

Políticas de apoyo a las empresas culturales en España ¹



Rosa Luz Dávila y Anna Villarroya
Universidad de Barcelona

¹ Artículo cedido por sus autoras al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en el *Boletín GC: Gestión Cultural Nº 18 La Gestión Cultural desde el Ámbito Empresarial Privado*, junio de 2009. ISSN: 1697-073X. Referencia directa al artículo: www.gestioncultural.org/boletin/2009/bgc18-RDavilaAVillarroya.pdf

Resumen

El artículo describe las líneas de acción seguidas en los últimos años por el gobierno español para impulsar la cultura como instrumento favorecedor del desarrollo económico. Se destaca la creación, durante la presente legislatura (2008-2012), de la Dirección General de Política e Industrias Culturales dentro de la estructura del Ministerio de Cultura, así como el "Plan de Fomento de las Industrias Culturales" que este organismo ha puesto en marcha a finales de 2008. Por otra parte, se hace referencia al papel del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), organismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, como entidad que apoya la internacionalización de las empresas e industrias culturales de España. Además, se señalan las políticas de apoyo implementadas en las comunidades autónomas españolas para el desarrollo de las empresas e industrias culturales, con énfasis en el papel de la Generalitat de Cataluña, pionera en establecer un organismo centralizador de las políticas relativas a las industrias culturales, al crear en 2002 el Instituto Catalán de las Industrias Culturales (ICIC).

Las relaciones entre cultura y economía, más relevantes a medida que ha ido avanzando el siglo XXI y que cobran una especial importancia con la crisis económica de finales de 2007, han ocupado y ocupan un papel destacado en las agendas políticas de muchos gobiernos europeos. Este interés se ha materializado, en la mayoría de ocasiones, en la creación de condiciones para la promoción de las industrias culturales, en la unificación de las políticas culturales y el desarrollo turístico territorial o en la promoción nacional e internacional de las compañías insignia.

En el caso de España, uno de los ejes prioritarios de la acción del gobierno socialista, iniciada en el 2004, ha sido el impulso de la cultura como instrumento favorecedor del desarrollo económico. La nueva legislatura (2008-2012) ha supuesto un paso hacia adelante con la reorganización de la estructura ministerial (RD 1132/2008, de 4 de julio) y la creación de una nueva Dirección General de Política e Industrias Culturales. Con este nuevo organismo se ha querido facilitar una mayor racionalidad y coordinación en la estructura del Ministerio de Cultura, así como proporcionar una visión transversal de todas las cuestiones relacionadas con la promoción nacional e internacional de las industrias culturales. En esta línea, la nueva Dirección General tiene el encargo de elaborar, conjuntamente con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, una estrategia de acción cultural en el exterior, que mejore la eficacia y la eficiencia de las políticas, emprendidas hasta ese momento, por cada uno de los organismos. Considerada como una de las líneas prioritarias de acción del Ministerio de Cultura, la acción cultural en el exterior se centrará en aquellos países considerados prioritarios – por razones históricas, estratégicas o comerciales - teniendo en cuenta, en todo caso, los intereses y el potencial de las industrias culturales españolas.

En este marco, el Ministerio de Cultura presentó en diciembre de 2008 un “Plan de Fomento de las Industrias Culturales”, encaminado al desarrollo empresarial del sector y a promover y consolidar la emprendeduría cultural, generando nuevos mercados interiores, haciendo uso intensivo de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías y multiplicando la capacidad de difusión de las creaciones españolas dentro y fuera del territorio.

El citado “Plan de Fomento de las Industrias Culturales” incluye dos paquetes de medidas financieras para el desarrollo de la dimensión empresarial de la cultura. Uno de ellos dirigido a creadores y emprendedores culturales y, el otro, al crecimiento, consolidación e internacionalización de empresas culturales.

Entre el primer grupo de medidas destacan las siguientes:

- La puesta en marcha, en colaboración con el Instituto de Crédito Oficial (ICO), de una nueva línea de crédito para las industrias culturales a un tipo de interés subvencionado, que incentive la creación de nuevas empresas o actividades profesionales dedicadas a la producción, la distribución y/o la comercialización de bienes culturales (Línea de Crédito ICO-Creadores y Emprendedores Culturales).
- Una convocatoria de ayudas, financiadas por el Ministerio de Cultura y gestionadas por la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Aval, destinada a subvencionar el coste de los avales que las empresas e industrias del sector precisan para acceder a financiación externa.

