



Universidad
de Huelva

Trabajo Fin de Grado

Curso 2015/2016

Facultad de Humanidades

Viabilidad y financiación de un proyecto cultural

Rafael Palmar Suárez

Tutora: Concepción Tejero Rioja

Departamento:

Economía financiera, contabilidad y dirección de operaciones

Huelva, Septiembre 2016



Universidad
de Huelva

FACULTAD DE HUMANIDADES

ANEXO II

DECLARACIÓN DE HONESTIDAD ACADÉMICA

El/la estudiante abajo firmante declara que el presente Trabajo de Fin de Grado es un trabajo original y que todo el material utilizado está citado siguiendo un estilo de citas y referencias reconocido y recogido en el apartado de bibliografía. Declara, igualmente, que ninguna parte de este trabajo ha sido presentado como parte de la evaluación de alguna asignatura del plan de estudios que cursa actualmente o haya cursado en el pasado.

El/la estudiante es consciente de la normativa de evaluación de la Universidad de Huelva en lo concerniente al plagio y de las consecuencias académicas que presentar un trabajo plagiado puede acarrear.

Nombre Rafel Palmar Suárez
DNI 48939202 - D
Fecha 06/09/2016

Firma 

Agradecimientos

A la profesora Concepción Tejero Rioja por su dedicación y apoyo, a la Universidad de Huelva, y a todos los que han colaborado para hacer posible este trabajo.

Contenido

1. Introducción.....	5
2. Objetivos.....	6
3. Metodología.....	6
4. Estado de la cuestión	8
5. Viabilidad	11
5.1 Viabilidad Técnica	12
5.2 Viabilidad Social.....	13
5.3 Viabilidad Económico-Financiera	14
6. Financiación de un proyecto cultural.....	17
6.1 Financiación Pública.....	19
6.2 Financiación Privada.....	22
7. Europa: Por una financiación Mixta.....	24
8. Consideraciones.....	26
Bibliografía.....	29
Anexo 1	31

Resumen

Buscar financiación es una de las grandes dificultades que tienen las empresas culturales. El problema surge de una idea: la cultura ofrece un servicio y en ocasiones se obvia su rentabilidad, tanto social como económica. Por ello, la cultura siempre ha tenido un sentido público (Castells Ros 2009, 2).

No obstante, hoy en día la cultura se acerca al ámbito privado, donde empresas de otros sectores se interesan en ella, ya sea para poder mostrar una imagen diferente a la sociedad o por ejemplo, obtener desgravaciones fiscales.

Pero para que un proyecto sea financiado por el sector privado, es necesario que contemple unos requisitos de viabilidad, puesto que una empresa privada busca rentabilidad en sus actividades. Realizar un plan de viabilidad real y fiable, que recoja todo el contenido, desde el planteamiento de la idea hasta los métodos que se van a utilizar atendiendo además a la legislación vigente, es el primer paso para poder conseguir financiación.

Además, es necesario indagar en la financiación pública y privada, saber los beneficios y contraindicaciones que tiene cada una, o si en ocasiones, realizar una financiación mixta es la mejor manera de financiar un proyecto cultural.

Palabras clave: gestión cultural, financiación pública, financiación privada, financiación mixta, proyecto cultural.

Abstract

Looking for funding is one of the main difficulties that cultural enterprises have. The problem arises from one idea: culture offers a service and sometimes its profitability is ignored, socially and economically speaking. (Castells Ros 2009, 2).

However, nowadays culture is close to a private sphere, where enterprises of other sectors take interest in it, either to show a different image to the society or, for instance, to obtain tax relief.

Nevertheless, to be funded by the private sector, a project must meet a number of viability requirements, as a private enterprise looks for profitability on its activities. Carrying out a real and reliable viability plan, which covers, all contents from the building up idea to the different methods that are going to be used, taking into account the current legislation, is the first step in seeking funding.

Furthermore, it is necessary to inquire into the public and private financing, knowing its benefits and contradictions or whether some times carrying out a dual-funding system is the best way to fund a cultural project.

Keywords: cultural management, public funding, privately funding, cultural project.

1. Introducción

El presente trabajo pretende servir de guía para los estudiantes de Gestión Cultural. Valorar la gestión cultural desde un punto de vista empresarial es fundamental para no fracasar en otros proyectos; por tanto, conocer las nociones básicas sobre los aspectos que pueden hacer que un proyecto siga o no adelante y obtenga el resultado esperado.

La ausencia de profundidad en el Grado de Gestión Cultural sobre viabilidad y financiación de un proyecto de dichas características, puede llevar a la confusión, al pensar que un proyecto puede ser resuelto de manera sencilla y con nociones básicas de cultura sin profundizar en aspectos económicos o financieros.

Por ello, se ha querido centrar en el plan de viabilidad, sobre todo en la viabilidad técnica, social y económica. Éstos tres aspectos del plan de viabilidad son fundamentales para proyectos de éstas características (Castells Ros 2009, 6).

Una vez repasados éstos conceptos, es necesario indagar en las fuentes de financiación, ya que es el requisito básico de todo proyecto para iniciar la actividad empresarial. Diferenciaremos la financiación pública de la privada, mostrando los aspectos positivos y negativos de cada una de ellas.

Por último, es interesante conocer la visión que el Parlamento Europeo tiene sobre la financiación privada y aportar los mecanismos necesarios para una buena gestión mixta de la cultura, ya que consideran que en momentos de crisis económica, el sector privado y público deben apoyarse para mantener en auge el consumo de cultura (Copic 2011, 11)

2. Objetivos

Los objetivos que se pretende conseguir en este trabajo son:

1. Conocer los requisitos básicos de un proyecto cultural, atendiendo a su naturaleza empresarial.
2. Definir el concepto de plan de viabilidad de un proyecto cultural, profundizando en la viabilidad técnica, social y económica.
3. Conocer las diferentes fuentes de financiación, pública y privada, realizando un estudio sobre las ventajas e inconvenientes de las mismas.
4. Mostrar soluciones para lograr una financiación mixta de la cultura por parte de las entidades gubernamentales y las empresas privadas.

