



MEMORIA DE POLÍTICAS DE FOMENTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS 2019

Ministerio de
Cultura y Deporte

Dirección General de Industrias
Culturales y Cooperación

Subdirección General de
Promoción de Industrias
Culturales y Mecenazgo



MEMORIA DE POLÍTICAS DE FOMENTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS 2019



Catálogo de publicaciones del Ministerio: www.culturaydeporte.gob.es

Catálogo general de publicaciones oficiales: <https://cpage.mpr.gob.es>

Edición 2019



MINISTERIO DE CULTURA
Y DEPORTE

Edita:

© SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
Subdirección General de Atención al Ciudadano,
Documentación y Publicaciones

NIPO: 822-19-047-X

Imágenes: Creative Commons Zero

Imprime: Arial Digital

En esta publicación se ha utilizado papel reciclado libre de cloro, de acuerdo con los criterios medioambientales de la contratación pública.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 47).

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	5
1. LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS COMO SECTOR ESTRATÉGICO	7
1.1. DATOS SOBRE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN EUROPA	10
1.2. DATOS SOBRE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN ESPAÑA	11
2. RETOS Y OPORTUNIDADES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS	17
3. OBJETIVOS DE LA MEMORIA	27
4. LÍNEAS DE ACTUACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES Y COOPERACIÓN	31
4.1. AYUDAS Y BECAS DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES Y COOPERACIÓN	33
4.1.1. CONVOCATORIAS DE AYUDAS	33
4.1.1.1. AYUDAS PARA LA MODERNIZACIÓN E INNOVACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS	33
4.1.1.2. AYUDAS PARA LA ACCIÓN Y LA PROMOCIÓN CULTURAL	34
4.1.1.3. AYUDAS HISPANEX	41
4.1.1.4. AYUDAS DEL PROGRAMA IBEREX	42
4.1.2. CONVOCATORIAS DE BECAS	43
4.1.2.1. BECAS FORMARTE	43
4.1.2.2. BECAS CULTUREX	44
4.1.2.3. BECAS FULBRIGHT	45
4.2. ACCESO A LA FINANCIACIÓN	46
4.2.1. ACUERDO CERSA-FEI PARA FACILITAR EL ACCESO A LA FINANCIACIÓN DE LAS ICC	47
4.3. PROGRAMAS EUROPEOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN	47
4.3.1. HORIZONTE 2020	48
4.3.2. EUROPA CREATIVA	49
4.3.3. EUROPA CON LOS CIUDADANOS	50
4.3.4. PROGRAMA ERASMUS+ PARA EL SECTOR CULTURAL	50
4.3.5. INFORMACIÓN CONTINUA SOBRE OPORTUNIDADES DE FINANCIACIÓN A NIVEL EUROPEO	51

4.4. FISCALIDAD CULTURAL	52
4.4.1. INCENTIVOS FISCALES AL MECENAZGO	52
4.4.2. VENTAJAS FISCALES RELATIVAS AL PATRIMONIO HISTÓRICO Y OTROS BIENES CULTURALES	57
4.4.3. INCENTIVOS EN EL IMPUESTO DE SOCIEDADES PARA LA INDUSTRIA CULTURAL	60
4.5. UNIDAD CULTURA Y MECENAZGO	62
4.5.1. QUÉ ES LA UNIDAD CULTURA Y MECENAZGO	62
4.5.2. OBJETIVOS Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN	62
4.5.3. ACTIVIDADES	63
4.5.4. INFORMACIÓN Y CONTACTO	65
4.6. VIDEOJUEGO	66
4.6.1. MESA DEL VIDEOJUEGO	66
4.7. TURISMO CULTURAL	68
4.7.1. PORTAL SPAINISCULTURE.COM/ESPAÑAESCULTURA.COM	68
4.8. DINAMIZACIÓN DE LAS ICC Y FOROS DE ENCUENTRO	69
4.8.1. ENCUENTRO «CULTURA Y CIUDADANÍA»	69
4.8.2. FORO CULTURA Y MEDIO RURAL	70
4.8.3. CONSOLIDAR LOS FOROS DE ENCUENTRO DE LAS ICC Y FOROS DE ENCUENTRO PROFESIONALES	70
4.8.4. DINAMIZACIÓN DE ESPACIOS CREATIVOS	72
4.9. MEDIDAS EN MARCHA Y OTRAS ACCIONES	73
4.9.1. REVENTA DE ENTRADAS	73
4.9.2. ESTATUTO DEL ARTISTA	74
4.9.3. NUEVA LEY DE MECENAZGO	76
4.9.4. CONMEMORACIÓN DEL V CENTENARIO DE LA EXPEDICIÓN DE LA PRIMERA VUELTA AL MUNDO DE FERNANDO DE MAGALLANES Y JUAN SEBASTIÁN ELCANO	77
4.9.5. OBSERVATORIO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LA CULTURA	78
CONCLUSIONES	80
CONTACTO Y ENLACES DE INTERÉS	81

PRESENTACIÓN

Como señala el informe de la Comisión Europea *El papel de las políticas públicas en el desarrollo del potencial empresarial y de innovación de los sectores culturales y creativos* (2018)¹, los sectores culturales y creativos tienen un importante papel que jugar en la transición de nuestras sociedades y están en el centro de la nueva economía creativa.

Ese mismo informe también explica que los sectores culturales y creativos son intensivos en conocimiento y se basan en la creatividad individual y el talento, generan riqueza económica y forman la identidad, cultura y valores europeos.

Su gran importancia radica en que ofrecen un crecimiento por encima de la media y crean empleos, particularmente para los jóvenes, a la vez que refuerzan la cohesión social. Están en la vanguardia de la innovación y generan externalidades positivas en toda la sociedad. Por último, se observa cómo, con la emergencia de nuevas cadenas de valor y modelos de negocio cada vez más complejos y entrelazados, los sectores culturales y creativos se están convirtiendo cada vez más en un componente decisivo de la cadena de valor de casi cualquier producto o servicio.

Pero, ¿cuáles son estos sectores culturales y creativos?

De acuerdo con el Reglamento 1295/2013 por el que se establece el Programa Europa Creativa para el periodo 2014-2020, los sectores culturales y creativos son todos aquellos «cuyas actividades se basan en valores culturales o expresiones artísticas y otras expresiones creativas, independientemente de que dichas actividades estén orientadas al mercado o no y del tipo de estructura que las lleve a cabo y sin tener en cuenta el modo de financiación de dicha estructura. Entre estas actividades se cuentan el desarrollo, la creación, la producción, la difusión y la conservación de los bienes y servicios que encarnan expresiones culturales, artísticas u otras expresiones creativas, así como otras tareas afines, como la educación o la gestión; los sectores cultural y creativo incluyen, entre otros: la arquitectura, los archivos, las bibliotecas y los museos, la artesanía artística, los audiovisuales (incluidos el cine, la televisión, los videojuegos y los multimedia), el patrimonio cultural material e inmaterial, el diseño, los festivales, la música, la literatura, las artes escénicas, la edición, la radio y las artes visuales».

Esta Memoria de políticas de fomento de las industrias culturales y creativas sigue esta definición y refleja el respaldo del Gobierno a los sectores culturales más vinculados con la innovación y la creatividad, tales como el diseño, la moda, la arquitectura, la publicidad, los nuevos medios de comunicación, los videojuegos y las artes interactivas. A todos ellos se suman los sectores culturales con más tradición: las artes escénicas, las artes visuales, el patrimonio cultural, el cine, la televisión, la radio, la música, los libros y la prensa.

La modernización y el impulso de estos sectores es un objetivo prioritario de la Dirección General de Industrias Culturales y Cooperación, y por ello esta Memoria sirve como una guía de las distintas políticas de fomento impulsadas por esta Dirección General.

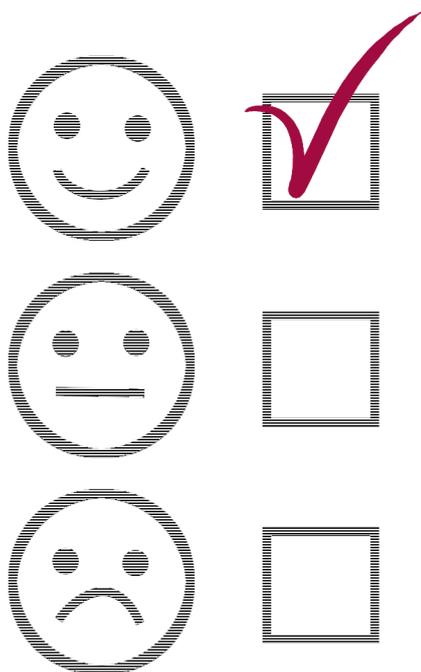
¹ Disponible en https://www.culturaydeporte.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/documentos/OMC_Report_2018.pdf



**1.
LAS INDUSTRIAS
CULTURALES Y
CREATIVAS
COMO SECTOR
ESTRATÉGICO**



**MEMORIA
DE POLÍTICAS
DE FOMENTO DE
LAS INDUSTRIAS
CULTURALES Y
CREATIVAS
2019**



Como señalábamos en el apartado anterior, la globalización de la economía, las comunicaciones y la cultura, así como la revolución digital y la reorientación productiva hacia una economía de servicios, han concedido un papel central a las industrias culturales y creativas (ICC).

Estas industrias se están convirtiendo en un sector estratégico para el desarrollo productivo, la competitividad y el empleo, además de contribuir a la cohesión social, la promoción de la diversidad cultural, la circulación de información y conocimientos, y la generación de valores.

Su materia prima es la capacidad para imaginar e innovar, abarcando bienes y servicios que transmiten significados simbólicos cuya producción implica el uso de la creatividad, y que generan gran cantidad de activos de propiedad intelectual.

Como plataforma de interacción entre conocimiento, creación, arte, negocio y tecnología, se encuentran en una posición estratégica para impulsar la innovación y crear beneficios indirectos en otros sectores.

Las ICC crean empleo, atraen inversores y estimulan la economía local a través del turismo y el consumo. Además, su presencia contribuye a aumentar el atractivo de las ciudades en beneficio de actuales y futuros residentes, trabajadores, empresas, visitantes, emprendedores y empresarios de otros sectores de actividad.

Ventajas competitivas que ofrecen las ICC en la actual economía del conocimiento

Las empresas relacionadas con la creatividad y los nuevos medios no dejan de crecer en número y cada vez tienen un papel social y económico más importante.

El valor de mercado de los productos se determina cada vez más en base a su originalidad, singularidad, rendimiento y apariencia.

El mercado laboral demanda trabajadores creativos y con gran capacidad para la comunicación y la resolución de problemas.

Las decisiones en torno a la localización de empresas se toman cada vez más teniendo en cuenta factores como la disponibilidad en el lugar de una fuerza de trabajo creativa y la calidad de vida que la zona ofrece a los trabajadores.

1.1. DATOS SOBRE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN EUROPA

Las ICC, punto de apoyo clave de un nuevo patrón de crecimiento económico basado en la creatividad y la innovación, gozan de un enorme potencial para responder a los retos de la actual política de la Unión Europea (UE), como señalaba la Estrategia Europea del Mercado Único Digital.

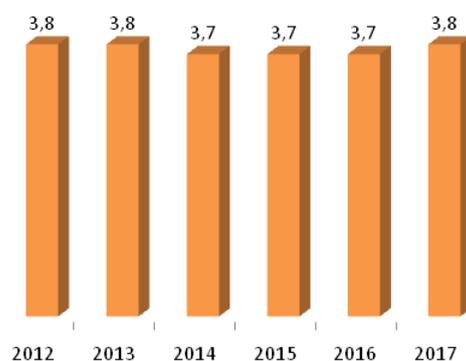
La evolución de las cifras en los últimos años sugiere no solo una cierta capacidad del sector para resistir en momentos económicos adversos, sino también su potencial para seguir creando empleo en periodos de dificultad.

La Comisión Europea otorga una posición estratégica especial a las ICC debido a su carácter dinámico, a su contribución estructural a la producción y al empleo, y a su potencial de crecimiento en los próximos años.

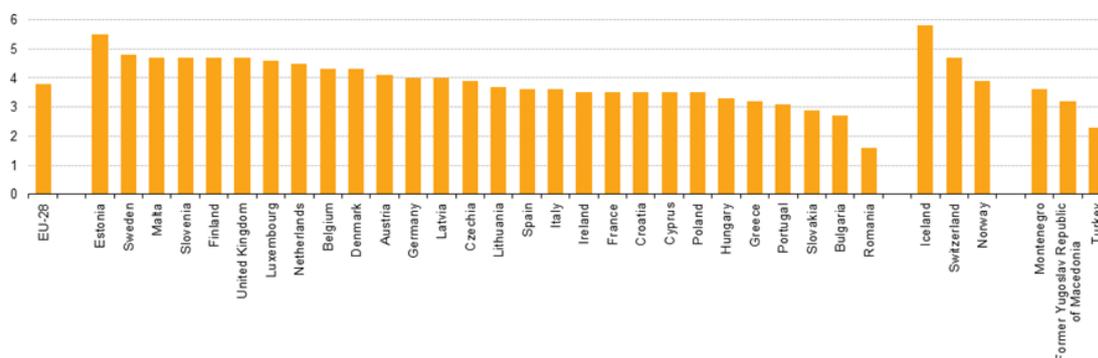
En concreto, con respecto al empleo, según datos de Eurostat publicados en febrero de

2019 y correspondientes al año 2017, existen 8,7 millones de puestos de trabajo en el sector cultural, un 3,8 % de la población con empleo. Además, la tendencia que se puede comprobar al observar los datos de los últimos años es al alza. Con respecto a 2012, los datos de 2017 indican un incremento de 544 000 empleos (un 6,7 % más) en la Unión Europea.

% evolución empleo cultural 2012-2017



% empleo cultural con respecto al total de empleo en la Unión Europea en 2017. Fuente: Eurostat.



eurostat

Los datos más recientes de Eurostat sobre el empleo en el sector cultural en Europa se pueden consultar en: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_cultural_employment

Más datos relativos al sector cultural en la Unión Europea en el siguiente enlace: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7551543/KS-04-15-737-EN-N.pdf/648072f3-63c4-47d8-905a-6fdc742b8605>

1.2. DATOS SOBRE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN ESPAÑA

DATOS ECONÓMICOS GENERALES

CONTRIBUCIÓN AL PIB 2016
SEGÚN CUENTA SATÉLITE
DE LA CULTURA 2018

3,3 %

Se considera en esta cifra el conjunto de las actividades económicas vinculadas con la propiedad intelectual.

EMPLEO CULTURAL 2017

687.200
personas

3,7 %
empleo global

+4,7 %
cambio sobre 2016

EMPRESAS ICC 2017

118.407

3,6 %
del total de empresas

+2,1 %
cambio sobre 2016

64,7 %
sin
asalariados

28,6 %
de 1 a 5
empleados

6 %
de 6 a 49
empleados

0,7 %
más de 50
empleados

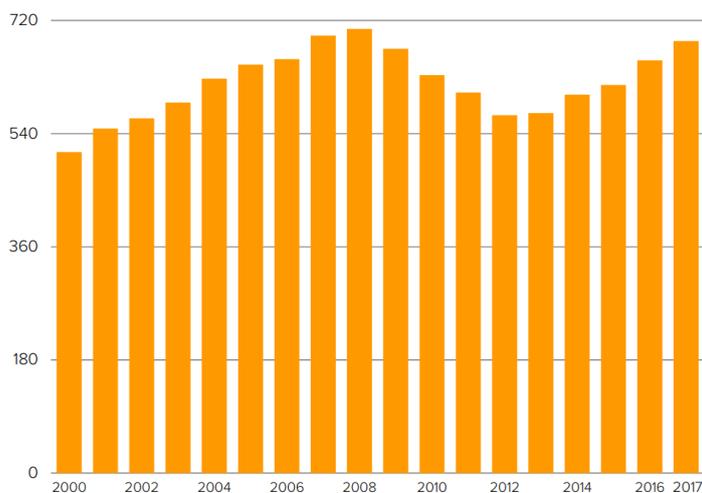
21,8 %
C. de Madrid

20,2 %
Cataluña

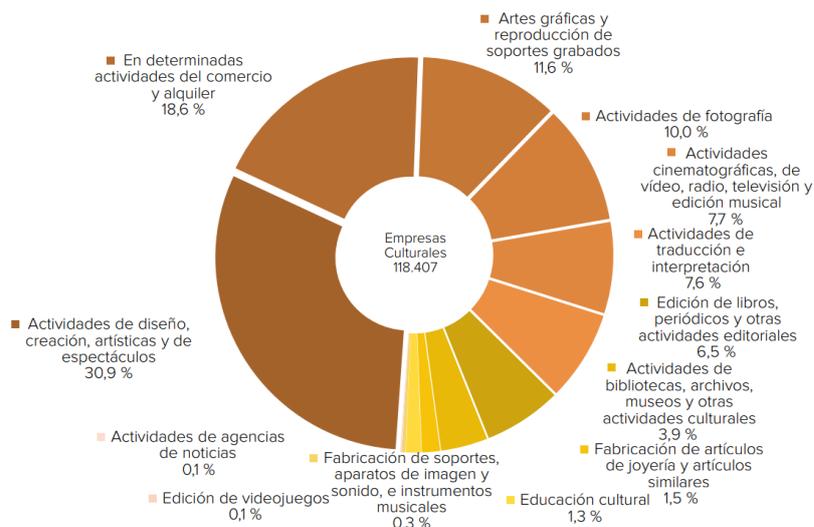
13,2 %
Andalucía

9,5 %
C. Valenciana

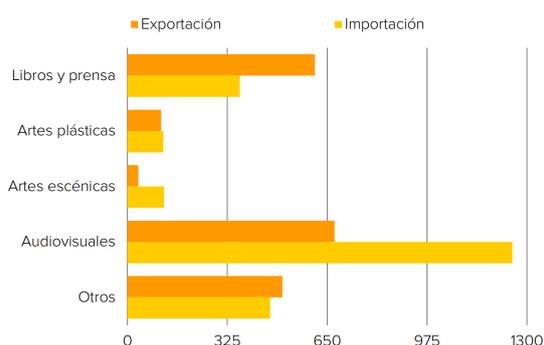
EMPLEO MEDIO ANUAL CULTURAL
EVOLUCIÓN 2000-2017
(Medias anuales en miles)