Entre las segundas, destinadas a promover el crecimiento, la consolidación y la internacionalización de empresas culturales, destacan:

- Una línea de crédito, en colaboración con el ICO, para las industrias culturales a tipo de interés subvencionado, que estimule el desarrollo de nuevos proyectos de inversión o actividades de micro, pequeñas y medianas empresas (Línea de crédito “ICO-PYMES Culturales”).
- Una línea de ayudas a la inversión en capital para proyectos que promuevan la modernización, la innovación y la adaptación tecnológica de las empresas e industrias culturales. Con esta línea se pretende aumentar su competitividad y fomentar el desarrollo de productos culturales con alto impacto tecnológico.
- La puesta en marcha de ayudas reembolsables, en colaboración con el ICO, para proyectos empresariales que mejoren las capacidades gerenciales a través de la formación, la consolidación, el desarrollo y la internacionalización de las empresas e industrias culturales (“Línea ICO-Ayudas Reembolsables a Industrias Culturales 2009”).

En cuanto al ámbito sectorial de las medidas, es voluntad del gobierno que éstas alcancen a todos los sectores de la industria cultural, incluidos aquellos vinculados estrechamente con la innovación y la creatividad, como son las industrias de contenidos digitales de ocio y audiovisual y los géneros creativos multimedia. Respecto a la dotación presupuestaria, el Ministerio de Cultura dispondrá de 1.000.000 euros para las líneas ICO-Creadores y Emprendedores Culturales e ICO-PYMES Culturales. Para la subvención de costes de los avales de los préstamos a empresas e industrias culturales, se ha aprobado un total de 1.000.000 euros. La Línea ICO-Ayudas Reembolsables a Industrias Culturales contará con una financiación de 22.000.000 euros y a las ayudas de inversión en capital para la modernización, innovación y adaptación tecnológica se destinarán 2.000.000 euros.

Por su parte, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), organismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, dispone de diversas herramientas para la proyección global de las empresas e industrias culturales de España. Las ayudas del ICEX están fundamentalmente dirigidas a la iniciación a la exportación, la mejora de la competitividad, el apoyo a la internacionalización y el desarrollo de planes sectoriales de promoción. Asimismo, el ICEX tiene un programa de becas destinado a la internacionalización de jóvenes profesionales, una oferta de formación dedicada a la internacionalización, y una red de oficinas económicas y comerciales integradas en las Embajadas de España.

A fin de promover en el exterior los sectores relacionados con las industrias de contenidos y del conocimiento, el ICEX puso en marcha en 2007 un "Plan de Apoyo a la Internacionalización de las Industrias Culturales", realizado en coordinación con otros organismos de la Administración y con asociaciones de los sectores implicados. Con un presupuesto de 20 millones de euros para el periodo 2007-2009, este Plan perseguía la consolidación de la internacionalización de las empresas culturales, en concreto, de los sectores editorial, audiovisual, servicios educativos y musical - cuyo denominador común es el idioma español -, potenciando una imagen de las industrias culturales españolas acorde con la realidad económica y empresarial del país. El Plan, que complementaría y reforzaría las actuaciones de los planes sectoriales actualmente vigentes, se estructuró en torno a 7 líneas estratégicas: apoyo a la iniciación de la internacionalización; implementación de programas de formación; obtención y análisis de información sobre la oferta y demanda empresarial; promoción de productos culturales; coordinación con otros órganos de la Administración; acciones de imagen y comunicación; y acciones de carácter institucional.

El establecimiento de todas estas medidas de apoyo a las empresas culturales de nuestro país se enmarca en un contexto en el que la cultura representa aproximadamente el 3% del PIB (según el estudio de Uriel, 2006). El creciente peso de este "tercer sector" de la economía española tiene su reflejo también en las cifras de ocupación: el número de puestos de trabajo en el sector cultural creció de los 397,6 mil en el 2000 a 556,6 mil en el 2007, un crecimiento de aproximadamente el 40% en términos absolutos. Este crecimiento, que responde tanto al establecimiento de nuevas empresas culturales como a la expansión de las

ya existentes, ha favorecido la generación de valor añadido, así como la absorción de nuevas tecnologías y de trabajadores cualificados. En el 2007, el sector cultural representaba el 2,7% de la población ocupada. De esta población, aproximadamente el 78% era asalariada: un 67% con contratos indefinidos y el 33% restante con contratos temporales. Por lo que respecta al número de empresas con una actividad económica principal dedicada a la cultura, en el 2008 sobrepasó las 70.000, representando en torno al 2% de las existentes en el directorio central de empresas. Respecto al número de empleados, el 91,9% de las empresas culturales en el 2008 tenían entre 0 y 9 empleados, mientras que menos del 1% tenía más de 100.