3. Metodología

Para elaborar el presente estudio, hemos realizado un proceso de revisión bibliográfica de donde hemos extraído material para poder realizar un plan de viabilidad de un proyecto cultural y la búsqueda de financiación. El libro de David Rosselló Cerezuela, *Diseño y evaluación de proyectos culturales* (Rosselló Cerezuela 2007), y la *Guía de buenas prácticas de la gestión cultural*, cuyas autoras son Gemma Canadell y Carme Sais (Canadell y Sais 2011), son materiales de continua revisión.

La búsqueda de artículos relacionados con la gestión de la cultura, ha servido para entender la aportación de una financiación pública y privada a un proyecto cultural. Artículos como los de Ramón Castells Ros, *¿Es viable la gestión privada de la cultura?* (Castells Ros 2009), y *La empresa y la promoción de la cultura* de Antonio Argandoña (Argandoña 2008), han servido para comprender la necesidad de la financiación privada en la cultura.

Por otra parte, hemos consultado el Boletín Oficial del Estado (BOE), para profundizar en el concepto de subvención, acogiéndose a la definición descrita en la *Ley 38/2003, de 17 de Noviembre, General de Subvenciones* (BOE, Boletín Oficial del Estado 2003). Además, se ha completado con el *Decreto 282/2010, de 4 de mayo*(BOJA núm. 108, de 4 de junio), *Reglamento de los procedimientos de concesión de subvenciones de la Administración de la Junta de Andalucía* (BOJA, Junta de Andalucía 2010).

Asimismo, se ha utilizado el estudio realizado por el Instituto de Relaciones Internacionales, *Fomentar la inversión privada en el sector cultural* (Copic 2011), para conocer la implicación de los Estados Europeos en la cultura, y aportar medidas de cambio en financiación.

Por último, para conseguir toda la información disponible sobre los temas expuestos, hemos llevado a cabo reuniones con Charo León, del Servicio de Instituciones y Programas Culturales en la Junta de Andalucía, por parte de la Administración Pública, donde hemos podido observar la decadencia económica que financiación pública está sufriendo en los últimos años, registrando una reducción de ofertas de subvenciones culturales, pasando de veintiséis convocatorias en 2007 a seis en 2016 (ver anexo 1). Hemos mantenido reuniones con Pilar Varea Gómez, responsable del Departamento de Estudios Económico y Creación de Empresas de la Cámara de Comercio de Huelva, cuyas aportaciones han ayudado para realizar los apartados de viabilidad.

4. Estado de la cuestión

Realizar un proyecto o poner en marcha una empresa cultural será la actividad principal que un Gestor Cultural va a realizar a lo largo de su carrera. Para ello es necesario conocer unos aspectos concretos que todo proyecto cultural debe tener en cuenta.

El sector cultural tiene algunas diferencias con respecto a otros sectores empresariales. Es un sector heterogéneo, los productos y servicios son muy diferentes -conciertos de música, libros, teatros, exposiciones, excursiones didácticas...-, al igual que su forma de consumo -puede comprarse un bien cultural o participar en el servicio como por ejemplo en actividades relacionadas con ferias culturales-, además le afecta directamente el momento de su realización, dado que el consumo de cultura está estrechamente ligado con las tendencias de una sociedad (Castells Ros 2009), así pues, el consumo cultural de nuestros días es diferente al consumo cultural que existía en los años 60 con la llegada del movimiento hippie.

Muchos son los estudios que abarcan esta cuestión, pero para este trabajo se ha contado con diversas fuentes que abordan la gestión cultural como un sector equiparable a cualquier otro del ámbito empresarial, el libro de David Roselló Cerezuela *Diseño y evaluación de proyectos culturales* (Roselló Cerezuela 2007), artículos como *La empresa y la promoción de la cultura* de Antonio Argandoña (Argandoña 2008), *¿Es viable la gestión privada de la cultura?* de Ramón Castells Ros (Castells Ros 2009) y *Guía de buenas prácticas de la gestión cultural* de Gemma Canadell y Carme Sais (Canadell y Sais 2011).

En el libro *Diseño y Evaluación de Proyectos Culturales* (Roselló Cerezuela 2007), David Roselló Cerezuela recoge quince años de experiencia en el sector cultural. Nos ofrece las pautas que hay que seguir para diseñar un proyecto. La Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Cataluña (Canadell y Sais 2011), ofrece una guía que puede complementar el libro de David Roselló Cerezuela. Estos dos manuales describen los diferentes aspectos de un proyecto cultural.

Para poner en marcha un proyecto en la actualidad, es necesario conocer las fuentes de financiación disponibles. Por tanto, es obligación del Gestor Cultural estar actualizado tanto en los aspectos financieros como político-legales.

La financiación pública está regulada por el Estado. En el Boletín Oficial del Estado(BOE), podemos encontrar las Leyes, como la *Ley 38/2003, de 17 de Noviembre, General de Subvenciones*, y Decretos, en Andalucía nos encontramos con el *Decreto 282/2010, de 4 de mayo(BOJA núm. 108, de 4 de junio), Reglamento de los procedimientos de concesión de subvenciones de la Administración de la Junta de Andalucía*, que regulan esta práctica. Por tanto, conocer las bases reguladoras de subvenciones o ayudas del Estado es fundamental para poder adquirir financiación pública. Además, cada Comunidad Autónoma y cada Municipio tiene su particular Reglamento, haciendo necesario su conocimiento para el buen uso de estas herramientas en una región específica, por ejemplo en Huelva existe una *Ordenanza Municipal para la protección contra la contaminación acústica en la ciudad Huelva* -Boletín Oficial de la Provincia de Huelva Nº 229, 28 de noviembre 2008 (BOP 2008)-,

Por otra parte, la financiación privada está adquiriendo más presencia en el sector cultural. Su participación está generando beneficios sociales y económicos a la cultura. Por ello es necesario aclarar una cuestión que se formula desde hace varios años.

¿Es necesaria la gestión privada de la cultura?

Profesionales como Antonio Argandoña (Argandoña 2008) y Ramón Castells Ros (Castells Ros 2009) han investigado esta cuestión y sus estudios no hacen más que reafirmar la idea de que la financiación privada es la clave para potenciar la cultura.

