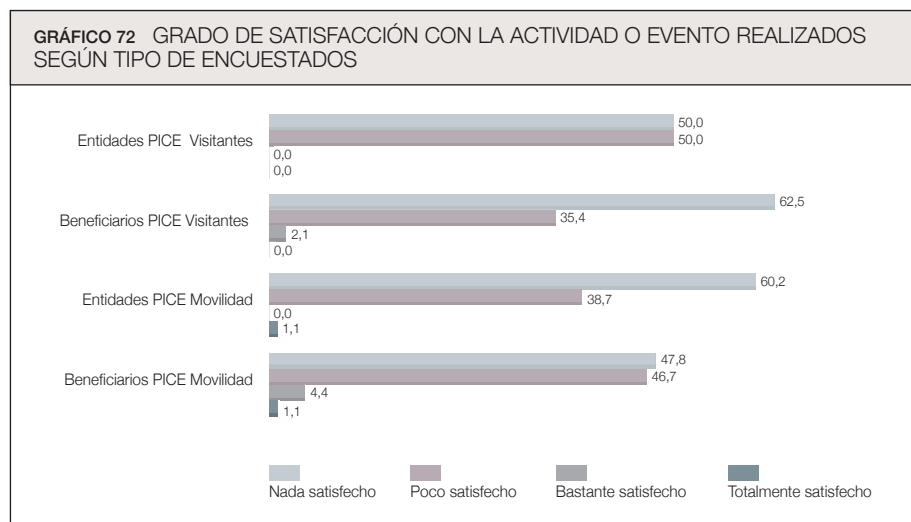
7.1 Satisfacción con los resultados de la actividad realizada y grado de cumplimiento de las expectativas existentes

La satisfacción con la realización de las actividades o eventos que entraron en las ayudas del PICE es un concepto que mide diferentes dimensiones, algunas ya tratadas en la evaluación —como el cumplimiento de objetivos diversos, el establecimiento de contactos, la respuesta por parte de público y crítica, etc.— y otras que trataremos más adelante, como los aspectos administrativos y de gestión. Todos estos conceptos están en cierta manera relacionados con las expectativas existentes en cada uno de los beneficiarios directos y las entidades que participaron de las ayudas del PICE. En el segundo apartado de este capítulo abordamos el grado de cumplimiento de las expectativas como indicador también de la satisfacción y del éxito alcanzado.

7.1.1. Satisfacción con los resultados de la actividad

Los resultados permiten afirmar que, casi en su totalidad, los encuestados se encuentran satisfechos con la actividad realizada (97,4% muy + bastante satisfecho), aunque en diferente grado. Así vemos, que sobre el total de las respuestas a la pregunta, un 55% dice estar “totalmente satisfecho” y el 42,4% “bastante satisfechos”, lo cual deja tan sólo un 2,6% de respuestas negativas, un resultado muy positivo para la evaluación del PICE.

Distinguiendo las respuestas según el tipo de encuestados (véase Gráfico 72), observamos que en el caso de las entidades españolas receptoras de visitantes extranjeros (Entidades PICE Visitantes), no existe ninguna respuesta que indique poca o ninguna satisfacción. Por otra parte, el porcentaje de personas “totalmente satisfecho” es mayor entre los extranjeros visitantes y las entidades extranjeras receptoras de Beneficiarios PICE Movilidad que en el resto de grupos.

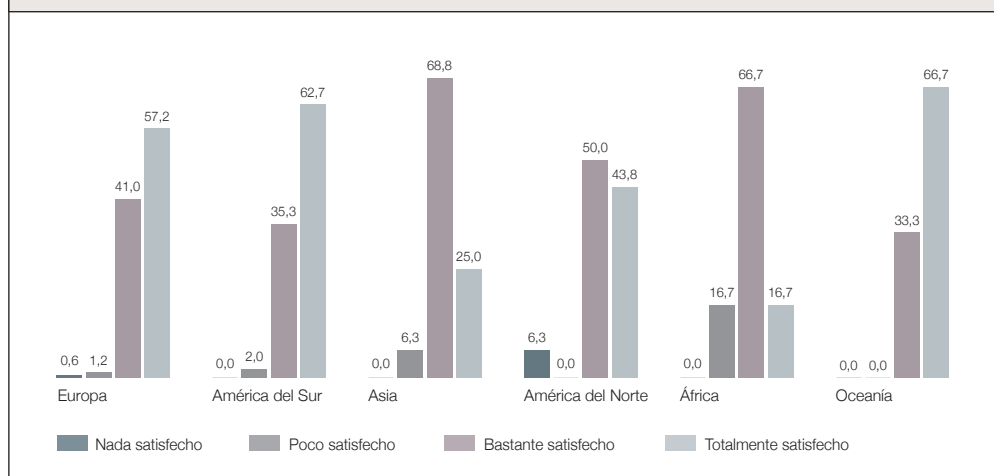


(*) NOTA: Filtradas de la base 6 entrevistas correspondientes al Comité e Inst. proponentes, ya que no responde a esta pregunta, y 2 entrevistas con “No contesta” en P11.

Comparando por sectores culturales, es ligeramente mayor la satisfacción en música y en el sector de literatura y libro que en otros sectores, sin que sean unas diferencias estadísticamente significativas sí apuntan una tendencia notable. Las diferencias son aún menores al distinguir por grupos de edad, pero cuando llegamos a la agrupación según región geográfica de los países de destino sí encontramos diferencias significativas (Gráfico 2). Así vemos que entre quienes

tienen como destino Europa, las respuestas siguen el mismo patrón descrito para el conjunto, como ocurre para América del Sur y Oceanía. Sin embargo, entre quienes tuvieron como destino países asiáticos es sensiblemente mayor el porcentaje de personas “bastante” satisfechas pero sin llegar a estar tan satisfechos como los encuestados que fueron a las regiones antes mencionadas. También es notorio (en este caso la significación estadísticamente elevada que muestran permite asegurar que la diferencia no se debe al azar), que los encuestados que menos satisfechos estaban se concentran en el grupo de personas que fueron a América del Norte (6,3% “nada satisfechos”) y, algo menos descontentos, quienes fueron a países de África (16,7% “poco satisfechos”). El análisis estadístico permite afirmar que, con una probabilidad muy alta, esta tendencia, se reproduciría si se hace la encuesta con otras personas¹³.

GRÁFICO 73 GRADO DE SATISFACCIÓN SEGÚN PAÍSES DE DESTINO



(*) NOTA: Filtradas de la base 6 entrevistas correspondientes al Comité e Instituciones proponentes, ya que no responde a esta pregunta, y 2 entrevistas con “No contesta” en P11.

7.1.2. Grado de cumplimiento de las expectativas existentes

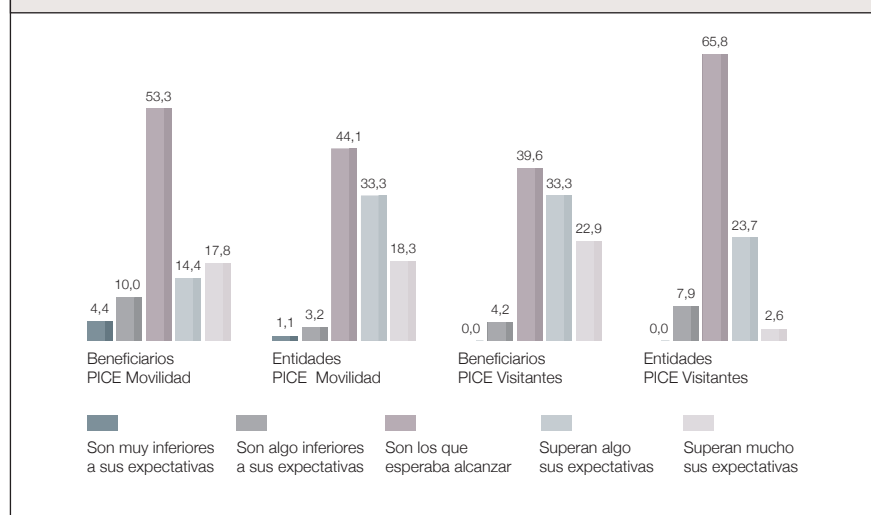
Se pidió también a los encuestados que valorasen los resultados obtenidos considerando las expectativas que tenían sobre los mismos y, en el 42,4% de los casos, vemos que los resultados superaron sus expectativas en mayor o menor medida. En casi la mitad de los casos (49,4%) los resultados “son los que esperaba(n) alcanzar”, lo cual es un dato que se puede interpretar como

13. Ver la nota explicativa sobre el jhi cuadrado en la página 44.

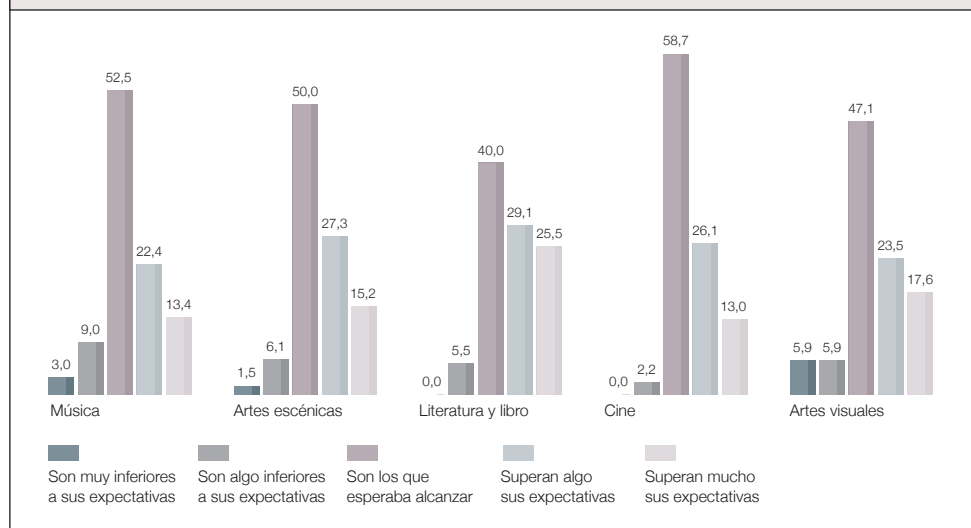
otro indicador muy positivo para la evaluación del programa, ya que estos resultados dejan tan sólo al 8,2% de los encuestados en una situación de valoración negativa de los resultados.

Comprobamos que en general los españoles, tanto artistas como entidades receptoras de visitantes, se muestran algo más críticos que el resto con los resultados obtenidos (ver Gráfico 74). Aunque la tónica sigue siendo de alto cumplimiento de expectativas, para el 14,4% de los beneficiarios de Movilidad los resultados estuvieron por debajo de sus expectativas, y para el 7,9% de las Entidades PICE Visitantes, entidades españolas que reciben a extranjeros visitantes, hubo resultados “algo por debajo de sus expectativas”. Estos datos contrastan con el bajo porcentaje de respuestas de este tipo entre los extranjeros, tanto entidades receptoras en el PICE Movilidad como profesionales o artistas visitante, con sólo un 4% de respuestas negativas.

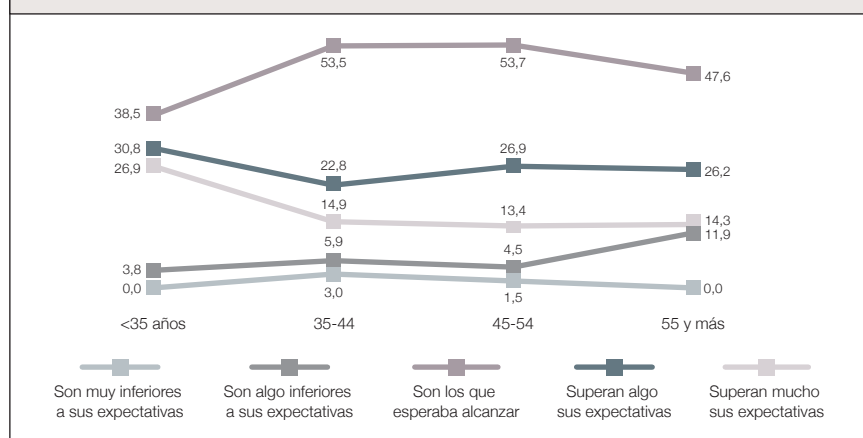
GRÁFICO 74 CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS SEGÚN TIPO DE ENCUESTADOS:
“Y TENIENDO EN CUENTA LAS EXPECTATIVAS QUE UD. TENÍA EN RELACIÓN A
LOS RESULTADOS, ¿DIRÍA QUE ÉSTOS...?”



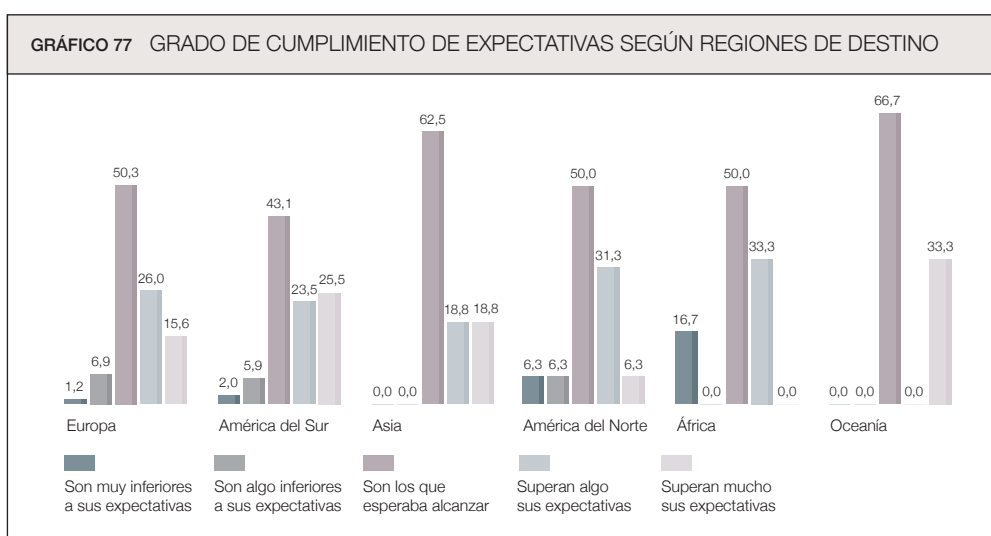
A diferencia de lo observado al distinguir tipos de beneficiarios y entidades, la agrupación de las respuestas según sectores culturales no arroja diferencias notables, observando por sectores un patrón de respuestas uniforme y parecido a la media. Matizando algo más, es posible ver un porcentaje ligeramente mayor de respuestas negativas en los sectores de música (12%) y artes visuales (11,8%), aunque en definitiva también sea mayoritaria la valoración positiva de este aspecto de los resultados, como en los otros sectores.