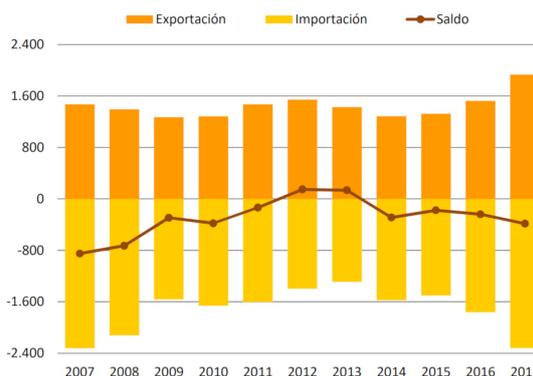
EMPRESAS CULTURALES POR ACTIVIDADES ECONÓMICAS 2017 (En porcentaje)



COMERCIO EXTERIOR DE BIENES CULTURALES POR TIPO DE PRODUCTO 2017 (En millones de euros)



EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE BIENES CULTURALES 2007-2017



COMERCIO EXTERIOR DE BIENES CULTURALES 2017

Saldo comercial negativo **386,6 M€**

Exportaciones	1.932,9 M€	Destino: UE 65,8 % Iberoamérica 14 %
Importaciones	2.315,5 M€	Procedencia: UE 50,3 %

IMPACTO SOBRE EL TURISMO 2017

Viajes realizados por motivos culturales	Españoles 12,5 M	Extranjeros 12,8 M
Gasto total asociado a viajes culturales	Españoles 6.748 M€	Extranjeros 13.923 M€

DATOS SOBRE CONSUMO CULTURAL

GASTO EN HOGARES 2017		
2,5 % del gasto en bienes y servicios se destina a cultura		13.298,4 M€
718,3 € Gasto medio por hogar	288,6 € Gasto medio por persona	
Libro y publicaciones periódicas 20,2 %	Servicios culturales 19,1 %	Cuotas de televisión, tratamiento de la información e Internet 60,6 %

PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES CULTURALES MÁS FRECUENTES 2014-2015		
Escuchar música 87,2 %	Música actual 24,5 %	Música clásica 8,6 %
Leer 62,2 %	Ir al cine 54 %	Teatro 23,2 %
Monumentos 42,8 %	Museos, galerías y exposiciones 39,4 %	Ballet o danza 7 %

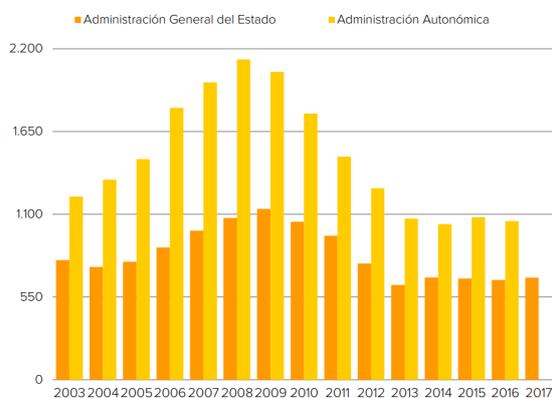
VIDEOJUEGOS 2017 (Informe AEVI 2017)		
N.º jugadores 15,8 M	Consumo 1.359 M€ (+16,9 %)	Cuarto mercado de Europa

TECNOLOGÍA COMO INSTRUMENTO DE DIFUSIÓN CULTURAL 2015				
Espectáculos de artes escénicas por Internet 5,7 %	Visitas virtuales a museos 5,7 %	Conciertos a través de Internet 11,7 %	Lectura en soporte digital 28,1 %	Consumo de música a través de Internet 30,6 %

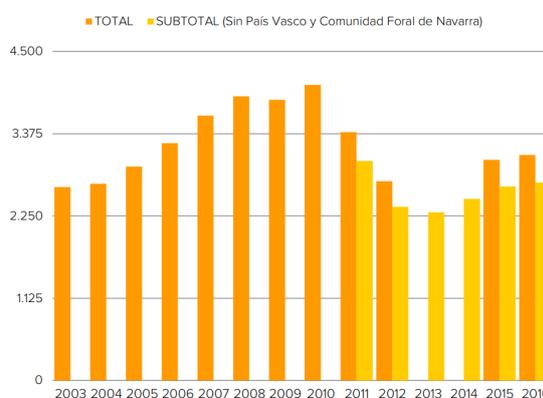
COMPRARON POR INTERNET BIENES O SERVICIOS VINCULADOS A LA CULTURA EN 2017			
videojuegos y sus actualizaciones 6,9 %	Películas y música 6,9 %	Entradas de espectáculos 23,7 %	Libros, revistas, periódicos (incluye libros electrónicos) 12,2 %

GASTO LIQUIDADO EN CULTURA POR LAS AA. PP. 2003-2016

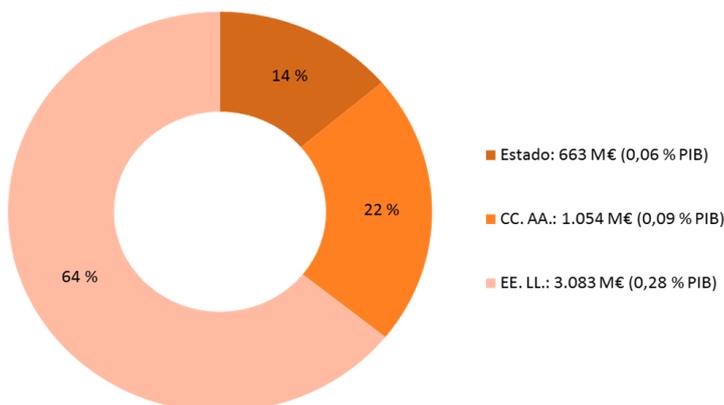
Gasto liquidado en cultura por la Administración General del Estado y por la Administración Autonómica. (En millones de euros)



Gasto liquidado en cultura por la Administración Local. (En millones de euros)

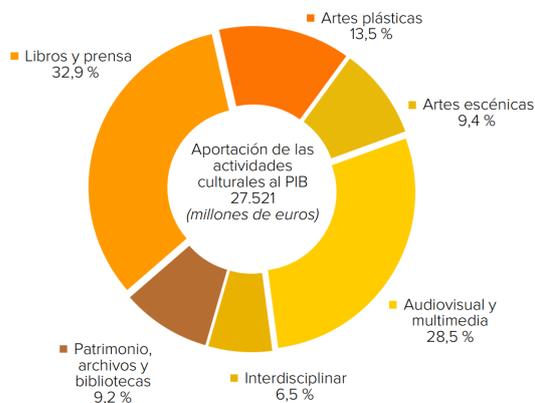


GASTO PÚBLICO EN CULTURA 2016

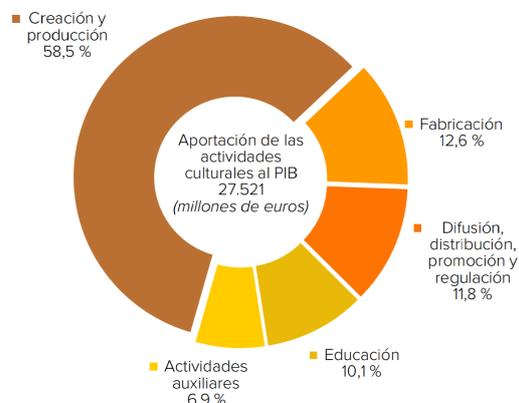


APORTACIÓN AL PIB DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES. 2016

Aportación al PIB de las actividades culturales por sectores. 2016 (En porcentajes)



Aportación al PIB de las actividades culturales por fases. 2016 (En porcentajes)



APORTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES AL PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB)
Y AL VALOR AÑADIDO BRUTO (VAB) POR SECTORES

	PIB		VAB	
	Millones de €	%	Millones de €	%
Patrimonio, archivos y bibliotecas	2.522	9,2	2.470	9,4
Libros y prensa	9.052	32,9	8.494	32,3
Artes plásticas	3.719	13,5	3.608	13,7
Artes escénicas	2.591	9,4	2.535	9,6
Audiovisual y multimedia	7.841	28,5	7.425	28,3
Interdisciplinar	1.796	6,5	1.737	6,6
TOTAL	27.521	100	26.269	100

APORTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES AL EMPLEO
Y AL NÚMERO DE EMPRESAS POR SECTORES

	EMPLEO		EMPRESAS	
	Miles	%	Unidades	%
Artes visuales, edición e instrumentos musicales, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido	89,0	12,9	25.986	21,9
Audiovisual	85,7	12,5	9.077	7,7
Bibliotecas, archivos, museos, libros y prensa	83,3	12,2	12.406	10,5
Diseño, creación, traducción, arte y espectáculos	159,8	23,3	45.481	38,5
Otras actividades	269,4	39,2	25.457	21,5
TOTAL	687,2	100	118.407	100

Fuentes utilizadas

Cuenta Satélite de la Cultura
Anuario de Estadísticas Culturales 2018
Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2014-2015
Anuario de la Industria del Videjuego 2017 (AEVI)
TIC de Hogares 2017 (INE)



**2.
RETOS Y
OPORTUNIDADES
DE LAS INDUSTRIAS
CULTURALES Y
CREATIVAS**



**MEMORIA
DE POLÍTICAS
DE FOMENTO DE
LAS INDUSTRIAS
CULTURALES Y
CREATIVAS
2019**

RETOS

TAMAÑO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR	Sector formado fundamentalmente por microempresas y pequeñas empresas.
PROBLEMAS DE ACCESO A LA FINANCIACIÓN	<p>Asimetría y desequilibrio en la comunicación que impiden el correcto funcionamiento del ecosistema financiero.</p> <p>Por parte de las empresas:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Ausencia de planes de negocio sólidos,→ Escasez de formación en estrategia y finanzas de sus trabajadores,→ Desconocimiento de sus propios activos de propiedad intelectual. <p>Por parte de los agentes financiadores:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Imagen preconcebida negativa del sector y de los riesgos de invertir en proyectos de alta innovación,→ Dificultad de las entidades financieras para valorar activos de propiedad intelectual debido a su intangibilidad. <p>Por parte de ambos:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Ausencia de recursos y conocimientos para predecir la demanda del mercado o el periodo de tiempo tras el que las empresas serán capaces de generar valor.
COOPERACIÓN INTERSECTORIAL	<p>Baja interactividad de las ICC con otros sectores de actividad económica.</p> <p>Escasa transferencia de conocimientos entre sectores.</p>
COOPERACIÓN INTRASECTORIAL	<p>La estructura empresarial de los sectores culturales y creativos continúa excesivamente atomizada.</p> <p>Escasez de redes empresariales.</p> <p>Ausencia de colaboración entre empresas y sectores de las ICC.</p>

RETOS

GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS Y ECONOMÍA ABIERTA	<p>Obligación para las empresas de las ICC de mejorar permanente su competitividad para desarrollar su negocio en un entorno cada vez más internacional.</p> <p>Estrecha interdependencia entre competitividad e innovación. Ambas características suelen guardar relación con la dimensión de las empresas.</p> <p>Mayor competencia con productos y servicios de empresas internacionales que operan en España.</p>
NECESIDAD DE MEJORA EN LA FORMACIÓN DE LOS PROFESIONALES DEL SECTOR EN CIERTAS MATERIAS	<p>Carencias de habilidades empresariales en los trabajadores de las ICC y dificultades para predecir y conocer el funcionamiento de los mercados.</p> <p>Necesidad de adaptación a las nuevas tecnologías.</p>
MODELO DE NEGOCIO DIGITAL	<p>Falta de conocimientos adecuados para hacer frente a un proceso de digitalización, incorporación de la tecnología a los procesos, productos, servicios y trabajo diario. Necesaria mayor colaboración con el sector digital.</p> <p>Disminución de las ventas en formato físico en sectores como el del libro, cine, televisión y videojuego.</p> <p>Incremento del riesgo de vulneración de derechos de propiedad intelectual.</p>
NUEVOS COMPORTAMIENTOS DE LOS CONSUMIDORES	<p>Disfrute de la cultura en soledad y a golpe de clic.</p> <p>Necesidad de acceso inmediato a los contenidos.</p> <p>Los consumidores se convierten en productores y generadores de su propio contenido.</p> <p>Cultura del «todo gratis»: falta de sensibilización frente al valor de la cultura.</p>

RETOS

INTANGIBILIDAD DE LOS ACTIVOS	<p>Desconocimiento de las empresas de sus propios activos de propiedad intelectual por la dificultad de su identificación y cuantificación.</p> <p>Dificultades de las entidades financieras para valorar activos intangibles.</p>
PROPIEDAD INTELECTUAL	<p>Falta de comprensión y concienciación de los ciudadanos sobre el valor de la propiedad intelectual.</p>

OPORTUNIDADES

CARÁCTER DINÁMICO DEL SECTOR	<p>Creatividad e innovación entre los rasgos distintivos de las ICC.</p>
DIVERSIDAD DE CONTENIDOS CULTURALES Y CREATIVOS	<p>Oferta que responde a la demanda del mercado de productos innovadores y singulares.</p>
EVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGÍA	<p>Renovación continua de oportunidades de negocio.</p> <p>Aparición de nuevos formatos, tipos de contenido y formas de distribución al público.</p> <p>Nuevas aplicaciones para productos ya existentes.</p> <p>Nuevas oportunidades de desarrollar una carrera creativa y darse a conocer.</p> <p>Nuevas fórmulas de captación de ingresos (<i>crowdfunding</i> y <i>crowdlending online</i>).</p>

OPORTUNIDADES

MERCADO DE CONTENIDOS DIGITALES	<p>Continuo crecimiento a nivel nacional e internacional.</p> <p>La facturación de la industria de contenidos digitales creció en 2018 por cuarto año consecutivo y alcanzó los 11 467 millones de euros, lo que supone un incremento del 16,3 % respecto al año anterior, según la nueva edición del «Informe anual del sector de los contenidos digitales en España», que publica el Ministerio de Economía y Empresa a través del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI).</p>
MERCADOS INTERNACIONALES	<p>Acceso al mercado internacional más fácil gracias a la tecnología.</p> <p>Mercado global de consumidores de bienes y servicios de gran tamaño que no deja de crecer.</p> <p>Buena reputación en el exterior de la creatividad nacional.</p>
SINERGIAS TIC - ICC	<p>El arte como catalizador para conversión eficiente de conocimiento en nuevos productos, servicios y procesos.</p> <p>Artistas capaces de crear prototipos de nuevas soluciones, productos, modelos económicos, sociales y empresariales con las TIC como medio de expresión.</p> <p>Empresas de otros sectores que cuentan con trabajadores del ámbito artístico en labores de consultoría y asesoramiento.</p> <p>Iniciativas como STARTS, de la Comisión Europea, para el fomento de la innovación a través de actividades conjuntas entre el mundo artístico e investigadores de distintas disciplinas científicas.</p>
PROFESIONALES CON EXPERIENCIA	<p>Grandes profesionales de reconocido prestigio y experiencia en el ámbito artístico, creativo y de gestión.</p>

OPORTUNIDADES

NUEVOS TALENTOS	Jóvenes profesionales con amplia formación, capaces de responder a los nuevos retos a los que se enfrentan las ICC.
CLUSTERS, PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS, UNIVERSIDADES Y CENTROS DE I+D+i	Existencia de centros especializados en formación y producción de los distintos sectores que integran las ICC.
PROGRAMAS DE FORMACIÓN ESPECIALIZADOS	<p>Másteres, cursos de formación y perfeccionamiento <i>online</i> y presenciales.</p> <p>Oferta de formación amplia y en constante crecimiento en materias relativas a las ICC.</p>
EL ESPAÑOL EN EL MUNDO	<p>Informe del Instituto Cervantes: «El español: una lengua viva. 2018»</p> <ul style="list-style-type: none">→ Más de 480 millones de personas con el español como lengua materna,→ Grupo de usuarios potenciales de español en el mundo de 577 millones,→ Casi 22 millones de estudiantes de español como lengua extranjera. <p>Segunda lengua materna del mundo por número de hablantes; también la segunda en cómputo global de hablantes.</p> <p>Inmensa fuente de negocios, oportunidades e intercambios culturales.</p> <p>Estudio «El valor económico del español» de la Fundación Telefónica:</p> <ul style="list-style-type: none">→ La lengua española genera el 16 % del valor económico del PIB y del empleo en España,

OPORTUNIDADES

EL ESPAÑOL EN EL MUNDO

- El «factor ñ» (contenido en español) de las industrias culturales supone el 2,9 % del PIB de la economía española,
- El español es la segunda lengua de comunicación internacional en la Red, tanto por número de usuarios como por páginas web,
- El español multiplica por 4 los intercambios comerciales entre los países hispanohablantes.