Antonio Argandoña plantea la idea de la implicación de las empresas privadas en el sector, haciendo promoción y financiando sus actividades. (Argandoña 2008). Ramón Castells Ros, en su artículo *¿Es viable la gestión privada de la cultura?* (Castells Ros 2009, 8), explica que no sólo es viable, sino necesaria para poder acercar las necesidad del consumidor a la producción de actividades culturales, puesto que una entidad privada creará un producto cultural acorde con los intereses de sus clientes.

Por último, hay que mencionar los estudios de la Unión Europea, *Fomentar la inversión privada en el sector cultural* (Copic 2011), realizados por el Instituto de Relaciones Internacionales y cuya investigadora principal, Vesna Copic, aboga por una financiación mixta, donde las administraciones gubernamentales faciliten la entrada de las empresas privadas al sector cultural. El apoyo indirecto -intervención del Estado en el sector mediante mecanismos no monetarios, como reducciones de impuestos o beneficios fiscales- puede ser una solución a situaciones de crisis, puesto que el apoyo directo -aportaciones monetarias a empresas- se ve reducido.

5. Viabilidad

Basándonos principalmente en el artículo de Ramón Castells Ros, *¿Es viable la gestión privada de la cultura?* (Castells Ros 2009), realizar un estudio de viabilidad supone conocer todos los factores que intervienen en un proyecto cultural, es decir, conocer los factores tecnológicos, naturales, humanos, económicos, financieros...El éxito o el fracaso del proyecto va unido a las herramientas disponibles, como pueden ser el personal empleado o la tecnología utilizada, y al contexto en el que se realiza el proyecto.

El plan de viabilidad es un estudio que nos ayuda a conocer si un proyecto o una empresa es económica y comercialmente viable. (Manises s.f., 1)

Es vital realizar un estudio de viabilidad para reducir la incertidumbre y controlar todos los factores que rodean a un proyecto.

Realizar este análisis conlleva a:

1. Definir la actividad del proyecto.
2. Estudiar el mercado tanto clientes como competidores.
3. Conocer los aspectos legales existentes en el momento de la realización del proyecto.
4. Tener un plan de marketing.
5. Realizar un compendio de recursos tecnológicos y humanos
6. Realizar un estudio económico-financiero y de su rentabilidad.

En el presente trabajo hemos querido profundizar en los aspectos técnicos, sociales y económico-financiero, puesto que, debido a la naturaleza del producto, son esenciales para éxito de un proyecto cultural.

5.1 Viabilidad Técnica

Atiende a todos los aspectos tecnológicos -como son los equipamientos audiovisuales, las infraestructuras, materiales de montaje...- naturales o climatológicos y legales que contiene y rodea a un proyecto.

Para que un proyecto cultural tenga éxito, es necesario conocer todos los requisitos técnicos y tener conciencia de su cumplimiento, y en caso de no poder cumplirse, buscar alternativas. Imaginemos el caso de un espectáculo de música actual, hay que concienciarse de que todos los aparatos electrónicos funcionen y tener una empresa que suministre dichos aparatos por si ocurriese algún fallo.

Con respecto a los aspectos naturales, hay actividades que para su realización requieren de unas condiciones climatológicas determinadas. Las actividades al aire libre deben tener en cuenta el clima y el momento en que se llevarán a cabo. Por ejemplo, en un día donde la previsión es soleada y de altas temperaturas, lo ideal es realizar una actividad al aire libre en el momento en que bajan las temperaturas.

No se puede obviar ningún aspecto legal y para ello es necesario conocer toda la legislación vigente relacionada con el proyecto. Toda actividad está sujeta a unas condiciones legales de obligado cumplimiento. Siguiendo con nuestro ejemplo, si se quiere realizar un espectáculo al aire libre en Andalucía es necesario conocer la Ley 13/1999, de 15 de diciembre, de *Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas de Andalucía* (BOJA, Junta de Andalucía 1999) que regula los métodos de actuación en caso de realizar un espectáculo de dichas características y garantiza la seguridad de los espectadores. Si no se conoce la ley se corre el riesgo de la cancelación del proyecto y podría verse sujeto al pago de una multa por incumplimiento dicha ley.

Otro aspecto a tener en cuenta son los recursos humanos disponibles. Para realizar un proyecto es necesario que el personal esté bien formado, es decir, complementar su carrera profesional con cursos de formación específicos para la realización de proyectos de características culturales. Un equipo bien preparado bajo una dirección adecuada pueden llevar un proyecto mediocre al éxito, por el contrario si no se dan esas condiciones una buena idea puede resultar un fracaso.

5.2 Viabilidad Social

Con éste análisis se pretende conocer el impacto social de la actividad a realizar. Es un aspecto realmente importante en este tipo de negocios.

Una empresa de gestión cultural ofrece un servicio a la comunidad, por ello es imprescindible que ofrezca beneficios a la sociedad. Hablamos de la responsabilidad social de la empresa, que combina aspectos legales, medioambientales, éticos y morales.

"Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad." (Cajiga Calderón 2014, 2)

La rentabilidad económica está muy ligada con la sociedad, por lo que una empresa que satisface a la sociedad obtendrá una mayor demanda de sus servicios.

Para conocer el impacto que tendrá el proyecto, es necesario comparar la situación del territorio antes y después de realizar la actividad (Castells Ros 2009, 6)

Es evidente que los costes y beneficios sociales no serán iguales a los privados, por ello habrá que diferenciar la evaluación privada de las externalidades que el impacto social genera.

Según el impacto social mostrado se podrá obtener en un futuro nueva financiación tanto pública como privada, además será un buen justificante para la realización del proyecto.

5.3 Viabilidad Económico-Financiera

La viabilidad económico-financiera es la base de todo proyecto, pues tiene que dar respuesta económica a toda la información obtenida en todos los aspectos de la empresa. Por lo tanto, intenta dar una respuesta económica en el momento de su realización y en un medio-largo plazo, reduciendo la incertidumbre financiera.

Aunque son dos conceptos que van unidos, es necesario diferenciar viabilidad económica de viabilidad financiera, para comprender mejor la finalidad de cada una.