GRÁFICO 75 CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS SEGÚN SECTOR: TENIENDO EN CUENTA LAS EXPECTATIVAS QUE UD. TENÍA EN RELACIÓN A LOS RESULTADOS, ¿DIRÍA QUE ÉSTOS...?

La edad introduce algunas variaciones, que se reflejan principalmente en las respuestas de los menores de 35 años; en este grupo de edad encontramos que es algo mayor el porcentaje de personas para las que los resultados superaron sus expectativas (57,7% en total, siendo mucho un 26,9% y algo el 30,8%). En otros grupos de edad, comparando con el anterior, vemos que se mantiene más alto el porcentaje los que ven que “son los resultados que esperaban alcanzar” oscilando entre el 47% y el 53%.

GRÁFICO 76 GRADO DE CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS SEGÚN EDAD

Distinguiendo por países de destino agrupados en regiones se repite el mismo patrón general de respuesta y tan sólo encontramos variaciones notables en África y Oceanía. En los casos en que fueron a países africanos, los encuestados han visto frustradas sus expectativas más que en resto de regiones (16,7%) y, en el extremo opuesto, vemos que en los países de Oceanía aumenta significativamente el porcentaje de encuestados señalando que “superan sus expectativas” (33,3%).



NOTA: P12 (2 “no contesta” quitados del gráfico y han sido filtrados 6 del Comité e Instituciones proponentes)

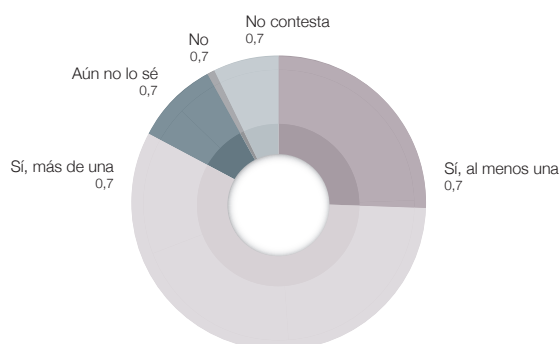
7.2 Planteamientos de futuras actividades

En este apartado se analiza la intención de realizar próximas actividades internacionales cuantificando la frecuencia de esas actividades, sondeando también la opinión sobre el tipo de actividad que realizarían, tratando de conocer si esa planificación está relacionada de alguna forma con las actividades para las que recibieron la ayuda del PICE. Ambas dimensiones se revelan como indicadores importantes en la evaluación, como veremos, ya que uno de los objetivos del PICE es lograr que las ayudas de Movilidad y Visitantes posibiliten a los artistas y profesionales hacer posteriormente otras actividades internacionales.

7.2.1. Intención de realizar próximas actividades internacionales

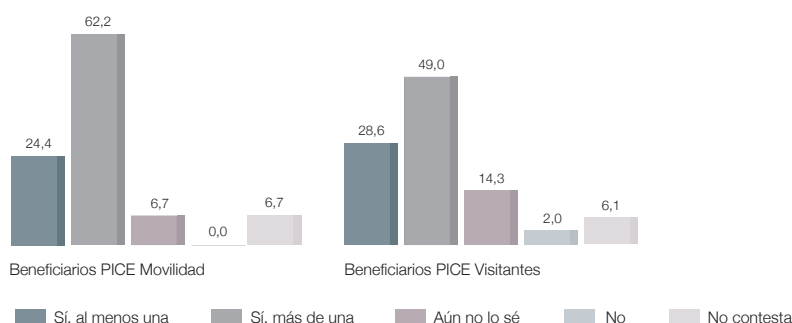
La mayoría de los artistas, creadores y profesionales beneficiarios de las ayudas tienen planeado hacer en el próximo año alguna actividad relevante para el desarrollo de su carrera fuera de su país, un 57,1% responde que hará más de una y el 25,7% al menos una. Estos resultados son indicadores de que cerca del 83% de los beneficiarios directos de las ayudas se encuentran en un momento de gran proyección internacional en sus carreras, a lo cual estaría contribuyendo el PICE en cierta medida.

GRÁFICO 78 INTENCIÓN DE REALIZAR FUTURAS ACTIVIDADES: “¿TIENE PLANEADO HACER EL PRÓXIMO AÑO ALGUNA ACTIVIDAD FUERA DE SU PAÍS QUE CONSIDERE RELEVANTE PARA EL DESARROLLO DE SU CARRERA?”



Vemos que los españoles que han utilizado las ayudas del PICE Movilidad responden de forma afirmativa a la pregunta algo más que los extranjeros de las ayudas PICE Visitantes, así el 86,6% hará una o más actividades fuera frente al 77,6% (ver Gráfico 79). Este hecho puede estar relacionado por un lado con los diferentes perfiles profesionales que tienen unos y otros beneficiarios, y por otro lado, con el auge en la proyección internacional en la carrera de estos artistas y creadores españoles seleccionados en el PICE para las ayudas de Movilidad. Entre las razones para seleccionarlos, sin duda, el potencial en su capacidad de proyección internacional ha de tener un peso importante, y en cierta medida, los datos que estamos viendo reflejan una confirmación del mismo.

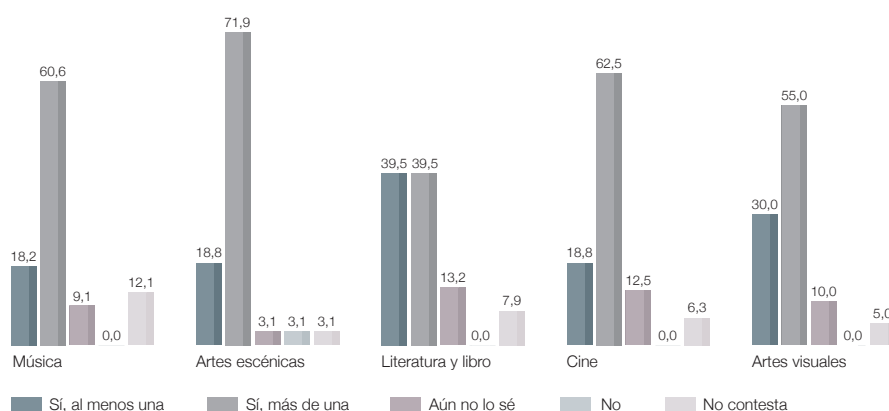
GRÁFICO 79 INTENCIÓN DE SALIR FUERA DE SU PAÍS EL PRÓXIMO AÑO:
BENEFICIARIOS PICE MOVILIDAD Y VISITANTES



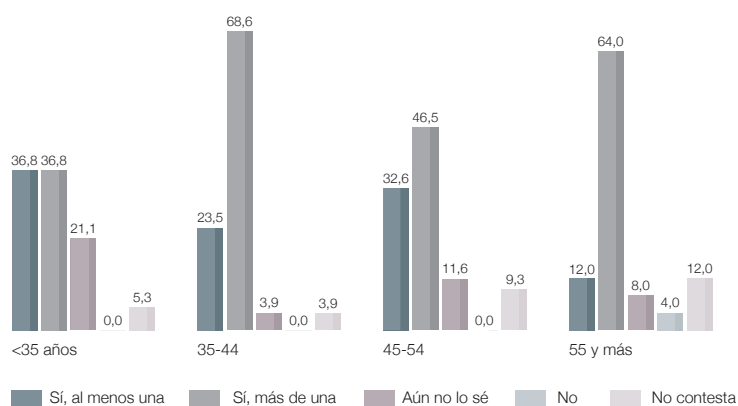
Entre los diferentes sectores culturales, el sector de artes escénicas destaca claramente entre los demás con un porcentaje sensiblemente mayor de personas que han planeado salidas de este tipo, el 90,7% de los encuestados en este sector harán una o más. En el caso del cine, artes visuales y música, las respuestas se aproximan mucho a las descritas antes para el total, quedando sólo un sector por debajo de la media y es literatura y libro. Probablemente debido a las particularidades de este sector. Si recurrimos a lo expuesto por el experto entrevistado en este sector, diremos:

“El sector (—del libro—) en todos los países está ajustándose mucho a un mercado que se ha quedado mucho más chiquitito de lo que era. En los últimos cinco años, es un sector en España, un 30% más pequeño de lo que era, que se dice pronto. En Francia está entre el 6 y el 8% más pequeño de lo que era. En Holanda es un 30 también... prácticamente un 35%”.

Las ayudas son especialmente importantes para conseguir salir hacia otros países, más teniendo en cuenta el enorme potencial de mercado y lectores en los países latinoamericanos e incluso en Estados Unidos, donde hay mucho interés por España pero *“un autor español tiene muy difícil entrar en el mercado anglosajón”*. Siendo el principal impedimento el idioma y la dificultad de conseguir ayudas para las traducciones: *“una barrera muy importante para la internacionalización de la cultura desde el sector del libro, es que no hay ayudas para la traducción eficaces”*.

GRÁFICO 80 INTENCIÓN DE SALIR FUERA DE SU PAÍS EL PRÓXIMO AÑO POR SECTORES CULTURALES

La edad influye bastante en la respuesta, en el grupo de menor edad hay más personas indecisas al respecto (21,1%), mientras que en los grupos de 35–44 y de más de 55 años se registra un porcentaje más alto de personas que han planificado más de una actividad,

GRÁFICO 81 INTENCIÓN DE SALIR FUERA DE SU PAÍS EL PRÓXIMO AÑO SEGÚN GRUPOS DE EDAD

En torno a los planteamientos de cara al futuro en la internacionalización en los distintos sectores, los expertos entrevistados refieren múltiples comentarios de interés. Por ejemplo se percibe en uno de los entrevistados un fuerte sentimiento de confianza en el valor de la producción artística española, aunque a lo mejor no es tan bien valorada en nuestro mismo entorno cultural, cuando afirma que es necesario

“que de verdad nos creamos que España tiene un producto cultural vendible en todos los órdenes, o sea creo que no solamente es en uno, sino que es en todos los órdenes (...) Vendemos muy poco y no se produce esa correspondencia entre lo que nosotros compramos y lo que nosotros vendemos” (E1).

También hay quien opina que es necesario arriesgar más con el tipo de espectáculos y obras que se llevan fuera, valorando extremadamente el enriquecimiento que se produce en el intercambio cultural:

“Yo creo que en general, (...) cuando enseñamos o cuando pensamos el exterior, apoyamos material poco arriesgado. Estamos un poco convencionales. (...) que podemos tener, aquí, es la singularidad (...)”

presentarse ante estas culturas como bueno, como lo que somos, una cultura con ganas de aprender, una cultura de culturas, no acomplexada sino hambrienta. De mejorar, de oxigenarse, y yo creo que desde esta perspectiva están pasando, están empezando a pasarnos cosas muy muy interesantes” (E4).

7.2.2. Planificación del tipo de actividad que realizarían

Como se ha señalado antes, uno de los objetivos del PICE es lograr que las ayudas de Movilidad y Visitantes posibiliten a los artistas y profesionales hacer otras actividades internacionales. Para obtener un indicador de este aspecto hemos preguntado a quienes han planeado hacer alguna actividad internacional el próximo año si lo hicieron a raíz de la actividad para la que recibieron la ayuda del PICE.

Teniendo en cuenta que la programación de las temporadas de eventos y espectáculos culturales se hace con mucha antelación y que, en cierta medida, es poco susceptible de ser influida a corto plazo, no puede sorprender que en más de la mitad de los casos (55,6%) ya estuvieran planeadas previamente (ver Gráfico 82). No obstante, comprobamos que en el 33,3% planean “alguna actividad” a raíz de la actividad o estancia y para un 5,6% “todas las actividades” se planearon a partir de allí, siendo también un dato importante como indicador en la evaluación de objetivos del PICE.

La única diferencia estadísticamente significativa que se encuentra, al cruzar con otras variables está en que las personas de 55 y más años tienden más a haber planeado sus actividades internacionales a raíz de la actividad o estancia realizada.

GRÁFICO 82 PLANIFICACIÓN DE FUTURAS ACTIVIDADES: “ESA O ESAS ACTIVIDADES, ¿LA/S HABÍA PLANEADO PREVIA O INDEPENDIENTEMENTE A SU ACTIVIDAD O ESTANCIA PARA LA QUE RECIBIÓ AYUDA EN UNA CONVOCATORIA 2014 O HA SURGIDO A RAÍZ DE ELLA?”

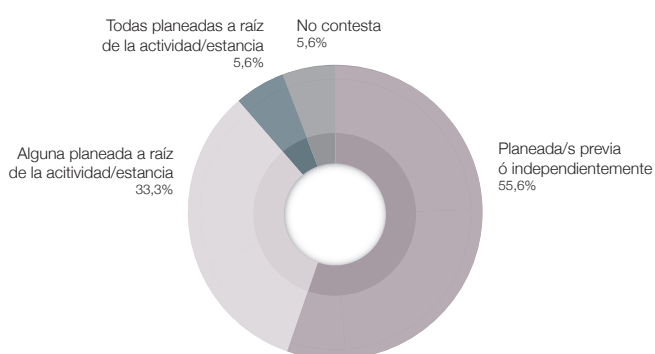
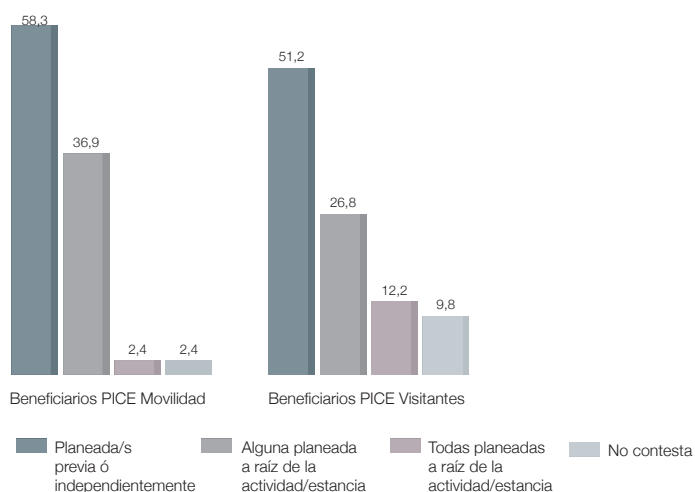


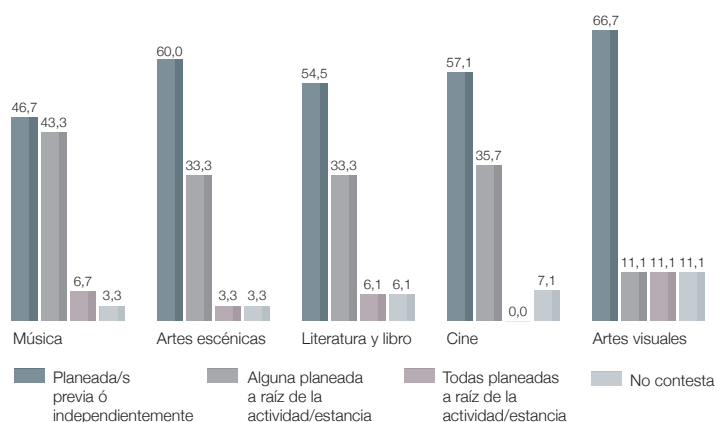
GRÁFICO 83 PLANIFICACIÓN DE FUTURAS ACTIVIDADES EN FUNCIÓN DE TIPO DE ENCUESTADO



Por otro lado comprobamos que entre los beneficiarios del PICE Movilidad es sensiblemente mayor el porcentaje de los que planearon *alguna* actividad a raíz de su estancia (36,9%) mientras que entre los beneficiarios PICE Visitantes aumenta el porcentaje de los que planearon *todas* esas actividades a raíz de la estancia (12,2%).