RIQUEZA DEL PATRIMONIO CULTURAL Y ARTÍSTICO DE ESPAÑA

47 bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial (tercer país del mundo por detrás de Italia y China).

18 inscritos en la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial.

49 reservas en la Red Mundial de Reservas de la Biosfera (primer país del mundo en número de espacios declarados).

11 archivos en el Registro de la Memoria del Mundo.

12 candidaturas elaboradas con elementos destacados del patrimonio documental español e inscritas en el Registro Internacional de la Memoria del Mundo de la UNESCO, algunas de ellas preparadas y presentadas conjuntamente con Portugal, Japón, México e Italia. Las 12 candidaturas inscritas denotan la importancia del patrimonio documental español en el contexto internacional, con elementos tan destacados para la historia de la humanidad como el Tratado de Tordesillas (candidatura conjunta con Portugal), custodiado en el Archivo General de Indias e inscrito en 2007, o las Capitulaciones de Santa Fe, custodiadas en el Archivo de la Corona de Aragón e inscritas en 2009.

2 sitios del Sello de Patrimonio Europeo concedido por la Unión Europea.

Rico patrimonio cultural, natural y enogastronómico que constituye una importante oferta diferenciadora y es la base para una diversificación territorial y de mercados.

OPORTUNIDADES

ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO

Segundo destino turístico mundial por detrás de Francia y por delante de EE.UU.

Primer destino vacacional mundial.

El gasto total realizado por los turistas que visitaron España ascendió a 89 856 millones de euros en 2018, cifra también récord, y que representa un incremento del 3,3 % respecto al año anterior.

Número de visitantes extranjeros en 2018: 82,8 millones, un 1,1 % más con respecto a 2017.

España es líder del *ranking* mundial de competitividad turística que elabora el Foro Económico Mundial.

PROPIEDAD INTELECTUAL

Mayor protección de los derechos de propiedad intelectual implica mayor efecto positivo en el crecimiento de la economía y creación de puestos de trabajo de alto valor añadido.

Las últimas reformas del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (las llevadas a cabo por el Real Decreto Ley 2/2018 y por la Ley 2/2019) han reforzado las funciones de la Comisión de Propiedad Intelectual (salvaguarda de los derechos de propiedad intelectual en el entorno digital, determinación de tarifas establecidas por las entidades de gestión y control de dichas tarifas). En el mismo sentido, la reforma europea de los derechos de autor, actualmente en curso, va en la misma línea de equilibrar el funcionamiento de los mercados creativos y la justa remuneración de los creadores. España ha sugerido o apoyado algunas de las medidas propuestas, insistiendo en la necesidad de mejorar el funcionamiento de la cadena de valor de las industrias creativas y clarificar el papel de los intermediarios.

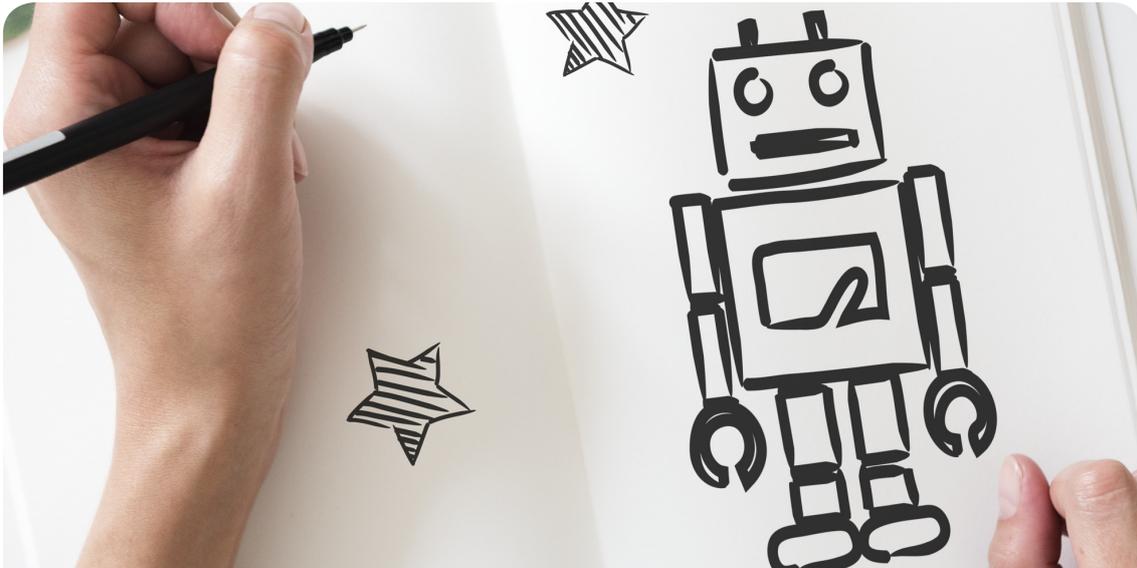
Buen resultado de España en el estudio «Las raíces de la innovación», de la Cámara de Comercio estadounidense sobre las políticas de protección de la propiedad intelectual. Posición 11 de 45 de países examinados.



3. OBJETIVOS DE LA MEMORIA



**MEMORIA
DE POLÍTICAS
DE FOMENTO DE
LAS INDUSTRIAS
CULTURALES Y
CREATIVAS
2019**



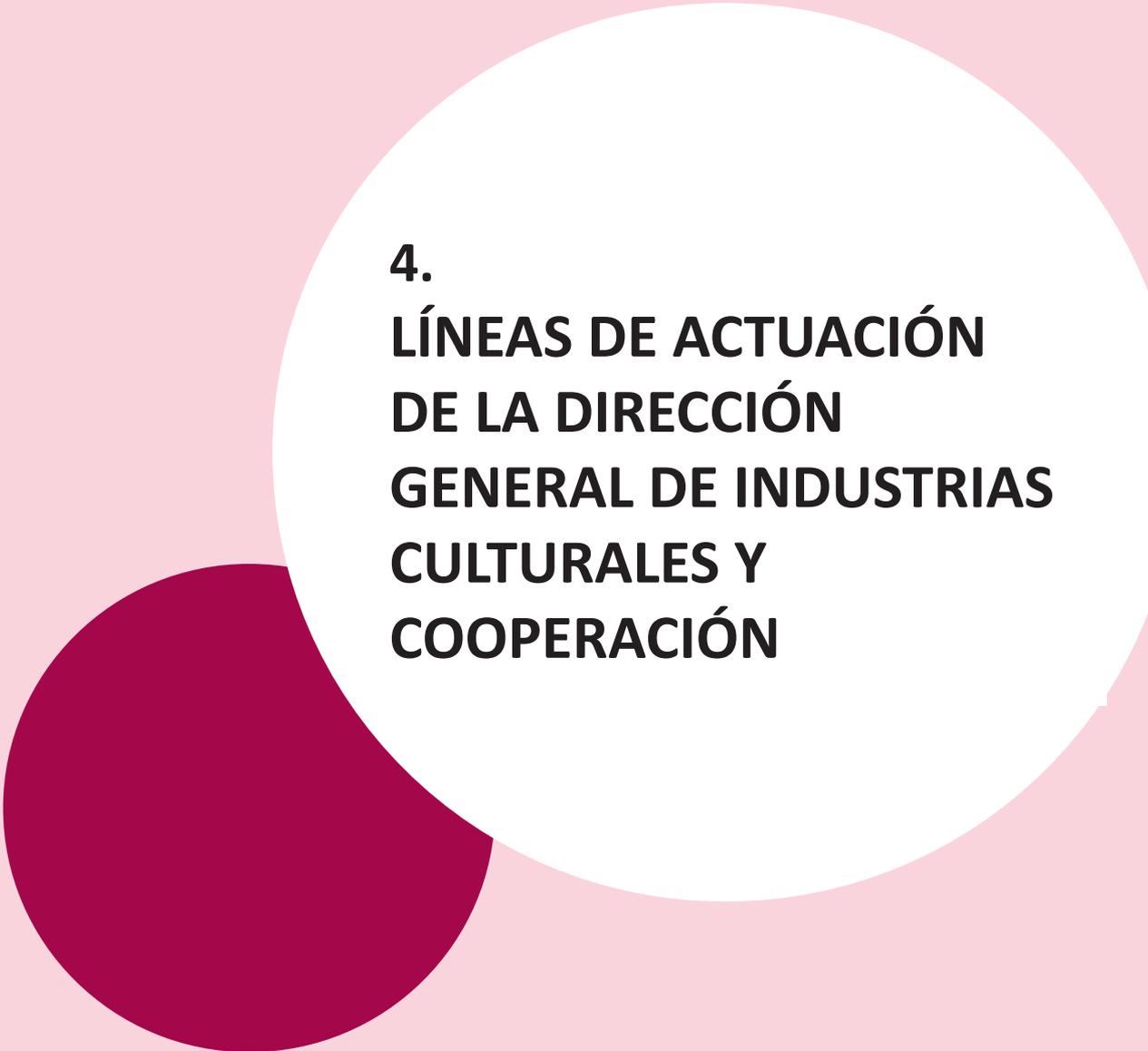
Los objetivos específicos de la Memoria de Políticas de Fomento de las ICC para 2019 tienen como punto de partida los retos y oportunidades comentados en los apartados anteriores.

A largo plazo, la meta es promover la modernización de las industrias culturales y creativas a partir de la incorporación plena de las nuevas tecnologías, que permita avanzar hacia una cultura digital, apostando por la sostenibilidad de las ICC y la formación de sus gestores, a la vez que se impulsa una mayor sensibilización respecto del valor de la cultura, que permita la creación de nuevos públicos.

Para ello, las medidas que se proponen están basadas en el fomento de la innovación y el emprendimiento, el desarrollo tecnológico y digital, el desarrollo del mercado y la internacionalización, la necesidad de una formación multidisciplinar y empresarial de los profesionales de las ICC, la provisión de fondos, la ayuda a la captación de inversión y la creación de un marco que favorezca la apreciación de la propiedad intelectual. Son las siguientes:

- Potenciar la incorporación de la tecnología en la actividad de las ICC y los efectos transversales de creatividad e innovación cultural en la economía.
- Apoyar a empresas y entidades sin fines de lucro para que superen los umbrales mínimos de eficiencia y/o rentabilidad que les permita competir en un mercado global.
- Cooperar con estructuras e instituciones para fomentar la colaboración, integración, asociacionismo, alianzas y creación de redes.
- Mejorar la formación empresarial y contribuir a la profesionalización del sector cultural y creativo.
- Generar y consolidar el empleo en todos los sectores culturales.
- Incrementar la participación social y el reconocimiento público del sector.
- Fomentar el respeto a la propiedad intelectual y analizar y proponer métodos de valoración de este tipo de activos.

Dichos objetivos se esperan a través de una serie de actuaciones transversales, algunas ya iniciadas años anteriores y otras que resultan novedosas y que se realizarán a lo largo del año 2019.



**4.
LÍNEAS DE ACTUACIÓN
DE LA DIRECCIÓN
GENERAL DE INDUSTRIAS
CULTURALES Y
COOPERACIÓN**



**MEMORIA
DE POLÍTICAS
DE FOMENTO DE
LAS INDUSTRIAS
CULTURALES Y
CREATIVAS
2019**

Con el fin de intentar cumplir con los objetivos específicos de esta Memoria, la Dirección General de Industrias Culturales y Cooperación dispone de varias líneas de actuación encaminadas a estimular y facilitar la colaboración entre empresas, entidades y profesionales, para lo que pondrá todos los recursos a su alcance buscando incidir en la consolidación, modernización y desarrollo del sector cultural.

Por su interés, se exponen también líneas de actuación de otros centros directivos del Ministerio de Cultura y Deporte que son relevantes para este mismo objetivo. Asimismo, en Anexo se ofrece información sobre las líneas de ayudas del resto de centros directivos del Ministerio.

4.1. AYUDAS Y BECAS DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES Y COOPERACIÓN³

4.1.1. CONVOCATORIAS DE AYUDAS

4.1.1.1. AYUDAS PARA LA MODERNIZACIÓN E INNOVACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

BENEFICIARIOS:

Profesionales inscritos en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, así como las pequeñas empresas y las microempresas, de nacionalidad española o de cualquier Estado miembro de la Unión Europea o de los Estados signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo que tengan residencia fiscal en España.

CUANTÍA:

1 940 000 euros

³ Las cuantías que aparecen en cada apartado se refieren a los Presupuestos Generales de 2018, prorrogados para 2019 por Acuerdo del Consejo de Ministros de 28 de diciembre de 2018.

FINALIDAD:

a) Promover las inversiones para la creación y difusión de contenidos digitales culturales en productos y servicios aumentando la calidad de la oferta legal de contenidos digitales culturales en Internet y mejorando el acceso de los ciudadanos a los mismos.

b) Promover las inversiones que permitan la modernización, innovación y desarrollo tecnológico de las industrias culturales y creativas.

c) Incrementar la generación de empleo fomentando el desarrollo, la profesionalización y la vertebración del sector de las industrias culturales y creativas.

d) Impulsar la internacionalización de las industrias culturales y creativas y fomentar la oferta turística cultural mediante aplicaciones vinculadas a Internet y a las nuevas tecnologías.

e) Estimular la participación del sector privado en la financiación de proyectos culturales y fomentar el mecenazgo cultural.

RESPONSABLE:

Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo

4.1.1.2. AYUDAS PARA LA ACCIÓN Y LA PROMOCIÓN CULTURAL

BENEFICIARIOS:

Personas jurídicas sin ánimo de lucro

CUANTÍA:

2 040 000 euros

FINALIDAD:

Tienen por objeto la modernización y profesionalización del sector cultural y creativo a través del fomento de actividades que contribuyan a alguna de las siguientes finalidades:

a) Fomentar la modernización del sector y el uso de las nuevas tecnologías en la creación y difusión de contenidos, productos y servicios culturales.

- b)** Incrementar la profesionalización de las industrias culturales y creativas y su capacidad para generar empleo potenciando la formación, la integración, la vertebración, las asociaciones sectoriales y las redes dentro del sector cultural.
- c)** Fomentar la internacionalización de la cultura española y su inclusión en redes europeas de oferta cultural, potenciando a España como destino turístico cultural.
- d)** Estimular la participación del sector privado en la financiación de proyectos culturales y fomentar el mecenazgo cultural.
- e)** Favorecer los vínculos y la cooperación y comunicación cultural entre las comunidades autónomas o contribuir al equilibrio territorial de la oferta cultural en España, especialmente a través de proyectos en el medio rural.

RESPONSABLE:

Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo

NUEVA SECCIÓN SOBRE LOS 10 PROYECTOS MÁS VALORADOS EN 2018:

En la página web de la Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo, se ha incluido un apartado donde se destacan los proyectos beneficiarios más valorados en la convocatoria de ayudas para la acción y la promoción cultural y en la convocatoria de ayudas para la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas mediante proyectos digitales y tecnológicos. Los resúmenes, imágenes o vídeos de dichos proyectos se pueden consultar en el siguiente enlace: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/mejores-proyectos-2018.html>

De entre los que obtuvieron ayudas para la acción y promoción cultural se seleccionaron los siguientes proyectos:

ESTUDIO DE GÉNERO EN LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA

Realizado conjuntamente entre la Asociación de Mujeres de la Industria de la Música (MIM) y la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), pretende realizar un análisis sobre el papel de las mujeres dentro de la industria musical española.

GAMES@360

Pretende elaborar un informe que describa en detalle las oportunidades de negocio que ofrece la aplicación de las tecnologías, metodologías y mecánicas de los videojuegos a otras industrias culturales y digitales.

BEYOND GAMES 2018

En junio de 2018, Gamelab Beyond Games acogió en Barcelona un programa internacional de conferencias, encuentros y actividades que fomentaron la discusión y la reflexión en torno

a la potencialidad del videojuego para transformar el mundo en el que vivimos y el papel y responsabilidad de los creadores y compañías en ese reto.



PROGRAMAS DE FORMACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL, LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y EL EMPRENDIMIENTO DE LAS EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS EN ESPAÑA

El objetivo principal del proyecto es impulsar el desarrollo de productos y servicios culturales aprovechando la digitalización y las nuevas tecnologías.

ABIERTO DE ACCIÓN 2018

Programa que incluye diferentes proyectos que se desarrollan a lo largo de todo el año y en diferentes ciudades. Entre ellos se destaca «LAK Laboratorio de Akcion», un espacio de trabajo estable para la investigación de la *performance* que repercute en la evolución de los alumnos y su desarrollo personal a través del arte.