La viabilidad económica "mide la rentabilidad de los fondos invertidos con independencia del origen de la financiación" (Alcarria Jaime 2012, 266), es decir, el dinero invertido debe generar beneficios superiores a la inversión inicial.

Por otra parte, la viabilidad financiera supone la capacidad de disponer de dinero para poder hacer frente al proyecto. El accionista sabrá que su inversión será retornada e indicará cuánto es el beneficio esperado para recuperar lo invertido.

El rendimiento relaciona los resultados previstos con los finalmente conseguidos. Cuando los recursos están bien utilizados el rendimiento es elevado.

Este principio de viabilidad es común para todas las empresas con ánimo de lucro, independientemente de su sector.

Según David Rosselló Cerezuela (Rosselló Cerezuela 2007, 194), para que el estudio de viabilidad de un proyecto cultural sea preciso, hay que conocer los flujos económicos de la empresa (ingresos, gastos y la inversión). Para ello disponemos de una serie de herramientas económica-financiera:

1. El Presupuesto.
2. El Libro Mayor
3. El Diario.
4. El Balance.
5. El Análisis de coste.

Éstas son instrumentos claves para analizar la viabilidad de un proyecto, pues son los ratios de estos estudios los que anunciarán si el proyecto será un éxito o un fracaso.

1. El Presupuesto es una previsión del proyecto que relaciona los ingresos con los gastos. Para que sea lo más fiable posible debe registrar de forma monetaria toda la corriente real de bienes y servicios de cada departamento que forma la empresa, es decir, expresa a priori el movimiento interno de valores que se produce en cada sección que compone una empresa -departamento de recursos humanos o departamento de marketing entre otros-.

Los ingresos y los gastos realmente soportados en el periodo de estudio deben estar equilibrados con la previsión, así la empresa podrá mostrar superávit o déficit. En este sentido podemos esperar tres escenarios posibles:

A) ingresos > gastos (superávit).

B) ingresos < gastos (déficit).

C) ingresos = gastos (equilibrio).

Los conceptos de gasto o ingreso que estén relacionados con la actividad cultural deben registrarse en el presupuesto, por ejemplo las subvenciones como ingreso y las prestaciones de servicio como gasto. Si las aportaciones no son monetarias, es decir, son consideradas aportaciones en especie -por ejemplo un patrocinador aporta material para montar un escenario en lugar de aportar dinero-, deberán transformarse en el valor económico para que esté debidamente registrado.

2. En las Cuentas se registra el valor inicial, las variaciones -aumentos y disminuciones- y el valor final de un elemento patrimonial- tanto del activo, pasivo y patrimonio neto-. El soporte donde se recogen estos datos se denomina Libro Mayor (Alcarria Jaime 2012, 91-92).
3. Por su parte, "El diario es un instrumento de representación que recoge cronológicamente todas las transacciones o eventos que afectan al patrimonio empresarial." (Alcarria Jaime 2012, 97)

4. El Balance "representa la situación patrimonial y financiera de una entidad en un momento determinado" (Alcarria Jaime 2012, 48). Nos indica si al final del ejercicio ha habido superávit o déficit y nos muestra cómo se ha aplicado el presupuesto y sus desviaciones. El análisis de las desviaciones nos ayuda a poder cuadrar el presupuesto en próximos ejercicios.

5. El Análisis de los Costes ayuda a mejorar la rentabilidad económica en el ejercicio actual y en los próximos, analizando la información financiera obtenida en las anteriores herramientas.

Para poder conseguir financiación, ya sea pública o privada, el plan de viabilidad debe ser la carta de presentación, por lo que un buen plan de viabilidad puede garantizar la concesión de una subvención o la entrada de una inversión privada para que el proyecto pueda realizarse.

6. Financiación de un proyecto cultural

La puesta en valor de la cultura parte de dos indicadores (Copic 2011).:

1. El valor económico.
2. El valor cultural.

El valor económico se traduce en el valor de mercado ser expresado en términos monetarios.

El valor cultural hace referencia al valor que tiene en sí mismo el servicio o bien cultural, teniendo en cuenta el lugar geográfico, la sociedad que le rodea su simbolismo..., independientemente de su valor económico.

Siguiendo el artículo de Ramón Castells Ros, *¿Es viable la gestión privada de la cultura?* (Castells Ros 2009, 7), para realizar una actividad cultural es necesario iniciar el proceso definiendo el bien o el servicio que se va a ofrecer. Para ello hay que contar con una fase productiva previa para que la idea termine en alguna forma de consumo para la sociedad. Los factores como las personas, tecnología, información...están sujetos a unos costes y a su retorno, como ocurre en cualquier proceso productivo. No obstante el sector cultural presenta algunas diferencias con respecto a otros sectores:

1. El sector cultural no es homogéneo, es decir, la naturaleza de sus productos y servicios es muy diversa y por ello los procesos productivos y las formas de consumo varían.
2. Además, en los proyectos culturales influye de manera notoria el momento en el que se realizan las actividades. "La coherencia como sector viene dada por la generación y la transmisión de valores asociados al proceso creativo" (Castells Ros 2009, 7). Por tanto, es imprescindible dar libertad a los autores, pero bajo unas bases que regulen la producción y el producto, analizando el mercado.
3. La Administración Pública es otro factor a tener en cuenta en este sector, ya que participa en todo el proceso de producción y está estrechamente ligada a la cultura debido a su valor simbólico y estratégico. Además, puede ser el principal competidor para una empresa cultural, ya que el sector público ofrece productos y servicios culturales no profesionales, pero a su vez puede ser un cliente potencial puesto que las Administraciones contratan profesionales para realizar actividades y de esta forma disminuir el gasto público.