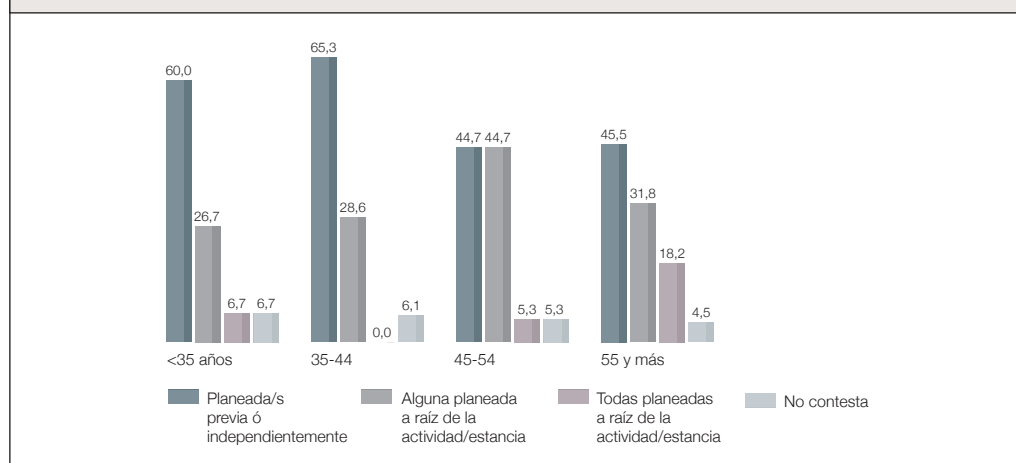
El análisis según sectores culturales permite señalar dos sectores con una tendencia algo diferente a la descrita para el conjunto de la muestra; en música encontramos un menor porcentaje de casos en los que se haya planeado esa futura estancia internacional previa o independientemente (46,7%), mientras que en artes visuales aumenta respecto a la media (66,7%). Contrasta también, en este último sector, que siendo notablemente más bajo el porcentaje de casos en “alguna planeada a raíz de la actividad/estancia” (11%) resulta más alto que en otros sectores el porcentaje de casos en los que planearon todas las actividades a partir de ésta (también 11%).

GRÁFICO 84 PLANIFICACIÓN DE FUTURAS ACTIVIDADES EN FUNCIÓN DE TIPO DE SECTORES CULTURALES



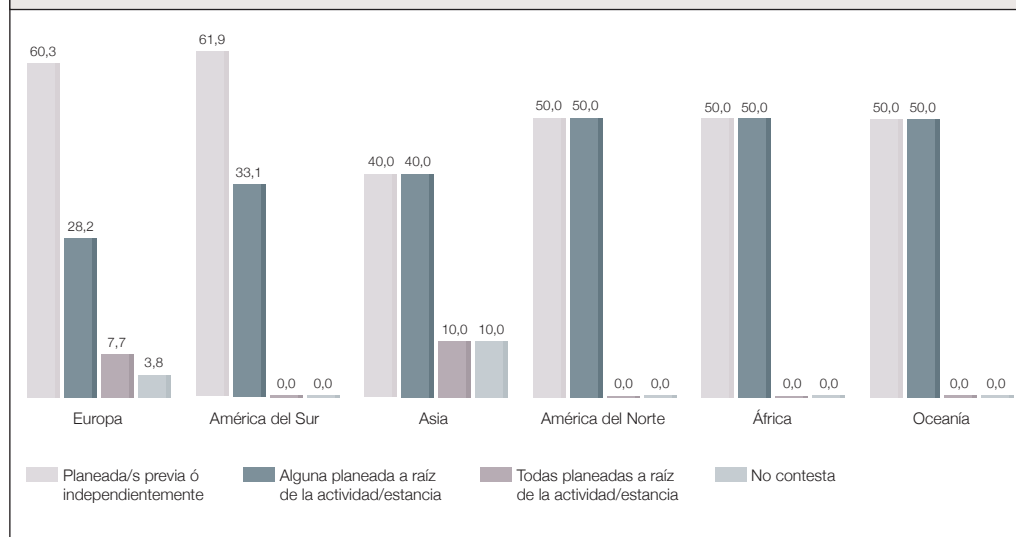
Comparando según edades, en los dos grupos de edades menores de 45 años es mayor el porcentaje de casos de actividades planeadas previa o independientemente, mientras que los de edades de más de 45 años, aumentan significativamente los porcentajes de actividades planeadas a raíz de la estancia.

GRÁFICO 85 PLANIFICACIÓN DE FUTURAS ACTIVIDADES EN FUNCIÓN DE TIPO DE GRUPOS DE EDAD



Por último, el análisis según las regiones geográficas de destino, permite comprobar que los casos en los que han planificado varias actividades que surgieron en relación a la actividad realizada con la ayuda del PICE se concentran en los destinos a países europeos (por tanto incluida España para los beneficiarios PICE Visitantes) y en los de Asia. Resulta muy interesante este dato, especialmente desde el punto de vista de planificación del PICE y también para la evaluación.

GRÁFICO 86 PLANIFICACIÓN DE FUTURAS ACTIVIDADES EN FUNCIÓN DE TIPO DE REGIONES GEOGRÁFICAS DE DESTINO





VIII. GESTIÓN DE LAS MODALIDADES DE MOVILIDAD Y VISITANTES DEL PICE

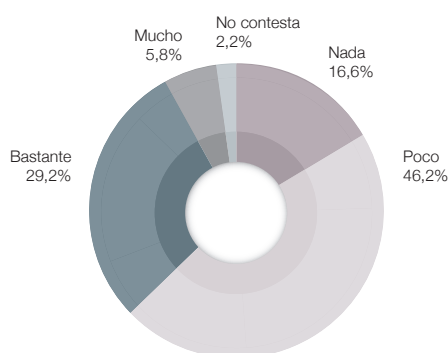
La gestión de los programas del PICE es otro de los apartados importantes en la evaluación, en este capítulo los resultados de la encuesta aportan la valoración que hacen los encuestados de diferentes aspectos de la misma, entre los que se incluye desde los criterios de selección, la cuantía de las ayudas y los plazos de solicitud, hasta aspectos más generales como la claridad de la información y la calidad de las comunicaciones.

8.1 Valoración de elementos específicos de la gestión

8.1.1 Criterios de selección

Los resultados de la encuesta indican que existe algún desconocimiento de los criterios de selección, aunque se trate de una información pública y fácilmente accesible. La mayoría de los encuestados conoce poco (46,2%) y un 16,6% “nada” los criterios de selección de candidatos publicados en la página web de AC/E. En la lectura positiva, algo más de la tercera parte de los encuestados conoce “bastante” o “mucho” estos criterios (35%). Teniendo en cuenta la importancia que tienen los criterios de selección de participantes en la evaluación, a continuación vamos a profundizar el análisis distinguiendo las respuestas según tipo de entrevistas, según sectores culturales y también por grupos de edad.

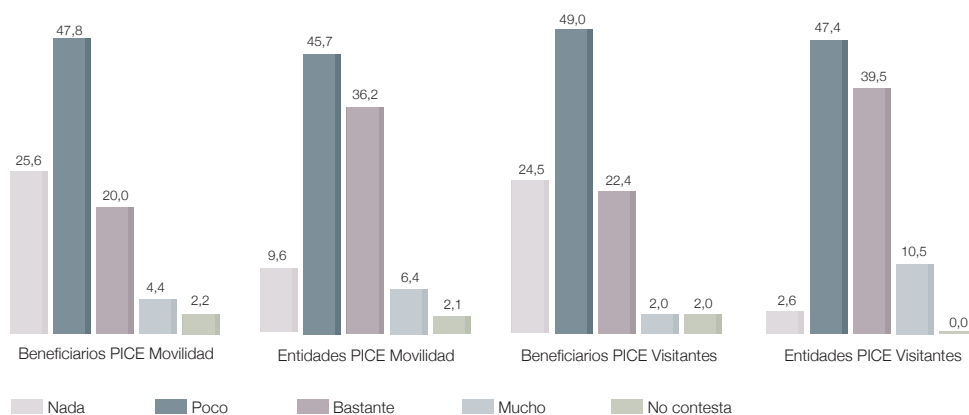
GRÁFICO 87 CONOCIMIENTO DE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN:
 “EN QUÉ MEDIDA CONOCE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN QUE
 ESTÁN PUBLICADOS EN LA PÁGINA WEB DE AC/E?”



Distinguiendo según tipo de entrevista, vemos que entre los Beneficiarios del PICE Movilidad es significativamente mayor que en el resto el porcentaje de personas que no conocen “nada” los criterios de selección (25,6%). También es bastante alto este porcentaje entre los beneficiarios de Visitantes, aunque, al ser un grupo menor que el anterior, las diferencias no son significativas estadísticamente (49 personas como beneficiarios directos en Visitantes frente 90 en Movilidad).

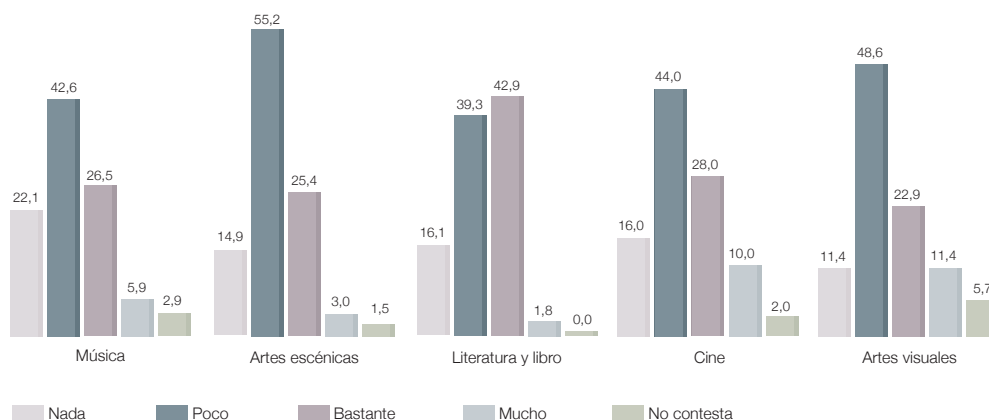
En cambio en el caso de las entidades, tanto españolas —en Visitantes— como extranjeras —en Movilidad—, encontramos que es mayor el porcentaje de casos en los que hay “bastante” o “mucho conocimiento”, superando el 40% en ambos casos. Por lo tanto, se puede inferir que las Entidades tienen un mayor conocimiento de los criterios de selección que los beneficiarios directos y que esto se debe a que son ellas las que gestionan las solicitudes de las ayudas directamente con AC/E a través de los correspondientes formularios en la página web. Ante estos datos, se puede considerar la necesidad de hacer más partícipes de los criterios de selección a los beneficiarios últimos, en tanto que esta puede ser una vía para dar conocer y difundir más el programa entre los artistas y profesionales de la cultura en España.

GRÁFICO 88 CONOCIMIENTO DE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN SEGÚN TIPO DE ENCUESTADO

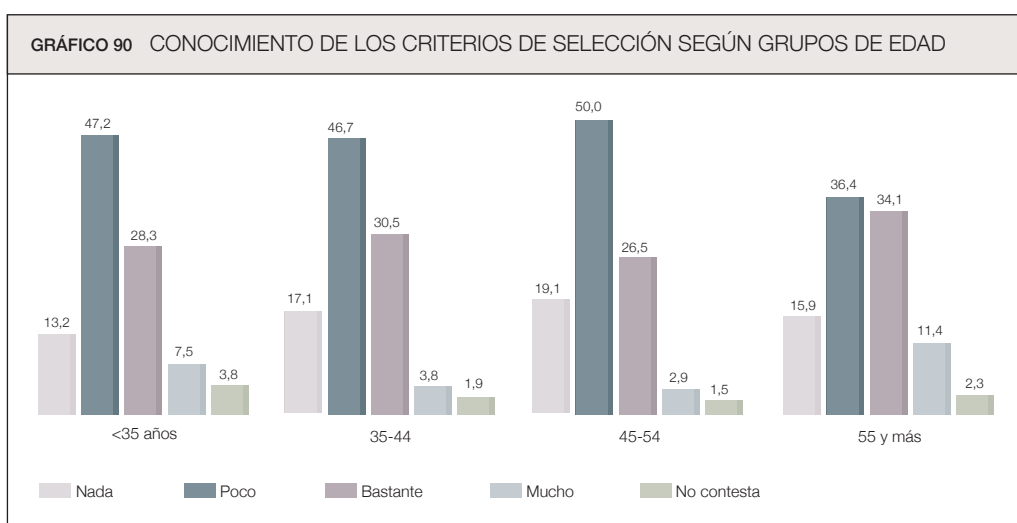


Por otro lado, el análisis por sectores permite ver que los encuestados de las áreas de literatura y libro, y particularmente sus entidades, son quienes más conocen los criterios de selección (42,9% conocen “bastante”), mientras que en otros sectores no se aprecian diferencias notables con respecto a lo descrito para el conjunto, al igual que ocurre cuando distinguimos según grupos de edad.

GRÁFICO 89 CONOCIMIENTO DE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN SEGÚN SECTORES



Finalmente, la edad no influye significativamente sobre un mayor o menor conocimiento de los criterios, aunque sí se aprecia una tendencia a que en el grupo de mayor edad aumente la proporción de personas que señalan conocer “bastante” y “mucho”, quizá ese conocimiento esté favorecido por la experiencia adquirida con los años en la búsqueda de ayudas en general.



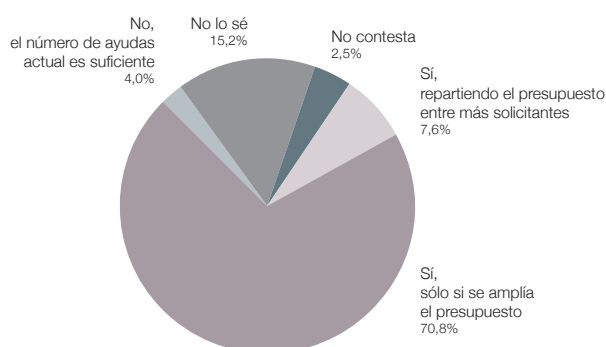
8.1.2 Número de ayudas

En opinión de los encuestados, el número de ayudas que se conceden debería ampliarse, pero con la condición de que aumentara el presupuesto global para el programa, en vez de repartiendo el presupuesto entre más participantes. Para que tuvieran una idea de conjunto y contextualizaran su respuesta, en el cuestionario se introdujo esta pregunta sobre el número de ayudas explicando lo siguiente:

“en 2014 el PICE concedió 80 Ayudas a la Movilidad en la edición del mes de marzo y 100 en la edición del mes de septiembre. El PICE Visitantes alcanzó a un total de 285 beneficiarios en su única convocatoria del mes de marzo”.