ME VUELVES LORCA 2018

El festival de artes escénicas «Me vuelves Lorca» forma parte de un premiado proyecto de desarrollo rural que se lleva a cabo en el pueblo de Laroles (Nevada), en La Alpujarra de Granada. Un proyecto ambicioso que fue puesto en marcha en 2013 para dinamizar la parte menos conocida de La Alpujarra granadina y combatir la amenaza de despoblación de la zona.



PÚBLICA 19

Encuentros internacionales de gestión cultural. Plataforma para los profesionales de todas las disciplinas de la cultura, tanto del sector público como privado. Cada mes de enero, reúne en el Círculo de Bellas Artes de Madrid a los profesionales más relevantes de la gestión cultural de España y otros países para intercambiar experiencias, participar en el debate de los temas claves del sector e identificar oportunidades de colaboración.



ESTUDIO DE IMPACTO DE LOS FESTIVALES DE MÚSICA EN ESPAÑA

Tiene como objetivo analizar una nueva experiencia de creación y difusión de la cultura como es el espacio ofrecido por los festivales de música, incidiendo en las particularidades propias de un evento artístico diferenciado de los espectáculos públicos hasta ahora existentes y sobre todo de los conciertos de música.

PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE LA DANZA HECHA EN ESPAÑA

La revista de danza *SusyQ* hace alianza con FECED, la Federación de Compañías de Danza de España, para editar el número extraordinario «Dance From Spain». Se trata de una publicación que intenta dar visibilidad internacional a la danza que se hace en España.

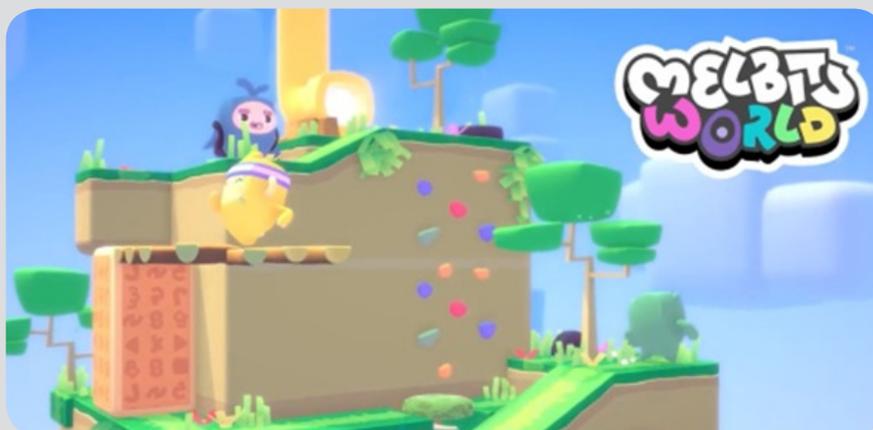
PROYECTO TALENTOS DE LA FUNDACIÓN ARBÓS - ORQUESTA SINFÓNICA DE MADRID

El objetivo de este proyecto es identificar a jóvenes talentos musicales de toda la geografía española (de hasta 16 años de edad) y contribuir a su pleno desarrollo.

De entre los proyectos que obtuvieron ayudas para la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas se seleccionaron los siguientes:

MELBITS STRATEGIC OPERATIVE EXCELLENCE

Melbot crea Melbits como una línea franquiciable de productos interconectados que combinan juguete electrónico y videojuego, tanto en plataforma móvil como en consolas y Smart Tv. Los Melbits son seres que viven dentro de los dispositivos y en la nube. Se crearon de manera espontánea gracias a la combinación de las emociones de las personas y la información binaria que se mueve por Internet. Ayudan a mantener el balance con los virus que corren por la red.



ESCENA AUMENTADA

Tiene como objetivo la creación de un sistema de emisión de subtítulo multilingüe y accesible mediante gafas de realidad aumentada para ser utilizado en directo en representaciones teatrales.



COMPETICIONES DE ARTE-ART COMPETITIONS (FILMS, PHOTO & TEXT)

Competiciones MundoArti. «Ligas», «Copas», «Divisiones», «Champions», «Mundiales». Diferentes niveles e innumerables disciplinas artísticas (escritura, fotografía, ilustración, música, etc.) se crean para motivar y aumentar las posibilidades de ganar premios. Un entorno que permitirá a los aficionados al arte compartir sus obras, conocerse entre sí y competir, con jurados profesionales que le ayudarán a mejorar.

APLICACIÓN EDUCATIVA: MUJERES QUE HAN CAMBIADO EL MUNDO

App para niñas y niños organizada como nueve cuentos interactivos que visibilizan referentes femeninos poco conocidos. Con lenguaje ameno y destacando anécdotas y valores universales explica la historia de algunas mujeres que han contribuido a que el mundo avance.



VINCULADOR SERVICIO YOUTUBE CON GUÍA ELECTRÓNICA DE PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN (EPG)

Este proyecto ha creado un nuevo sistema de vinculación y promoción vía metadatos de contenidos audiovisuales existentes en You Tube, con contenidos de la guía electrónica de televisión de las plataformas de TV de pago, para fomentar su consumo y popularización.

LIVE FOREVER!

Se trata de un proyecto futurista que responde a una nueva generación de artistas y audiencias que exigen nuevos productos y experiencias en muchas disciplinas, pero la principal es transferir a sus usuarios al arte sonoro de las próximas décadas: sonido 3D, 4D, audio espacial, aumentado y posicionado de forma holográfica. En 2019 se encuentra en fase de prelanzamiento, para presentar la app y el evento oficialmente en 2020.



PLATAFORMA DE ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA DE FESTIVALES Y OTROS EVENTOS CULTURALES - FASE I

Con este proyecto, Barcelona Events Musicals, S. L. (BEM), la productora del festival Cruïlla, entre otros, está desarrollando una plataforma tecnológica de análisis de audiencia para conocer mejor a su público y poder crear una relación única con cada una de las personas y crear comunidad.

i.MUSI

Es una innovadora metodología de lenguaje musical que se basa en tres pilares fundamentales: progresividad, dinamismo y empleo de las nuevas tecnologías como apoyo/refuerzo para la motivación en el aprendizaje. El proceso utilizado en todas las unidades didácticas se basa en escuchar, hablar (cantar), leer y escribir, imitando el proceso natural de aprendizaje de la lengua materna.



PLATAFORMA DE CONSERVACIÓN DE ARTE DIGITAL BASADA EN ALMACENAMIENTO DISTRIBUIDO

El objetivo de este proyecto es desarrollar e implementar una aplicación de conservación y restauración de arte digital. El proyecto proporcionará un servicio técnico innovador que permita modernizar y hacer más robustas las colecciones de arte digital, lo cual facilitaría la compra y venta de este tipo de arte.

MANKIND FASE II

Desarrollo de un videojuego narrativo para la exploración y difusión del Patrimonio Rupestre Español. Centrado en explorar la creación del arte rupestre y la vida en el Paleolítico, pondrá a los jugadores en la piel de la chamán de una pequeña tribu, explorando cómo es su día a día y cómo su pequeña sociedad dejó su impronta en el mundo a través de la creación de arte rupestre.

4.1.1.3. AYUDAS HISPANEX

BENEFICIARIOS:

Personas físicas vinculadas a alguna universidad de las siguientes áreas:

- América (Estados Unidos)
- Asia-Pacífico (Japón, China, Filipinas e Islas del Pacífico Hispano, Corea y Australia)
- Europa (Alemania, Francia, Grecia, Polonia, Portugal, Reino Unido y Hungría)
- Mediterráneo (Marruecos)

CUANTÍA:

180 000 euros

FINALIDAD:

Para proyectos que cumplan alguno de los objetivos siguientes:

- a) Promover, en colaboración con universidades extranjeras, trabajos de investigación y estudios en el ámbito del hispanismo académico.
- b) Facilitar la difusión de la cultura actual española en dichos centros a través de proyectos culturales específicos.
- c) Apoyar y potenciar las lenguas españolas en los centros referidos.

RESPONSABLE:

Subdirección General de Cooperación y Promoción Internacional de la Cultura

4.1.1.4. AYUDAS DEL PROGRAMA IBEREX

BENEFICIARIOS:

Jóvenes profesionales del sector cultural de alguno de los países miembros de la Comunidad Iberoamericana de Naciones (Andorra, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela) o de los países o territorios en los que el español tiene reconocimiento constitucional (Guinea Ecuatorial, Filipinas y el Estado Libre Asociado de Puerto Rico).

CUANTÍA:

75 000 euros

FINALIDAD:

Participación de profesionales iberoamericanos del sector cultural en programas organizados como prácticas formativas de carácter no reglado e impartidas por los organismos especializados y unidades sectoriales del Ministerio de Cultura y Deporte.

En total se conceden 17 ayudas (14 para cursos y 3 para estancias).

RESPONSABLE

Subdirección General de Cooperación y Promoción Internacional de la Cultura

4.1.2. CONVOCATORIAS DE BECAS

4.1.2.1. BECAS FORMARTE

Becas de formación y especialización en materias de la competencia de las instituciones culturales dependientes del Ministerio.

CUANTÍA:

540 000 euros

REQUISITOS:

Tener la nacionalidad de cualquier estado miembro de la Unión Europea y haber terminado la licenciatura o grado en el curso 2012-2013 o en fecha posterior.

CATEGORÍAS:

- Becas de Conservación y Restauración de Bienes Culturales
- Becas de Museología
- Becas de Biblioteconomía y Documentación
- Becas de Archivística
- Becas de Gestión Cultural
- Becas de Artes Plásticas y Fotografía

DESTINOS:

El Instituto de Patrimonio Cultural de España, el Museo Nacional del Prado, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, la Biblioteca Nacional de España o el Museo Arqueológico Nacional, entre otros.

RESPONSABLE:

Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo

4.1.2.2. BECAS CULTUREX

Becas de formación práctica en gestión cultural para jóvenes españoles en instituciones culturales en el exterior.

CUANTÍA:

202 490 euros

LIMITACIONES:

Ser menor de 35 años de edad en la fecha de la convocatoria de solicitud de becas.

DESTINOS:

- Centre Pompidou (París)
- Frankfurter Buchmesse (Frankfurt)
- Fundação de Serralves (Oporto)
- HAY Festival of Literature & The Arts (Londres)
- Jeu de Paume (París)
- National Gallery of Art (Washington)
- Representación Permanente de España ante la UNESCO (París)
- Tate Modern (Londres)
- Centro Nacional de Artes CENART (Ciudad de México)
- Fundação Calouste Gulbenkian (Lisboa)
- Museo de Arte Latinoamericano MALBA (Buenos Aires)
- Zentrum Für Kunst und Medien ZKM (Karlsruhe, Alemania)
- Real Academia de España en Roma
- Centre for Contemporary Arts (CCA) (Glasgow)
- Representación de España ante la Unión Europea (Bruselas)
- Musées Royaux d'Art et Histoire (Bruselas)

RESPONSABLE:

Subdirección General de Cooperación y Promoción Internacional de la Cultura

4.1.2.3. BECAS FULBRIGHT

5 becas para la ampliación de estudios artísticos en los Estados Unidos de América.

CUANTÍA:

250 000 euros

DISCIPLINAS:

- Artes audiovisuales
- Artes escénicas
- Artes plásticas y visuales
- Música y musicología
- Museología y conservación del patrimonio

RESPONSABLE:

Subdirección General de Cooperación y Promoción Internacional de la Cultura

4.2. ACCESO A LA FINANCIACIÓN

CREA SGR, entidad creada en 2005 por el Ministerio de Cultura y EGEDA, es la única sociedad de garantía recíproca especializada en industrias culturales y creativas.

A lo largo de sus 13 años de actividad ha participado en la puesta en marcha de más de 1760 avales y 390 millones de euros en avales, cifras que demuestran su profundo conocimiento de las necesidades de financiación de las PYME del sector.

La siguiente tabla recoge los datos más significativos del impacto de las actuaciones de CREA SGR en los últimos siete años:

IMPACTO DE LAS ACTUACIONES DE CREA SGR								
Ejercicio	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
Importe estudiado (millones euros)	39,2	49,6	59,9	80,1	64,9	59,2	82,6	435,5
Importe aprobado (millones euros)	27,6	30,7	39,7	55,6	63,4	57,5	80,7	355,2
Importe formalizado (millones euros)	25,8	26,9	32,9	52,6	51,6	49,2	66,5	305,5
Operaciones formalizadas	80	104	158	297	331	330	405	1.705
Importe medio operación formalizada (euros)	322.500	259.000	208.000	177.000	156.000	149.000	164.000	1.435.500

A continuación aportamos información sobre avales formalizados en el año 2018 por sectores:

2018	FORMALIZADO (€)		Nº AVALES	
AUDIOVISUAL	49.645.770	75 %	161	40 %
JUEGO	10.887.569	16 %	150	37 %
OTRA ICC	5.625.803	8 %	75	19 %
OTRA ACTIVIDAD	239.766	0 %	17	4 %
TURISMO	135.000	0 %	2	0 %
	66.533.908		405	

La Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo colabora con CREA SGR y cada año le otorga una subvención nominativa que es destinada en su totalidad a sufragar el coste de la operación de concesión

del aval necesario para la obtención de préstamos para la puesta en marcha de nuevos proyectos o actividades de las ICC.

CUANTÍA: 300 000 euros

4.2.1. ACUERDO CERSA-FEI PARA FACILITAR EL ACCESO A LA FINANCIACIÓN DE LAS ICC

En enero de 2017 se firmó un acuerdo entre el FEI (Fondo Europeo de Inversiones) y CERSA (Compañía Española de Reafianzamiento) para facilitar el acceso a la financiación de las empresas de las industrias culturales y creativas. España se convirtió así en el primer país de la Unión Europea en abrir una línea de financiación para las PYME del sector cultural y creativo gracias al Instrumento de Garantía del Programa Europa Creativa. Dicho acuerdo se firmó por 2 años, y recientemente se ha extendido por otros 2.

Se espera que esta línea, abierta hasta el año 2020 genere en los próximos años más de 600 millones de euros en préstamos. En España, está siendo canalizada por las 19 sociedades de garantía recíproca (SGR) a través de sus 60 oficinas en toda España, y especialmente por CREA SGR, sociedad especializada en el ámbito cultural y audiovisual.

Se trata de la primera vez que se pone en mar-

cha una iniciativa de este alcance para todo el sector en España y con un importante apoyo de fondos públicos, tanto de la Unión Europea como de la Secretaría General de Industria y PYME, a la que está adscrita CERSA.

La Comisión Europea, a través del FEI, cubre el 70 % del riesgo de la financiación concedida a las PYME para facilitar su acceso al crédito. Los préstamos podrán ser solicitados por PYME de cualquiera de los sectores relacionados con las industrias culturales y creativas. De esta forma, se responde a las necesidades específicas de financiación de este sector, que por desarrollar fundamentalmente activos de carácter intangible, encuentra mayores dificultades para ofrecer garantías suficientes a las entidades de crédito.

El volumen formalizado por CREA SGR sujeto a la línea CERSA/FEI para ICC ha sido de 38 millones de euros en 2017 y 44 en 2018.

4.3. PROGRAMAS EUROPEOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN

La Comisión Europea apuesta firmemente por las ICC y cuenta con programas, instrumentos y presupuesto para apoyar la innovación en estos sectores. Destacan especialmente Horizonte 2020, Europa Creativa y Europa con los Ciudadanos. Estos programas suelen tener como requisito la búsqueda de socios a nivel europeo para el desarrollo de los proyectos. Los socios pue-

den ser públicos o privados, empresas o instituciones sin ánimo de lucro (en el caso específico de Europa con los Ciudadanos, solo autoridades locales y entidades sin ánimo de lucro). Existen puntos de contacto nacionales para cada uno de los programas en los que se puede ampliar información sobre los mismos.



4.3.1. HORIZONTE 2020

Es el programa que financia proyectos de investigación e innovación de diversas áreas temáticas en el contexto europeo. Sus objetivos son abordar los principales retos sociales, promover el liderazgo industrial en Europa y reforzar la excelencia de su base científica. Algunos de sus retos están abiertos a las industrias culturales y creativas. El presupuesto disponible

para el período 2014-2020 asciende a 76 880 millones de euros. El programa integra por primera vez todas las fases que van desde la generación del conocimiento hasta las actividades más próximas al mercado, y en él tienen cabida investigadores, empresas, centros tecnológicos y entidades públicas. Existen varias convocatorias interesantes para las ICC:

LAS CONVOCATORIAS DE ICT

(Information and Communications Technology/
Tecnologías de la Información y la Comunicación)

Van dirigidas tanto a industrias digitales creativas como a industrias creativas que no sean necesariamente «digitales» en la actualidad, pero sí quieran modernizar su proceso creativo mediante el uso de nuevas tecnologías.

El punto de contacto nacional para estas convocatorias es el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

<http://www.cdti.es/>

Información general:

<https://www.eshorizonte2020.es>

<http://eshorizonte2020.cdti.es/index.asp?TR=C&IDR=2224>

Información detallada sobre los puntos de contacto nacionales:

<http://eshorizonte2020.es/que-es-horizonte-2020/horizonte-2020-en-espana/puntos-nacionales-de-contacto>

LAS CONVOCATORIAS DE LOS RETOS SOCIALES PLANTEADOS POR LA COMISIÓN EUROPEA

Las ICC pueden presentarse a algunas convocatorias del Reto Social 5 (SC5: Societal Challenge 5) y prácticamente a la totalidad de convocatorias del Reto Social 6 (CULT-COOP) «Europa en un mundo cambiante. Sociedades inclusivas, innovadoras y reflexivas».