4. La sociedad civil, el Estado y las empresas están directamente relacionados. Los ingresos percibidos por las empresas culturales no sólo se atribuyen a la venta del producto, sino que en ocasiones interviene una financiación pública, en forma de subvenciones o ayudas, por su parte la financiación privada invierte capital o aporta especie para su realización, puede estar motivada por diversos motivos ajenos al proyecto cultural, como las desgravaciones fiscales o simplemente imagen corporativa.
5. Las sociedades civiles, que realizan actividades no profesionales, son competencia directa para las empresas privadas puesto que en ocasiones ofrecen el mismo servicio de forma gratuita, aunque también hay que afirmar que logran sensibilizar a la sociedad y despertar un interés en ella que las empresas privadas pueden aprovechar. Debido a que no poseen una visión de mercado puramente mercantil, se encuentran a la espera de fondos llegados por vías financieras públicas, como las subvenciones. Sin embargo, las empresas privadas sí consideran esta visión mercantil, debido a que los costes en cultura suelen aumentar al ser un servicio de carácter artesanal donde es habitual que la cotización de los artistas aumente y por tanto también su coste, así que complementan sus fondos con financiación privada (Castells Ros 2009, 8).

Por tanto, para ser económicamente sostenibles, lo ideal es buscar diferentes tipos de financiación. Una buena estrategia es diversificar las diferentes fuentes de financiación a medio plazo.

6.1 Financiación Pública

El apoyo público al sector cultural puede ser directo o indirecto (Copic 2011). Es directo cuando la Administración Pública realiza aportes monetarios desde los fondos públicos a las empresas que lo solicitan y que cumplen con los requisitos mínimos estipulados. El apoyo indirecto son medidas que las Organizaciones Gubernamentales realizan para facilitar la creación y el desarrollo de empresas culturales.

"Las medidas indirectas se refieren principalmente a los gastos fiscales, es decir, los ingresos a los que renuncia los gobiernos locales y nacionales como consecuencia de las reducciones y exenciones fiscales concedidas a las Instituciones Culturales, las donaciones de contrapartida y otros programas financieros y bancarios por los cuales los beneficiarios determinan, en lugar de los funcionarios gubernamentales, las organizaciones que se beneficiarán de ellos." (Copic 2011, 9)

Gran parte de la actividad financiera de España se realiza mediante subvenciones, es decir, medidas de apoyo financiero a personas y entidades públicas o privadas.

Al ser una modalidad de gasto público, deben estar sujetas a condiciones presupuestarias. La política presupuestaria está enfocada a criterios de estabilidad y crecimiento económico. Estas directrices fueron pactadas por los países de la Unión Europea y en España han encontrado expresión normativa en las Leyes Presupuestarias -véase *Ley General Presupuestaria* (BOE, Boletín Oficial del Estado 2003)-.

Gracias a estas leyes, se ha conseguido fortalecer los fundamentos económicos y ha servido para un crecimiento económico del país.

Partiendo de la Ley de Estabilidad Presupuestaria, nace la Ley General de Subvenciones que da un paso más en el proceso de racionalización del sistema económico creando un sistema de transparencia por el cual se consigue una libre competencia.

Por tanto, la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones en el capítulo I, artículo 2 explica que:

"Se entiende por subvención, a efectos de esta Ley, a toda disposición dineraria realizada por cualesquiera de los sujetos contemplados en el artículo 3 de esta Ley, a favor de personas públicas o privadas, y que cumplan los siguientes requisitos:

- a) Que la entrega se realice sin contraprestación directa de los beneficiarios.
- b) Que la entrega esté sujeta al cumplimiento de un determinado objeto, la ejecución de un proyecto, la realización de una actividad, la adopción de un comportamiento singular, ya realizados o por desarrollar, o la concurrencia de una situación, debiendo el beneficiario cumplir las obligaciones materiales y formales que se hubieran establecidos.
- c) Que el proyecto, la acción, conducta o situación financiada tenga por objeto el fomento de una actividad de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública."

Una vez comprendido este concepto, hay que diferenciar los procedimientos de concesión de subvenciones según el nivel territorial solicitado, es decir, podemos encontrar, además de ésta Ley General, unos Decretos que establecen los Reglamentos de concesión de subvenciones de las Comunidades Autónomas y de cada Municipio.

Por ejemplo, en Andalucía existe el Reglamento de los Procedimientos de Concesión de Subvenciones de la Administración de la Junta de Andalucía, Decreto 282/2010, de 4 de mayo.

Por tanto, hay que tener en cuenta la Administración pertinente para solicitar una subvención. Con el fin de regular su concesión, están sujetas a unos requisitos económicos-financieros que se encuentran descritos en las bases reguladoras de cada subvención. Todos los proyectos deben cumplir dichos requisitos. Por norma general el requisito indispensable es la viabilidad del proyecto, atendiendo a todo lo comentado en el apartado anterior, y aportar garantías de su funcionamiento.

La Administración Pública realiza un seguimiento a los beneficiarios para constatar que la subvención es utilizada para el fin que ha sido solicitada. El control de gastos e

ingresos, de cobros y pagos, es vital en una empresa y requiere de un organización específica para cada una.

La financiación pública puede presentar una serie de problemas para una empresa cultural. Entre ellos se puede destacar que:

1. En momentos de escasa solvencia económica el presupuesto destinado para éstas disminuye, provocando que minore el número de proyectos financiados y que la aportación sea más baja.
2. Otro problema a destacar es el riguroso control al que los beneficiarios son sometidos debido a que en ocasiones las subvenciones han sido utilizadas para un fin distinto al solicitado. Por tanto, tener un control de las cuentas de la empresa es esencial porque si la administración detecta un error, la subvención deberá ser devuelta, y en ocasiones hay que incrementar el pago de un recargo como estipula la Ley General de Subvenciones.
3. Por último, hay que tener en cuenta que al solicitar una subvención el ingreso no es inmediato, en ocasiones puede transcurrir más de un ejercicio económico, por lo que no contar con otros tipos de ingresos en el momento de ser concedida la subvención puede provocar que el proyecto fracase económicamente, generando deudas a la empresa.

6.2 Financiación Privada

Se entiende como apoyo privado a toda aportación financiera que no proviene de una entidad pública.

Siempre se ha entendido que los proyectos culturales van de la mano de una financiación pública. Esta situación ha sido la más predominante y por ello muchas empresas nuevas del sector se centran en este tipo de financiación, olvidando que existe otro medio que busca un sentido más empresarial de la actividad cultural.

Pero la cultura no siempre ha sido administrada por entidades públicas, como bien apunta el profesor Antonio Argandoña (Argandoña 2008), La cultura estaba promovida por personalidades con gran poder adquisitivo y con un estatus elevado. En ocasiones, ayudaban a personas invirtiendo en su formación o bien aportando piezas de su colección personal a museos para que su reputación creciera, aumentase sus riquezas o simplemente por su afán cultural.

