

PLAN DE FOMENTO

DE LAS

INDUSTRIAS

CULTURALES Y

CREATIVAS

2016

**DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA
E INDUSTRIAS CULTURALES Y
DEL LIBRO**

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

PLAN DE FOMENTO DE LAS
INDUSTRIAS CULTURALES
Y CREATIVAS 2016



MINISTERIO
DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE

DIRECCIÓN GENERAL
DE POLÍTICA E INDUSTRIAS CULTURALES
Y DEL LIBRO

SUBDIRECCIÓN GENERAL
DE PROMOCIÓN DE INDUSTRIAS
CULTURALES Y MECENAZGO

Catálogo de publicaciones del Ministerio: www.mecd.gob.es
Catálogo general de publicaciones oficiales: publicacionesoficiales.boe.es

Edición 2016



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE

Edita:
© SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
Subdirección General
de Documentación y Publicaciones

NIPO: 030-16-013-8

CONTENIDO

PRESENTACIÓN

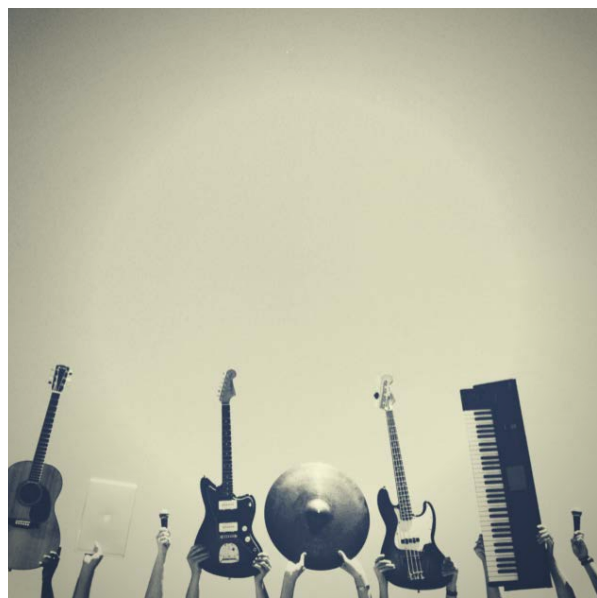
LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS COMO SECTOR ESTRATÉGICO	06
--	----

Las ICC en Europa	07
Las ICC en España	08



DESAFÍOS DE LAS ICC	10
---------------------	----

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES DE LAS ICC	14
---	----



OBJETIVOS DEL PLAN	20
--------------------	----

LÍNEAS DE ACTUACIÓN	21
---------------------	----

Ayudas	22
Avales	28
Préstamos	28
Becas	29
Otras acciones	31

CONCLUSIONES	34
--------------	----

PRESENTACIÓN

El Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas es el vehículo que utiliza la Secretaría de Estado de Cultura para:

- Fomentar la creación y modernización de las industrias culturales y creativas,
- Estimular la creación y difusión de la oferta cultural,
- Impulsar proyectos de empresas y entidades sin ánimo de lucro del sector,
- Ayudar a la consolidación del sector creativo,
- Contribuir a la mejora de la formación de los trabajadores y emprendedores del ámbito cultural y creativo,
- Apoyar a las nuevas generaciones de gestores culturales,
- Favorecer la internacionalización del sector,
- Fomentar el mecenazgo cultural.

Con este Plan se intensifica el respaldo desde el 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 más tradicionales: las artes escénicas, las artes visuales, el patrimonio cultural, el cine, la televisión, la radio, la música, los libros y la prensa, de acuerdo con la clasificación realizada por el Libro Verde de Industrias Culturales y Creativas de la Unión Europea.

LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS COMO SECTOR ESTRATÉGICO

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.

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 los trabajadores.

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.

LAS ICC 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). La Estrategia Europa 2020 establece como objetivos prioritarios conseguir una salida exitosa a la crisis actual y convertir a la UE en una economía inteligente, sostenible e integradora que disfrute de altos niveles de empleo, productividad y cohesión social.

La Comisión Europea otorga un carácter estratégico especial a las ICC debido a su carácter dinámico, a su contribución estructural a la producción y al empleo –cifrada aproximadamente en un 4,2 % del PIB del conjunto de la UE y más de 7 millones de puestos de trabajo, un 3,3 % del total del empleo europeo–, y a su potencial de crecimiento en los próximos años.

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.



DATOS SOBRE LAS ICC EN ESPAÑA

DATOS ECONÓMICOS GENERALES

CONTRIBUCIÓN AL PIB

3,5 %

EMPLEO CULTURAL 2014

**511 800
personas**

**3 %
empleo
global**

**+ 5,6 %
(2013)**

EMPRESAS ICC 2014

107 922

3,5 % total empresas

TAMAÑO DE LAS EMPRESAS CULTURALES

**61,3 %
sin
asalariados**

**31,8 %
de 1 a 5
empleados**

**6,2 %
de 6 a 49
empleados**

**0,7 %
más de 50
empleados**

CONCENTRACIÓN EN COMUNIDADES AUTÓNOMAS

**Madrid
22,4 %**

**Cataluña
20,2 %**

**Andalucía
12,7 %**

**C. Valenciana
9,4 %**

COMERCIO EXTERIOR DE BIENES CULTURALES

EXPORTACIONES 2014

**688,6 M
euros**

**Destinos:
UE (51,8 %)
Iberoamérica (25,9 %)**

IMPORTACIONES 2014

**813,8 M
euros**

**Procedencia:
UE (75,3 %)**

IMPACTO SOBRE OTROS SECTORES: TURISMO

2014

ESPAÑOLES

EXTRANJEROS

VIAJES REALIZADOS POR MOTIVOS CULTURALES

12,1 M (14,7 %)

7,1 M (12,6 %)

REALIZAN ACTIVIDADES CULTURALES EN VIAJES

60,7 %

56 %

DATOS SOBRE CONSUMO CULTURAL

GASTO EN HOGARES 2014			2,4 % del gasto en bienes y servicios se destina a cultura	11 963,2 M euros
Libro y publicaciones periódicas 13,9 %	Servicios culturales 35,2 %	Equipos audiovisuales e Internet 44,3 %	Gasto medio por hogar 653,6 euros	Gasto medio por persona 260,1 euros

PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES CULTURALES MÁS FRECUENTES 2014				
Escuchar música 87,2 % (+2,8 %)	Leer 62,2 % (+3,5 %)	Ir al cine 54 % (+4,9 %)	Los españoles consumen más cultura que hace 4 años	
Teatro 23,3 % (+4,2 %)	Ballet o danza 7 % (+1 %)	Música actual 24,5 % (-1,4 %) Música clásica 8,6 % (+1 %)	Museos, exposiciones, galerías 39,4 % (+1,5 %)	Monumentos 41,4 % (+2 %)

TECNOLOGÍA Y CULTURA			
VIDEOJUEGOS	N.º JUGADORES: 14 M	CONSUMO 996 M EUROS +6,8 % (2013)	Cuarto mercado de Europa

TECNOLOGÍA COMO INSTRUMENTO DE DIFUSIÓN DE LA CULTURA				
Compra entradas por internet 9,1 %	Visitas virtuales a museos 6,7 %	Ver espectáculos música y artes escénicas 5,3 %	Lectura en soporte digital 17,7 %	Escucha de música: móvil: 30,3 % PC: 29,4 % internet: 22,7 %

Fuentes utilizadas:
Cuenta Satélite de la Cultura
Anuario de Estadísticas Culturales 2015
Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2014-2015
Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2015 (DEV)

Las ICC se enfrentan a determinados desafíos que no solo pertenecen al ámbito español, sino que son comunes a toda la Unión Europea:

- Insuficiencia de financiación.
- Escasa cooperación intrasectorial derivada, en la mayor parte de los casos, de una falta de conocimiento del resto de las empresas y proyectos que se desarrollan.
- Escasa cooperación intersectorial por el desconocimiento de las ventajas que implica la creación de sinergias.
- Dificultades de salida al mercado internacional.
- Escasa adecuación de la formación de los profesionales del sector a las nuevas necesidades de las empresas.
- Cambio a un modelo de negocio digital.
- Nuevos comportamientos de los consumidores.
- Violación de la propiedad intelectual y ausencia de modelos para su valoración económica.



DESAFÍOS DE LAS ICC

FINANCIACIÓN

Las empresas de las ICC desarrollan su actividad dentro de un ecosistema financiero que cuenta con:

- componentes internos: situación financiera y activos de la empresa, tamaño, habilidades y conocimientos de sus trabajadores, plan de negocio, bienes y servicios ofertados, etc.,
- componentes externos: ayudas/aporte financiero de otras entidades, demanda de sus bienes y servicios, dinámica del mercado, marco regulador en el que operan, reputación del sector, etc.

Los problemas de acceso a financiación de las empresas de las ICC están relacionados directamente con los componentes mencionados pero también con la falta de diálogo entre el sector y los agentes financiadores. Las causas de la asimetría y desequilibrio en la comunicación entre las partes que impiden el correcto funcionamiento del ecosistema financiero son:

- la ausencia de planes de negocio sólidos en las empresas de las ICC,
- la escasez de formación en estrategia y finanzas de sus trabajadores,
- el desconocimiento de sus propios activos de propiedad intelectual,
- la ausencia de recursos y conocimientos para predecir la demanda del mercado o el periodo de tiempo tras el que la empresa será capaz de generar valor,
- la imagen preconcebida negativa del sector y de los riesgos de invertir en proyectos de alta innovación que poseen los distintos agentes financiadores,
- la dificultad de las entidades financieras para valorar activos de propiedad intelectual debido a su intangibilidad.

COOPERACIÓN INTERSECTORIAL E INTRASECTORIAL

El sector cultural se encuentra todavía en una fase inicial en lo que se refiere a su estructuración. La escasez de redes empresariales, la falta de comunicación y, en consecuencia, la ausencia de colaboración siguen siendo una realidad.

Esta ausencia de interactividad impide la interlocución con agentes representativos del sector que propicien la colaboración público-privada en el diseño de políticas y actuaciones para su consolidación.

El Comité Económico y Social Europeo destaca la importancia vital para las ICC de la creación de clusters culturales, la existencia de distritos creativos en las ciudades y la necesidad de facilitar plataformas de fácil y libre acceso para la puesta en común de ideas y proyectos por parte de los agentes del sector. También enfatiza el gran potencial de la colaboración intersectorial no solo en cuanto al crecimiento de los sectores implicados y la transferencia de conocimientos, sino también en aspectos como la creación de nuevos tipos de puestos de trabajo.

Espacios de *co-working*, laboratorios de innovación y aceleradoras de *startups* son cada vez más relevantes en el ámbito de las ICC como respuesta a la nueva economía colaborativa que gana cada vez más peso.

EXPANSIÓN INTERNACIONAL

Las condiciones en las que las empresas desarrollan actualmente su negocio (globalización de los mercados y economía abierta) obligan a una mejora permanente de su competitividad. Esta condición es especialmente importante en el caso de las PYME, que cuentan con una serie de limitaciones intrínsecas que no tienen las grandes empresas.

Existe una estrecha interdependencia entre competitividad e internacionalización, y ambas características suelen guardar relación con la dimensión de las empresas. La competitividad es condición necesaria para el proceso de internacionalización de una empresa, al mismo tiempo que su presencia en un mercado global contribuye a su crecimiento y mejora sustancialmente dicha competitividad.

Hay que tender a alcanzar un mayor tamaño empresarial a través de procesos de cooperación mediante acuerdos, fusiones y alianzas con otras empresas nacionales o extranjeras.

MODELO DE NEGOCIO DIGITAL

La digitalización crea retos a los que los profesionales de las ICC han de enfrentarse. No siempre se tienen los conocimientos adecuados para hacer frente a un proceso de digitalización o incorporación de la tecnología a sus procesos, productos, servicios y trabajo diario. En sectores como el de la música, los libros, el cine, la televisión y el videojuego la digitalización ha provocado una disminución de las ventas en formato físico y ha facilitado la vulneración de derechos de propiedad intelectual.