El punto de contacto nacional para las convocatorias del Reto 5 es el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y para las convocatorias del Reto 6 es la Oficina Europea del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

<https://oficinaeuropea.fecyt.es/>



4.3.2. EUROPA CREATIVA

Es el programa de la Unión Europea destinado a impulsar los sectores culturales y creativos frente a los retos a los que se enfrentan: la fragmentación del mercado resultante de la diversidad cultural y lingüística, la globalización y la transición digital, así como sus grandes dificultades a la hora de acceder a préstamos comerciales. Cuenta con un presupuesto global de 1460 millones de euros para el período 2014-2020.

Estructurado en dos subprogramas: MEDIA y Cultura, y un capítulo intersectorial que incluye un fondo de garantía y otras iniciativas (principalmente las Capitales Europeas de la Cultura, el Sello del Patrimonio Europeo y premios europeos culturales).

La Oficina Europa Creativa España se compone de 5 oficinas encargadas de ofrecer información y prestar asesoramiento a los operadores susceptibles de ser beneficiarios del Programa:

- Oficina Europa Creativa – Cultura, con sede en el Ministerio de Cultura y Deporte. Su correo electrónico de contacto es: europacreativa.cultura@cultura.gob.es
- Oficina Europa Creativa - MEDIA a nivel nacional, con sede en la Ciudad de la Imagen en Pozuelo de Alarcón (Madrid)
- Oficina Europa Creativa - MEDIA en Cataluña
- Oficina Europa Creativa - MEDIA en País Vasco
- Oficina Europa Creativa - MEDIA en Andalucía

Puede ampliarse información sobre este programa en los siguientes enlaces:

→ Vídeo general de Europa Creativa en castellano realizado por la Comisión Europea:

<http://europa.eu/ljX69JN>

→ Vídeo de Europa Creativa-Cultura elaborado por la oficina española. Ofrece toda la información básica y resuelve las principales dudas:

<https://www.youtube.com/watch?v=Ym27RsvlvN8&list=PLmAw6SZis81Ib21agpj8IJQ-dfLEeVDV0&index=8>

→ Vídeo de Europa Creativa-Cultura elaborado por la oficina española, que da algunas claves para presentar una solicitud con éxito:

<https://www.youtube.com/watch?v=ny5DQgTfEzM&list=PLmAw6SZis81Ib21agpj8IJQ-dfLEeVDV0&index=3>

→ Web general del programa en España, que incluye los enlaces a todas las oficinas:

www.europacreativa.es

→ Web de la Oficina MEDIA España:

<http://www.oficinamediaespana.eu/>

Algunos datos a destacar:

→ En la última convocatoria (2018) del subprograma Cultura, 42 organizaciones culturales españolas han recibido subvenciones directas y participan casi en un tercio de los proyectos europeos subvencionados.

→ La ratio de éxito de las organizaciones líderes de proyectos ha sido de un 6 %, percibiendo más de 4,2 millones de euros.

→ 4 organizaciones han sido seleccionadas en proyectos a menor escala y 2 con proyectos a mayor escala.

→ 159 organizaciones españolas se han involucrado en la presentación de proyectos (en calidad de líderes y socios).



Europa con los Ciudadanos

4.3.3. EUROPA CON LOS CIUDADANOS

Es el programa de la Comisión Europea destinado a impulsar la participación activa de los ciudadanos en la vida democrática de la Unión, mediante la financiación de planes y actividades que promuevan el conocimiento de la historia y los valores compartidos de Europa, a través de un diálogo constante con las organizaciones de la sociedad civil y las autoridades locales.

El Programa se aprobó el 15 de abril de 2014 por el Consejo de la Unión Europea. Cuenta con un presupuesto global de 185 millones de euros y se enmarca en la estrategia global Europa 2020 para contribuir a los objetivos europeos, en aras de un crecimiento económico, inteligente, sostenible e integrador.

La oficina del Programa Europa con los Ciudadanos es el Punto Europeo de Ciudadanía. Se encuentra en el Ministerio de Cultura y Deporte. El correo electrónico es: pec.cultura@cultura.gob.es

Más información en los siguientes enlaces:

- Vídeo de 4 minutos que explica el programa y resuelve dudas básicas: <https://www.youtube.com/watch?v=SQZAuh6yO98&list=PLmAw6SZis81KSIOkyoZFMVK9fOTNY9sER&index=6&t=0s>
- Web del Punto Europeo de Ciudadanía: <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cooperacion/mc/pec/portada.html>

Algunos datos destacables:

- En 2018 se presentaron un total de 78 propuestas (4,76 % del total presentado) de organizaciones españolas, de las que 16 fueron seleccionadas.
- La ratio de éxito de las organizaciones líderes de proyectos ha sido de un 20,51 %, percibiendo 777 680 €.
- 78 organizaciones españolas participan en proyectos seleccionados como socios.

4.3.4. PROGRAMA ERASMUS+ PARA EL SECTOR CULTURAL

El programa Erasmus+ es el programa europeo de cooperación en los ámbitos de la educación, la formación, la juventud y el deporte para el periodo 2014-2020.

Este programa está destinado a fomentar la cooperación transnacional en todos los ámbitos del aprendizaje formal, no formal e in-

formal, por lo que Erasmus+ también ofrece oportunidades de financiación a todas las instituciones culturales que desarrollen actividades educativas y formativas dirigidas tanto a alumnado en periodo escolar como a personas adultas (talleres, ciclos de conferencias, actividades de animación lectora o cultural, etc.) En este sentido, las instituciones del sector



cultural pueden, por ejemplo, participar en proyectos Erasmus+ de movilidad del personal encargado y responsable de las actividades educativas y formativas, con el fin de mejorar sus competencias profesionales en este entorno. Por otro lado, el programa también ofrece oportunidades de participación en asociaciones estratégicas, con otros socios europeos, con el fin de generar innovación y/o intercambiar buenas prácticas en proyectos que aborden prioridades relevantes para la educación

escolar, así como para la educación de personas adultas.

El Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE) es el organismo encargado de la gestión en España de las acciones de educación y de formación del programa Erasmus+ de la Comisión Europea.

Más información en:

<http://www.sepie.es>

4.3.5. INFORMACIÓN CONTINUA SOBRE OPORTUNIDADES DE FINANCIACIÓN A NIVEL EUROPEO

La Dirección General de Industrias Culturales y Cooperación facilita información actualizada y organiza jornadas informativas sobre las oportunidades de financiación a nivel europeo para las industrias culturales y creativas con las últimas novedades de las convocatorias de Europa Creativa, Europa con los Ciudadanos y Horizonte 2020. El objetivo es reforzar la participación de nuestros operadores culturales en estos programas de ayudas de la Unión Europea.

En el siguiente enlace se pueden consultar futuras jornadas:

<http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/eventos-congresos-y-jornadas.html>

4.4. FISCALIDAD CULTURAL

4.4.1. INCENTIVOS FISCALES AL MECENAZGO



La Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo es la encargada del impulso y la coordinación de las actividades de mecenazgo cultural dentro del Ministerio de Cultura y Deporte.

¿QUÉ ES EL MECENAZGO?

La Real Academia Española define el mecenazgo como la «protección o ayuda dispensadas a una actividad cultural, artística o científica».

La contribución del sector privado en la consecución de fines de interés general se reconoce en nuestra normativa a través de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. A efectos de esta Ley, se entiende por mecenazgo la contribución privada a la financiación de actividades de interés general.

El fomento de las iniciativas de mecenazgo se sustancia mediante incentivos fiscales a las donaciones y un régimen especial de tributación de las entidades sin fines de lucro (ESFL). El Título III de la Ley regula los beneficios fiscales aplicables a donativos, donaciones y aportaciones realizadas en favor de las entidades beneficiarias.

¿QUÉ APORTACIONES PUEDEN HACERSE?

- Donativos y donaciones dinerarios, de bienes o de derechos.
- Cuotas de afiliación a asociaciones que no se correspondan con el derecho a percibir una prestación presente o futura.

¿QUÉ ES EL MECENAZGO?

- La constitución de un derecho real de usufructo sobre bienes, derechos o valores, realizada sin contraprestación.
- Donativos o donaciones de bienes que formen parte del Patrimonio Histórico Español, que estén inscritos en el Registro General de Bienes de Interés Cultural o incluidos en el Inventario General a que se refiere la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.
- Donativos o donaciones de bienes culturales de calidad garantizada en favor de entidades que persigan entre sus fines la realización de actividades museísticas y el fomento y difusión del patrimonio histórico artístico.

¿QUIÉN PUEDE BENEFICIARSE?

- Las fundaciones.
- Las asociaciones declaradas de utilidad pública.
- Las organizaciones no gubernamentales de desarrollo a que se refiere la Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Las delegaciones de fundaciones extranjeras inscritas en el Registro de Fundaciones.
- Las federaciones deportivas españolas, las federaciones deportivas territoriales de ámbito autonómico integradas en aquellas, el Comité Olímpico Español y el Comité Paralímpico Español.
- Las federaciones y asociaciones de las entidades sin fines lucrativos a que se refieren los párrafos anteriores.
- El Estado, las comunidades autónomas y las entidades locales, así como los organismos autónomos del Estado y las entidades autónomas de carácter análogo de las comunidades autónomas y de las entidades locales.
- Las universidades públicas y los colegios mayores adscritos a las mismas.
- El Instituto Cervantes, el Institut Ramon Llull y las demás instituciones con fines análogos de las comunidades autónomas con lengua oficial propia.
- Los organismos públicos de investigación dependientes de la Administración General del Estado.
- Otras organizaciones citadas en las disposiciones adicionales de la Ley 49/2002.

¿QUÉ INCENTIVOS FISCALES EXISTEN PARA LAS DONACIONES REALIZADAS POR PERSONAS FÍSICAS?

Micromecenazgo:

Los primeros 150 euros donados tienen una deducción del 75 % en la cuota íntegra del IRPF.

La cantidad donada que exceda de 150 euros tiene una deducción del 30 % en la cuota.

Fidelización:

En las donaciones se podrá aplicar una deducción del 35 % (en vez del 30 % general) siempre que se hayan efectuado donativos por la misma o mayor cantidad a la misma entidad en los dos periodos impositivos inmediatos anteriores.

La deducción tiene un límite del 10 % de la base liquidable en el IRPF.

La cantidad donada tiene una deducción en la cuota del Impuesto de Sociedades del 35 %.

Fidelización en las donaciones:

Se podrá aplicar una deducción del 40 % (en vez del 35 % general) siempre que se hayan efectuado donativos por la misma o mayor cantidad a la misma entidad en los dos periodos impositivos inmediatos anteriores.

La deducción tiene un límite del 10 % de la base imponible del periodo impositivo. Las cantidades que excedan de este límite se podrán aplicar en los periodos impositivos que concluyan en los diez años inmediatos y sucesivos.

¿QUÉ INCENTIVOS FISCALES EXISTEN PARA LAS DONACIONES REALIZADAS POR PERSONAS JURÍDICAS?

Deducciones en la cuota del impuesto			Actividades prioritarias de mecenazgo
IRPF	General	Primeros 150€: 75 % Resto: 30 %	+5 %
	Fidelizado	Primeros 150€: 75 % Resto: 35 %	+5 %
IS	General	35 %	+5 %
	Fidelizado	40 %	+5 %

ACTIVIDADES PRIORITARIAS DE MECENAZGO

Cada año, la Ley de Presupuestos Generales del Estado (PGE) establece una serie de actividades prioritarias de mecenazgo. Las donaciones a favor de estas actividades obtienen una deducción de un 5 % adicional a los incentivos fiscales generales.

Entre las actividades prioritarias de mecenazgo para 2018, prorrogadas para 2019, se encuentran:

- Fomento, promoción y difusión de las artes escénicas y musicales realizadas por las Administraciones públicas o con el apoyo de estas.
- Las realizadas por el Instituto Cervantes para la promoción y difusión de la lengua española y de la cultura mediante redes telemáticas, nuevas tecnologías y otros medios.
- Las realizadas por la Biblioteca Nacional de España en cumplimiento de sus fines y funciones de carácter cultural y de investigación científica.
- Las realizadas por el Museo Nacional del Prado para la consecución de sus fines establecidos en la Ley 46/2003, de 25 de noviembre, reguladora del Museo Nacional del Prado y en el Real Decreto 433/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Estatuto del Museo Nacional del Prado.
- La conservación, restauración o rehabilitación de los bienes del Patrimonio Histórico Español que se relacionaban en el anexo XIII de la Ley de Presupuestos Generales del Estado 2018.
- Las realizadas por la Fundación ONCE en el marco de la Bienal de Arte Contemporáneo, el Espacio Cultural «Cambio de Sentido» y la Exposición itinerante «El Mundo Fluye».

¿EN QUÉ SE TRADUCEN A EFECTOS PRÁCTICOS?

Si una persona física dona 150 euros a una entidad no lucrativa que está entre las posibles receptoras de mecenazgo:

- El contribuyente se deduce 112,5 euros (el 75 % de la cuota) en su IRPF.
- Es decir, el coste de una donación de 150 euros es realmente de 37,5 euros. Por tanto de los 150 euros, 37,5 vienen del donante y 112,5 son una subvención indirecta de Hacienda.

¿EN QUÉ SE TRADUCEN A EFECTOS PRÁCTICOS?

Si dona 500 €:

- De los primeros 150 euros se deduce el 75 %, por lo que el contribuyente recupera 112,5 euros.
- De los restantes 350 euros se deduce el 30 %, por lo que el contribuyente recupera 105 euros.
- Por tanto el contribuyente recupera 217,5 euros.

IMPACTO DE LA ÚLTIMA REFORMA DE LOS INCENTIVOS FISCALES AL MECENAZGO

Es preciso recordar que los nuevos incentivos fiscales entraron definitivamente en vigor el 1 de enero de 2016, tras el año 2015 en el que se aplicaron unos incentivos fiscales transitorios. Los datos fiscales de 2016 se hicieron públicos en verano de 2018 a través de la web de estadísticas de la Agencia Tributaria. Según estos datos, tanto para el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas como para el Impuesto sobre Sociedades, la evolución es positiva. La disminución en cuanto al importe de las deducciones del Impuesto sobre Sociedades podría deberse a que más empresas han realizado donaciones más pequeñas o al impacto del límite a la deducción. No obstante, ponen de manifiesto el trabajo a realizar, sobre todo en lo relativo a las donaciones de empresas:

	Total declarantes IRPF	Número declarantes del IRPF que declaran donación	% donantes sobre total declarantes IRPF	Importe deducciones en IRPF (€) (Parte estatal + autonómica)
2014	19.359.020	2.946.889	15,22%	221.497.916
2015	19.480.560	3.035.784	15,58%	341.583.654
2016	19.621.728	3.372.378	17,18%	480.546.046

	Total declarantes IS	Número declarantes del IS que declaran donación	% donantes sobre total declarantes IS	Importe deducciones en IS (€)
2014	1.453.514	9.112	0,62%	130.732.915
2015	1.485.102	9.919	0,67%	98.637.979
2016	1.558.663	11.287	0,73%	88.572.803

NECESIDAD DE INVERTIR EN LA BÚSQUDA DE RECURSOS

Sólo se podrá aprovechar todo el potencial que ofrecen los incentivos fiscales si las propias entidades receptoras de mecenazgo hacen un triple esfuerzo:

- Destinar recursos para la búsqueda de mecenazgo. Designar a una persona –o grupo de personas– con especial sensibilidad y dotes de relaciones públicas que transmita entusiasmo en la defensa de la colección que alberga su institución y sea capaz de empatizar con las motivaciones que llevan a donar a las personas físicas y jurídicas. Del mismo modo será necesario incluir un apartado informativo en la página web de la institución que motive a los potenciales donantes.
- Ser más transparentes en su gestión. Es esencial que los donantes sepan a qué finalidades van destinadas sus aportaciones.
- Involucrar a los donantes o mecenas en los objetivos que se persiguen. Para crear un proyecto del que la sociedad civil se sienta partícipe, es necesario hacer atractivos los proyectos para los particulares y no escatimarles el protagonismo que merecen.