Esta realidad continúa hoy en día, aunque siempre tiende a pasar desapercibida. Además de personas influyentes, las empresas están invirtiendo mucho capital en cultura y están siendo muy importantes para este sector, aportando recursos económicos y capacidades de sus directivos. La responsabilidad social es el principal motivo que las empresas tienen para entrar en el sector cultural.

La pregunta más frecuente que se formula en Cultura es, la necesidad de una financiación privada (Castells Ros 2009, 8), puesto que al ser un bien que disfruta la sociedad, el pensamiento es que la financiación sea pública. Pero existen muchas razones de peso que indican que la cultura necesita inyecciones de financiación privada.

A diferencia de los bienes privados, la cultura es un bien público y, puesto que no es exclusivo y todo el mundo tiene la facilidad de acceso y su disfrute, puede ser simultáneo, es decir, una persona no puede excluir a otra de consumir cultura y además pueden disfrutar de una obra al mismo tiempo.

Además, un bien cultural es de la sociedad, pero no por ello el coste debe ser mínimo o gratuito, porque estas actividades culturales conllevan una elevada inversión, que con el simple cobro de una entrada por su acceso, no sirve para poder mantenerlo. Para conseguirlo, la entrada debería ser elevada, algo que contradice todo lo que significa un

bien cultural, ya que es de la sociedad. Las externalidades positivas que generan un bien cultural, es la mejor medida para que se adopte el precio de una entrada reducida, haciendo que el servicio cultural genere riquezas indirectas.

Para abordar la financiación privada hay que tener en cuenta que existen varios tipos de empresas culturales: sin ánimo de lucro y con fines lucrativos, por ello es necesario conocer diferentes formas de financiación.

Así pues, como apunta Antonio Argandoña (Argandoña 2008), las donaciones es la forma básica de financiación, puede ser de forma monetaria, aportando capital, o en especie, facilitando bienes o servicios a la empresa cultural para que se pueda realizar una actividad.

La asistencia técnica es otra manera de financiar una empresa, puesto que el coste en servicios de asistencia es bajo o gratuito. Un ejemplo podría ser el asesoramiento jurídico de una empresa cultural por parte de otra empresa que esté interesada en esos proyectos culturales.

Así pues, se pueden generar varios escenarios donde las empresas colaboradoras:

1. Pueden ayudar de forma directa al beneficiario aportando capital o especie.
2. Organizar la acción cultural directamente.
3. O bien puede realizar esta actividad mediante una fundación creada por la propia empresa colaboradora.

Para realizar proyectos de gran envergadura, lo ideal es buscar una colaboración entre entidades donantes, con el fin de reducir sus costes por donación, pero esta situación puede dar lugar a dificultades de gestión. La coordinación debe ser crucial para que no existan intereses enfrentados. Por ello, en algunos países de la Unión Europea, han surgido empresas que prestan un servicio de intermediación y asesoramiento a donantes y beneficiarios como: Impetus Trust, King Baudouin Foundation, Resource Foundation o Transnational Giving Europe.

7. Europa: Por una financiación Mixta

Otra alternativa de financiación es la combinación de ambas, es decir, una financiación mixta.

Actualmente, el apoyo público directo está en decadencia debido a las consecuencias de los periodos de crisis registrados en los últimos años (Copic 2011).

El sentido que hoy en día quiere ofrecer el sector cultural es de sostenibilidad y emprendimiento, por ello, las políticas europeas están intentando lograr que este aspecto sea el referente del sector.

Por su parte, el apoyo público indirecto:

1. Ayuda a empresas a invertir en el sector a cambio de unos incentivos fiscales. Pero en ocasiones esta opción no encaja en el pasamiento de la sociedad, ya que se suele pensar que las empresas invierten en cultura por conveniencia sin importarles el beneficio de la sociedad, con lo que sería importante desarrollar medidas para que esta situación se vuelva favorable.
2. Los momentos de crisis también afectan a las empresas, por lo que el capital que puedan aportar se verá reducido bajo esta circunstancia. Por lo tanto, un apoyo indirecto por parte del Estado ayudaría al interés de inversión en el sector cultural.

El Parlamento Europeo (Copic 2011) propone una serie de medidas que facilitarían la entrada de inversión privada al sector:

1. La reducción de IVA en consumo de productos culturales, es un mecanismo que facilitarían la compra y el disfrute de éstos bienes.
2. Regular y fomentar el patrocinio de empresas en el sector. Puesto que sólo representan una pequeña cantidad en la inversión de la cultura.
3. Traspasar el riesgo a las empresas privadas, de esta forma habrá un equilibrio entre el beneficio social y económico.
4. Las donaciones de particulares están condicionadas por una retribución, es decir, cuando un donante particular ofrece una obra a cambio de un incentivo, el sector cultural obtiene mayor beneficio. Un donante puede dar una obra o capital a cambio de una reducción de impuesto por valor proporcional de esa donación.

En algunos países de la Unión Europea, transferir una obra de arte elimina el pago de un impuesto específico, así si un artista transfiere un cuadro por valor de dos mil euros, esa cantidad se descontará del impuesto. Por su parte, las donaciones que provienen de las empresas o personas jurídicas reciben unos incentivos fiscales.

5. Garantizar a las empresas el valor cultural con un apoyo gubernamental, hace que el sector privado invierta con más confianza y mayor cantidad en cultura, creando unos fondos de contrapartida.
6. Otra medida que generaría una gran inversión en el sector cultural es crear un porcentaje de los fondos de lotería destinado a la cultura. Sería interesante que el Gobierno dedicara parte de la recaudación a beneficios culturales para la sociedad. En algunos países de la Unión Europea este hecho es una realidad, y está acompañado de resultados muy positivos para el sector.
7. La creación de un impuesto específico, supondría una buena inyección para el sector, pero sólo en situaciones de gran solvencia económica.
8. Crear un programa bancario de préstamos con un tipo de interés favorable donde se ofrezca apoyo a las empresas culturales. Los Países Bajos cuentan con el mejor programa bancario, el Banco Triodos, que ha creado un fondo para apoyar al sector cultural.
9. Por último, Los micro-mecenazgos y las captaciones de fondos en línea, son nuevos instrumentos de financiación, que permiten buscar pequeños inversores que ofrezcan una aportación poco elevada, de ésta forma, se asume poco riesgo en caso de que un proyecto fracase y no obtenga la rentabilidad esperada.