FORMACIÓN DE LOS PROFESIONALES DEL SECTOR

La formación de sus profesionales es el pilar fundamental para el correcto desarrollo de las empresas de cualquier sector económico. Las carencias en cuanto a habilidades empresariales de los trabajadores de las ICC, la escasez de conocimientos de los mercados, la existencia de un entorno global y la necesidad de cambio a un modelo de negocio digital hacen que la formación sea clave para el éxito de las empresas del sector.

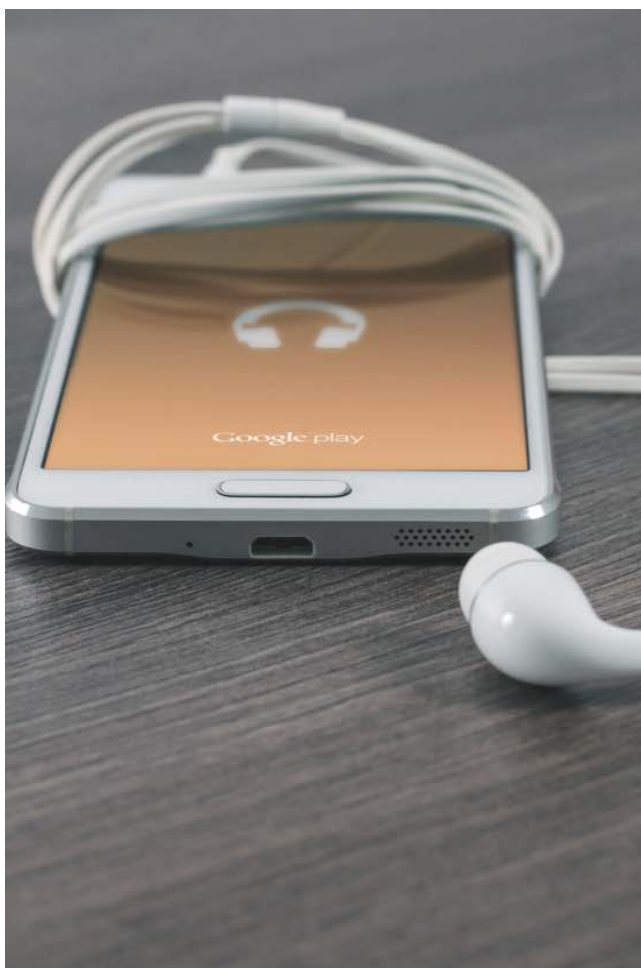
En un momento como el actual en el que los modelos económicos evolucionan rápidamente, es necesario que los programas de capacitación dirigidos a los profesionales de las ICC incluyan formación económica, de gestión, de planificación y creación de planes estratégicos, de internacionalización y de aplicación de tecnologías de la información en los proyectos empresariales.



NUEVOS COMPORTAMIENTOS DE LOS CONSUMIDORES

La digitalización ha provocado cambios en la participación del público y sus hábitos de consumo. La cultura ha pasado de lo social a lo particular, ahora se disfruta en soledad y a golpe de clic.

Las herramientas digitales disponibles han convertido a los que antes eran meramente consumidores en productores y generadores de su propio contenido, lo que ha provocado la aparición de nuevos modelos de negocio basados en lo que se conoce como *user-generated content* o UGC. Los UGC cubren todos los tipos de creación utilizando tecnologías digitales, lo que incluye videos, blogs, foros, *podcasts*, redes sociales, fotografía, *wikis* y *eBooks*.



PROPIEDAD INTELECTUAL

Las ICC tienen como parte fundamental una expresión creativa y artística protegida por la normativa de propiedad intelectual. En este sentido luchar contra la vulneración de los derechos de propiedad intelectual, ayudar a las ICC a proteger estos derechos, incrementar la comprensión y concienciación de los ciudadanos sobre el valor de la misma y apoyar la oferta legal de contenidos está entre los objetivos del sector y las autoridades.

Otra de las principales preocupaciones es la remuneración de los artistas e intérpretes en relación con los ingresos generados por el uso en línea de sus creaciones y representaciones. Es necesario un sistema que garantice una remuneración justa y equitativa a todas las partes, principalmente a los creadores de contenido, artistas, intérpretes y productores.

El papel de los activos de propiedad intelectual y su valoración para acceder a financiación es cada vez más importante para las ICC. Sin embargo, es complicado identificarlos adecuadamente de cara a su comercialización.

A este respecto, la Ley 21/2014, de 4 de noviembre, de modificación del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, ha reforzado las funciones de la Sección Primera de la Comisión de Propiedad Intelectual otorgándole funciones de determinación de tarifas, y ha sentado claramente que el importe de dichas tarifas debe establecerse atendiendo al valor económico de la utilización de los derechos sobre la obra o prestación protegida en la actividad del usuario.

La Comisión Europea reconoce la importancia de estos activos intangibles y está trabajando en el estudio y la propuesta de un método común a toda la eurozona de identificación y asignación de valor a los activos de propiedad intelectual.

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES DE LAS ICC

Pese a los desafíos descritos en el apartado anterior, no se pueden olvidar las fortalezas de las ICC, entre las que se pueden citar las siguientes:

- Carácter dinámico del sector.
- Buena reputación en el exterior de la creatividad nacional.
- Riqueza del patrimonio cultural y artístico del país.
- Diversidad de contenidos culturales y creativos.
- Productos que fluyen a través del territorio con relativa facilidad, pudiendo ser comercializados en mercados nacionales e internacionales.
- Profesionales con experiencia y talento.
- Existencia de escuelas y programas de formación especializados.
- Existencia de clusters especializados, plataformas tecnológicas, universidades y centros de I+D+i.

