

ASUNTO: Industrias Culturales y Creativas

Informe: “II Jornada sobre acceso a la financiación privada de las Industrias Culturales y Creativas”

Ministerio de Cultura y Deporte

Madrid, 20 de junio de 2019

Sesión 1. Las empresas como patrocinadoras de la cultura, moderada por Carlos Mangado.

Ponentes: Fede Segura (Grupo Damm), Raúl Respaldiza (Zertior) y Víctor Flores (comisario y programador cultural). Moderador: Carlos Mangado.

Los ponentes explicaron brevemente el funcionamiento de sus empresas y los criterios que siguen para decidir patrocinar un proyecto cultural y creativo. Y compartieron algunas claves para la presentación de proyectos por parte de los gestores culturales:

- Presentar un plan de viabilidad junto con el proyecto, donde se destaque el beneficio para ambas partes.
- Presentar la propuesta de forma innovadora y novedosa, dando a la empresa patrocinadora la posibilidad de generar contenidos y crear propuestas de valor.
- Definir bien el proyecto; tener visión a largo plazo; crear y orientar el producto al cliente; desarrollar los beneficios que se aporta a la marca patrocinadora.

Los principales obstáculos que las empresas encuentran a la hora de patrocinar un proyecto cultural son los siguientes: dificultad para el retorno de la inversión realizada; interés principal en patrocinar proyectos con un elevado interés comercial; poco conocimiento del sector y de los proyectos propuestos.

Sin embargo, cuando una marca patrocina a un proyecto cultural y creativo puede encontrar beneficios como: creación de branded content, consiguiendo así posicionamiento, notoriedad en el mercado y fidelidad de clientes; habilidades de story telling, diseñados principalmente para transmitir valores, emociones y formas de pensamiento, consiguiendo así una mayor conexión con sus clientes.

Llama la atención la percepción del público sobre los patrocinios: menos del 8% de consumidores creen que la marca pueda aportar una mejora a sus vidas, por otro lado, más del 60% de los consumidores creen que el contenido de las marcas es innecesario o irrelevante.

Como reflexión final de la sesión, se señala que:

- Las pequeñas empresas que buscan financiación para sus proyectos consideran prácticamente imposible acceder al patrocinio de una importante marca.

- El patrocinio puede hacer que se pierda el nivel artístico y talento real, buscando únicamente el beneficio comercial para la marca. Se ha de luchar por encontrar un punto de encuentro entre el desarrollo artístico y el comercial.
- Es necesario el compromiso real por parte de las empresas, no solo basándose en el beneficio económico. Se propone la implantación de la responsabilidad social corporativa a través del “marketing de categoría”. La empresa debería contar con un fondo solidario dedicado a la financiación de cultura, para cuidar y fomentar el desarrollo de dicha industria.

Sesión 2. Instrumentos de garantía Europa Creativa como aval para la financiación de proyectos culturales

Ponentes: Mónica Carretero (CreaSGR), Violeta Ruiz del Valle (Ibérica Danza) Guillermo Velasco (Big Bang Box) y Bernador Hernández (Zerouno Games). Moderadora: Grial Ibáñez.

Se presenta el instrumento de garantía de préstamos Programa Europa Creativa y su funcionamiento en España a través de la Sociedad de Garantía Recíproca, CreaSGR, así como algunas experiencias de empresas culturales que se han beneficiado de este instrumento.

La finalidad principal de este programa, implantado por la Comisión Europea, es facilitar el acceso a la financiación de las PYMES pertenecientes al sector creativo y cultural, otorgando garantías a entidades de crédito que fomenten la concesión de préstamos a proyectos del sector creativo y cultural, y cubriendo el 70% del riesgo de la financiación concedida.

La Comisión Europea ha destinado 181 millones de euros a este instrumento, con la intención de movilizar 1.000 millones de euros para proyectos culturales. Cabe destacar que se han concedido avales a 386 PYMES, siendo 308 de nacionalidad española. Dentro del sector cultural, el 43% de los avales fueron destinados al sector audiovisual y el 57% restante se dedicó al resto del sector de las industrias culturales.

España ha sido el primer país en firmar un acuerdo de garantía con el Fondo Europeo de Inversiones, a través del intermediario financiero CERSA (Compañía Española de Reafianzamiento), que articula el instrumento de garantía a través de las llamadas Sociedades de Garantía Recíproca, siendo estos los responsables de realizar los avales para el sector. Entre estas sociedades de garantía, podemos destacar la importante labor que está realizando CreaSGR en el sector cultural.

Mónica Carretero comentó que la idea del proyecto nació en el sector audiovisual, cuando los productores audiovisuales no recibían dinero de los bancos porque no comprendían las características específicas del sector. Actualmente, han abierto sus líneas de acción hacia otros campos del sector cultural como el teatro, la danza, la animación o los videojuegos.

CreaSGR se dedica a analizar proyectos de organizaciones que necesiten financiación y a avalarlos, es decir, asumen el riesgo financiero para que el banco conceda el préstamo necesario para el desarrollo del proyecto cultural. Para la evaluación del proyecto es

necesario que se aporten datos concretos y claros acerca del mismo, el perfil de los proyectos aceptados es de riesgo bajo, es decir, aquellos que sean capaces de devolver el préstamo concedido.

Los principales motivos por los que CreaSGR no aprobaría un proyecto son la no devolución de préstamos concedidos anteriormente, el diseño inapropiado y poco claro del proyecto, o el desconocimiento del sector en el que se va a desarrollar el proyecto. A pesar de esto, el índice de aprobación es de un 91%.

Tras las experiencias comentadas por diferentes profesionales del sector, podemos llegar a la conclusión de que este tipo de Sociedades de Garantía Recíproca pueden ser de gran utilidad para fomentar la financiación privada de empresas culturales. Cabe señalar que, con la intervención de CreaSGR con los bancos, es más sencillo conseguir una tipología de préstamo óptimo para el proyecto, con tipos de intereses menores al 2%, sin cuotas mensuales o pudiendo elegir el momento del desembolso del pago.