A nivel regional, cabe señalar que de manera pionera en el estado español la comunidad autónoma de Cataluña fue la primera en establecer un organismo centralizador de las políticas relativas a las industrias culturales de la Generalidad de Cataluña. Así, en el año 2000, se creó el Instituto Catalán de las Industrias Culturales (Ley 20/2000, de 29 de diciembre), organismo autónomo dependiente del actual Departamento de Cultura y Medios de Comunicación, cuyo objetivo principal es la coordinación de los esfuerzos de los agentes involucrados en el sector cultural. Cataluña, junto con Madrid, son las dos comunidades autónomas españolas con una mayor presencia de empresas culturales. En el 2008, las empresas culturales catalanas representaban el 20,7% de las empresas culturales españolas, tan sólo por detrás de la comunidad de Madrid (con un 26% del total español).

La política del Departamento de Cultura y Medios de Comunicación en la presente legislatura (2007-2010) tiene entre sus principales objetivos la mejora de la modernización, la innovación, la internacionalización y la autonomía de las empresas catalanas, poniendo un especial énfasis en la promoción, el marketing y la distribución. Es también objetivo del gobierno en este ámbito mejorar las cuotas de consumo de productos culturales catalanes y/o en catalán, tanto en el mercado interior como exterior. En esta línea, cabe destacar iniciativas como la del Centro de Desarrollo Audiovisual, unidad del Área Audiovisual del Instituto Catalán de las Industrias Culturales, que tiene como objetivo prioritario el apoyo al desarrollo de proyectos audiovisuales en determinadas fases del proceso de pre-producción de la película, siempre que respondan a los principios de profesionalización y proyección internacional del sector. Asimismo, el Centro de Desarrollo Audiovisual organiza el Mercado Internacional de Derechos Audiovisuales, con el objetivo de favorecer la colaboración entre las industrias editorial y audiovisual, reuniendo, por un lado, a escritores, agencias literarias y editores y, por otro lado, a productores audiovisuales como posibles compradores de los derechos. Con el objetivo de contribuir a mejorar la competitividad y la innovación de la gestión de las empresas culturales, el Instituto Catalán de las Industrias Culturales también dispone de un Servicio de Desarrollo Empresarial, que ofrece actividades formativas y de consultoría a las empresas del sector.

El Departamento de Cultura y Medios de Comunicación ha puesto en marcha, en los últimos años, diversos instrumentos para la financiación de proyectos culturales que han sido pioneros en el resto del estado español, como por ejemplo:

- Las aportaciones reintegrables, un instrumento de financiación a priori de proyectos culturales que dispongan de una clara voluntad de rentabilidad y de inserción en el mercado de bienes y servicios culturales, con una propuesta económicamente viable. Este instrumento comporta un compromiso de retorno de los fondos concedidos en función de los resultados de explotación comercial del bien o del servicio cultural de que se trate.
- Con el Crédito Cultura se persigue facilitar y abaratar el acceso a la financiación de las industrias culturales. Para contribuir a su desarrollo, el Departamento de Cultura y Medios de Comunicación, a través del Instituto Catalán de las Industrias Culturales, ha firmado un convenio de colaboración con cinco entidades financieras, en el cual se establecen tres líneas de financiación (avales, préstamos a largo plazo y préstamos a corto plazo o de tesorería).
- La publicidad a riesgo es un convenio de colaboración entre el Instituto Catalán de las Industrias Culturales y la Televisión de Cataluña, SA (TVC) para el desarrollo de políticas culturales de publicidad vinculadas a los resultados de explotación de bienes culturales y espectáculos producidos o comercializados por industrias culturales catalanas. En virtud de este convenio, las empresas disponen de la emisión de espacios publicitarios en las diversas franjas horarias de los canales propiedad de TVC - TV3 y K33 -, sin necesidad de realizar ningún abono previo por este concepto. El abono de los espacios publicitarios se producirá en función de los resultados de la explotación comercial de los bienes culturales o espectáculos publicitados. A tal efecto, en el convenio se pactan las condiciones de liquidación, de manera que el Instituto Catalán de las Industrias Culturales asume la diferencia que se pueda producir entre el importe inicialmente contratado para publicidad y el resultado final de la explotación.
- En el ámbito audiovisual recientemente se ha suscrito un convenio entre el Instituto Catalán de las Industrias Culturales y el Instituto Catalán de Finanzas para la creación del fondo de inversión MESFILMS INVERSIONS. Se abre de esta manera una nueva línea de financiación, diferenciada de las tradicionales ayudas a fondo perdido, para las empresas interesadas en promover proyectos de producción cinematográfica y audiovisual y que cumplan con los requisitos que establece el convenio.