A estas fortalezas se unen una serie de oportunidades que las empresas de las ICC pueden aprovechar:

- Evolución de la tecnología.
- Alta demanda del mercado, ávido de nuevos servicios y productos innovadores.
- Continua aparición de nuevas oportunidades de negocio y nichos de mercado sin explotar.
- Gran tamaño del mercado de contenidos digitales.
- Nuevas y atractivas formas de distribuir contenido al público.
- Existencia de programas europeos de apoyo a la innovación como Horizonte 2020 y Europa Creativa.
- Interés recíproco de crear sinergias entre las TIC y las ICC.
- Ecosistema dinámico de talentos que incluye tanto a nuevos creadores como a nuevos profesionales de la gestión de las ICC.
- Idioma español como segunda lengua materna a nivel mundial.
- Tercera posición de España en el ranking mundial de destinos turísticos.
- Incremento de los incentivos fiscales al mecenazgo desde el 1 de enero de 2016.
- Incentivos en el impuesto de sociedades que impulsan la industria cultural.

OPORTUNIDADES RELACIONADAS CON LA TECNOLOGÍA

El nuevo modelo de negocio digital ofrece numerosas oportunidades a las empresas y profesionales de las ICC entre las que se podrían citar una mayor facilidad para el acceso al mercado internacional, nuevas fórmulas para captar ingresos (*crowdfunding*), nuevas formas de ofrecer sus productos (*streaming*), nuevas aplicaciones de sus productos (gamificación) y nuevas posibilidades de desarrollar una carrera creativa y darse a conocer (*marketing on line*).

La velocidad a la que se suceden los cambios tecnológicos, la aparición de nuevos formatos, tipos de contenido y formas de distribución al público hacen que las oportunidades de negocio se renueven de forma continua, por lo que estar informado de los distintos avances es crucial para poder aprovecharlos y obtener el máximo beneficio posible.

Internet permite además el acceso a un mercado global de consumidores de bienes y servicios de gran tamaño que no deja de crecer. En el caso concreto de los contenidos digitales, según datos de AMETIC experimentó en España un incremento del 2,1 % en 2014. De ahí que las inversiones en transformación digital se transformen en oportunidades de negocio.

El mercado actual demanda fuertemente productos que destaquen por su innovación, singularidad y diseño. Las ICC están especialmente equipadas para ofrecer estas características, por lo que ser capaces de responder a esta demanda es garantía de éxito.

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. De entre estos programas destacan Horizonte 2020 y Europa Creativa.

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 a las industrias digitales 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.

Europa Creativa es el programa de la Unión Europea destinado a impulsar los sectores cultural y creativo 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.

Las empresas de las ICC españolas que deseen optar a las ayudas de estos programas pueden solicitar información y apoyo en: Red.es; la Oficina Europa Creativa del MECD; MINETUR a través de la SETSI y CDTI; eNEM y la oficina AproTECH2020 de AMETIC.

SINERGIAS ENTRE EL SECTOR TIC Y EL SECTOR DE LAS ICC

Las capacidades científicas y tecnológicas no son las únicas fuerzas que impulsan la innovación. La creatividad y la implicación de la sociedad juegan un papel importante en el proceso de innovación y su aceptación por parte de todos. En este contexto, el arte sirve como catalizador para una conversión eficiente de conocimiento en nuevos productos, servicios y procesos. Mediante el uso de las TIC como medio de expresión, los artistas son capaces de crear prototipos de nuevas soluciones, pensar nuevos productos e inspirar nuevos modelos económicos, sociales y empresariales. Además, mediante el uso de los medios tradicionales de expresión proponen nuevas áreas de investigación y de educación.

En este contexto surgen distintas iniciativas que apoyan la importancia de las artes en el avance de la investigación y la innovación y que pretenden propiciar una mayor colaboración entre arte y ciencia. No solo son cada vez más las empresas privadas que cuentan con trabajadores del ámbito artístico en labores de consultoría y asesoramiento, sino que esta idea se apoya también oficialmente: el programa STARTS puesto en marcha por la Comisión Europea tiene como objetivo fomentar la innovación a través de actividades conjuntas entre el mundo artístico e investigadores de distintas disciplinas científicas.



NUEVOS TALENTOS

Las ICC españolas cuentan con grandes profesionales de reconocido prestigio y experiencia. Sin embargo, son necesarios nuevos profesionales capaces de responder a los retos que aspectos como los continuos cambios tecnológicos o la globalización del mercado plantean.

La aparición de nuevos talentos en el ámbito artístico, creativo y de gestión en España es continua. Es fundamental que las empresas de las ICC incorporen a sus plantillas a jóvenes profesionales que aporten su amplia formación, nuevas ideas y conocimientos de máxima importancia en el contexto actual.

El flujo de conocimientos debería ser bidireccional para obtener un máximo beneficio. La mentorización de jóvenes profesionales por parte de otros ya firmemente establecidos es una experiencia enriquecedora en lo personal que además posibilita el trasvase de esos conocimientos que solo es posible obtener desde la experiencia.



EL ESPAÑOL EN EL MUNDO

Según recoge el Anuario 2015 del Instituto Cervantes, casi 470 millones de personas (un 6,7 % de la población mundial) tienen el español como lengua materna. A su vez, el grupo de usuarios potenciales de español en el mundo alcanza casi los 559 millones.

El español es la segunda lengua materna del mundo por número de hablantes tras el chino mandarín, y también la segunda lengua en cómputo global de hablantes (dominio nativo + competencia limitada + estudiantes de español). Además el porcentaje de población mundial que habla español como lengua nativa está aumentando por razones demográficas.