En todo caso hay que tomar los resultados con cierta cautela ya que el número de casos en los que la respuesta no se define es bastante alto (15,2% no sabe y 2,5% no contesta). Así, vemos también que hay menos personas que opinan que el número de ayudas actual es suficiente (4%) que personas que no contestan o que no tienen una opinión formada.

GRÁFICO 91 OPINIÓN SOBRE LA ADECUACIÓN DEL ACTUAL NÚMERO DE AYUDAS:
¿...PIENSA QUE DEBERÍAN AMPLIARSE EL NÚMERO DE AYUDAS QUE SE CONCEDEN?



El análisis de las respuestas distinguiendo según tipo de encuestados muestra que no hay diferencias significativas en el patrón de respuesta; tampoco por sector cultural ni regiones de destino, con la excepción de los que fueron a países africanos que curiosamente tienden más a no contestar la pregunta. El único dato reseñable se encuentra al distinguir por grupos de edad, observando que en el grupo de 35 a 44 años el porcentaje de las personas que indican que el número de ayudas actual es suficiente resulta significativamente mayor (8,8%).

En las entrevistas a expertos, alguno se muestra muy crítico a este respecto, señalando la inadecuación de un sistema de “ayudas” como planteamiento mismo de partida —téngase en cuenta que esta es una opinión que no es compartida por otros expertos—: *esas convocatorias, en todo caso atienden un porcentaje muy pequeño de la demanda. Es decir, no sé si es el 10%, el 15%, el 25%, el 3% porque no tengo los datos, pero yo mi percepción es que atienden un porcentaje muy pequeño, de que la burocracia es muy grande, de que están desfasados* opinando también que *“no se pueden dar ayudas, lo que se tienen que hacer son proyectos (...) se tiene que hacer es el planteamiento de qué proyectos son importantes, cómo nos metemos en esos proyectos y cómo os coproducimos esos proyectos”* (E1). En este sentido las ayudas para se convierten en “pan para todos” y esto es un condicionante que impide impulsar otro tipo de proyectos. En este sentido hay que decir que PICE es una de las líneas de acción de AC/E pero no la única y que los objetivos del programa se definen asumiendo las limitaciones de condicionantes ineludibles (de tiempo, de presupuesto y medios, etc.) y fijando prioridades.

En esta misma línea comentaba otro entrevistado:

“yo lo que he visto del PICE son ayudas muy pequeñas (INV: de lo que es el billete de avión, digamos, o esto) pues es que supongo, porque realmente cuando he visto alguna vez a quién se las han dado, son creo que la estrategia es más, es repartir más, menos dinero a más gente, ¿no? Porque son 2000, 3000 euros, 4000, creo que el máximo es 5000, una cosa así, con lo cual una producción tampoco te va a dar para producir mucho y luego mandarlo fuera, ¿no? (...)

me comenta mucha gente, “jo es que he aplicado al PICE, pero es que claro, sólo me dan 2000 para, y...no me soluciona”...o sea, como que...pero no sé si harían lo otro, claro. Quizá hay espacio para todo, ¿No? No sé si, no conozco tan a fondo el PICE, pero quizás hay proyectos que efectivamente con 2000 para invitar a alguien en ese momento de, “oye, pues es que invito a este, y mira, tiene un impacto brutal”, y otros que sin embargo el impacto es hacer ese, no sé, tiene más impacto invertir más dinero, y mostrarlo fuera, que darle diez ayudas de mil euros, no lo sé, creo que lo haría para, haría como dos modalidades, o algo así “(E2).

Y por ello cunde *“la sensación es de que es para proyectos que ya estén casi cerrados y que solo necesiten una pequeña ayuda para mandar a alguien fuera” (E3).*

8.1.3 Valoración de diversos aspectos de la gestión de las ayudas: criterios, plazos, cuantía y cofinanciación

Hay que comenzar este apartado señalando que en la página web de AC/E se puede encontrar organizada la información sobre las convocatorias del PICE en sus modalidades de Visitantes y Movilidad, presentando en español y en inglés las bases de las convocatorias, documentos de preguntas frecuentes específicos para cada modalidad del programa y, también, sobre el acceso a la aplicación informática mediante la que se gestiona la solicitud para facilitar el uso a los solicitantes PICE Movilidad¹⁴.

Los resultados indican que los encuestados, aunque algunos conocían “poco” los criterios, en su mayoría opinan que los criterios de selección están “detallados y claros”, como puede verse en el primer ítem del Gráfico 92; el 72% está “bastante” y “totalmente de acuerdo”, el resto “algo de acuerdo” y nadie en desacuerdo. Un dato bastante positivo en cuanto a la evaluación,

14. Por ejemplo, recientemente han incorporado en la página web una aplicación informática para gestionar las solicitudes y un “Manual de usuario”, el manual pide a la persona, como segundo paso al registrarse en el sistema introduciendo los datos de contacto, que se asegure de haber leído y comprendido las bases de la convocatoria, el manual incluye al final un glosario con los términos y conceptos clave que se utilizan como “actividad con participación española”, “área temática”, “comité asesor” o “evento”. También en la página web se ofrece un email de contacto para consultas o dudas en cada área temática. Se puede consultar el Manual de Usuario v3 en el siguiente enlace: <http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2015/PICE/movilidad/Manual%20de%20usuario%20v3%20SPA.pdf> (fecha de acceso 21/1/16).

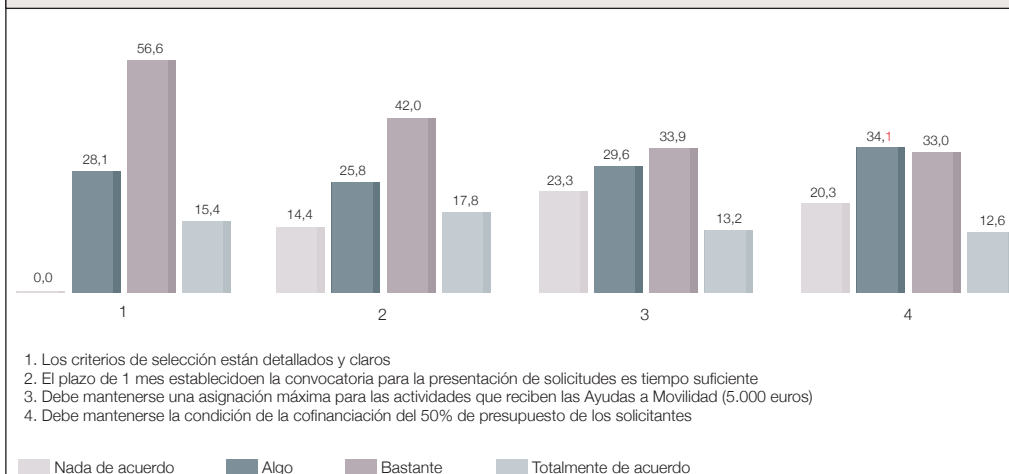
si bien hay que tomarlo con cautela debido a que la validez del mismo se puede cuestionar por un efecto que se conoce como «aquiescencia del entrevistado»¹⁵.

También la mayoría de los encuestados se muestra de acuerdo con que se mantenga el plazo de 1 mes establecido para la convocatoria, si bien hay un 14,4% que no está de acuerdo con que este plazo sea suficiente para la presentación de solicitudes.

Por otro lado, casi uno de cada cuatro encuestados (23,3%) está en desacuerdo con que se mantenga una asignación máxima para las actividades que reciben las ayudas a Movilidad (5 mil euros), si bien cerca de la mitad de los encuestados está de acuerdo (34% “bastante y 13,2% “totalmente”). A este respecto, las entidades anfitrionas del PICE Visitantes son más exigentes que el resto, casi una de cada tres (28,9%) se muestra en desacuerdo con el techo presupuestario.

También encontramos bastante división en las respuestas con respecto a que “debe mantenerse la condición de cofinanciación del 50% de presupuesto de los solicitantes”: cerca de la mitad de los encuestados está sólo “algo” o “nada” de acuerdo (54,4%) mientras que un 45,6% está “bastante” o “totalmente de acuerdo” con este aspecto económico de la gestión, lo cual corresponde a una distribución normal de las respuestas, concentrándose la mayoría de las respuestas en la región intermedia de la escala.

GRÁFICO 92 VALORACIÓN DE CRITERIOS DE SELECCIÓN, PLAZOS, CUANTÍA Y COFINANCIACIÓN



15. Aquiescencia es un término que se suele utilizar en psicología y en derecho para señalar el consentimiento y la aprobación de una de las partes con respecto a la otra, en un proceso de comunicación o de procedimientos. En el ámbito de la metodología de las encuestas, el efecto o sesgo de aquiescencia se define como un tipo de sesgo según el cual el encuestado tiene una tendencia a estar de acuerdo con todas las preguntas o a dar una respuesta positiva. Hay diferentes estudios que demuestran empíricamente este conocido efecto (https://en.wikipedia.org/wiki/Acquiescence_bias).

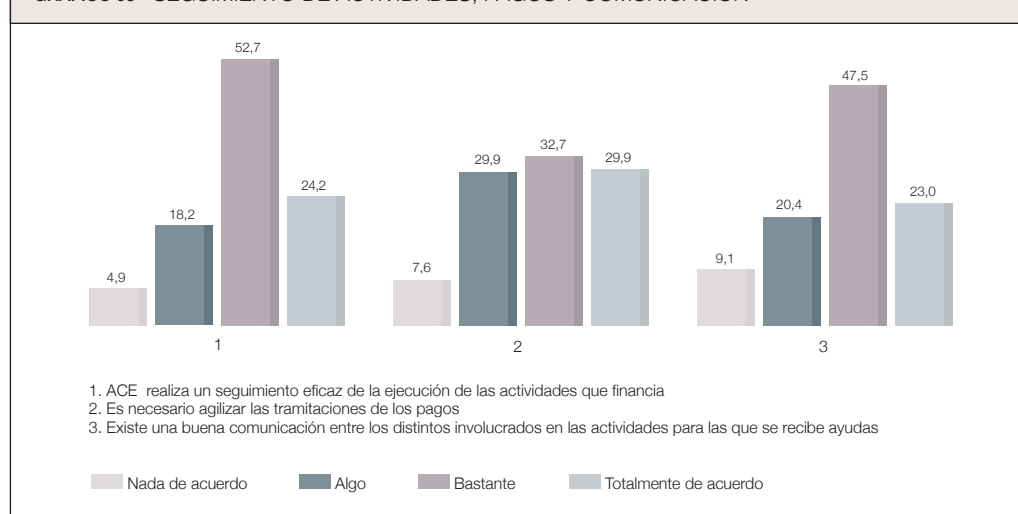
8.1.4 Valoración de diversos aspectos de la gestión de las ayudas: seguimiento, tramitación de pagos y comunicación

Más de la mitad de los encuestados está bastante de acuerdo con que el seguimiento de la ejecución de las actividades por parte de ACE ha sido bastante eficaz (52,7%) y casi la cuarta parte está totalmente de acuerdo con esta afirmación (24,2%). Se trata de un dato realmente importante para la presente evaluación, ya que se ha mejorado notablemente con respecto al primer año en que se evaluó el programa. La proporción de personas que no aprueba dicho seguimiento, tal y como se plantea la pregunta, vemos que es bastante pequeño (4,9%).

Con respecto a las tramitaciones de los pagos, la mayoría de los encuestados considera que se deberían agilizar, el 62,6% está totalmente y bastante de acuerdo, sólo en el 7,6% de los casos opina que no sea necesario agilizarlas.

La comunicación entre los distintos involucrados en las actividades, como particulares o representando a entidades e instituciones, es un aspecto importante también para la evaluación. Es necesario que la comunicación sea buena para que cualquier actividad en la que participan diferentes individuos y grupos sea eficaz y tenga éxito. En este caso, en el ítem dedicado a este aspecto, el 70,5% de los encuestados están bastante y totalmente de acuerdo con que ha existido una buena comunicación, mientras que un 20,4% sólo está “algo” de acuerdo y un 9,1% en desacuerdo. Este resultado nos indica que aunque haya una mayoría de encuestados que valoran positivamente la comunicación realizada por AC/E, hay un 30% que manifiestan la opinión contraria. Es decir, aún hay margen para la mejora en este aspecto.

GRÁFICO 93 SEGUIMIENTO DE ACTIVIDADES, PAGOS Y COMUNICACIÓN



En una de las entrevistas con expertos, la entrevistada echaba en falta recibir más información directa sobre las ayudas, ya que recibe información de instituciones similares en otros países y no tanta de éste programa:

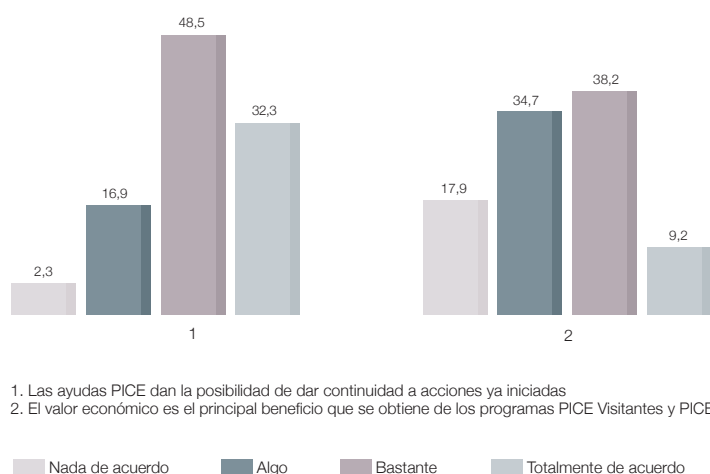
“A lo mejor es por falta de pro actividad mía por informarme, ¿eh? Quiero decir, no les echo la culpa a ellos en esto, a lo mejor es que yo no me he informado bien. Pero es decir, el qué convocatorias, qué ayudas, de qué manera, qué tal, yo no lo he recibido. Pero sin embargo recibo el equivalente de Holanda, de Francia, de Italia, de Dinamarca, en mi email...” (E3).

8.2 Otros beneficios de la gestión del PICE: continuidad con acciones ya iniciadas y relatividad del beneficio económico

Este apartado se refiere no tanto a la gestión en sí, como a dos aspectos específicos del valor de esta gestión para los beneficiarios. La gran mayoría de los encuestados está bastante y totalmente de acuerdo con que las ayudas del PICE le están permitiendo dar una continuidad a otras acciones ya iniciadas por ellos (80,8%).