El Parlamento Europeo aclara que, en la actualidad las actuaciones públicas y privadas deben estar unidas para el crecimiento y sostenibilidad del sector cultural (Copic 2011, 16). Los gobiernos deben adoptar algunos mecanismos para facilitar la entrada de empresas privadas, que sin su apoyo el atractivo de la industria cultural desaparecería.

8. Consideraciones

En las últimas décadas hemos asistido al crecimiento del sector cultural. Por parte de una iniciativa pública, hemos visto cómo se realizaban actuaciones para generar un beneficio social. En muchas ocasiones, la respuesta del ciudadano no ha sido la esperada por las instituciones, pero ha servido para reforzar el interés por estas actividades.

Por su parte, el sector privado ha añadido otra visión de la cultura que resulta muy interesante. Con el paso de los años, se ha comprobado que la presencia de empresas profesionales incrementan el beneficio. No solo con empresas sin ánimo de lucro, puesto que eran éstas las elegidas para organizar proyectos de este tipo, sino también empresas con fines lucrativos, donde la aspiración por entrar en el sector no es solamente monetaria. Los beneficios económicos pueden estar equiparados a los beneficios sociales que pueden obtener dichas empresas.

Partiendo de esta premisa, es necesario entender que un Gestor Cultural debe conocer todo lo necesario para poder llevar a cabo un proyecto, independientemente de su envergadura.

Realizar un plan de viabilidad y un presupuesto son los puntos más importantes para conseguir financiación.

En un proyecto cultural, la viabilidad social es un aspecto a tener en cuenta, puesto que la cultura es un bien para toda la sociedad, y no sólo se debería medir la viabilidad económica de un proyecto.

Muchas empresas dedican su plan de viabilidad en mostrar los beneficios que generan sus proyectos en la sociedad con la esperanza de encontrar financiación, sobre todo pública. Este plan sería escaso, puesto que como se ha expuesto, no todos los proyectos que generan un beneficio social es financiado.

Las entidades públicas necesitan asegurarse que una empresa cultural es económicamente viable. Por ello, necesitan garantías de que los proyectos no van a suponer pérdidas monetarias, necesitan un mínimo de rentabilidad.

Por otra parte, confiar en obtener únicamente apoyo público es un error que no se debe cometer, puesto que hay una gran diferencia entre la concesión de una subvención y el ingreso de la misma. Esta confianza puede hacer que un proyecto fracase generando deudas a sus realizadores. Por tanto, es recomendable que la financiación provenga también por otros caminos, mucho más directo y estable.

La financiación privada puede garantizar un apoyo económico directo, ya sea de forma monetaria o en especie. De esta manera se genera la garantía de disponer de capital para afrontar un proyecto de estas características.

A pesar de ello, la presencia del sector privado en el ámbito cultural no es bien recibida. En ocasiones puede olvidarse el sentido de cultura en un proyecto privado, pero eso puede ser por falta de Gestores Culturales debidamente preparados, ya que se pierde el sentido humanista del proyecto y sólo se centra en un sentido económico.

No obstante, contar con una financiación de estas características ayuda al crecimiento del sector. Por tanto es necesario que empresas privadas se interesen por la cultura.

El sector cultural es, por desgracia, un sector que genera muchas dudas, debido a que es muy difícil conocer todos los datos que puede generar una actividad. Por ello el riesgo es mayor. A un inversor privado le interesa conocer todos los datos posibles y en tiempo real. La falta de inversión privada puede ser debida a este motivo.

La labor principal que debe realizar un gestor es involucrar a estas empresas. Para conseguirlo, dispone de herramientas económicas (el balance, el presupuesto...), que garantizan la rentabilidad de un proyecto.

Además, hay que intentar involucrar al empresario mostrando los beneficios sociales que se pueden adquirir si se financia un proyecto cultural. La imagen de una entidad privada puede verse reforzada gracias a un apoyo a la sociedad. Y no hay que olvidar que, en la actualidad, tener conciencia social ofrece una buena imagen y es una buena solución para la captación y fidelización de clientes. Por otro lado, conocer las ventajas fiscales establecidas por el Gobierno es una carta que el gestor debe jugar para lograr atraer éste tipo de financiación al sector. Por tanto, un Gestor Cultural debe conocer la actualidad política y legislativa del país.

Para financiar un proyecto cultural lo ideal es diversificar las inversiones, es decir, contar con más de un inversor. Con ello se asegura la financiación y se evitaría el fracaso económico. Ésta puede realizarse con diferentes tipos de inversiones privadas, pero también la conjunción entre pública y privada.

La financiación mixta es el futuro del sector cultural por diversas razones. Si una empresa privada obtiene apoyo gubernamental consigue una seguridad para invertir en un proyecto. Por otra parte, facilitar el ingreso de empresas ajenas al sector cultural beneficia a la sociedad, puesto que podrán realizarse diferentes actividades dirigidas por profesionales.

Los profesionales de la cultura deben tener conocimientos necesarios para gestionar económica, técnica y socialmente un proyecto. De esta forma se evita la entrada de no profesionales al sector.

En ocasiones, las Administraciones Públicas no cuentan con un personal capacitado para entender todos los aspectos de la Industria Cultural, lo que ha ocasionado graves problemas para la realización de proyecto. Algunos de éstos, carentes de sentido o de atractivo para la sociedad.

Las empresas privadas siempre han tenido una visión económica y entrar en un sector que ofrece servicios con rentabilidad de beneficios baja no ha sido un atractivo. Por ello invertir en cultura no era una prioridad. En ocasiones se realizaban actividades culturales pero eran dirigidas a altos cargos de la sociedad, con lo que se excluía a las personas que no gozaran de un alto status.