4.4.2. VENTAJAS FISCALES RELATIVAS AL PATRIMONIO HISTÓRICO Y OTROS BIENES CULTURALES

Existen una serie de deducciones fiscales asociadas a diversos impuestos con respecto a actividades relacionadas con el Patrimonio Histórico Español. Son las que se recogen en la siguiente tabla:

IMPUESTO	OBJETO DE LA VENTAJA FISCAL	VENTAJA FISCAL
IRPF	<p>1. La adquisición de bienes del Patrimonio Histórico Español realizada fuera del territorio español para su introducción dentro de dicho territorio, siempre que los bienes sean declarados bienes de interés cultural o incluidos en el Inventario General de Bienes Muebles en el plazo de un año desde su introducción y permanezcan en territorio español y dentro del patrimonio del titular durante al menos cuatro años.</p>	<p>Deducción del 15 % del importe de las inversiones o gastos realizados</p> <p>Límite: 10% de la base liquidable del contribuyente</p>

IMPUESTO	OBJETO DE LA VENTAJA FISCAL	VENTAJA FISCAL
<p>IRPF</p>	<p>La base de esta deducción será la valoración efectuada por la Junta de Calificación, Valoración y Exportación de Bienes del Patrimonio Histórico Español.</p> <p>2. La conservación, reparación, restauración, difusión y exposición de los bienes de su propiedad que estén declarados de interés cultural conforme a la normativa del Patrimonio Histórico del Estado y de las comunidades autónomas, siempre y cuando se cumplan las exigencias establecidas en dicha normativa, en particular respecto de los deberes de visita y exposición pública de dichos bienes.</p> <p>3. La rehabilitación de edificios, el mantenimiento y reparación de sus tejados y fachadas, así como la mejora de infraestructuras de su propiedad situados en el entorno que sea objeto de protección de las ciudades españolas o de los conjuntos arquitectónicos, arqueológicos, naturales o paisajísticos y de los bienes declarados Patrimonio Mundial por la Unesco situados en España.</p>	<p>Deducción del 15 % del importe de las inversiones o gastos realizados</p> <p>Límite: 10% de la base liquidable del contribuyente</p>
<p>IRPF</p>	<p>Las ayudas públicas otorgadas por las Administraciones competentes a los titulares de bienes integrantes del Patrimonio Histórico Español inscritos en el Registro General de Bienes de Interés Cultural a que se refiere la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, y destinadas exclusivamente a su conservación o rehabilitación, podrán imputarse por cuartas partes en el período impositivo en que se obtengan y en los tres siguientes, siempre que se cumplan las exigencias establecidas en dicha ley, en particular respecto de los deberes de visita y exposición pública de dichos bienes.</p>	<p>Regla especial de imputación temporal de ayudas públicas</p>
<p>Impuesto sobre el patrimonio</p>	<p>La propiedad de bienes del Patrimonio Histórico.</p>	<p>Exención (consultar la Ley 19/1991, de 6 de junio, del Impuesto sobre el Patrimonio)</p>

IMPUESTO	OBJETO DE LA VENTAJA FISCAL	VENTAJA FISCAL
Impuesto sobre bienes inmuebles	La propiedad o la titularidad de un derecho real de usufructo o superficie sobre los bienes inmuebles declarados monumento o jardín histórico según la Ley del Patrimonio Histórico español que reúnan las características previstas.	Exención (previa solicitud)
Impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras	La realización, dentro del término municipal, de las construcciones, instalaciones u obras que sean declaradas de especial interés o utilidad municipal por concurrir circunstancias sociales, culturales, histórico-artísticas o de fomento del empleo que justifiquen tal declaración.	Consultar el Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales
Impuesto sobre el incremento del valor de los terrenos de naturaleza urbana	Los incrementos de valor que se manifiesten a consecuencia de las transmisiones de bienes que se encuentren dentro del perímetro delimitado como conjunto histórico-artístico, o hayan sido declarados individualmente de interés cultural según la Ley del Patrimonio Histórico Español.	

DACIÓN EN PAGO (IRPF E IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES)

Según el artículo 97.3 de la Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y de modificación parcial de las leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio, y del artículo 125.2 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, el pago de la deuda tributaria podrá realizarse mediante entrega de bienes integrantes del Patrimonio Histórico Español que estén inscritos en el Inventario General de Bienes Muebles o en el Registro General de Bienes de Interés Cultural, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 73 de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.

BIENES CULTURALES PRIORITARIOS DE MECENAZGO

Existe una serie de bienes culturales conocidos como «bienes culturales prioritarios de mecenazgo» que aparecen cada año listados en uno de los anexos finales de la Ley de Presupuestos Generales del Estado. Se distribuyen en tres grupos:

- Grupo I: bienes singulares declarados Patrimonio Mundial.
- Grupo II: edificios eclesiásticos incluidos en el Plan Nacional de Catedrales.
- Grupo III: otros bienes culturales.

Las donaciones a estos bienes gozan de un incremento del 5 % en los incentivos fiscales generales al mecenazgo, al igual que ocurre con las actividades prioritarias de mecenazgo.

4.4.3. INCENTIVOS EN EL IMPUESTO DE SOCIEDADES PARA LA INDUSTRIA CULTURAL

La Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades (que entró en vigor el 1 de enero de 2015) creó incentivos en el IS para impulsar la industria cultural:

- Deducción por inversiones en producciones cinematográficas y series audiovisuales de ficción, animación o documental, que alcanza el 20 % por el primer millón y un 18 % por el resto de la inversión.
- Deducción para la ejecución de una producción extranjera de largometrajes cinematográficos o de obras audiovisuales, que alcanza el 20 % de los gastos realizados en territorio español siempre que estos sean al menos de 1 millón de euros.
- Deducción del 20 % por producción y exhibición de espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales.
- Deducción del 12 % por actividades de innovación tecnológica; se incluyen los relacionados con la animación y los videojuegos.



Recientemente, el Real Decreto Ley 26/2018, de 28 de diciembre, por el que se aprueban medidas de urgencia sobre la creación artística y la cinematografía, ha modificado los requisitos para la aplicación de la segunda deducción.

DEDUCCIÓN EN LA CUOTA DE EL IMPUESTO DE SOCIEDADES	BASE DE LA DEDUCCIÓN	% DEDUCCIÓN
Deducción para el productor que invierta en producciones españolas de largometrajes cinematográficos y de series audiovisuales de ficción, animación o documental, que permitan la confección de un soporte físico previo a su producción industrial seriada.	Coste total de la producción, más gastos para la obtención de copias y los gastos de publicidad y promoción hasta el 40 % de la producción. Al menos el 50 % de la base de la deducción deberá corresponderse con gastos realizados en el territorio español.	Hasta 1 millón de euros: 20 % Sobre el exceso de dicho importe: 18 %, sin que la deducción pueda superar los 3 millones de euros.

<p>Deducción para productores registrados en el Registro de Empresas Cinematográficas del Ministerio de Cultura y Deporte que se encarguen de la ejecución de una producción extranjera de largometrajes cinematográficos o de obras audiovisuales que permitan la confección de un soporte físico previo a su producción industrial seriada.</p>	<p>Los siguientes gastos realizados en territorio español:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los gastos de personal creativo, siempre que tenga residencia fiscal en España o en algún Estado miembro de el EEE, con un límite de 100 000 euros por persona. • Los gastos derivados de la utilización de industrias técnicas y otros proveedores. 	<p>20 % de los gastos realizados en territorio español, siempre que los gastos realizados en territorio español sean, al menos, de 1 millón de euros.</p> <p>Límite: 3 millones de euros. El importe de esta deducción, conjuntamente con el resto de ayudas percibidas por el contribuyente, no podrá superar el 50 % del coste de producción.</p>
<p>Deducción por producción y exhibición de espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales.</p>	<p>Costes directos de carácter artístico, técnico y promocional de los espectáculos (menos las subvenciones recibidas), siempre que al menos el 50 % de los beneficios se destinen a actividades que den derecho a la deducción en los cuatro ejercicios posteriores.</p>	<p>20 % Límite: 500 000 euros</p>
<p>Deducción por actividades de innovación tecnológica, incluidas las relacionadas con la animación y los videojuegos.</p>	<p>Gastos destinados a actividades de diagnóstico tecnológico tendentes a la identificación, la definición y la orientación de soluciones tecnológicas avanzadas; diseño industrial e ingeniería de procesos de producción y adquisición de tecnología avanzada en forma de patentes, licencias, <i>know-how</i> y diseños.</p>	<p>12 % Límite: 1 millón de euros</p>

4.5. UNIDAD CULTURA Y MECENAZGO

4.5.1. QUÉ ES LA UNIDAD CULTURA Y MECENAZGO



Desde septiembre de 2017 viene funcionando, dentro de la Subdirección General de Pro-

moción de Industrias Culturales y Mecenazgo, Cultura y Mecenazgo, la unidad informativa y de asesoramiento destinada al fomento del mecenazgo cultural a través de la difusión del actual marco legal sobre el mecenazgo y del desarrollo de actividades destinadas a promoverlo.

El Ministerio de Cultura y Deporte apuesta por hacer del mecenazgo una de sus líneas estratégicas de actuación como forma de aumentar la participación de la sociedad civil en la actividad cultural, a la vez que se contribuye a hacer más sostenible su financiación.

4.5.2. OBJETIVOS Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Es necesario un impulso a la colaboración público-privada que, sentando las bases para que la cultura constituya un motor de crecimiento, de generación de valor añadido y de empleo, contribuya a la sostenibilidad y la mejora de la oferta y el disfrute cultural al que aspiramos, tanto desde el punto de vista de la financiación como de la participación ciudadana. Así, los principales objetivos que persigue Cultura y Mecenazgo son:

- Dinamizar la participación privada en el sostenimiento de la actividad cultural a través de donaciones.
- Incrementar el valor y la visibilidad de la actividad de mecenazgo cultural.

Es imprescindible, para conseguir los citados objetivos, crear un clima favorable al mecenazgo. No son solo las ventajas fiscales las que promueven las donaciones, sino la existencia de una atmósfera social favorable que valore y fomente tales comportamientos. Así, la línea de actuación de esta unidad estará marcada por la puesta en marcha de iniciativas que promuevan ese clima favorable al mecenazgo cultural, y sus actuaciones se articularán entorno a cuatro líneas principales:

- Difusión
- Asesoramiento
- Coordinación
- Investigación y análisis

4.5.3. ACTIVIDADES

Desde su creación en septiembre de 2017, Cultura y Mecenazgo ha organizado dos grandes encuentros en Madrid, en el auditorio del Ministerio de Cultura. El primero en noviembre de 2017, para presentar la unidad y hablar sobre aspectos generales relativos a la legislación sobre mecenazgo cultural y su situación en nuestro país. El segundo tuvo lugar el 4 de junio de 2018 para explorar diferentes posibilidades de financiación de las industrias culturales y creativas.

Además, la unidad Cultura y Mecenazgo ha mantenido numerosas reuniones con agentes de interés en cuanto a la difusión del mecenazgo cultural entre la sociedad, como la Federación Española de Municipios y Provincias, la Cámara de Comercio, etc. y mantiene una fluida relación con la Asociación Española de Fundaciones y otras entidades protagonistas en el ámbito del mecenazgo y la actividad cultural. Sus responsables, por otra parte, han estado en muchos puntos de nuestra geografía participando en encuentros y jornadas sobre el mecenazgo cultural (Palma, Melilla, Valencia, Valladolid, Málaga, Bilbao, Gandía, Segovia, Pamplona, Elche, Murcia, Barcelona, Madrid...).

Especial mención merece el encuentro con los representantes de las comunidades autónomas, en octubre de 2018, con la misión de poner en común, entre el Ministerio y las autonomías, las distintas propuestas y soluciones para fortalecer el mecenazgo cultural en España, a través del análisis no solo de la normativa nacional, sino también de las novedades que han incorporado leyes de mecenazgo cultural autonómicas como la navarra, la vasca o la valenciana.

De las conclusiones de estas actividades quizás la más repetida es la relativa al desconocimiento, por parte de la sociedad, del mecenazgo cultural y de los incentivos fiscales en vigor que conlleva, y la necesidad de fomentar una actitud favorable a la filantropía entre la ciudadanía.

En enero de 2019 celebramos una Jornada sobre Patrimonio Cultural y Mecenazgo en el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA), en la que conocimos ejemplos nacionales e internacionales de mecenazgo aplicado a patrimonio material e inmaterial para su restauración, preservación y difusión. Destaca el gran impacto de la jornada en medios, algo que reavivó el debate sobre los mecanismos que fomenten el mecenazgo entre la sociedad civil.





En marzo de 2019 repetimos nuestro compromiso con la Feria ARCO. Al igual que el año anterior, organizamos actividades exclusivas para centros de arte contemporáneo y otras abiertas al público de la feria. Este año, en concreto, una jornada con Palibex, Dehesa Campocerrado

y Bodegas ENATE, PYME que son mecenas del arte contemporáneo, de las que pudimos obtener información de primera mano sobre los motivos que les llevan a apoyar la cultura y la visión que se tiene del mecenazgo en el ámbito empresarial.



4.5.4. INFORMACIÓN Y CONTACTO

Web:

<https://culturaymecenazgo.culturaydeporte.gob.es/inicio.html>

Email:

culturaymecenazgo@cultura.gob.es

Twitter:

<https://twitter.com/culturaymecena1>

Facebook:

<https://www.facebook.com/culturaymecenazgo>

4.6. VIDEOJUEGO

El sector del videojuego es un sector estratégico dentro de las industrias culturales y creativas, ya que en él convergen claramente lo tecnológico y lo cultural. Los videojuegos son plataformas de cultura, juego y entretenimiento que han ido incorporando lo mejor de las artes preexistentes. Reúnen imagen, sonido, estructura literaria y, además, poseen una característica que les es única y propia: la interactividad.

Partiendo de este carácter estratégico, el Ministerio de Cultura y Deporte viene trabajando en la puesta en marcha de medidas dirigidas a potenciar la industria del videojuego en España. Medidas orientadas tanto al impulso y la dinamización de las industrias culturales y creativas en general, y el videojuego en particular, como a la mejora de la fiscalidad del sector mediante la colaboración con el Ministerio de Hacienda.

4.6.1. MESA DEL VIDEOJUEGO

Uno de los proyectos más destacados de los incluidos en estas estrategias es la constitución de una mesa de trabajo permanente de la Administración General del Estado y de las comunidades autónomas con el sector del videojuego en España. Esta fue creada en el Pleno de la Conferencia Sectorial de Cultura en su reunión celebrada en Madrid el día 10 de julio de 2017, con los siguientes objetivos:

→ Realizar un diagnóstico y establecer, en colaboración con el sector, un plan específico de desarrollo de la creación y producción del videojuego en España con los objetivos de situar al sector español en una posición de competitividad, impulsar su densidad, hacer sostenibles las empresas ya creadas y poder atraer capital nacional e internacional, impulsando medidas fiscales similares a las ya adoptadas en otros países miembros de la Unión Europea.

→ Analizar el retorno y beneficio de establecer incentivos fiscales para la creación y producción de la industria del videojuego en España y la captación de proyectos internacionales.

→ Trabajar por la inclusión de los artistas y creadores de videojuegos en el futuro Estatuto del Artista y del Creador, que contendrá medidas que amortigüen la intermitencia, la temporalidad, la movilidad y la especificidad de los ingresos de corte irregular de los artistas y creadores, promoviendo una fiscalidad que se adapte a sus necesidades.

→ Promover la puesta en marcha de un plan de formación continua para el sector del videojuego centrado en las áreas tecnológicas





específicas del sector: desarrollo de *software*, monetización, diseño y arte, *marketing*, etc.

- Impulsar una política eficaz de ayudas para la contratación de personal en todas las fases de formación.
- Promover la inclusión de las capacidades artísticas y de diseño en la Ley general y transversal de enseñanzas artísticas superiores.
- Impulsar el establecimiento de convenios de otros países para el intercambio temporal de profesionales.

La primera sesión de esta mesa, a la que asistieron representantes de la Administración General del Estado, de las comunidades autónomas y del sector privado, tuvo lugar el 15 de diciembre de 2017. En ella se reflexionó ampliamente sobre los principales retos a los que se enfrentará el sector del videojuego español en los próximos años.

En agosto de 2018 el Ministro de Cultura y Deporte, D. José Guirao, participó en la inaugura-

ción de la décima edición de la feria Gamescom, la gran cita europea del sector de los videojuegos, celebrada en Colonia (Alemania). España, país invitado en la feria, es el cuarto mercado europeo en consumo de videojuegos, por detrás de Alemania, Gran Bretaña y Francia. Durante el acto inaugural José Guirao destacó que «La industria de los videojuegos es una de las claves del siglo XXI y una de las piedras angulares de la “cultura digital”».

Efectivamente el sector del videojuego en nuestro país engloba a 455 empresas, que dan empleo a 6337 profesionales directos y a un total de 10 400 profesionales indirectos que han facturado, en 2017, un total de 713 millones de euros, un incremento del 15,6 % respecto a 2016. Más del 60 % de las empresas activas en España se ha creado en los últimos diez años y según datos de la Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuego y *Software* de Entretenimiento (DEV), el 67 % de sus ingresos proviene de los mercados internacionales, lo que representa un incremento del 10 % respecto a 2016.

4.7. TURISMO CULTURAL

El turismo cultural se configura como instrumento esencial de desarrollo local y regional y de promoción de nuevas industrias culturales. En este sentido el Anuario de Estadísticas Culturales 2018 del Ministerio de Cultura y Deporte ha reflejado un significativo aumento del turismo cultural en nuestro país. Específicamente, en España en 2017 el 12,8 % de los viajes realizados por los residentes en España fueron iniciados por motivos culturales, y el 18,1 % en el caso de los extranjeros. El gasto en este tipo de viajes fue además superior a la media, ascendiendo a 6747,7 millones de euros para los residentes en España y a 13 923,6 millones de euros para las entradas de turistas internacionales.

Es por ello que la Dirección General de Industrias Culturales y Cooperación, a través de la Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo, viene trabajando

en la puesta en marcha de iniciativas que puedan favorecer la promoción de España como destino turístico cultural.