En el otro aspecto valorado, para saber si se percibe que además del valor económico de la ayuda, el PICE ofrezca un valor añadido no económico, como por ejemplo la conexión entre profesionales e instituciones del sector cultural, las respuestas se encuentran bastante divididas. Algo menos de la mitad de los encuestados (47,4%) opina que el principal valor de las ayudas sea el económico, mientras que una mayoría señala un menor grado de acuerdo o su desacuerdo con que el principal beneficio de las ayudas sea el valor económico (tomando “algo de acuerdo” y “nada de acuerdo” conjuntamente suman el 52,6% de los casos). También podemos hallar aquí un indicador positivo de la gestión del PICE para tener en cuenta en su evaluación, en tanto que un sector grande los de los destinatarios de las ayudas esté poniendo por encima de la gestión de los aspectos económicos de la ayuda, el trabajo de comunicación e interconexión entre profesionales, entidades y artistas, en pro de la internacionalización de la cultura española. Este dato se debe relacionar con la alta valoración que se concedía a los objetivos de potenciar las redes de intercambio entre entidades y profesionales, así como a los datos sobre el establecimiento de contactos útiles para su carrera profesional y la misma planificación de actividades futuras en función de contactos establecidos a raíz del evento o actividad para la que recibieron la ayuda del PICE.

GRÁFICO 94 CONTINUIDAD DE ACCIONES Y VALOR NO ECONÓMICO DE LA AYUDA



8.3 Aspectos mejorables del Programa para los beneficiarios y expertos encuestados

La entrevista se cerraba con una pregunta para recoger cualquier comentario, ya fuera sobre la misma entrevista, o bien sugerencias u observaciones sobre los temas tratados. La mayor parte de los encuestados no añadió ningún comentario final, si bien en el 22,7% de los casos sí lo hicieron.

El análisis cualitativo de las respuestas permite concluir, sintetizando en grandes categorías las respuestas *verbatim*, que lo más frecuente son dos tipos de respuestas: los comentarios de agradecimientos de diverso tipo (39,7%), junto a los comentarios sobre la encuesta o el cuestionario (20,6%). Estas últimas referidas en algún caso a cuestiones sobre el funcionamiento del cuestionario, dudas respecto a algunas preguntas que no se aplicaban bien a sus casos y en otros casos valorando la utilidad del mismo:

“On behalf of my person I would like to thank the engagement of such a questionnaire for the dialogue that can emerge between funding programs and those who benefit or that such funding programs are directed towards¹⁶.”

16. De modo personal quería agradecer que con este cuestionario se ofrezca la oportunidad de establecer un diálogo entre los programas financiadores de ayudas y las personas que se pueden beneficiar de los programas (traducción propia).

Con menor frecuencia se refieren a ciertas mejoras AC/E podría introducir en el PICE para mejorar la información, como por ejemplo las siguientes:

“We have been invited to Spain without knowing which structure or official program (PICE, etc....) supports the costs. Asking us to answer such a questionnaire these conditions is a non-sense. Please ask for a better communication from the supported events or re-evaluate your criteria¹⁷.”

“I hope that these programs be better promoted as although I have participated in one of them I did not have the knowledge of the full scope of them¹⁸.”

“Me gustaría expresar acá que no queda claro en la convocatoria cómo se puede acceder al 50% del apoyo como un adelanto.”

En otros casos incluyen comentarios sobre cuestiones que se puede tener en cuenta en el futuro, como un caso que se refiere a “potenciar agentes o visitantes españoles en otros países” y otro, más extenso, sobre la proyección a la literatura española en diferentes países:

“Los escritores españoles deben ser apoyados en el gran espacio de Hispanoamérica, por la lengua común, pero es importante que también lo sean en Norteamérica y países de la unión europea en sus distintas lenguas, difundiendo sus obras y poniéndoles en contacto con culturas y escritores de otros ámbitos.”

Con referencia al ámbito del cine, hay un entrevistado que presenta todo un plan de acción con cuestiones que van más allá del rango de acciones que AC/E tiene a su alcance y entra más en el terreno de la política nacional:

“Anular el IVA al 21%, facilitar tasas de autónomos más bajas para los artistas freelance en función de los ingresos, aumentar la dotación presupuestaria para ayudas a la producción cinematográfica, rescatando ayudas que han sido eliminadas como las de desarrollo y las de coproducción, apoyando presupuestariamente a festivales de cine de larga trayectoria y prestigio demostrado así como publicaciones que han tenido que cerrarse por falta de apoyo (blogs & docs., por ejemplo) y sobre todo, hacer más accesible el estreno en salas de cine comercial películas de cine independiente que han triunfado en el exterior y que en España siguen siendo desconocidas. Claro que esto es una misión del ICAA y del Ministerio de Cultura.”

Se ha recogido únicamente dos casos con comentarios negativos, siendo el primero:

“La verdad es que quedé muy decepcionado. Participé en una actividad de XXXX. La persona responsable de coordinarlo —XXXX— demostró un desorden enorme, no responder a los mails, no

17. Hemos sido invitados a España sin saber qué estructura o programa oficial (PICE, etc.) estaba detrás de los costes. Contestar el cuestionario con este (des) conocimiento es una locura. Por favor traten de tener una mejor comunicación por parte de quienes organizan los eventos o replanteen sus criterios (traducción propia).

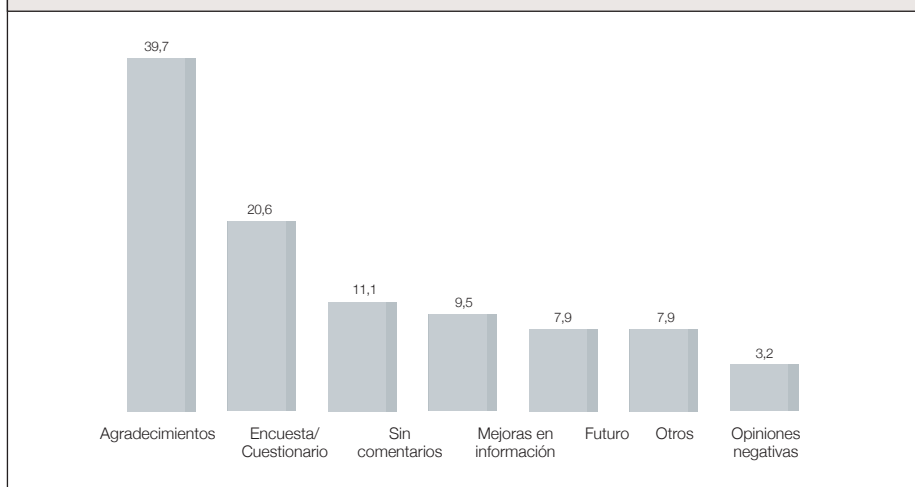
18. Espero que estos programas incluyan más promoción/divulgación ya que aunque he participado en uno de ellos, no tenía conocimiento de todo su alcance (traducción propia).

facilitar la información hasta el último momento (dos días antes de viajar aun no teníamos los datos del hotel, organización...). Me parece bastante incomprensible que en la actividad no hubo presencia española (algún representante, Instituto Cervantes, etc.). Creo en la necesidad y la eficacia de estas actividades pero creo que la gente que lo organiza y que está detrás tiene que amarlas, cuidarlas y poner todo su empeño. Me sabe muy mal decir que no fue así y me quedé absolutamente sorprendido por el descontrol, falta de conocimiento y organización.”

Tratándose el anterior de un caso aislado, se puede inferir que las circunstancias que debieron concurrir en torno a esta actividad fueron excepcionales por razones que desconecemos. El otro comentario negativo es de tipo mucho más general y se trata más bien de una aclaración a la entrevista con la que participa en la encuesta:

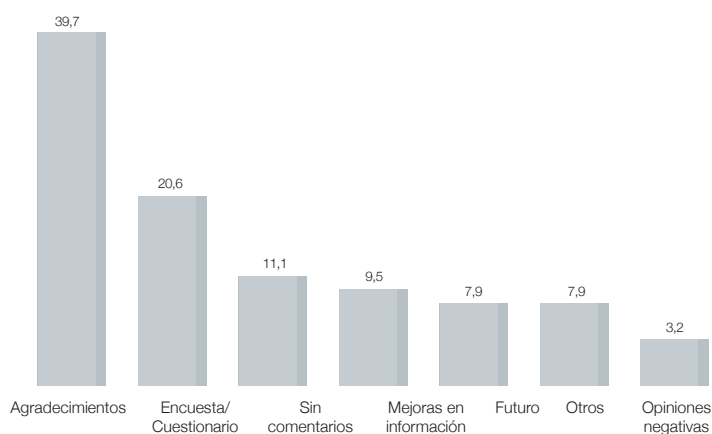
“Estas respuestas están basadas en una ayuda PICE concedida a una administración pública, por lo que pueden no ser representativas del sector cultural.”

GRÁFICO 95 ANÁLISIS DE RESPUESTAS ABIERTAS



Las sugerencias de mejora recibidas a través de otra de las preguntas incluidas en el cuestionario se han agrupado en nueve categorías que resumen las diferentes aportaciones de los encuestados. La primera de estas categorías, en cuanto a número de menciones, como se puede comprobar en el siguiente gráfico, es la que se refiere a que no añaden ningún comentario o bien señalan que les parece bien como está (45,6%). Siguen los comentarios sobre aspectos económicos (11,8%) y, en tercer lugar las alusiones a mejorar la comunicación y conseguir la mayor transparencia posible (10,8%).

GRÁFICO 96 SUGERENCIAS DE MEJORA RECIBIDAS A TRAVÉS DEL CUESTIONARIO



Es de resaltar la buena acogida que ha tenido entre los expertos entrevistados, la iniciativa de AC/E para la evaluación del PICE. Manifestaron de diversas formas una valoración muy positiva sobre la objetividad que aporta para el seguimiento y mejora del programa. Por ejemplo en esta entrevista (E3):

“hay como poca visión estratégica. Por ejemplo, a mí me parece un buenísimo indicador (...) hacer una investigación para decir qué realmente es eficaz y qué realmente no lo es. Bueno, ya me parece... maravilloso pensar que las cosas se hacen con tanto sentido objetivo. Encargar a alguien que tenga un poco más de perspectiva, que realmente pueda estudiar si algo está siendo eficaz, o no está siendo eficaz, y si es la mejor manera de hacerlo.”



IX. RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA

Partiendo de los resultados de la evaluación expuestos en el informe, es posible completar los análisis anteriores con una serie de recomendaciones, para lo que se ha adoptado una perspectiva interpretativa. No se trata de afirmaciones absolutas, se trata de una síntesis. Por otro lado, no pretende ser un listado exhaustivo, por lo que sin duda se pueden añadir otras interpretaciones a la luz de diferentes lecturas. En general, tómense como orientaciones a tener en cuenta para el futuro desarrollo del programa.

1. Las entidades tienen un mayor conocimiento de los criterios de selección que los beneficiarios últimos, esto se debe a que son ellas las que gestionan las solicitudes de las ayudas directamente con AC/E a través de los correspondientes formularios en la página web. Ante este resultado, se puede considerar la necesidad de buscar un método para dar más información sobre los criterios de selección a los beneficiarios últimos —al mismo tiempo que se les informa que están recibiendo una ayuda de AC/E a través de la solicitud que la entidad ha hecho—. De esta forma también se daría más a conocer el programa y la sociedad estatal AC/E entre los artistas y profesionales de la cultura en España.
2. Dado que casi un 10% de casos de las Entidades PICE Movilidad han estado antes en España por medio de ayudas PICE Visitantes, se confirma que las ayudas a visitantes tienen un evidente retorno de utilidad para los artistas nacionales. Por ello sería bueno que en el futuro en las convocatorias de ayudas aumente la retroalimentación entre las ayudas del PICE Visitantes y las solicitudes para el PICE Movilidad, primando en la evaluación esta conexión.
3. La mayoría de los encuestados conocían AC/E antes de participar de las ayudas del PICE (57,4%), sólo el 42,6% afirma que no conocía esta entidad. Por lo tanto aún queda margen, aunque menor que un año atrás, para tratar de que aumente el conocimiento de la entidad.

4. Los datos sobre el grado de conocimiento de las modalidades de las ayudas del PICE Movilidad y Visitantes indican que las ayudas de movilidad son “poco” o “nada” conocidas (63,6%) en el entorno del encuestado y las ayudas PICE Visitantes son aún menos conocidas, por lo que se recomienda hacer énfasis en mejorar la vía de comunicación para que circule más información y *todos* los beneficiarios tengan conocimiento de las dos modalidades del programa (aunque sólo participen en una de ellas). Más en concreto:

a. El análisis realizado muestra que quienes menos conocimiento tienen de los dos tipos de ayudas son los beneficiarios últimos, no pertenecientes a entidades, y las entidades del extranjero; los resultados apuntan a una escasa recepción de información sobre el programa por parte de éstas (considérese aquí la influencia de posibles barreras idiomáticas).

b. El escaso conocimiento de los beneficiarios últimos es un dato destacado, siendo algo que ya se había observado en la evaluación del año anterior. Sigue por tanto siendo necesario insistir en el esfuerzo de la difusión, sobre todo en el nivel de los posibles beneficiarios particulares.

5. En lo que se refiere a la cobertura de vacíos en los sectores culturales, aunque la mayoría de los encuestados opina que el PICE está cubriendo mucho o bastante estos vacíos (por encima del 80%), hay dos sectores, música y cine, en los que es algo mayor el porcentaje de personas que opinan que cubre “poco” vacíos existentes. Se recomienda considerar si hay alguna diferencia a tener en cuenta para estos sectores en la aproximación de las ayudas.

a. Se destaca cómo el conjunto de los encuestados tiene la percepción de que en artes visuales el PICE cubre “poco” los vacíos existentes. Curiosamente esta opinión no es compartida por los propios artistas y profesionales de este sector.

b. Entre los Beneficiarios PICE Movilidad es significativamente mayor el porcentaje de personas que considera que en artes visuales se cubre “poco” los vacíos. En general son este tipo de encuestados quienes más abundan en la consideración de que el PICE cubre poco vacíos en los sectores propuestos

1. Con respecto a la valoración de la crítica recibida, comprobamos que la cuarta parte sobre el total de los encuestados no tenía constancia de la crítica que en los medios de comunicación tuvo la actividad para la que recibió la ayuda del PICE, aumentando tal porcentaje entre los beneficiarios del sector de artes escénicas (32%) y disminuyendo sensiblemente en el caso de los sectores de literatura y libro (19,4%) y cine (21,4%). En las bases de la convocatoria actualmente se solicita el envío de información sobre la repercusión en medios de comunicación, recomendamos que se insista en este aspecto, ya que aporta una información muy útil para AC/E en el seguimiento y evaluación del PICE.