Con posterioridad a la creación y consolidación del Instituto Catalán de las Industrias Culturales y a medida que se hacía cada vez más patente el interés político por la dimensión económica de la cultura, otras comunidades autónomas españolas han implementado políticas de apoyo al desarrollo de las industrias culturales. Así, en junio de 2008, entró en funcionamiento la Agencia Gallega de las

Industrias Culturales -AGADIC-, agencia pública autonómica adscrita a la Consejería de Cultura y Deporte de la Junta de Galicia. El nuevo organismo, que sustituye al Instituto Gallego de las Artes Escénicas y Musicales (IGAEM), pasa a englobar la totalidad de las actividades culturales y artísticas desarrolladas por creadores individuales, empresas e industrias culturales. La AGADIC ha sido creada (Ley 4/2008, de 23 de mayo) para impulsar y consolidar el tejido empresarial en el sector cultural gallego, cooperando en la aportación de factores productivos, en el fomento de la oferta de bienes y servicios y en la asignación de ingresos suficientes y estables. Entre sus funciones destacan la de impulsar la creación y el desarrollo de empresas productoras de bienes y servicios culturales; favorecer la producción, distribución y comercialización de los productos culturales dentro y fuera del país; mejorar la preparación y cualificación de los recursos humanos del sector; apoyar la colaboración entre empresas y creadores; estimular la mejora y modernización tecnológica; impulsar la cooperación y el asociacionismo entre los trabajadores y las empresas culturales, así como aumentar la presencia y competitividad del sector profesional en los mercados culturales y difundir la información sobre los recursos destinados a las empresas culturales.

Del mismo modo, la Junta de Andalucía, a través de diversos organismos, promueve importantes iniciativas a favor de las empresas culturales, entre las que cabe destacar las siguientes:

- El *Proyecto Lunar* es el primer programa de apoyo integral a emprendedores de la industria creativo cultural andaluza de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. Siguiendo un innovador modelo, *Proyecto Lunar* impulsa la creación, el desarrollo y la consolidación de las empresas andaluzas de base creativa a través de la investigación, la formación, el asesoramiento técnico, la promoción, el comercio de productos creativos culturales, las relaciones, la generación de redes y la visualización del tejido productivo de zonas y ciudades del territorio. El programa que inicialmente se implementó en seis provincias (Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Málaga y Sevilla), en la actualidad da cobertura a toda Andalucía. Con dos años de funcionamiento, se han adherido a esta iniciativa 987 proyectos empresariales, se ha contribuido a la creación de 96 empresas y se han generado 216 puestos de trabajo (incluido el autoempleo).
- La *Feria de Industrias Culturales Andaluzas (FICA)*, cuya segunda edición se celebró en el mes de marzo de 2009, pretende fortalecer y fomentar la comercialización y la difusión de las industrias culturales y sus productos, a nivel nacional e internacional, así como difundir las ayudas y subvenciones disponibles para los sectores implicados. En esta iniciativa participan un elevado número de organismos públicos (las consejerías de Presidencia, de Economía y Hacienda, de Innovación, Ciencia y Empresa, de Empleo, de Turismo, Comercio y Deporte, de Agricultura y Pesca, de Igualdad y Bienestar Social, de Vivienda y

Ordenación del Territorio; de Educación, y la Consejería de Cultura), junto a la institución ferial de Sevilla (FIBES).

- Los *fondos de apoyo a las Pymes de industrias culturales* (Decreto 99/2009, de 27 de abril) pretenden aportar liquidez y facilitar inversiones en el sector cultural, mediante instrumentos financieros reembolsables. Estos fondos se adscriben a la Consejería de Cultura y están dotados de 10 millones de euros para el ejercicio 2009. Con cargo a estos fondos, se pueden aprobar préstamos o créditos a largo plazo, préstamos participativos, operaciones de capital riesgo, toma de participaciones minoritarias y temporales en el capital social de las empresas, otorgamiento de garantías y otras fórmulas de financiación reconocidas en el tráfico mercantil.