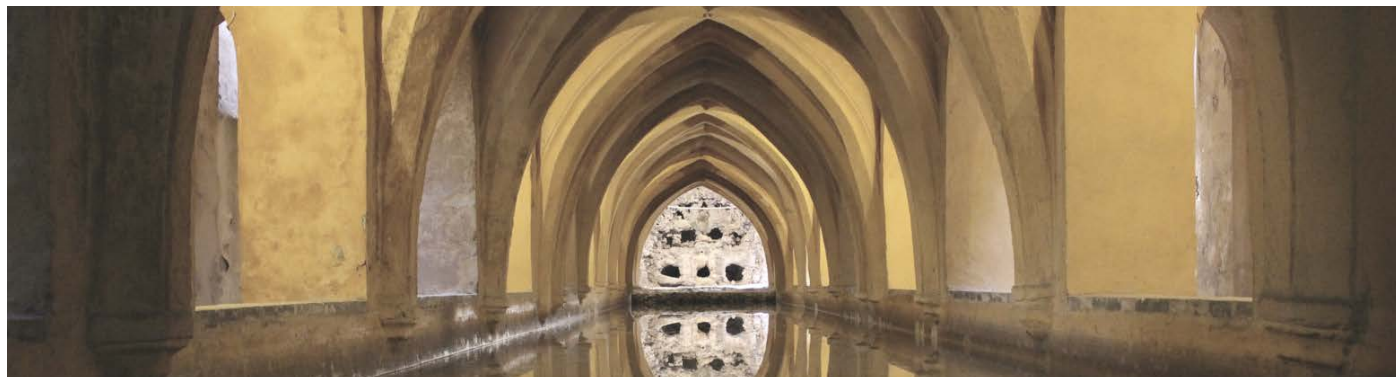
Las ICC de nuestro país cuentan por tanto con un mercado de gran tamaño en cuanto a potenciales consumidores de bienes y servicios en idioma español. El grado de desarrollo actual de la tecnología permite una comercialización de los mismos más allá de nuestras fronteras de forma sencilla y a menor coste. Es necesario que las empresas del sector consideren un mercado internacional además del mercado local dentro de sus planes de negocio para explotar todas las oportunidades que la posición del idioma español les brinda.

ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO

España es actualmente el tercer destino turístico mundial por detrás de Francia y EE.UU. y ocupa el segundo puesto por gasto realizado por los viajeros solo por detrás de EE.UU., con unas cifras superiores a los 61 000 millones de euros. En 2014 el número de visitantes extranjeros estuvo en torno a los 64 millones. Este año España lidera además por primera vez el ranking mundial de competitividad turística que elabora el Foro Económico Mundial.

El país cuenta con 44 bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial y 13 en la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial; 45 reservas en la Red Mundial de Reservas de la Biosfera y 5 archivos en el Registro de la Memoria del Mundo. Nuestro rico patrimonio cultural, natural y enogastronómico constituye una importante oferta diferenciadora y es la base para una diversificación territorial y de mercados. Su puesta en valor turística es la clave para que se convierta en un factor de competitividad.

En este sentido, el desarrollo de iniciativas de turismo cultural, la creación de eventos artísticos, exposiciones y otras actividades que no descansen únicamente en el Patrimonio yacente sino también en el dinamismo de las artes en el panorama contemporáneo español no solo es clave para el propio sector turístico, sino que constituye una oportunidad de desarrollo para el sector de las ICC que no debe desaprovecharse.



INCREMENTO DE LOS INCENTIVOS FISCALES AL MECENAZGO DESDE EL 1 DE ENERO DE 2016

El 1 de enero de 2016 entran en vigor los incentivos fiscales al mecenazgo definitivos, más completos que los que han estado en vigor de forma transitoria durante 2015.

Se incrementa el porcentaje de deducción aplicable a las personas físicas en el IRPF por sus donaciones:

- Micromecenazgo: los primeros 150 euros tienen una deducción del 75 % (pasan de 25 % al 75 %).
- También mejora el porcentaje de deducción para la cantidad donada que exceda de 150 euros pasando del 25 % al 30 %.

La fidelización se estimula para las donaciones realizadas tanto por personas físicas (IRPF) como por personas jurídicas (IS):

- IRPF: Las personas físicas podrán aplicar una deducción del 35 % (en vez del 30 % general) por el exceso sobre 150 euros donados, siempre que se hayan efectuado donativos a la misma entidad en los últimos tres años.
- IS: Del mismo modo las personas jurídicas podrán aplicar una deducción del 40 % (en vez del 35 % general) siempre que se hayan efectuado donativos a la misma entidad en los últimos tres años.

Así pues se regulan por primera vez dos figuras:

- Micromecenazgo: permite a cualquier ciudadano ser mecenas. Estas cantidades de 150 euros harán que ciudadanos con una alta concienciación social del valor de la cultura y de las artes tengan capacidad de incidencia en el curso de los acontecimientos y de las políticas públicas que sostienen la cultura.
- Fidelización en las donaciones: al estimular y premiar la fidelidad del donante (mejora la deducibilidad para las aportaciones plurianuales) se apuesta por una mayor sostenibilidad de los proyectos culturales y una mayor estabilidad de las actividades financiadas.

Además cada año la Ley de Presupuestos Generales del Estado establece una serie de actividades prioritarias de mecenazgo. Las donaciones a favor de estas actividades obtienen una deducción de un 5 % adicional.

Para ampliar información consúltese el Título III 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.

INCENTIVOS EN EL IMPUESTO DE SOCIEDADES QUE IMPULSAN LA INDUSTRIA CULTURAL

Además del mecenazgo, la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades (que entró en vigor el 1 de enero de 2015) ha creado incentivos en el IS que impulsan 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 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.

INCENTIVOS FISCALES PARA LAS ICC

DEDUCCIONES EN LA CUOTA DEL IMPUESTO		2014	2016	ACTIVIDADES PRIORITARIAS DE MECENAZGO
GENERAL	IRPF	25 %	PRIMEROS 150 EUROS: 75 % RESTO: 30 %	PRIMEROS 150 EUROS: 80 % RESTO: 35 %
	IMPUESTO SOCIEDADES	35 %	35 %	40 %
FIDELIZADO	IRPF	25 %	PRIMEROS 150 EUROS: 75 % RESTO: 35 %	PRIMEROS 150 EUROS: 80 % RESTO: 40 %
	IMPUESTO SOCIEDADES	35 %	40 %	45 %

DEDUCCIÓN EN AL CUOTA DEL IMPUESTO SOCIEDADES	BASE DE LA DEDUCCIÓN	% DEDUCCIÓN
DEDUCCIÓN POR INVERSIONES EN PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS Y SERIES AUDIOVISUALES DE FICCIÓN, ANIMACIÓN O DOCUMENTAL QUE PERMITAN LA CONFECCIÓN DE UN SOPORTE FÍSICO	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	HASTA 1 MILLÓN DE EUROS: 20 % RESTO: 18 %
DEDUCCIÓN POR PRODUCCIÓN Y EXHIBICIÓN DE ESPECTÁCULOS EN VIVO DE ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES	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	20 %
DEDUCCIÓN POR ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, INCLUIDOS LOS RELACIONADOS CON LA ANIMACIÓN Y LOS VIDEOJUEGOS	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, «KNOW-HOW» Y DISEÑOS	12 %