- a. Distinguiendo según tipo de encuestados, se halla un mayor seguimiento de la crítica por parte de las entidades extranjeras receptoras (81,9%) que en el caso de los Beneficiarios PICE Movilidad (63,3%).
 - b. Esto concuerda con que son las entidades las responsables de enviar a AC/E información sobre la asistencia de público y el impacto en medios de comunicación. Aun así existe margen de mejora.
2. La mayoría de los casos en los que, a raíz de la estancia, se había planificado hacer otras actividades en un futuro próximo se concentran en los destinos a países europeos (por tanto incluida España para los Beneficiarios PICE Visitantes) y en los de Asia. Resulta muy interesante este dato, especialmente desde el punto de vista de planificación del PICE.
3. Respecto a los procesos de comunicación y a pesar de los avances realizados con respecto a la anterior evaluación, queda aún margen para mejorar, dado que hay un 30% de encuestados que no los valoraron positivamente.
 - a. Uno de los aspectos clave para ello, a juzgar por los comentarios y sugerencias de los encuestados, consiste en poder atender las consultas telefónicas o por correo electrónico en distintos idiomas. Las barreras lingüísticas constituyen un obstáculo, más aún cuando la internacionalización se proyecta fuera de los continentes europeo y americano, como en África, Oriente Medio o la región Asia-Pacífico.
 - b. También es importante destacar el papel que pueden jugar en el futuro una red social específicamente diseñada para las entidades, artistas y profesionales que participan en el PICE, como la que se está desarrollando. Este tipo de plataforma de comunicación puede aumentar de forma muy significativa la fluidez de los contactos entre las instituciones involucradas, además de AC/E, y los artistas, creadores y profesionales de la cultura. .
 - c. Por otro lado, las bases de datos de entidades y beneficiarios constituyen un medio para mejorar la comunicación, por ejemplo enlazando a unos y otros a través de un código de actividad o evento, que permitiría identificar a personas y entidades vinculadas a una misma actividad para hacerlo constar en cuando se requiera en las comunicaciones.
4. En referencia a las variaciones en el grado de satisfacción según países de destino, viendo que es menor en América del Norte y Asia, parece lógico indagar a qué se puede deber este hecho y, en lo posible, establecer medidas para que cambie. Se puede aprovechar para ello el Plan Asia-Pacífico que AC/E va a desarrollar a lo largo del 2015,2016 y 2017.
5. Una minoría de los beneficiarios y entidades españolas tenían un bajo cumplimiento de expectativas, concretamente el 14% de los beneficiarios últimos del PICE Movilidad y el 8% de las entidades del PICE Visitantes consideran que los resultados estuvieron por debajo de sus expectativas. El dato resulta significativo estadísticamente al comparar por países, ya que entre los españoles es mayor el porcentaje que entre los extranjeros. Partiendo de ello,

se podría investigar a través de entrevistas cualitativas cuál es el motivo. Por otro lado, se recomienda observar cómo evoluciona esta tendencia en el futuro.

6. Entre los aspectos más cuestionados en la evaluación realizada en 2014 se encontraba la agilidad en la gestión, aludiendo a la excesiva burocratización, citando la prolongación de los plazos en tramitaciones y liquidaciones, entre otros factores. En la actual evaluación ha mejorado notablemente la valoración de la gestión, sin embargo el 62% de los encuestados considera que se debería agilizar los pagos, lo que indica que éste es uno de los frentes a atender de cara a una mejor valoración del programa en el futuro.

7. Finalmente, con respecto a las condiciones económicas de las ayudas, independientemente de la cuantía y la cantidad de las mismas (cuestiones ya argumentadas en el informe), observamos que la mayoría de los encuestados (54 %) está disconforme con la condición de cofinanciación. No es fácil la toma de decisiones en este sentido y, sin duda, es necesario considerar los condicionantes en cuanto a la racionalización y austeridad del gasto público que recibe AC/E de las administraciones públicas de las que depende su financiación.. Probablemente las decisiones en este campo sean más del orden político que administrativo.

ANEXO 1: CUESTIONARIO Y GUION DE ENTREVISTAS CUALITATIVAS

Estudio: Evaluación PICE 2014-15
Clave: 000042

PRESENTACIÓN:

Acción Cultural Española (AC/E) ha encargado a la Unidad de Investigación y Estudios Sociales de la Universidad Comillas de Madrid la realización de una encuesta para evaluar el Programa AC/E para la Internacionalización de la Cultura Española desarrollado entre agosto/septiembre 2014 y julio de 2015. Solicitamos su colaboración respondiendo a un cuestionario online sobre diferentes aspectos relacionados con sus ayudas.

Las respuestas a este cuestionario serán tratadas estadísticamente manteniendo el completo anonimato de los entrevistados.

De conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, a ejercitar mediante solicitud dirigida a AC/E, José Abascal 4, 4ºB 28003 Madrid, info@accioncultural.es.

- Para un buen funcionamiento del cuestionario use un navegador actualizado.

- La mayoría de las preguntas pasan a la siguiente automáticamente tras su respuesta, en las que no sea así pulse "Enter" o el botón "Siguiente" para pasar de pregunta.

- Puede que alguna pregunta salte automáticamente y no pueda responder dependiendo de respuestas anteriores o del tipo de entrevista, en ese caso continúe con las siguientes preguntas del cuestionario.

- Si se ha equivocado o desea cambiar su respuesta, podrá volver a una pregunta anterior con "escape" o pulsando el botón "anterior". El programa permitirá el cambio de opción de respuesta pero no dejarla sin contestar.

- En caso de que deje la ventana del cuestionario abierta pero sin actividad durante más de 15 minutos se desconectará automáticamente. Usted podrá retomar la entrevista en el punto en el que lo dejó utilizando el mismo enlace de acceso que recibió.

POR FAVOR, LEA ATENTAMENTE LAS SIGUIENTES INSTRUCCIONES ANTES DE INICIAR LA ENCUESTA

PREGUNTAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y DE CLASIFICACIÓN:

Para empezar, necesitamos saber algunos datos personales, para control de la distribución de las entrevistas y con fines estadísticos. Le recordamos que las respuestas a este cuestionario serán tratadas estadísticamente manteniendo el completo anonimato de los entrevistados.

Tipo de entrevista

[TIPOENT]

Beneficiarios PICE Movilidad 1
Entidades Movilidad 2
Beneficiarios PICE Visitantes 3
Entidades Visitantes 4
Instituciones proponentes PICE Visitantes 5
Comité Asesor 6

[SECTOR]

TARJETA 1

Encuesta

[ENCUESTA]

Evaluación 2013-14 1
Primera Ola Ev. 2014-15 2
Segunda Ola Ev. 2014-15 3

Sexo:

[SEXO]

Hombre 1
Mujer 2

[EDAD]

Salto:

Si TIPOENT=(5;6) ir a ¿Y diría que AC/E es una entidad del tipo ...?

¿Cuál es su edad?

Por favor indique si realiza Ud. la actividad para la que ha recibido ayuda del PICE en calidad de representante de alguna entidad/organización:

Filtros:

Si NO TIPOENT=(1;3) ir a la siguiente

[P8]

No represento ninguna entidad 1
Represento una entidad 2

¿Nos podría indicar el cargo que ocupa en su entidad?

Filtros:

Si Solo Beneficiarios que representan a entidad y para entidades ir a la siguiente

Si TIPOENT=(6) ir a la siguiente

[P9]

Salto:

Si TIPOENT=(5;6) ir a Artes visuales

Por favor señale si actualmente ya ha efectuado la actividad para la que ha recibido la ayuda de AC/E o bien si ésta no se ha realizado (o está en curso).

[FILTROACT]

Si, ha terminado la actividad 1
No se ha realizado o está en curso 2

Salto:

Si FILTROACT=(2) ir a fin cuestionario

Estudio: Evaluación PICE 2014-15 Clave: 000042																												
Indique su población de residencia habitual (es decir, el lugar donde reside Ud. más meses al año). Añada el país en el caso de no ser España.		Y en general, ¿cómo de conocidos considera Ud. que son en su entorno profesional?																										
Filtros: Si NO TIPOENT=(1) ir a la siguiente [HABITAT]		<table border="1"> <tr> <th></th> <th>Nada</th> <th>Poco</th> <th>Bastante</th> <th>Mucho</th> </tr> <tr> <td>PICE Movilidad</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>PICE Visitantes</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </table>				Nada	Poco	Bastante	Mucho	PICE Movilidad	1	2	3	4	PICE Visitantes	1	2	3	4									
	Nada	Poco	Bastante	Mucho																								
PICE Movilidad	1	2	3	4																								
PICE Visitantes	1	2	3	4																								
¿Hay alguna persona en su entidad que haya visitado España a través de AC/E con anterioridad a la última convocatoria?		Teniendo en cuenta que, a) PICE Movilidad tiene como objetivo incentivar a las entidades e instituciones extranjeras de referencia en el ámbito cultural -tanto públicas como privadas- para que programen en el exterior a creadores y profesionales culturales españoles con el fin de aumentar su visibilidad, movilidad y reconocimiento internacionales, en especial los profesionales emergentes; b) y que PICE Visitantes tiene como objetivo facilitar la presencia en España de prescriptores, agentes, profesionales y programadores internacionales de prestigio en el ámbito de la cultura, a efectos de que tengan una experiencia de primera mano de la oferta existente en sus distintas áreas temáticas (y puedan establecer con ellos relaciones directas y personales).																										
Filtros: Si Sólo a "Entidades PICE Movilidad" y "Beneficiarios PICE Visitantes" ir a la siguiente [P1]																												
Sí 1 No 2																												
¿Con anterioridad a que Ud. participara en las ayudas del Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE), ¿conocía Ud. la entidad Acción Cultural Española (AC/E)?																												
Filtros: Si TIPOENT=(6) ir a la siguiente [P2]		Realice, por favor, una valoración general de la utilidad de estas ayudas para conseguir una mayor internacionalización de la cultura española, en una escala de 0 a 10 en la que 0 es la peor valoración y 10 la máxima																										
Sí 1 No 2																												
¿Diría que AC/E es una entidad del tipo ..?																												
Filtros: Si P2=(2) ir a la siguiente [P3]																												
Fundación Cultural 1 Empresa privada para la promoción cultural 2 Sociedad estatal para la promoción cultural 3		<table border="1"> <tr> <th></th> <th>0</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> <th>10</th> </tr> <tr> <td>Valoración general PICE Movilidad</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> </tr> </table>				0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Valoración general PICE Movilidad	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	0				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10														
Valoración general PICE Movilidad	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																	
En 2013 AC/E puso en marcha su Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE), que a su vez consta de dos tipos de ayuda, PICE Visitantes y PICE Movilidad.		<table border="1"> <tr> <th></th> <th>0</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> <th>10</th> </tr> <tr> <td>Valoración general PICE Visitantes</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> </tr> </table>				0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Valoración general PICE Visitantes	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	0				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10														
Valoración general PICE Visitantes	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																	
Por favor, indique su grado de conocimiento de estas ayudas:																												
<table border="1"> <tr> <th></th> <th>Nada</th> <th>Poco</th> <th>Bastante</th> <th>Mucho</th> </tr> <tr> <td>PICE Movilidad</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>PICE Visitantes</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </table>			Nada	Poco	Bastante	Mucho	PICE Movilidad	1	2	3	4	PICE Visitantes	1	2	3	4												
	Nada	Poco	Bastante	Mucho																								
PICE Movilidad	1	2	3	4																								
PICE Visitantes	1	2	3	4																								
¿Y cómo los conoció? Puede indicar el medio o medios a través de los que se informó en la siguiente lista.																												
Filtros: Si P4_1=(1) Y P4_2=(1) ir a la siguiente [P5]																												
A través de AC/E en su página web 1 A través de AC/E en sus redes sociales 2 A través del personal de AC/E 3 Prensa y medios digitales (blogs, periodismo digital, etc.) 4 Redes sociales en general 5 Amigos o colegas 6 Otras instituciones del ámbito de la cultura 7 Otros medios 8																												

Estudio: Evaluación PICE 2014-15				
Clave: 000042				
Tras finalizar la actividad para la que se le concedió la ayuda, díganos si Ud. ha trasladado a la entidad que representaba..... (señale tantas respuestas como desee).				
Filtros: Si P8=(1) ir a la siguiente Si TIPOENT=(3) ir a la siguiente				
<i>[P10] Información sobre el estado de la cultura española en su área 1</i> <i>La conveniencia de realizar algún tipo de actividad o cooperación con instituciones, entidades, profesionales o artistas españoles 2</i> <i>Información del desarrollo de la estancia 3</i> <i>Información sobre la existencia de áreas y artistas de interés para el futuro de su propia institución o entidad 4</i>				
En términos generales, ¿cuál es su grado de satisfacción con los resultados de la actividad realizada? En caso de que sean varias actividades, haga una valoración conjunta.				
Diría que Ud. está ... <i>[P11] Nada satisfecho 1</i> <i>Poco satisfecho 2</i> <i>Bastante satisfecho 3</i> <i>Totalmente satisfecho 4</i>				
Y teniendo en cuenta las expectativas que Ud. tenía en relación a los resultados, ¿diría que éstos...? <i>[P12] Son muy inferiores a sus expectativas 1</i> <i>Son algo inferiores a sus expectativas 2</i> <i>Son los que esperaba alcanzar 3</i> <i>Superan algo sus expectativas 4</i> <i>Superan mucho sus expectativas 5</i>				
Desde su punto de vista, ¿qué aspecto o aspectos pueden mejorar los resultados de futuras actividades?: <i>[P13]</i>				
En su opinión, ¿habría podido efectuar esta actividad sin la ayuda que ha recibido de AC/E? <i>[P14] Sí 1</i> <i>No 2</i> <i>No estoy seguro/a 3</i>				
Estime, por favor, en qué grado le parece que esta iniciativa de AC/E cubre vacíos existentes hasta ahora para potenciar la internacionalización de las industrias creativas y culturales españolas en los distintos sectores				
	<i>Nada</i>	<i>Poco</i>	<i>Bastante</i>	<i>Mucho</i>
Artes visuales	1	2	3	4
Música	1	2	3	4
Literatura/Libros	1	2	3	4
Cine	1	2	3	4
Artes escénicas	1	2	3	4
Al iniciar su colaboración en las convocatorias PICE de este año, ¿en qué medida eran importantes para Ud. los siguientes objetivos?				
	<i>Nada</i>	<i>Poco</i>	<i>Bastante</i>	<i>Mucho</i>
Acercar más a la creación contemporánea española en mi sector de actividad	1	2	3	4
Acercar más la creación contemporánea de mi sector de actividad a otros países	1	2	3	4
Cuando recibió la ayuda de AC/E ¿en qué medida eran importantes para Ud. los siguientes objetivos?				
	<i>Nada</i>	<i>Poco</i>	<i>Bastante</i>	<i>Mucho</i>