Dicha Subdirección gestiona dos líneas de ayuda en régimen de concurrencia competitiva que ya han sido mencionadas en este documento, las «ayudas de acción y promoción cultural», dirigidas a entidades sin ánimo de lucro, y las «ayudas para la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas mediante proyectos digitales y tecnológicos», dirigidas a microempresas, pequeñas empresas y profesionales autónomos. Estas líneas de subvención relacionan entre sus objetivos y finalidades el fomento de España como destino turístico cultural.

De entre las iniciativas concretas para promocionar España como destino turístico cultural destacan las siguientes acciones.

4.7.1. PORTAL SPAINISCULTURE.COM/ESPAÑAESCULTURA.COM

Ofrece un servicio integral que guía a los ciudadanos españoles y extranjeros en el amplísimo y fascinante territorio del patrimonio cultural español, al que podrá acceder a través de su sitio web desde tres ópticas diferentes y complementarias entre sí: la geográfica, la temporal y la temática. Además se ofrecen otras opciones de entrada y búsqueda, como tipo de público o agenda de actividades culturales.

Los contenidos del portal se complementan con una amplia y variada información de utilidad turística que permite disfrutar de los distintos bienes culturales: alojamientos, transportes, restauración, ofertas paralelas, etc.

El portal ofrece información sobre más de 14 390 elementos, entre los que se incluyen: más de 1300 artistas y creadores, 1100 obras de arte, 1200 monumentos, 700 obras de música, literatura y artes escénicas, 130 películas, 1500 museos, 140 espacios naturales, 4580 archivos y bibliotecas, 2130 espacios culturales, 80 rutas, 600 destinos, 120 propuestas culturales y más de 610 eventos que conforman una completa agenda cultural a lo largo de toda la geografía: exposiciones, conciertos, conferencias y seminarios, representaciones, etc.

Dirección web: <http://www.spainisculture.com><http://www.españaescultura.es>

4.8. DINAMIZACIÓN DE LAS ICC Y FOROS DE ENCUENTRO

4.8.1. ENCUENTRO CULTURA Y CIUDADANÍA

«Cultura y Ciudadanía» se plantea como un proceso abierto de pensamiento, diálogo, debate y colaboración entre el Ministerio de Cultura y Deporte, las Administraciones territoriales (comunidades autónomas, diputaciones, cabildos y consejos insulares, ayuntamientos) y los agentes culturales del Estado, públicos y privados, alrededor de una idea clave: el papel central que ha de desempeñar la cultura en los procesos de construcción y transformación social. A través de diversas acciones se impulsa y promueve una cultura ciudadana, universal, plural y participativa. Una cultura que sea también elemento regenerador, vertebrador y dinamizador del territorio, el rural y el urbano, y que tenga un impacto decisivo en el desarrollo y la economía, en la cohesión y la innovación sociales. Bajo tales premisas, los objetivos son:

- Conocer de primera mano las nuevas prácticas culturales y reflexionar en torno a políticas culturales para tiempos también nuevos.
- Presentar nuevos modelos de gestión y metodologías de trabajo.
- Mostrar y promover la innovación cultural.
- Visibilizar y poner en valor proyectos y experiencias de amplio impacto social que sucedan en cualquier lugar del territorio español, incluyendo el ámbito rural.
- Repensar el binomio público-privado y sus relaciones con la ciudadanía y el tercer sector.
- Promover el pensamiento y favorecer la capacitación de los agentes, así como el intercambio y los contactos profesionales. Crear redes de trabajo y colaboración.
- Poner en marcha nuevas estrategias y herramientas de trabajo que contribuyan al desa-

rollo de los procesos y prácticas que fomentan la participación ciudadana en cultura y contribuyan a la transformación y la cohesión social.

El proyecto se articula a través de diversas líneas de trabajo, entre las que destaca el Encuentro Cultura y Ciudadanía, de carácter anual, y que ya ha celebrado su cuarta edición. En él se plantean mesas redondas y debates, presentaciones de proyectos de todo el país seleccionados a través de una convocatoria nacional, paneles de capacitación y recursos para los agentes culturales, espacios de *networking* e intervenciones artísticas en vivo.

En el espacio web del Encuentro se pueden consultar: un completo archivo audiovisual que incluye alrededor de 100 vídeos con los contenidos de todas las actividades desarrolladas, artículos que desarrollan conceptos e ideas presentados en los encuentros y, próximamente, un mapa digital de proyectos.

Más información: <http://www.culturaydeporte.gob.es/r/culturayciudadania>



4.8.2. FORO CULTURA Y MEDIO RURAL

El Foro Cultura y Medio Rural es una de las líneas de trabajo del programa Cultura y Ciudadanía, que tiene como objetivos:

- Desarrollar un programa de trabajo específico a partir de la investigación, la reflexión y el debate sobre el significado y el papel que ha de tener la cultura hoy en nuestros pueblos.
- Profundizar en el potencial de esta para inducir dinámicas de resiliencia y transformación social, económica y demográfica.
- Enfatizar la importancia de la cultura y sus relatos para reforzar la vinculación emocional y afectiva con el territorio.
- Reivindicar la importancia de la cultura en el desarrollo personal y colectivo y la mejorar la calidad de vida de las poblaciones rurales.
- Afirmar el papel central que ha de ostentar la política cultural en las estrategias de desarrollo y equilibrio territorial.
- Garantizar el pleno ejercicio de los derechos culturales y la igualdad de oportunidades con independencia del lugar de residencia.
- Enriquecer los procesos de participación social y los mecanismos de gobernanza a través de la cultura.

→ Dar visibilidad a ejemplos de buenas prácticas y fomentar la innovación en la gestión cultural aplicada al medio rural.

→ Reforzar el papel de la cultura y las prácticas contemporáneas y subrayar su importancia para reformular relatos e imaginarios.

→ Dinamizar la economía local y territorial.

→ Impulsar la complicitad y el trabajo coordinado con el resto de Administraciones públicas y agentes territoriales.

El Foro tiene carácter anual e itinerante, y en 2018 ha celebrado su segunda edición. En él se plantean mesas redondas y debates, junto con presentaciones de proyectos nacionales e internacionales, a partir de una aproximación de la cultura en el medio rural basada en la actualización de contenidos y prácticas, la innovación y el desarrollo territorial y demográfico.

Más información: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cooperacion/mc/encuentro-cultura-ciudadania/cultura-medio-rural/1-foro/presentacion.html>

4.8.3. CONSOLIDAR LOS FOROS DE ENCUENTRO DE LAS ICC Y FOROS DE ENCUENTRO PROFESIONALES

La Dirección General de Industrias Culturales y Cooperación colabora con distintas entidades en iniciativas de dinamización de las industrias culturales y diversos foros de encuentros para profesionales, entre los que se pueden citar las siguientes.

- **Gamelab Barcelona**

Feria y congreso internacional del videojuego y el ocio interactivo.

Uno de los más destacados encuentros dedicados al sector del ocio interactivo en España. En Gamelab se dan cita tanto desarrolladores de

videojuegos y profesionales del sector como aficionados y público en general.

- **Conferencia Estatal de la Cultura**

Impulsada por la Federación de Asociaciones de Gestores Culturales se desarrolla con carácter anual en una ciudad diferente del territorio nacional. En su seno han surgido iniciativas como el Libro blanco de las buenas prácticas de la gestión cultural.

- **Pública. Jornadas de Gestión Cultural**

Celebrado anualmente en Madrid, se trata de uno de los foros de encuentro de profesionales de la gestión cultural, en sus muy diversas especialidades, más importante del país.

- **Encuentros Colecciona**

Conversaciones sobre mecenazgo y mercado del arte. Madrid.

Mediante la programación de un ciclo a lo largo de un trimestre, que se celebra en diversas sedes de relevantes museos y centros culturales españoles, los Encuentros Colecciona promueven el coleccionismo de arte y divulgan entre coleccionistas, profesionales e interesados las ventajas fiscales a las que puede acogerse su dedicación. En ellos participan expertos nacionales e internacionales del mundo del arte.

- **Foro Internacional de la Cultura (Burgos, Valladolid, Madrid, París)**

El Foro de la Cultura, que se celebra con carácter bienal en Burgos y en la actualidad extiende sus actividades a otras capitales (Valladolid, Madrid y París) convoca a destacados intelectuales y especialistas de la creación y la producción cultural nacional e internacional. A través de sus encuentros, módulos de participación, conferencias y mesas redondas, diversas personalidades analizan las tendencias que marcarán la cultura en los próximos años.

- **Festivales de fotografía**

La Dirección General de Industrias Culturales y Cooperación apoya al sector de la fotografía en numerosas citas destacadas del sector, como son Getxophoto, PhotoAlicante, Photoespaña o los Encuentros Fotográficos de Gijón.

- **BIME. Jornadas de la industria musical (Bilbao)**

BIME Pro es la primera feria europea dirigida a la industria musical y digital. Explora otras vías de ingresos y colaboración a través de nuevas tecnologías, los videojuegos y el *marketing*. Asimismo impulsa un programa de apoyo a creadores de la industria musical.

- **Madrid Design Festival**

El MDF se ha constituido como la primera programación específica dedicada al diseño en Madrid. Entre sus eventos se cuentan exposiciones, intervenciones en espacios públicos, lecciones y conferencias de reconocidos diseñadores internacionales y programas de difusión del diseño en sus diversas disciplinas: industrial, de interiores, gráfico, etc.

- **RESET**

Encuentro que se desarrolla en Barcelona desde 2016, consolidado para los profesionales del sector como un espacio de reflexión e intercambio de experiencias sobre el futuro de la cultura. Desarrollado en colaboración con Fundación Contemporánea y Obra Social La Caixa.

- **LOOP Barcelona**

Encuentro anual dedicado al videoarte en el que se dan cita agentes claves del sector a nivel nacional e internacional. Loop engloba dentro de un gran festival actividades diversas –foros de debate, talleres...– destinadas a la promoción del videoarte como formato representativo de la creación artística contemporánea.

- **La Laboral (Gijón)**

Dirigido a creadores, artistas, productores culturales y profesionales con interés en la experimentación creativa con nuevas tecnologías y su impacto en los procesos de creación y producción.

- **AMETIC**

Actividades variadas y jornadas profesionales para acercar las ICC a las nuevas tecnologías.

- **Feria del Libro de Madrid**

Jornadas profesionales.

4.8.4. DINAMIZACIÓN DE ESPACIOS CREATIVOS

Los Espacios Creativos, también llamados incubadoras o viveros de proyectos y empresas culturales, entre otros términos, han adquirido en los últimos años una gran relevancia como respuesta a la nueva economía colaborativa y a las necesidades de las ICC.

La Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo considera prioritario el apoyo a este tipo de espacios como motor de desarrollo del sector. Debido a esto, en los cuatro últimos años se ha impulsado la celebración de encuentros de colaboración y *networking* entre gerentes de toda España, que se han confirmado como necesarios para mantener y seguir incrementando la conectividad entre los profesionales del sector.

Impulsando la dinamización de *hubs* o viveros creativos, la Subdirección General de Industrias Culturales y Mecenazgo trata de potenciar la actuación conjunta entre las ICC, apoyando iniciativas de colaboración entre los agentes del sector para alcanzar una masa crítica suficiente, una mayor conexión con el resto de agentes del sistema de innovación de su entorno y, en definitiva, contribuir a la mejora

de su competitividad. La organización de estos encuentros persigue el impulso del proceso asociativo, el incremento de la conectividad entre los distintos agentes del sector en nuestro país y Europa, así como la reflexión sobre el papel que juegan dichos espacios en el emprendimiento y la innovación, el debate sobre la sostenibilidad económica y las posibilidades de financiación, tanto pública como privada.

Además de los encuentros, se ha creado el portal temático <https://espacioscreativos.culturaydeporte.gob.es/inicio.html>, dedicado a la Red de Espacios Creativos. En el se puede encontrar información sobre los mismos, eventos de interés, documentos relativos a las cuatro jornadas colaborativas de gerentes de espacios creativos ya realizadas, así como el mapeo de espacios creativos que se realizó desde la Subdirección General de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo en 2017. Cualquier espacio creativo que quiera ser incluido dentro del mapeo en la web puede hacerlo a través del formulario disponible en la sección de contacto en la web: <https://espacioscreativos.culturaydeporte.gob.es/mapeo.html>



4.9. MEDIDAS EN MARCHA Y OTRAS ACCIONES

4.9.1. REVENTA DE ENTRADAS

El impulso experimentado por el uso de Internet, el comercio electrónico y las redes sociales está generando nuevos modelos de negocio basados en proporcionar mayores oportunidades de circulación a productos y servicios ya existentes, apoyándose en las interacciones entre usuarios nacidas de relaciones de colaboración y confianza. Estas nuevas actividades de intercambio suscitan no pocas dudas acerca de su encaje jurídico, así como de sus consecuencias sobre la tutela de intereses públicos, como la protección de los trabajadores o de los consumidores.

En este contexto, durante los últimos años se han introducido en diversos ordenamientos de nuestro entorno medidas destinadas a evitar la práctica de reventa masiva de entradas para espectáculos culturales por Internet. En España, existen numerosas empresas que operan tanto en el mercado primario de reventa de entradas como en el secundario y se han detectado en su funcionamiento distintos problemas para los intereses de consumidores y usuarios, hecho que hace necesaria su regulación.

El Pleno de la Conferencia Sectorial de Cultura (CSC) acordó el 10 de julio de 2017 un plan de trabajo para luchar contra la reventa masiva de entradas a través de Internet.

En ejecución del plan, el 15 de septiembre de 2017 se constituyó la comisión de estudio sobre las posibilidades de intervención en materia de reventa de entradas para espectáculos culturales, integrada por representantes de los Ministerios de Cultura y Deporte, Justicia, Economía y Empresa, y Sanidad, Consumo y

Bienestar Social, así como representantes de las consejerías autonómicas competentes. La comisión acordó la realización de una consulta pública, de una consulta específica y de reuniones con el propósito de recabar la opinión de organizaciones y asociaciones representativas de intereses potencialmente afectadas por la norma que eventualmente se adopte, así como de responsables de los organismos públicos competentes (fundamentalmente de las áreas de consumo y seguridad pública) y contrastar los datos que obran en poder de la Administración pública.

Tras la celebración de las consultas y de múltiples reuniones con el sector, se elaboró un informe sobre los resultados de la consulta que fue aprobado por la comisión de estudio el 24 de octubre de 2018, y elevado al Pleno de la Conferencia Sectorial de Cultura el 30 de octubre de 2018.

El informe indica que actualmente existe una normativa que es «insuficiente, fragmentaria y confusa» y que la legislación estatal y autonómica sobre la venta y reventa de entradas para espectáculos públicos «no está concebida para un contexto telemático».

El informe ha detectado que es en los festivales de música y en los conciertos celebrados en grandes espacios (teatros, pabellones, campos de fútbol o plazas de toros) donde radican la mayor parte de los problemas que han sido detectados en la consulta. Los principales problemas son los siguientes:

- 1- Información precontractual insuficiente a la hora de adquirir las entradas. Los consu-

midores desconocen si se encuentran en una página web de venta o de reventa de entradas, cuál es el precio nominal de las mismas, si estas tienen comisiones o recargos, la ubicación y disponibilidad de la entrada que adquieren o el porcentaje del aforo comercializado por el promotor.

2- La limitada disponibilidad de las entradas a través de los canales oficiales de venta y los elevados precios que pueden alcanzar las entradas en la reventa. Entre las causas principales está la actividad de los vendedores habituales (llamados *brokers* o *prosellers*), que utilizan diversas técnicas para ocupar la práctica totalidad de los canales de venta *online* con prioridad frente al consumidor, para después ofertar las entradas a través de plataformas de reventa telemática; el desvío de entradas desde los canales de venta telemática a los canales de reventa; o la realización de preventa a la hora de poner a disposición del público las entradas a la venta.

3- Los fraudes consistentes en la reventa de entradas que no existen o que no están a disposición del vendedor, la reventa de entradas falsificadas, la reventa de entradas anunciada como transacción entre particulares cuando en realidad la ofertas proceden de un proveedor de una empresa de reventa, o el uso de robots que simulan el comportamiento humano y adquieren múltiples entradas.

4- La dificultad de garantizar la seguridad de los asistentes a los conciertos, debido a la falta de trazabilidad del número de las entradas una vez que se produce su distribución a través de las plataformas de reventa telemática, lo

que dificulta hacer una previsión de riesgos en acontecimientos que congregan a multitudes.

Por ello, es necesario adoptar una normativa que tutele los intereses públicos que se estiman afectados, con el objetivo de que se respeten derechos constitucionales como son el de la defensa de consumidores y usuarios, el acceso a la cultura y la seguridad ciudadana. Las opciones alternativas de intervención normativa que refleja el informe son:

a) Establecer obligaciones uniformes de información precontractual aplicables a las empresas de venta y reventa telemática, así como a los promotores, acompañadas de un sistema de control informático que permita asegurar la trazabilidad de las entradas.

b) Imponer la obligación al promotor de emitir entradas nominativas en determinados conciertos de gran afluencia y de destinar a la venta al público un porcentaje significativo de aforo.

c) Fijar un régimen de intervención administrativa sobre las actividades de venta y reventa telemática de entradas y un régimen sancionador.

d) Prohibir la reventa habitual, establecer un régimen sancionador y un sistema de control informático que permita la trazabilidad de las entradas.