Asimismo, uno de los ejes estratégicos del primer *Plan Vasco de la Cultura 2004-2008*, destinado a orientar las actuaciones del Departamento de Cultura del Gobierno Vasco, fue la dinamización de las industrias culturales y su cadena de valor. El Plan pretendía estudiar la viabilidad y definir el modelo para la creación del *Instituto Vasco de las Artes e Industrias Culturales*, órgano necesario para mejorar la situación de las artes y buscar una apertura clara hacia las industrias culturales en claves competitivas. Al término de dicho periodo, la aprobación del Instituto ha quedado pendiente. Es por ello que el proyecto del *Plan Vasco de Cultura II (2009-2012)*, presentado en febrero de 2009, prevé la puesta en marcha de este Instituto, a fin de estructurar una política pública más coherente, cogestionada y duradera para las empresas e industrias culturales vascas. Además, el nuevo Plan contempla continuar con la dinamización de las industrias culturales y de su cadena de valor mediante la promoción de las infraestructuras básicas en las artes escénicas, musicales y visuales; el fortalecimiento a las empresas culturales; el apoyo a artistas y profesionales; el fomento del I+D+i en las industrias culturales; la promoción y difusión de los productos de las industrias culturales vascas; la revisión y actualización de los sistemas de ayudas a nivel sectorial; y el impulso a nuevos tipos de programas de fomento.

Por otra parte, con la elaboración del *Libro Blanco de las Industrias Culturales del Principado de Asturias*, la Consejería de Cultura y Turismo del Gobierno del Principado de Asturias ha dado un paso importante en el camino de colaboración con las empresas de la industria cultural. Este estudio, publicado en abril de 2009, realiza una radiografía precisa de las distintas actividades culturales desarrolladas en esta comunidad autónoma y su relación con el sector económico, por lo que servirá de base para desarrollar estrategias de futuro que mejoren el reconocimiento y la visibilidad de las empresas culturales asturianas.

Finalmente, cabe mencionar a la Dirección General de Promoción Cultural de la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid, institución que también tiene entre sus competencias el impulso de programas de promoción de las industrias culturales, trabajando en esta materia en coordinación con otras Consejerías.

Referencias bibliográficas

Bissap, Instituto CIES. (2009) Libro Blanco de las Industrias Culturales del Principado de Asturias, Oviedo: Consejería de Cultura y Turismo del Gobierno del Principado de Asturias. Disponible en: http://www.asturias.es/Asturias/descargas/PDF%20DE%20TEMAS/libro_blanco_industrias_culturales.pdf

Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. (2007) Plan Estratégico para la Cultura en Andalucía, Sevilla: Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/web/publico/general.jsp?pag=listado.jsp&cp=1&cu=10&cd=48606&ch=160>

Consejo Vasco de la Cultura. (2009) Orientaciones para el Plan Vasco de Cultura II (2009-2012), Vitoria-Gasteiz: Departamento de Cultura del Gobierno Vasco. Disponible en: http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-5773/es/contenidos/nota_prensa/kep_09_12/es_kep/adjuntos/ORIENTACIONES_PVC_%20II_2009_2012.pdf

Departamento de Cultura del Gobierno Vasco. (2009) El Plan Vasco de la Cultura se convierte en el motor de la política cultural, Vitoria-Gasteiz: Departamento de Cultura del Gobierno Vasco. Disponible en: http://www.euskadi.net/r46-714/es/contenidos/nota_prensa/kep_bal_2004_2008/es_kep/adjuntos/Microsoft%20Word%20-%20KEP%20balance%20%20RUEDA%20PRENSA%2015%20ENERO%202009_definitivo.pdf

Departamento de Cultura del Gobierno Vasco. (2004) Plan Vasco de la Cultura, Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. Disponible en: http://www.euskadi.net/r33-2288/es/contenidos/informacion/plan_vasco_cultura/es_6571/adjuntos/plan_vasco_cultura_c.pdf

Instituto Español de Comercio Exterior. (2009) Plan de Apoyo a la Internacionalización de las Industrias Culturales, Madrid: ICEX. Disponible en: http://www.icex.es/documentos/Plan_de_apoyo_ind_culturales_.pdf

Uriel, E. (2006) El valor económico de la cultura en España, Madrid: Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica. Disponible en: <http://www.mcu.es/novedades/novedadesVecE.html>

Villarroya, A. (2008) "SPAIN, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe", 9th edition, Consejo de Europa/ERICarts. Disponible en: <http://www.culturalpolicies.net/web/countries.php>

Páginas web:

Agencia Gallega de las Industrias Culturales (AGADIC)
<http://www.agadic.info/>

Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía
<http://www.juntadeandalucia.es/cultura/web/publico/>

Departamento de Cultura del Gobierno Vasco
<http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-704/es/>

FICA, Feria de Industrias Culturales Andaluzas
<http://www.fica2009.es>

Instituto Catalán de las Industrias Culturales (ICIC)

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.6fa8ee695cac79873748b049b0c0e1a0/?vgnextoid=17f2923e6837a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=17f2923e6837a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

<http://www.icex.es>

<http://www.contenidosculturalesparaelmundo.es>

Ministerio de Cultura de España

<http://www.mcu.es/industrias/index.html>

Proyecto Lunar

<http://www.proyectolunar.com>