Estudio: Evaluación PICE 2014-15 Clave: 000042									
Dar a conocer fuera de España la actividad cultural española	1	2	3	4	Conseguir contactos que pueden ser de utilidad en el futuro para nuevas acciones	1	2	3	4
Conseguir contactos que pueden ser de utilidad en el futuro para nuevas acciones	1	2	3	4	Conseguir una mejor valoración de la creación española entre los expertos y críticos en el ámbito internacional	1	2	3	4
Conseguir una mejor valoración de la creación española entre los expertos y críticos en el ámbito internacional	1	2	3	4	Aumentar la colaboración entre entidades	1	2	3	4
Aumentar la colaboración entre entidades	1	2	3	4	Desarrollar redes internacionales con artistas, creadores y profesionales	1	2	3	4
Desarrollar redes internacionales con artistas, creadores y profesionales	1	2	3	4	Según se han ido desarrollando las actividades para las que se concedieron las ayudas del PICE a lo largo del año, ¿diría que se ha conseguido mucho éxito, bastante, poco o ningún éxito en esos objetivos?:				
Una vez finalizada la actividad para la que ha recibido la ayuda de AC/E, valore Ud. el éxito que ha tenido en cada uno de los objetivos citados. ¿Diría que ha conseguido mucho éxito, bastante, poco o ningún éxito?:						Nada	Poco	Bastante	Mucho
					1	2	3	4	
Acercarme más a la creación contemporánea de mi sector de actividad a otros países									
Acercarme más a la creación contemporánea de mi sector de actividad	1	2	3	4	Dar a conocer fuera de España la actividad cultural española	1	2	3	4
Acercar más la creación contemporánea de mi sector de actividad a otros países	1	2	3	4	Conseguir contactos que pueden ser de utilidad en el futuro para nuevas acciones	1	2	3	4
Dar a conocer fuera de España la actividad cultural española	1	2	3	4	Conseguir una mejor valoración de la creación española entre los expertos y críticos en el ámbito internacional	1	2	3	4

Estudio: Evaluación PICE 2014-15 Clave: 000042					
Aumentar la colaboración entre entidades	1	2	3	4	¿Tiene Ud. alguna constancia de la crítica que tuvo la actividad para la que recibieron la ayuda PICE en los medios de comunicación? [P23] Sí 1 No 2
Desarrollar redes internacionales con artistas, creadores y profesionales	1	2	3	4	
					Valore por favor la crítica recibida en los medios de comunicación. Filtros: Si P23=(2) ir a la siguiente [P24] Nada positiva 1 Poco positiva 2 Bastante positiva 3 Muy positiva 4
¿Hay algún otro objetivo que quiera mencionar? [P17]					
Saltos: Si TIPOENT=(5;6) ir a P25_BIS Y, teniendo en cuenta esos contactos realizados por Ud. durante la actividad financiada, ¿en qué medida diría que son relevantes para desarrollar actividades en el futuro? Filtros: Si TIPOENT=(5;6) ir a la siguiente [P19] La mayoría son relevantes 1 Algunos son relevantes 2 Pocos son relevantes 3 Ninguno es relevante 4					¿En qué medida piensa Ud. que el PICE facilita o va a facilitar su posicionamiento en el mercado cultural internacional? Filtros: Si TIPOENT=(5;6) ir a la siguiente [P25] Nada 1 Poco 2 Bastante 3 Mucho 4
Saltos: Si TIPOENT=(3;4;6) ir a ¿En qué medida piensa Ud. que el PICE facilita o va a facilitar su posicionamiento en el mercado cultural internacional? Si TIPOENT=(5) ir a ¿Tiene Ud. alguna constancia de la crítica que en los medios de comunicación tuvo la actividad para la que recibió la ayuda PICE?					¿En qué medida piensa Ud. que el PICE facilita o va a facilitar el posicionamiento en el mercado cultural internacional de los creadores y profesionales culturales españoles? Filtros: Si NO TIPOENT=(5;6) ir a la siguiente [P25_BIS] Nada 1 Poco 2 Bastante 3 Mucho 4
En concreto, ¿piensa que tras la actividad para la que ha recibido ayuda ha aumentado su presencia en foros, festivales, encuentros, etc. (nacionales y/o internacionales)? En caso de que sea más de una actividad, conteste pensando en conjunto. [P20] Sí, ha aumentado gracias a esta actividad 1 Sí, ha aumentado pero por otras razones 2 No, se encuentra en el mismo punto 3					¿Tiene planeado hacer el próximo año alguna actividad fuera de su país, que considere relevante para el desarrollo de su carrera? Filtros: Si NO TIPOENT=(1;3) ir a la siguiente [P26] Sí, al menos una 1 Sí, más de una 2 Aún no lo sé 3 No 4
Y, en su opinión ¿Cuánto interés suscitó su actividad entre el público al que iba destinada? [P21] Ningún interés 1 Poco interés 2 Bastante interés 3 Mucho interés 4					Esa o esas actividades, ¿la/s había planeado previa o independientemente a su actividad o estancia para la que recibió ayuda en una convocatoria de 2014 o ha surgido a raíz de ella? Filtros: Si P26=(3;4) ir a la siguiente Si NO TIPOENT=(1;3) ir a la siguiente [P27] Planeada/s previa o independientemente 1 Alguna planeada a raíz de la actividad/estancia 2 Todas planeadas a raíz de la actividad/estancia 3
¿Cree Ud. que tras el desarrollo de su actividad ha crecido, disminuido o sigue igual, el interés por la cultura española del público participante? [P22] Ha disminuido 1 Sigue igual 2 Ha crecido 3					

Estudio: Evaluación PICE 2014-15				
Clave: 000042				
VALORACIÓN DE LA GESTIÓN				
¿En qué medida conoce los criterios de selección de candidatos que están publicados en la página web de AC/E?				
[P28] Nada..... 1 Poco..... 2 Bastante 3 Mucho..... 4				
Existe una buena comunicación entre los distintos involucrados en las actividades para las que se recibe ayudas				
1 2 3 4				
Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones:				
	Nada de acuerdo	Algo	Bastante	Totalmente de acuerdo
Los criterios de selección están detallados y claros	1	2	3	4
El plazo de 1 mes establecido en la convocatoria para la presentación de solicitudes es tiempo suficiente	1	2	3	4
Debe mantenerse una asignación máxima para las actividades que reciben las Ayudas a Movilidad (5.000 euros)	1	2	3	4
Debe mantenerse la condición de la cofinanciación del 50% de presupuesto de los solicitantes	1	2	3	4
Las ayudas PICE dan la posibilidad de dar continuidad a acciones ya iniciadas El valor económico es el principal beneficio que se obtiene de los programas PICE Visitantes y PICE Movilidad				
1 2 3 4				
¿Tendría alguna sugerencia de cambio para que sea tenido en cuenta por AC/E en las próximas convocatorias?				
[P31] En 2014 el PICE concedió 80 Ayudas a la Movilidad en la edición del mes de marzo y 100 en la edición del mes de septiembre. El PICE Visitantes alcanzó a un total de 285 beneficiarios en su única convocatoria del mes de marzo.				
¿Piensa que debería ampliarse el número de ayudas que se conceden?				
[P70] Sí, repartiendo el presupuesto entre más solicitantes 1 Sí, solo si se amplía el presupuesto 2 No, el número de ayudas actual es suficiente 3 No lo sé 4				
¿Y en qué medida la gestión específica de su actividad por parte del festival, evento, concierto, etc., ha sido la adecuada?				
Y también respecto a estas otras:				
	Nada de acuerdo	Algo	Bastante	Totalmente de acuerdo
ACE realiza un seguimiento eficaz de la ejecución de las actividades que financia	1	2	3	4
Es necesario agilizar las tramitaciones de los pagos	1	2	3	4
Filtros: Si NO TIPOENT=(1;3) ir a la siguiente [P33] Nada adecuada 1 Poco adecuada 2 Bastante adecuada 3 Muy adecuada 4				
¿Por qué?:				
Filtros: Si NO TIPOENT=(1;3) ir a la siguiente [P34]				

Estudio: Evaluación PICE 2014-15 Clave: 000042				
LA PROYECCIÓN DE LA CULTURA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR Pensando ahora en la presencia actual de la cultura española en el exterior, ¿diría que, en general, es muy alta, alta, baja o muy baja? [P35] Muy baja 1 Baja 2 Alta 3 Muy alta 4 Definiendo una política pública destinada a la internacionalización de la cultura española como el conjunto de actividades promovidas desde los organismos públicos para aumentar y afianzar su presencia en el exterior, ¿conoce Ud. alguna política pública, aparte del Programa AC/E para la Internacionalización de la Cultura Española que esté dirigida a este fin? [P36] No conozco 1 Programas Europa Creativa de la UE 2 Programas de las CC.AA 3 Programas de MAEC, AECID e Instituto Cervantes 4 Programas de organismos de la Secretaría de Estado de Cultura (INAE, ICAA y otros) 5		Y pensando en estas mismas áreas geográficas, ¿en cuál de ellas interesaría más promover su sector? (Señale un máximo de dos respuestas). [P39] Dentro de España 1 Unión Europea 2 Resto de Europa 3 Norteamérica 4 Iberoamérica 5 Asia/Pacífico 6 Magreb/Oriente Medio 7 África subsahariana 8 Ninguna 9		
¿En qué medida le parece que el Programa AC/E para la Internacionalización de la Cultura Española resulta complementario de otras políticas públicas para ese mismo fin? [P37] Nada complementario 1 Poco complementario 2 Bastante complementario 3 Muy complementario 4 [CARGO] [PAIS_DESTINO] [PAIS_ORIGEN]		Muchas gracias por su colaboración. Está participando en la prueba piloto del cuestionario, si quiere añadir algún comentario a la entrevista que ha realizado, alguna dificultad que haya encontrado para responder a preguntas o alguna sugerencia u observación sobre los temas tratados, puede hacerlo a continuación o escribiendo al email [uies@comillas.edu] : [FIN] [N_ACTIVIDADES] Haga click en el botón "Siguiente" para finalizar o pulse la tecla "Enter"		
Haciendo una valoración del sector cultural en que se mueve su actividad profesional, desde su punto de vista, ¿en qué grado es conocida la producción de los creadores y profesionales españoles en las siguientes áreas geográficas?				
	Nada conocida	Poco conocida	Bastante conocida	Muy conocida
Dentro de España	1	2	3	4
Unión Europea	1	2	3	4
Resto de Europa	1	2	3	4
Norteamérica	1	2	3	4
Iberoamérica	1	2	3	4
Asia/Pacífico	1	2	3	4
Magreb/Oriente Medio	1	2	3	4
África subsahariana	1	2	3	4

BORRADOR DE GUIÓN DE ENTREVISTAS A UN EXPERTO POR SECTORES DE ACTIVIDAD

(26/06/2015)

INTRO: Evaluación PICE año anterior. Utilidad de las evaluaciones y el seguimiento externo. Papel de los expertos “independientes” a los que se dirigen estas entrevistas.

PROYECCIÓN CULTURA ESPAÑOLA EN EXTERIOR

- Valoración de la presencia de la cultura española en el mundo _ Razones_ diferenciación por países.
- En concreto en su SECTOR _ Razones_ diferenciación por países.
- ¿Dónde convendría promover sobre todo artistas, profesionales y creadores de su sector? _ Razones.
- Conocimiento e importancia de tener Políticas Públicas.

PICE

- Conocimiento de AC/E y de PICE (propio y de su entorno profesional)
- DIFUSIÓN: Sugerencias para conseguir ampliar el conocimiento de los programas.
- Valoración general en línea con la proyección internacional hablada (utilidad, aspectos que consigue mejorar...)
- Valoración diferenciada Movilidad – Visitantes (cuál incide más en la internacionalización, complementariedad entre ambos....)
- Importancia de los programas para los distintos ACTORES: artistas y creadores, distintos profesionales, entidades....

FUTURO

- Puntos fuertes y débiles de la cultura española para afrontar el reto de su presencia en el exterior en los próximos años.

CIERRE: Resumen principales aportaciones y balance de lo hablado. Agradecimientos.



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Tamaño muestral y márgenes de error	7	TABLA 4 Ajuste de la muestra según sectores a los que pertenecen los encuestados	30	TABLA 7 Diferenciación de valoraciones según sectores	67
TABLA 2 Países de destino para los beneficiarios PICE Movilidad	26	TABLA 5 Área geográfica que elegirían prioritariamente para promover su disciplina los distintos tipos de encuestados (respuesta múltiple)	40	TABLA 8 Cobertura de vacío existentes en los distintos sectores culturales según tipo de encuestado	68
TABLA 3 PICE Visitantes: Distribución de entrevistas según países de origen de beneficiarios y entidades	28	TABLA 6 Aspectos que pueden mejorar los resultados de futuras actividades	63	TABLA 9 Otros objetivos importantes para los encuestados: agrupación en categorías (codificación) de respuestas literales	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Distribución de la muestra según oleada de encuesta	7	GRÁFICO 9 Lugar de residencia habitual de los beneficiarios PICE Movilidad	24	GRÁFICO 17 Conocimiento de la producción de los creadores y profesionales españoles en diferentes áreas geográficas	33
GRÁFICO 5 Grado de conocimiento de las ayudas PICE Movilidad y PICE Visitantes según sector de actividad	11	GRÁFICO 10 Regiones de destino PICE Movilidad agrupando beneficiarios y entidades	27	GRÁFICO 18 Áreas geográficas en las que es bastante o muy conocida la producción de los creadores y profesionales españoles según tipo de encuestado y sectores de actividad: Iberoamérica	34
GRÁFICO 2 Distribución de las entrevistas según categorías de encuestados	19	GRÁFICO 11 Distribución de las entrevistas según áreas de actividad en el conjunto de la muestra	28	GRÁFICO 19 Áreas geográficas en las que es bastante o muy conocida la producción de los creadores y profesionales españoles según tipo de encuestado y sectores de actividad: Unión Europea	35
GRÁFICO 3 Finalización de las actividades según tipo de entrevista	19	GRÁFICO 12 Diferenciación de tipos de entrevista según sectores culturales del PICE	29	GRÁFICO 20 Áreas geográficas en las que es bastante o muy conocida la producción de los creadores y profesionales españoles según tipo de encuestado y sectores de actividad: resto de Europa	36
GRÁFICO 4 Afilación profesional de los beneficiarios últimos según el tipo de participación en el programa	20	GRÁFICO 13 Presencia de la cultura española en el exterior: pensando en la presencia actual de la cultura española en el exterior, ¿diría que está es...?	30	GRÁFICO 21 Áreas geográficas en las que es bastante o muy conocida la producción de los creadores y profesionales españoles según tipo de encuestado y sectores de actividad: Norteamérica	37
GRÁFICO 5 Porcentaje de visitas anteriores de alguna persona de su entidad en las que intermedia AC/E	21	GRÁFICO 14 Presencia de la cultura española en el exterior según el tipo de encuestados	31		
GRÁFICO 6 Tipos de cargo de los Beneficiarios PICE que representan una entidad	22	GRÁFICO 15 Presencia de la cultura española en el exterior según edad de los encuestados	32		
GRÁFICO 7 Tipo de cargo desempeñados por encuestados de Entidades Movilidad y Visitantes	23	GRÁFICO 16 Opinión sobre la presencia de la cultura española en el exterior de los encuestados beneficiarios según representen o no una entidad	32		
GRÁFICO 8 Distribución por grupos de edad y sexo	24				