Se puede acceder al informe a través del siguiente enlace: <http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:9b0a1f74-d074-4aee-af56-6b9fcbdac431/20181030-informe-reventa-entradas.pdf>

4.9.2. ESTATUTO DEL ARTISTA

El 6 de septiembre de 2018, el Congreso de los Diputados aprobó por unanimidad el informe de la subcomisión creada para elaborar

un Estatuto del Artista, con la participación de profesionales de las administraciones públicas, agentes privados, asociaciones y organizacio-

nes del sector, concebido como una hoja de ruta que contiene un elenco de recomendaciones de carácter fiscal o vinculadas a la mejora de las condiciones laborales de los artistas, con la finalidad última de adecuar su régimen regulatorio a la realidad actual para el óptimo desarrollo de su actividad, y atendiendo a la diversidad y peculiaridad que presenta el colectivo al que se dirige.

El 28 de diciembre de 2018, el Consejo de Ministros aprobó el Real Decreto Ley 26/2018, por el que se aprueban medidas de urgencia sobre la creación artística, que son reflejo de las recomendaciones del citado informe. El objetivo principal del Real Decreto Ley era garantizar un adecuado desempeño de la actividad artística, sobre la base de la consideración de sus peculiaridades características que la hacen merecedora de un régimen fiscal, laboral y de la Seguridad Social que garantice su desarrollo adecuado, tal y como sucede respecto a otros sectores profesionales. De este modo, las medidas que recogía el Real Decreto Ley se centran en los tres principales problemas que los representantes de la cultura trasladaron a la subcomisión del Congreso: la fiscalidad del sector, la protección laboral y de Seguridad Laboral, y la compatibilidad entre prestaciones por jubilación e ingresos por derechos de autor.

En materia de fiscalidad, el Real Decreto Ley bajó el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) del 21 % al 10 % aplicable a los servicios prestados por intérpretes, artistas, directores, técnicos que sean personas físicas, a los productores y organizadores de obras y espectáculos culturales. Se recuperó de este modo, con efectos desde el 1 de enero de 2019, la aplicación del tipo reducido de IVA a estos servicios esenciales de la industria cultural, con el objetivo de fomentar la creación artística, el crecimiento de la industria cultural y la difusión y acceso a la cultura de los ciudadanos.

También se redujo del 19 al 15 % el tipo de retención e ingreso a cuenta del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) aplicable a los rendimientos del capital mobiliario procedentes de la propiedad intelectual cuando

el contribuyente no sea el autor. De esta forma se equipara este tipo de retención al que tienen los propios autores. Con esta iniciativa se beneficia, entre otros, a los herederos del artista, para que no les retengan más que al propio artista.

El Real Decreto Ley añadió un nuevo artículo (el 249 ter), dentro de una nueva sección denominada «Artistas en espectáculos públicos», en el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social, con el que regula la inactividad de artistas en espectáculos públicos incluidos en el Régimen General de la Seguridad Social, de tal manera que se prevé que los artistas en espectáculos públicos podrán continuar incluidos en el Régimen General de la Seguridad Social durante sus periodos de inactividad de forma voluntaria, siempre y cuando acrediten, al menos, 20 días en alta con prestación real de servicios en dicha actividad en el año natural anterior.

Dicha inclusión deberá solicitarse a la Tesorería General de la Seguridad Social. También queda protegida, durante los periodos de inactividad, la situación de la trabajadora embarazada o en periodo de lactancia natural hasta que el hijo cumpla 9 meses, que no pueda continuar realizando la actividad laboral de artista en espectáculos públicos.

Asimismo, se introdujo el mandato al Gobierno, en el plazo máximo de 6 meses, para la aprobación de una norma reglamentaria que regule la compatibilidad de la pensión de jubilación con las actividades de aquellos profesionales dedicados a la creación artística que perciban por esa actividad derechos de propiedad intelectual. Este mandato se cumplió con la aprobación del Real Decreto 302/2019, de 26 de abril, por el que se regula la compatibilidad de la pensión contributiva de jubilación y la actividad de creación artística.

Se incluyó el mandato al Gobierno para la aprobación de un real decreto para modificar la regulación de la relación laboral especial de los artistas en espectáculos públicos y sustituir el Real Decreto vigente (1435/1985, 1 de agosto).

4.9.3. NUEVA LEY DE MECENAZGO CULTURAL

En España no existe una «Ley de Mecenazgo» con ese nombre concreto, ni una «Ley de Mecenazgo» específica para el sector cultural. El marco legal en vigor en la actualidad regula los incentivos fiscales al mecenazgo para todos los sectores de interés social por igual.

Estos incentivos fiscales son los recogidos en la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

El 1 de enero de 2016 entró en vigor una reforma de esos incentivos fiscales, que incrementó sustancialmente los incentivos al micromecenazgo, con una deducción fiscal del 75 % para donaciones inferiores o iguales a 150 euros. Esto hace que el coste real de una donación de 150 euros sea de 37,5 euros.

El impacto de la reforma de los incentivos fiscales en las donaciones (en general, no hay datos concretos sobre las donaciones a entidades culturales) ha sido positivo. Los primeros datos los tuvimos a finales de verano de 2018, cuando la Agencia Tributaria hizo públicos, a través de su web de estadísticas, los datos relativos a las campañas del IRPF y del Impuesto de Sociedades de 2016. Se han llegado a superar las estimaciones del impacto de la reforma que recogía la Memoria de Beneficios Fiscales de los Presupuestos Generales del Estado para 2016, con casi 3,1 millones de donantes en IRPF.

Las ventajas que ofrecen estos incentivos fiscales están siendo aprovechadas por algunas de nuestras instituciones culturales más destacadas. Muestra de ello son las recientes y exitosas campañas de micro mecenazgo llevadas a cabo por el Museo Nacional del Prado y el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. Sin embargo, más allá de la existencia de los incentivos fiscales al mecenazgo que se han mencionado

previamente, existe una insistente demanda de la sociedad civil de una nueva Ley de Mecenazgo. Por ello, este Ministerio ya ha comenzado a dar los primeros pasos para la elaboración de una nueva Ley de Mecenazgo Cultural.

El 18 de septiembre de 2018, la Comisión Delegada de Asuntos Culturales aprobó la constitución de una comisión técnica con la participación de los Ministerios de Hacienda y de Cultura y Deporte para el estudio de una nueva Ley de Mecenazgo Cultural.

En el marco de esa comisión técnica, los trabajos relativos a la elaboración del proyecto de ley ya han comenzado. El objetivo es que esta nueva ley permita adecuar el régimen del mecenazgo a la realidad de la cultura hoy, actualizando las posibles aportaciones, los beneficiarios y los incentivos fiscales a las donaciones, posibilitando una mayor expansión tanto de los mecenas particulares como del ámbito de la responsabilidad social corporativa. De esta forma, avanzaríamos hacia una cultura más democrática, diseñada por todos, a la vez que atenderíamos el principal reto del sector cultural: el acceso a la financiación.

Los principales objetivos de esta nueva Ley serán, entre otros:

- Medidas de tipo fiscal. Entre las medidas a incluir en este apartado, más allá del incremento de los porcentajes o límites a las deducciones, estaría por ejemplo la de poder ofrecer contrapartidas simbólicas a las donaciones con un valor de hasta un pequeño porcentaje de la donación. Asimismo, es necesario incrementar los límites en el IRPF para facilitar las grandes donaciones.
- Medidas relativas al reconocimiento de los mecenas, así como al reconocimiento de la

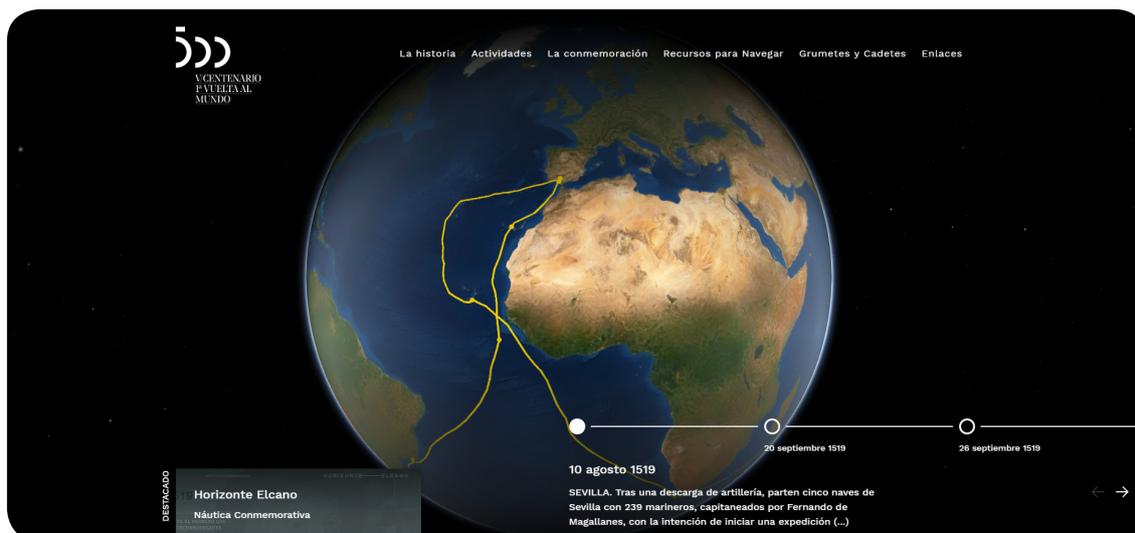
importancia del mecenazgo cultural en la sociedad, haciendo que esta se implique y que la realización de donaciones sea contemplada de forma positiva por la ciudadanía.

- Incluir la posibilidad de realizar donaciones de servicios, así como permitir que proyectos culturales individuales puedan acceder puntualmente a los beneficios fiscales, aunque no

tengan forma jurídica de fundación o de asociación declarada de utilidad pública.

Se trata, en definitiva, de homologar nuestro sistema con el de otros países que han innovado con éxito en materia de mecenazgo, de actualizarlo y hacerlo más ágil, y de poner en valor la figura de los mecenas.

4.9.4. CONMEMORACIÓN DEL V CENTENARIO DE LA EXPEDICIÓN DE LA PRIMERA VUELTA AL MUNDO DE FERNANDO DE MAGALLANES Y JUAN SEBASTIÁN ELCANO



Esta efeméride ha sido declarada Acontecimiento de Especial Interés Público por la disposición adicional 64 de la Ley 3/2017, de 27 de junio, de Presupuestos Generales del Estado para 2017, modificada por la disposición final cuadragésima segunda de la Ley 6/2018, de Presupuestos Generales del Estado para 2018. En esta disposición se reconoce la presente conmemoración como «acontecimiento de especial interés público» a los efectos de lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 49/2002,

de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Las empresas que faciliten financiación para actividades que forman parte del programa oficial podrán beneficiarse tanto de los beneficios previstos para el mecenazgo prioritario como de la deducción por gastos de publicidad y propaganda, con los límites máximos establecidos en la Ley 49/2002.

4.9.5. OBSERVATORIO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LA CULTURA

El Observatorio de Igualdad de Género en el Ámbito de la Cultura se crea por Orden del Ministerio de Cultura y Deporte el 15 de febrero de 2019 y celebra su reunión constitutiva el 4 de marzo del mismo año. Recoge las funciones de la Comisión de Igualdad de Género en el ámbito de la Cultura constituida en marzo de 2018, por la que se establecía un marco institucional que pretendía facilitar nuevas estrategias para promover la igualdad de género en el ámbito de las competencias culturales. El Observatorio está integrado por representantes del Ministerio de Cultura y Deporte y de las principales asociaciones de mujeres de distintos sectores de la cultura (Asociación de Mujeres en las Artes Visuales –MAV–, Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales –CIMA–, Asociación Clásicas y Modernas y Asociación de Mujeres en la Música).

El Observatorio nace con la vocación de impulsar la presencia de las mujeres y la igualdad de oportunidades en todas las manifestaciones culturales, así como en los puestos de responsabilidad competencia del Ministerio de Cultura y Deporte. En cumplimiento de este objetivo, el Observatorio analizará la información en materia de género para detectar situaciones de desigualdad y establecer medidas correctoras, propiciará la producción artística y la representación femenina en las distintas manifestaciones culturales, pondrá en marcha censos de expertas en igualdad de género y cultura, y promocionará el trabajo de las mujeres y su participación equilibrada en jurados y órganos de valoración.

En la reunión constitutiva se ha aprobado un Plan de Trabajo para 2019, en el que se incluyen manuales de buenas prácticas, estudios, informes y mapas de situación en todos los

principales sectores de la cultura. A propuesta de las asociaciones representadas en el Observatorio para la Igualdad de Género, está en marcha un estudio sobre la aplicación de la Ley de Igualdad en el ámbito de la cultura, que valorará su cumplimiento en los espacios públicos culturales y, en su caso, propondrá medidas de mejora. Este informe se realiza en colaboración con la Dirección General de Industrias Culturales y Cooperación.

Entre las prioridades del Plan de Trabajo 2019 está también, a propuesta de las asociaciones, la mejora de la información, básicamente estadística, y de los informes y planes elaborados por el Ministerio de Cultura y Deporte, con una perspectiva de género. Así, se publicará un boletín bimensual con explotaciones de datos estadísticos sobre los distintos sectores de la cultura. Esta reformulación y enriquecimiento de las estadísticas culturales y la incorporación de desgloses por sexo permitirá tener un retrato más fiel de la realidad del sector, permitiendo una actuación más efectiva en cada caso.

Por otro lado, los distintos centros directivos del Ministerio de Cultura y Deporte elaborarán estudios detallados en sus diferentes ámbitos de actuación, como son un informe sobre el papel de las mujeres en el ámbito del patrimonio cultural inmaterial, que desarrolla la Dirección General de Bellas Artes; o el mapa de autoras en bibliotecas públicas y el corpus de buenas prácticas en acciones con perspectiva de género en dichas instituciones, de la Dirección General del Libro y Fomento de la Lectura, en colaboración con las comunidades autónomas.

El Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA) abordará, por su parte, un

estudio sobre igualdad de género en la cinematografía y las artes audiovisuales y un manual de buenas prácticas en este ámbito, que tiene previsto realizar en colaboración con las comunidades autónomas, en el marco de la Comisión Interterritorial de Cinematografía y Artes Audiovisuales creada dentro de la Confe-

rencia Sectorial de Cultura. Del mismo modo, el Plan incluye un estudio sobre la igualdad de género en la industria de la música (encargado por la asociación Mujeres de la Industria de la Música, en aplicación de una subvención otorgada a tal efecto por el INAEM).

CONCLUSIONES

Además de constituir la faceta propiamente creativa y reflexiva de la actividad humana, la cultura determina la vida práctica de los hombres y, en concreto, la vida económica y social.

La cultura es, de hecho, más allá de su acepción puramente espiritual y artística, un importante elemento conformador de la sociedad, de gran relevancia entre los bienes y servicios que conforman la producción, la distribución y el consumo en la vida económica. Por eso las industrias culturales y creativas constituyen un factor central para la redefinición de los modelos productivos y de crecimiento económico de nuestra sociedad.

La Dirección General de Industrias Culturales y Cooperación, a través de las distintas medidas incluidas en la presente Memoria, muestra su compromiso de apoyo y estímulo del tejido cultural español, con el fin de dinamizar y facilitar la colaboración entre empresas, entidades y profesionales; contribuir a la formación de trabajadores culturales especializados; generar mecanismos de financiación alternativos para empresas culturales, y aportar alianzas estratégicas que incidan en la consolidación, modernización y desarrollo de la cultura española. El desarrollo de las industrias culturales y creativas determina, pues, la expansión de una cultura y es, en ese sentido, una tarea que nos compromete a todos, pero en especial a quienes hemos aceptado la responsabilidad pública de su promoción y, con ella, la de dar continuidad de futuro a la relevante presencia histórica de la cultura española en el mundo.

Para ello, el Ministerio de Cultura y Deporte impulsa acciones que contribuirán a aumentar la competitividad de las ICC y a reforzar y cohesionar el sector. Asimismo, nos proponemos la continuidad de una política de colaboración con otras muchas Administraciones, entidades e instituciones, públicas y privadas, a fin de poner en marcha proyectos comunes a los que impulsa un interés compartido por la consolidación de foros de diálogo cultural, jornadas de encuentro e intercambio de experiencias, así como convocatorias para el diálogo entre agentes económicos, creadores, expertos y profesionales.

Por todo ello, la Dirección General de Industrias Culturales y Cooperación encara esta etapa con convicción y solidez en sus apuestas por la dinamización de las industrias culturales y creativas y su importante papel, económico, estratégico y humano, para la sociedad española.

CONTACTO Y ENLACES DE INTERÉS

Ministerio de Cultura y Deporte – Cultura

<http://www.culturaydeporte.gob.es>

<https://twitter.com/culturagob>

<https://www.facebook.com/MinisteriodeCulturaYDeporte>

<https://www.youtube.com/user/canalmcu>

S. G. de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo

<http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/portada.html>

Correo electrónico:

secretaria.icm@cultura.gob.es



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CULTURA
Y DEPORTE