OBJETIVOS DEL PLAN DE FOMENTO DE LAS ICC 2016

Los objetivos específicos del Plan de Fomento de las ICC para 2016 tienen como punto de partida los desafíos y oportunidades comentados en los apartados anteriores y se inspiran en las estrategias que a nivel global se están planteando para ayudar al progreso de las ICC. Estas 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 y la ayuda a la captación de inversión y la creación de un marco de que favorezca la apreciación de la propiedad intelectual. Son los siguientes:

- Apoyar a empresas y entidades sin fines de lucro para que estas 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, asociacionismo, integración, 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.
- Potenciar la incorporación de la tecnología en la actividad de las ICC y los efectos transversales de la creatividad e innovación cultural en la economía.
- 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.
- Modernizar, fortalecer y optimizar el funcionamiento del sector editorial a través de diferentes proyectos tales como estudios de la realidad editorial, puesta en marcha de iniciativas que mejoren la cadena del libro, etc.
- Enriquecer la calidad de la oferta editorial permitiendo que se editen obras que de lo contrario tendrían una difícil salida, lo cual conlleva el enriquecimiento del panorama bibliográfico español.
- Modernizar las librerías y aumentar la relevancia cultural de las mismas en tanto en cuanto son el eslabón definitivo, más cercano al lector y más débil dentro de la cadena del libro.

Dichos objetivos se pretenden obtener a través de una serie de actuaciones, algunas ya iniciadas en años anteriores y otras que resultan novedosas y que se realizarán a lo largo del año 2016.

Con el fin de intentar cumplir con los objetivos específicos de este Plan de Fomento, la Dirección General de Políticas e Industrias Culturales y del Libro 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.

En todo caso, la Secretaría de Estado de Cultura realiza otras actuaciones de fomento de la cultura a través del Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA), el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM), o la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales y de Archivos y Bibliotecas, entre otras. Para más información: <http://www.mecd.gob.es/>



LÍNEAS DE ACTUACIÓN

AYUDAS

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

BENEFICIARIOS – Los profesionales inscritos en el Régimen Especial de trabajadores autónomos, las pequeñas empresas y las microempresas.

CUANTÍA – 1 864 190 euros.

FINALIDAD

- Promover las inversiones en la creación y difusión de contenidos digitales culturales en productos y servicios aumentando a su vez la calidad de la oferta legal de contenidos digitales culturales en Internet y mejorando el acceso de los ciudadanos a los mismos.
- Incrementar la generación de empleo fomentando el desarrollo, la profesionalización y la vertebración del sector de las industrias culturales y creativas.
- Promover la modernización, innovación y desarrollo tecnológico de las industrias culturales y creativas estimulando la participación del sector privado en la financiación de proyectos culturales.
- Impulsar la internacionalización de empresas y proyectos del ámbito cultural y fomentar la oferta turística cultural mediante aplicaciones vinculadas a Internet y a las nuevas tecnologías.



AYUDAS DE ACCIÓN Y PROMOCIÓN CULTURAL

BENEFICIARIOS – Personas jurídicas sin ánimo de lucro.

CUANTÍA – 1 900 000 euros.

FINALIDAD – Tienen por objeto el fomento y la producción de actividades que contribuyan a generar contenidos culturales y a la modernización y profesionalización del sector cultural español, cumpliendo alguna de las siguientes finalidades:

- Ofrecer productos y servicios culturales, fomentando el uso de las nuevas tecnologías en la creación de contenidos culturales y en su difusión.
- Incrementar la capacidad para generar empleo potenciando la formación, profesionalización, integración y creación de redes dentro del sector cultural.
- Estimular la participación del sector privado en la financiación de proyectos culturales y fomentar el mecenazgo cultural.
- Fomentar la internacionalización de la cultura española y su inclusión en redes europeas de oferta cultural, favorecer los vínculos entre las Comunidades Autónomas y potenciar España como destino turístico cultural.



AYUDAS HISPANEX

BENEFICIARIOS – Personas físicas en el ámbito universitario extranjero.

CUANTÍA – 180 000 euros.

FINALIDAD – Para la promoción exterior de la lengua y cultura españolas.

AYUDAS DEL PROGRAMA IBEREX

BENEFICIARIOS – Jóvenes profesionales iberoamericanos del sector cultural.

CUANTÍA – 80 000 euros.

FINALIDAD – Prácticas formativas en las siguientes instituciones:

- Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria.
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.
- Subdirección General de Archivos Estatales.
- Centro de Tecnología del Espectáculo.
- Museo Arqueológico Nacional.
- Museo Nacional de Artes Decorativas.
- Museo del Traje.



AYUDAS A LA EDICIÓN DE LIBROS

BENEFICIARIOS – Empresas que tengan como actividad y objeto social la edición de libros, y que acrediten haber realizado una labor editorial ininterrumpida en los dos últimos años.

CUANTÍA – 1 000 000 euros.

FINALIDAD – Subvencionar la edición de libros de una tirada limitada, escritos en castellano o en alguna de las lenguas cooficiales, que contribuyan al enriquecimiento del patrimonio bibliográfico español. Se garantiza de este modo que libros de calidad o relevancia sobresalientes, pero de alcance comercial reducido, puedan ver la luz, lo que redonda en una oferta bibliográfica más amplia, rica y diversa, beneficiando al lector en última instancia.

AYUDAS A LA EDICIÓN DE REVISTAS CULTURALES

BENEFICIARIOS – Tanto empresas como instituciones sin fines de lucro que tengan como actividad la edición de revistas culturales y que acrediten la publicación ininterrumpida de la revista durante todo el año anterior a la publicación de la subvención.

CUANTÍA – 930 000 euros: 630 000 a favor de empresas y 300 000 para instituciones sin fines de lucro.