GRÁFICO 22

Áreas geográficas en las que más interesaría promover los distintos sectores de actividad (respuesta múltiple: máximo dos) 38

GRÁFICO 23

Áreas geográficas en las que más interesaría promover los distintos sectores de actividad según sector (respuesta múltiple) 40

GRÁFICO 24

¿Señalaría usted algún país en particular donde, en su opinión, habría que promover especialmente su sector de actividad? (pregunta abierta: resultados en frecuencias absolutas) 41

GRÁFICO 25

¿Conoce alguna política pública, aparte del Programa AC/E, destinada a la Internacionalización de la Cultura Española? (respuesta múltiple) 42

GRÁFICO 26

Conocimiento de políticas públicas distintas de PICE según tipo de encuestado (respuesta múltiple) 43

GRÁFICO 27

Conocimiento de políticas públicas distintas de PICE según sector de actividad (respuesta múltiple) 43

GRÁFICO 28

Complementariedad del PICE respecto a otras políticas públicas. 44

GRÁFICO 29

Con anterioridad a que Ud. participara en las ayudas del Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE), ¿conocía Ud. la entidad Acción Cultural Española (AC/E)? 46

GRÁFICO 30

Conocimiento de AC/E con anterioridad a participar en el PICE, según tipo de entrevista. 47

GRÁFICO 31

Conocimiento de AC/E con anterioridad a participar en el PICE, según país en que reside la mayor parte del año. 47

GRÁFICO 32

Conocimiento de AC/E con anterioridad a participar en el PICE, según si hay alguna persona de su entidad que haya visitado España a través de esta entidad antes de la actual convocatoria. 48

GRÁFICO 33

Conocimiento de AC/E con anterioridad a participar en el PICE, según sector de actividad 48

GRÁFICO 34

Conocimiento sobre el tipo de entidad que es AC/E 49

GRÁFICO 35

Conocimiento sobre el tipo de entidad que es AC/E según su conocimiento con anterioridad a participar en el PICE 49

GRÁFICO 36

Grado de conocimiento de las ayudas PICE Movilidad en el entorno profesional del encuestado 50

GRÁFICO 37

Grado de conocimiento propio de las ayudas PICE Movilidad 50

GRÁFICO 38

Grado de conocimiento de las ayudas PICE Visitantes en el entorno profesional del encuestado 51

GRÁFICO 39

Grado de conocimiento propio de las ayudas PICE Visitantes 51

GRÁFICO 40

Grado de conocimiento de las ayudas PICE Movilidad y PICE Visitantes según tipo de entrevista 52

GRÁFICO 41

Conocimiento del PICE Visitantes para los beneficiarios PICE Visitantes (N=49) 53

GRÁFICO 42

Conocimiento del PICE Movilidad para los beneficiarios PICE Movilidad (N=90) 53

GRÁFICO 43

Grado de conocimiento de las ayudas PICE Movilidad y PICE Visitantes según sector de actividad 54

GRÁFICO 44

Medio o medios a través de los que se informó sobre el PICE (respuesta múltiple) 54

GRÁFICO 45

Valoración general de los encuestados sobre la utilidad de las Ayudas a Movilidad y a Visitantes en una escala de 0-10 56

GRÁFICO 46

Grado de valoración del PICE Movilidad entre los distintos tipos de encuestados 57

GRÁFICO 47

Grado de valoración del PICE Visitantes entre los distintos tipos de encuestados 57

GRÁFICO 48

Grado de valoración del PICE Movilidad según sector 58

GRÁFICO 49

Grado de valoración del PICE Visitantes según sector 58

GRÁFICO 50

Grado de valoración del PICE Movilidad según su nivel de conocimiento del PICE movilidad 59

GRÁFICO 51

Grado de valoración del PICE Visitantes según nivel de conocimiento PICE Visitantes 60

GRÁFICO 52

Satisfacción según valoración PICE Movilidad 60

GRÁFICO 53

Satisfacción según valoración PICE Visitantes 61

GRÁFICO 54

Tras finalizar la actividad para la que se le concedió la ayuda, díganos si Ud. ha trasladado a la entidad que representaba... 62

GRÁFICO 55

¿Habría podido efectuar esta actividad sin la ayuda de ACE? 63

GRÁFICO 56

Habría podido realizar la actividad sin ayuda de AC/E según sector. 64

GRÁFICO 57

Grado en que el PICE cubre vacíos existentes en diferentes sectores culturales 65

GRÁFICO 58

Valoración de la importancia de diferentes objetivos cuando recibieron la ayuda de AC/E (Bases: ítems 3,4,5,7= 271; ítems 1,2,6=142,128,192) 70

- GRÁFICO 59
Valoración del éxito obtenido en cada objetivo después de realizar la actividad (Bases: ítems 3,4,5,7= 271; ítems 1,2,6=142,128,192) 71
- GRÁFICO 60
Grado de relevancia de los contactos realizados 74
- GRÁFICO 61
Relevancia de los contactos realizados según el tipo de encuestados 75
- GRÁFICO 62
Aumento de presencia en foros, festivales y encuentros nacionales y/o internacionales 75
- GRÁFICO 63
Medida en que el PICE facilita o va a facilitar el posicionamiento en el mercado cultural internacional 76
- GRÁFICO 64
En su opinión ¿cuánto interés suscitó su actividad entre el público al que iba destinada? (P21) 77
- GRÁFICO 65
¿Cree Ud. que tras el desarrollo de su actividad ha crecido, disminuido o sigue igual, el interés por la cultura española del público participante? 77
- GRÁFICO 66
¿Cree Ud. que tras el desarrollo de su actividad ha crecido, disminuido o sigue igual, el interés por la cultura española del público participante? (P22) 78
- GRÁFICO 67
Aumento del interés por la cultura española según regiones geográficas de los países de destino 78
- GRÁFICO 68
¿Tiene Ud. alguna constancia de la crítica que en los medios de comunicación tuvo la actividad para la que recibió la ayuda PICE? 79
- GRÁFICO 69
Seguimiento de la crítica según tipo de encuestado 80
- GRÁFICO 70
Valor por favor la crítica recibida en los medios de comunicación 80
- GRÁFICO 71
Valoración de la crítica recibida según tipo de encuestado 81
- GRÁFICO 72
Grado de satisfacción con la actividad o evento realizados según tipo de encuestados 83
- GRÁFICO 73
Grado de satisfacción según países de destino 84
- GRÁFICO 74
Cumplimiento de expectativas según tipo de encuestados: "Y teniendo en cuenta las expectativas que Ud. tenía en relación a los resultados, ¿diría que éstos...?" 85
- GRÁFICO 75
Cumplimiento de expectativas según sector: Teniendo en cuenta las expectativas que Ud. tenía en relación a los resultados, ¿diría que éstos...?" 85
- GRÁFICO 76
Grado de cumplimiento de expectativas según edad 86
- GRÁFICO 77
Grado de cumplimiento de expectativas según regiones de destino 86
- GRÁFICO 78
Intención de realizar futuras actividades: "¿Tiene planeado hacer el próximo año alguna actividad fuera de su país que considere relevante para el desarrollo de su carrera?" 87
- GRÁFICO 79
Intención de salir fuera de su país el próximo año: Beneficiarios PICE Movilidad y Visitantes 88
- GRÁFICO 80
Intención de salir fuera de su país el próximo año por Sectores culturales 89
- GRÁFICO 81
Intención de salir fuera de su país el próximo año según grupos de edad 89
- GRÁFICO 82
Planificación de futuras actividades: "Esa o esas actividades, ¿la/s había planeado previa o independientemente a su actividad o estancia para la que recibió ayuda en una convocatoria 2014 o ha surgido a raíz de ella? 91
- GRÁFICO 83
Planificación de futuras actividades en función de tipo de encuestado 91
- GRÁFICO 84
Planificación de futuras actividades en función de tipo de sectores culturales 92
- GRÁFICO 85
Planificación de futuras actividades en función de tipo de grupos de edad 92
- GRÁFICO 86
Planificación de futuras actividades en función de tipo de regiones geográficas de destino 93
- GRÁFICO 87
Conocimiento de los criterios de selección: "En qué medida conoce los criterios de selección que están publicados en la página web de AC/E?" 94
- GRÁFICO 88
Conocimiento de los criterios de selección según tipo de encuestado 95
- GRÁFICO 89
Conocimiento de los criterios de selección según sectores 96
- GRÁFICO 90
Conocimiento de los criterios de selección según grupos de edad 96
- GRÁFICO 91
Opinión sobre la adecuación del actual número de ayudas 97
- GRÁFICO 92
Valoración de criterios de selección, plazos, cuantía y cofinanciación 100
- GRÁFICO 93
Seguimiento de actividades, pagos y comunicación 101
- GRÁFICO 94
Continuidad de acciones y valor no económico de la ayuda 102
- GRÁFICO 95
Análisis de respuestas abiertas 104
- GRÁFICO 96
Sugerencias de mejora recibidas a través del cuestionario 104



ELCAF



ELCAF
ENTRANCE



GLOSARIO

SECTOR, ÁREAS TEMÁTICAS O DISCIPLINAS ARTÍSTICAS

Cada una de las disciplinas en las que se estructuran las ayudas: artes escénicas, artes visuales, literatura y libro, cine y música, en general serán referidas como sectores culturales.

AYUDAS A MOVILIDAD / PICE MOVILIDAD

Ayudas que tienen como objetivo incentivar a las instituciones extranjeras —públicas y privadas— de referencia en las distintas disciplinas para que programen artistas, creadores y profesionales de nuestro país.

AYUDAS A VISITANTES / PICE VISITANTES

Ayudas destinadas a facilitar la creación de lazos de intercambio entre los artistas, creadores y profesionales de nuestro país y los prescriptores y programadores de instituciones culturales internacionales.

BENEFICIARIO / BENEFICIARIO ÚLTIMO

Es la persona física (participante individual o colectivo) que se desplaza desde el ámbito cultural español hacia el exterior (Ayudas a Movilidad) o viceversa (Ayudas a Visitantes). Aunque directamente no reciben dotación económica del PICE, son los beneficiarios últimos de la ayuda concedida a la entidad extranjera proponente (Ayudas a Movilidad) o a la entidad española receptora (Ayudas a Visitantes).

COMITÉ ASESOR

Conjunto de expertos externos a Acción Cultural Española (en adelante, AC/E), dos por área temática, que evalúa las solicitudes, tanto para las Ayudas a Movilidad como para las Ayudas a Visitantes, a partir de criterios objetivos en función de la naturaleza del programa y de los proyectos propuestos.

ENTIDAD ESPAÑOLA RECEPTORA / ENTIDAD PICE VISITANTES

Institución u organismo, profesional independiente o persona jurídica, pública o privada, con sede en España que recibe a los prescriptores y programadores de instituciones culturales internacionales de referencia. Es la receptora de la dotación económica de las Ayudas a Visitantes y, como tal, beneficiaria del PICE Visitantes.

ENTIDAD EXTRANJERA SOLICITANTE / ENTIDAD PICE MOVILIDAD

Institución u organismo, profesional independiente o persona jurídica, pública o privada, con sede social fuera de España que solicita una o varias Ayudas a Movilidad para la incorporación en su programación de artistas, profesionales y creadores de nuestro país. Es la receptora de la dotación económica de las Ayudas a Movilidad y, como tal, beneficiaria del PICE Movilidad.

EXPERTOS INDEPENDIENTES

Son expertos de relevancia en el sector cultural, de los que a priori no sabemos si conocen o no el PICE,. Realizamos entrevistas en profundidad para saber cuál es la opinión que tiene este grupo de expertos sobre el PICE realizamos entrevistas en profundidad.

INSTITUCIONES PROPONENTES

Organismos culturales especializados de la Secretaría de Estado de Cultura, del Instituto Cervantes y de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo y sus respectivas redes en el exterior con capacidad para proponer candidatos para las Ayudas a Visitantes. Asimismo, ayudan a la difusión en el exterior de las Ayudas a Movilidad.

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA CULTURA ESPAÑOLA

Conjunto de actividades destinadas a aumentar y afianzar la presencia y competitividad de la cultura y los sectores creativos españoles en los circuitos internacionales.

PICE

Iniciativa para conseguir mejorar la internacionalización de los artistas, creadores y profesionales españoles o afincados en España. Se trata de una de las líneas estratégicas de la actuación de AC/E, de acuerdo con el Plan Estratégico General 2012-2015 de la Secretaría de Estado de Cultura.

**UNIVERSIDAD DE COMILLAS
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
Y ESTUDIOS SOCIALES**

Dirección y coordinación
José A. López-Ruiz y
Ana Huesca González

Autores del informe
José A. López-Ruiz y
Ana Huesca González

Colaboradores
Marina Amorós Aldea

**ACCIÓN CULTURAL
ESPAÑOLA (AC/E)**

**CONSEJO DE
ADMINISTRACIÓN**

Presidente
Miguel Ángel Recio Crespo

Consejeros
Lorena González Olivares
Montserrat Iglesias Santos
Manuel Ángel de Miguel Monterrubio
Valle Ordóñez Carbajal
José Pascual Marco Martínez
María Belén Plaza Cruz
Tomás Poveda Ortega
Rafael Rodríguez-Ponga Salamanca
Javier Sangro de Liniers
Itziar Taboada Aquerreta
Alberto Valdivielso Cañas

Secretario
Miguel Sampol Pucurull

EQUIPO DIRECTIVO

Directora General
Elvira Marco Martínez

Director de Programación
Jorge Sobredo Galanes

Director Financiero
Carmelo García Ollauri

Directora de Producción
Pilar Gómez Gutiérrez

Edita
Acción Cultural Española
(AC/E)

Coordinación
Carmen Mateos (AC/E)

Diseño y maquetación
Manigua

© De esta edición:
Acción Cultural Española (AC/E), 2016
© De los textos:
Acción Cultural Española (AC/E), 2016

www.accioncultural.es
#ACEcine
#ACEartesescénicas
#ACEliteratura
#ACEmusica
#ACEartesvisuales

INFORMACIÓN Y CONTACTO

Cine
José Manuel Gómez
cine@accioncultural.es

Artes escénicas
Elena Díaz
artescenic@accioncultural.es

Literatura
Ainhoa Sánchez
literatura@accioncultural.es

Música
Pablo Álvarez de Eulate
musica@accioncultural.es

Artes visuales
Marta Rincón
artesvisuales@accioncultural.es



accioncultural.es

AC/E
ACCIÓN CULTURAL
ESPAÑOLA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA
ICA1 ICADE
COMILLAS
M A D R I D