Por tanto, la financiación mixta de un proyecto cultural, bajo la dirección de un profesional, puede ocasionar el enriquecimiento del pueblo, realizando actividades que beneficien la cultura, la economía y las imágenes de las empresas colaboradoras, tanto privadas como públicas, porque no hay que olvidar que la confianza en el Estado cada vez es menor.

Bibliografía

Alcarria Jaime, José. *Introducción a la contabilidad*. Castellón de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 2012.

Argandoña, Antonio. "La empresa y la promoción de la cultura." *IESE Occasional Paper*, 2008.

BOE. *Ley 38/2003, de 17 de Noviembre, General de Subvenciones*. 17 de Noviembre de 2003. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-20977> (último acceso: 23 de Mayo de 2016).

BOE. *Ley General Presupuestaria*. 26 de Noviembre de 2003. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-21614> (último acceso: 16 de Julio de 2016).

BOJA. *Decreto 282/2010, de 4 de mayo(BOJA núm. 108, de 4 de junio), Reglamento de los procedimientos de concesión de subvenciones de la Administración de la Junta de Andalucía*. 04 de Junio de 2010. <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2010/108/1> (último acceso: 23 de Mayo de 2016).

BOJA. *Ley 13/1999, de 15 de diciembre, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas de Andalucía*. 15 de Diciembre de 1999. <http://www.juntadeandalucia.es/boja/1999/152/1> (último acceso: 23 de Mayo de 2016).

BOP. *Ordenanza Municipal para la protección contra la contaminación acústica en la ciudad Huelva*. 28 de Noviembre de 2008. <http://www.diphuelva.es/servicios/bop/busqueda/?fecha=28/11/2008> (último acceso: 16 de Julio de 2016).

Cajiga Calderón, Juan Felipe. "Cemefi." *Cemefi*. 2014. http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf (último acceso: 20 de Julio de 2016).

Canadell, Gemma, y Carme Sais. "Gestor Cultural." Julio de 2011. <http://www.gestorcultural.org/images/noticies/noticia1690060171.pdf> (último acceso: 3 de 06 de 2106).

Castells Ros, Ramón. "¿Es viable la gestión privada de la cultura?" *Boletín Gestión Cultrual N°18*, 2009.

Copic, Vesna. "Fomentar la Inversión Privada en el Sector Cultural." Parlamento Europeo, Julio de 2011.

Manises. "emanises."

<http://www.emanises.es/empresarialPublic/dms/documentos/gestion/fondo/negocio/Plan-Viabilidad/Guia%20PLAN%20DE%20VIABILIDAD.pdf> (último acceso: 19 de Julio de 2016).

Roselló Cerezuela, David. *Diseño y evaluación de proyectos culturales*. Barcelona: Ariel S.A., 2007.

Anexo 1

CUADRO RESUMEN PUBLICACIÓN EN BOJA DE AYUDAS Y SUBVENCIONES. AÑO 2007	
BOJA	CONVOCATORIA
BOJA N°9 12/01/07	Promoción tejido profesional del Teatro, Música y Danza
BOJA N°19 25/01/07	Ayudas de perfeccionamiento y ampliación de estudios relacionados con las Artes Escénicas, La Música, El Sector Audiovisual y la Gestión Cultural
BOJA N°20 26/01/07	Promoción tejido profesional del Flamenco
BOJA N°34 15/02/07	Impulso al Sector Editorial y a la Producción Editorial
BOJA N°34 15/02/07	Ayudas al Desarrollo de Proyectos y a la Producción de Obras Audiovisuales
BOJA N°39 22/02/07	Voluntariado Cultural
BOJA N°39 22/02/07	Investigación Musical
BOJA N°39 22/02/07	Proyectos de investigación Cinematográfico
BOJA N°39 27/02/07	Proyectos Archivísticos en Archivos de uso Público
BOJA N°39 27/02/07	Archivos de Titularidad Local
BOJA N°43 31/03/07	Mejoras Bibliotecas Públicas de Titularidad Municipal
BOJA N°49 08/04/07	Becas Tecnologías Información y Comunicaciones
BOJA N°49 08/04/07	Proyectos de Investigación sobre la Lectura
BOJA N°54 16/03/07	VII Premio del Centro Andaluz de las Letras al Fomento de la Lectura
BOJA N°57 21/03/07	Actividades de Fomento a la Lectura
BOJA N°57 21/03/07	I Certamen Nacional Coreográfico y de Interpretación de Danza Clásica, Española y Contemporánea.
BOJA N°64 30/03/07	Subvenciones a los Museos de la Comunidad Autónoma de Andalucía
BOJA N°69 09/04/07	Ayudas a la Investigación del Observatorio del Flamenco
BOJA N°77 19/04/07	Subvenciones para la Programación de Teatro, Danza y Música en las salas privadas.
BOJA N°83 27/04/07	Actividades de Fomento y Promoción Cultural

BOJA N°91 09/05/07	Ayudas Tejido Asociativo del Flamenco
BOJA N°150 31/07/07	Coproducción de Obras Audiovisuales, dentro del marco del acuerdo "Raíces"
BOJA N°173 03/09/07	Dotación Bibliográfica para la mejora de Bibliotecas Públicas
BOJA N°181 13/09/07	Becas de Formación e Investigación en el Instituto Andaluz del Patrimonio
BOJA N°196 04/10/07	Premios a la Actividad Artística
BOJA N°212 26/10/07	Ayudas a la Coproducción de Obras Audiovisuales

CUADRO RESUMEN PUBLICACIÓN EN BOJA DE AYUDAS Y SUBVENCIONES. AÑO 2013	
BOJA	CONVOCATORIA
BOJA N°33 15/02/13	Promoción del tejido asociativo del Flamenco
BOJA N°80 25/04/13	Promoción de Festivales de Flamenco de pequeño y mediano formato
BOJA N°89 09/05/13	Promoción del tejido asociativo del Flamenco
BOJA N°114 13/06/13	Promoción del tejido asociativo del Flamenco
BOJA N°151 02/08/13	Ayudas al desarrollo de Proyectos y Producción de obras Audiovisuales
BOJA N°163 21/08/13	Apoyo a Empresas Culturales y Creativas Andaluzas para el fomento de la Competitividad, Modernización e Internalización