FINALIDAD – Subvencionar la edición de revistas culturales que, pese a su gran relevancia, cuentan con una distribución y una repercusión comercial reducidas: revistas de cultura (música, arquitectura, diseño, historia, cine, literatura, etc.), escritas en castellano o en alguna de las lenguas cooficiales, que contribuyan al enriquecimiento del patrimonio bibliográfico español.

AYUDAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INDUSTRIA EDITORIAL

BENEFICIARIOS – Fundaciones, asociaciones, organizaciones no gubernamentales y cualquier otra entidad sin fin de lucro que, no perteneciendo al sector público, acredite haber realizado actuaciones de promoción del libro o de publicaciones culturales en los dos últimos años.

CUANTÍA – 395 000 euros.

FINALIDAD – Modernizar, fortalecer y optimizar el funcionamiento del sector editorial español. Se subvenciona una amplia gama de actividades: ferias, seminarios y encuentros para profesionales; estudios e investigaciones que permitan un mejor conocimiento de los desafíos por los que atraviesa el sector editorial; iniciativas que mejoren el funcionamiento de toda la cadena del libro y demás publicaciones culturales.



AYUDAS A PARA LA MODERNIZACIÓN Y REVALORIZACIÓN CULTURAL DE LAS LIBRERÍAS

BENEFICIARIOS – Librerías formalmente constituidas como mínimo dos años antes de la publicación de la convocatoria que reúnan una serie de requisitos administrativos y técnicos referentes a tamaño del establecimiento, volumen de facturación, etc. Se pretende ayudar a librerías independientes, entendiendo por tales aquella cuya decisión de oferta de libros es autónoma, y no está supeditada a ningún mayorista o distribuidor.

CUANTÍA – 150 000 euros.

FINALIDAD – Preservar su papel como espacios culturales. De esta manera se busca paliar la difícil situación por la que atraviesan muchas de estas librerías, que ha llevado en algunos casos al cierre de muchos establecimientos. Las actividades que se subvencionan son reformas que supongan una mejora del espacio cultural, renovación tecnológica, y el desarrollo de medios de prescripción y de anuncios de novedades editoriales.

SELLO DE CALIDAD DE LIBRERÍAS

BENEFICIARIOS – Librerías.

FINALIDAD

- Fomentar el papel cultural que tienen las librerías, otorgando una distinción a las librerías que cumplan una labor destacada como espacios culturales.
- Consolidar las librerías como espacios de encuentro, reflexión y discusión de las comunidades, mediante la organización de actividades sociales y culturales.
- Fomentar la diversidad del patrimonio bibliográfico a través de una red de librerías que ofrezca variedad, calidad y un equilibrio entre la novedad y el fondo.
- Concienciar a la opinión pública acerca del papel imprescindible que desempeñan las librerías en sus comunidades.
- Estimular a las librerías para que asuman un compromiso de mejora permanente en su servicio a los lectores.
- Identificar y garantizar ante terceros que las librerías con Sello de Calidad cumplen con unos rigurosos estándares de calidad.

Se trata de un proyecto conjunto del Ministerio de Educación Cultura y Deporte y la Federación de las Cámaras del Libro en España. Más información:

<http://www.libreriasdecalidad.com>

AYUDAS A LA TRADUCCIÓN A LENGUAS EXTRANJERAS

BENEFICIARIOS – Entidades privadas con labor editorial, ya sean personas físicas o jurídicas, españolas o extranjeras, así como entidades públicas extranjeras, siempre que estén legalmente constituidas y acrediten haber realizado una labor ininterrumpida de dos años, como mínimo, en la fecha de publicación de la respectiva convocatoria.

CUANTÍA – 260 000 euros.

FINALIDAD – El fomento de la traducción a lenguas extranjeras de obras publicadas en español o en cualquiera de las lenguas cooficiales, ampliando de esta manera la relevancia cultural de la producción literaria y científica española.



AVALES

FINANCIACIÓN DEL COSTE DE LOS AVALES CONCEDIDOS POR CREA SGR

Ayudas para el coste de los avales necesarios para la obtención de préstamos destinados a la puesta en marcha de nuevos proyectos o actividades de las industrias culturales.

Las solicitudes se presentarán ante la entidad CREA SGR.

CUANTÍA – 260 000 euros.



PRÉSTAMOS

BENEFICIARIOS – Empresas del sector ICC , que acrediten condiciones de solvencia y viabilidad de su proyecto.

CUANTÍA – 11 000 000 euros.

FINALIDAD – Aumentar la competitividad de las ICC y reforzar y cohesionar el sector cultural y creativo.

Las características generales de los préstamos (financiación máxima y plazo de amortización) se determinarán próximamente.

BECAS FORMARTE

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

CUANTÍA – 540 000 euros.

REQUISITOS – Haber terminado la licenciatura o grado en el curso 2007-2008 o en fecha posterior.

CATEGORÍAS

- Becas de Conservación y Restauración de Bienes Culturales (13).
- Becas de Museología (16).
- Becas de Biblioteconomía y Documentación (12).
- Becas de Archivística (17).
- Becas de Gestión Cultural (14).
- Becas de Artes Plásticas y Fotografía (4).



BECAS CULTUREX

Becas de formación práctica en gestión cultural para jóvenes españoles en el exterior, en instituciones culturales, y en oficinas culturales y comerciales de las embajadas de España.

CUANTÍA – 202 490 euros.

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

DESTINOS

- Instituciones Culturales de excelencia.
- Embajadas y consulados.

BECAS FULLBRIGHT

Becas para la ampliación de estudios artísticos y de gestión cultural en los Estados Unidos de América.

CUANTÍA – 250 000 euros.

DISCIPLINAS

- Artes audiovisuales.
- Artes escénicas.
- Artes plásticas y visuales.
- Música y musicología.
- Museología.
- Conservación del patrimonio.
- Gestión cultural.



PORTAL SPAINISCULTURE.COM / ESPAÑAESCULTURA.COM

Ofrece un servicio integral que guíe 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 distintos 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.

<http://www.spainisculture.com>

<http://www.españaescultura.es>

OTRAS ACCIONES



CULTURA EN POSITIVO

La Secretaría de Estado de Cultura ha mantenido y potenciado la campaña informativa “Cultura en positivo”, que desde junio de 2011 establece un sello que podrán utilizar las empresas e instituciones que se adhieran a la misma, y que permite a los usuarios de Internet conocer que las webs de dichas empresas e instituciones ofrecen contenidos culturales digitales en condiciones de legalidad (respeto a los derechos de propiedad intelectual), calidad y seguridad. A día de hoy la campaña cuenta con 69 empresas que se han adherido, representativas de los sectores del cine, el arte, el libro digital, la música o los videojuegos. Más información: <http://www.culturaenpositivo.mecd.gob.es/>



OTRAS ACCIONES DE FOMENTO DE LAS ICC

- Análisis de las necesidades de cada subsector para determinar las estrategias a seguir.
- Organización de encuentros empresariales para la difusión de buenas prácticas y generación de *networking*.
- Organización de jornadas para dar a conocer la nueva regulación sobre incentivos fiscales al mecenazgo.
- Estimular el reconocimiento social y la valoración por la opinión pública de los mecenas.
- Organización de cursos sobre captación y generación de fondos (*fundraising*).
- Incentivar nuevas vías de colaboración público-privadas para el fomento del coleccionismo y del mercado del arte:
 - Jornadas sobre iniciación y estímulo del coleccionismo.
 - Jornadas profesionales para gestores de patrimonio privado.
 - Encuentros “Colecciona” sobre coleccionismo de arte contemporáneo
 - Jornadas de coleccionismo en colaboración con la feria Estampa.

- Estimular la competitividad del sector aumentando su presencia en mercados internacionales.
 - Participación en el grupo de trabajo de "Economía Creativa e Innovación" del Método Abierto de Coordinación de la Comisión Europea, establecido en el Plan de Trabajo de Cultura 2015-2018. En 2015 el grupo ha finalizado un informe sobre ecosistemas financieros eficientes para las ICC; en el periodo 2016-2017 realizará un informe sobre innovación empresarial en Europa.
 - Reforzar la participación de los operadores culturales en los Programas de la Unión Europea: Europa Creativa 2014-2020 y Horizonte 2020.
 - Participar en actividades destacadas:
 - World Business Cup, GameLab, Zinc Shower, BIME.
 - Pública '16.
 - Plan de Internacionalización de la Cultura Española (PICE).
 - Programa de talleres de experiencias innovadoras en industrias culturales "Activaciones", Congreso Internacional de la Cultura, Burgos.
 - Participación en 19th International Conference on Cultural Economics, Valladolid.
- Consolidar el tejido empresarial y apoyar a las *startups*.
 - Clústeres: La búsqueda de nuevas formas de innovación aboca a un desarrollo económico cada vez más abierto, basado en estructuras en red. Éste es el fundamento de la expansión de los procesos de "clusterización", y por ello se colabora en la organización de jornadas colaborativas para fomentar la integración y la cohesión del sector, y generar sinergias beneficiosas para su actividad y desarrollo.
 - Asesoría de Emprendimiento Cultural.
- Premios.
 - Premio de literatura en lengua castellana "Miguel de Cervantes".
 - Premio Nacional de las Letras Españolas.
 - Premios Nacionales de Literatura / Modalidad Ensayo.
 - Premios Nacionales de Literatura / Modalidad Literatura dramática.
 - Premios Nacionales de Literatura / Modalidad Literatura infantil y juvenil.
 - Premios Nacionales de Literatura / Modalidad Narrativa.
 - Premios Nacionales de Literatura / Modalidad Poesía.
 - Premio Nacional de Literatura / Modalidad Poesía Joven "Miguel Hernández".
 - Premio Nacional de Historia de España.
 - Premio Nacional a la Mejor Traducción.
 - Premio Nacional a la Obra de un Traductor.
 - Premio Nacional del Cómic.
 - Premio Nacional de Ilustración.
 - Premio Nacional de Periodismo Cultural.
 - Premio Nacional de Fomento de la Lectura.
 - Premio Nacional a la Mejor Labor Editorial Cultural.
 - Premio iberoamericano de humor gráfico "Quevedos".
 - Premio a las mejores encuadernaciones artísticas.
 - Premio a los libros mejor editados.
 - Premio Nacional de Televisión.

CONCLUSIONES



La cultura es el rasgo distintivo de lo humano, y por tanto es la herencia social de la humanidad.

Más allá de su valor antropológico, la cultura es un importante factor socio-económico, y las industrias culturales y creativas van a jugar un papel central en la redefinición de los modelos productivos y de crecimiento económico de nuestra sociedad.

La Dirección General de Política e Industrias Culturales y del Libro, a través de sus diferentes líneas de acción, 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 del sector cultural español.

Para ello, desempeña acciones que contribuyan a aumentar la competitividad de las ICC y reforzar y cohesionar el sector, además de difundir los nuevos incentivos fiscales al mecenazgo, y promover el reconocimiento social a esta labor a través de la concesión anual de alguna de las Medallas de Oro al mérito en las Bellas Artes a un mecenas distinguido.

Como no podría ser de otra manera, la Dirección General de Industrias Culturales y del Libro encamina además todas sus acciones a conseguir una sociedad más igualitaria, justa y adaptada a las necesidades de cualquier ciudadano o ciudadana. Por ello, los temas relacionados con igualdad entre hombres y mujeres, y la atención a las necesidades de las personas con diversidad funcional en el acceso a la cultura, son tratados con especial consideración y atención, tanto a la hora de conceder las ayudas, préstamos y avales, como en su política de becas.

Otro de los elementos a los que se presta especial atención desde esta Dirección General, por sus posibilidades como motor económico y de desarrollo, es al fomento del turismo cultural dentro de sus planes de ayudas y programas específicos, como elemento estratégico en las propuestas de acción y promoción de la cultura española.

Por todo ello, la Dirección General de Industrias Culturales y del Libro 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, social y humano para la sociedad española.

CONTACTO Y ENLACES DE INTERÉS

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE - CULTURA



<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/>



<https://twitter.com/culturagob>



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



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

S.G. PROMOCIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES Y MECENAZGO



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



secretaria.sgpicm@mecd.es



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE