

FINANCIACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

**GUÍA BÁSICA DE FINANCIACIÓN Y FUNDRAISING PARA
PROYECTOS, SERVICIOS Y EMPRESAS DEL SECTOR
CULTURAL
2019**

GUÍA BÁSICA FINANCIACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

PARTE I

IDEAS PRELIMINARES

SITUACIÓN ACTUAL

CONSEJOS

DIFERENCIA ENTRE FINANCIACIÓN Y FUNDRAISING

PARTE II

TIPOS DE FINANCIACIÓN

Qué financiación vamos a solicitar

FINANCIACIÓN PERSONAL Y ENTORNO

Recursos Propios

Amigos, Familiares y Gente Cercana

Business Angel

Aceleradoras e Incubadoras

FINANCIACIÓN PÚBLICA

Tipos de Ayudas

Algunas Ayudas Publicas

FINANCIACIÓN PRIVADA

Empresas

Crédito Bancario

Otras Entidades de Crédito

OTRAS VÍAS DE FINANCIACIÓN: FINANCIACIÓN COLECTIVA

Financiación Colectiva Interna

Micromecenazgo

Crowdfunding

Crowdsourcing

PARTE III

CASOS PRÁCTICOS

Micromecenazgo: Caso Museo Thyssen Bornemisza

Micromecenazgo: El Caso Del Museo Del Prado

IDEAS PRELIMINARES

En esta guía básica, vamos a intentar aportar un compendio de **información, consejos y recomendaciones para lograr financiación** para nuestro proyecto cultural. Vamos a enumerar y describir las características fundamentales de las principales herramientas y sistema de financiación de empresas y proyectos.

Fundraising – Obtención de Recursos. Nos vamos a centrar en la captación de financiación económica para un proyecto cultural. Pero debemos recordar que se pueden obtener otros tipos de ayuda diferentes a la económica, como recursos humanos, asesoría, materiales... Por tanto, encontrar profesionales que nos puedan asesorar, personas que quieran empezar apoyando el proyecto con parte de su tiempo o solo, gente que nos pueda ofrecer apoyo, puede ser de vital importancia para el desarrollo de nuestro proyectos, producto o bien cultural, por lo que merece la pena tenerlo presente.

Empresas Destinatarias. Esta información está destinada y puede tener relevancia, tanto para empresas de reciente fundación como para empresas que ya estén operando y que tengas un histórico de actividad.

Orientación a Proyectos Culturales. Otra idea importante es que esta guía está orientada a la obtención de financiación para proyectos y empresas del sector cultural. Aunque la mayoría de la información y consejos que podrás encontrar aquí pueden ser aplicados a otros modelos de negocio, en todo momento, hemos tenido en mente las necesidades y la situación del arranque de una empresa cultural.

Guía Práctica. Queremos que esta guía sea, ante todo, de ayuda, por lo que no va dirigida a un perfil académico. Está especialmente dirigida a aquellas personas que estén arrancando con un proyecto cultural de cualquier tipo y necesites un conjunto de ideas y sugerencias para obtener financiación. Pero también a empresas del sector que ya están funcionando y puedan necesitar un impulso.

Visión Empresarial. Muy ligada a esa visión práctica. Esta guía está confeccionada para satisfacer las necesidades de la empresa o proyecto real y ésta óptica es la que marca las pautas y contenido de la misma. Son herramientas y consejos que se pueden poner en práctica desde el primer momento, que buscan ser eficaces y eficientes y fácilmente aplicables.

SITUACIÓN ACTUAL

Todo proyecto o servicio cultural necesita de un capital para poder empezar a funcionar, así como para poder mantenerse en el tiempo, aspecto crítico para que muchos proyectos puedan ser viables. La Financiación es la obtención de ese capital que necesitamos para nuestro proyecto, haciendo que nuestro proyecto pueda convertirse en algo factible y real.

La financiación es un elemento importante en todas las empresas, incluso en aquellas que puedan tener una liquidez elevada, es probable que sigan trabajando con algún tipo de financiación, sobre todo cuando estamos en un periodo en los que los costes de la misma son reducidos.

Financiación como elemento crítico. La Financiación es crítica en la fase de arranque de un proyecto cultural, ya que está en una fase en la que, en muchas ocasiones, el proyecto es incapaz de poder generar ingresos por sí mismo y sin embargo, sí tiene unos gastos que cubrir tanto por el arranque de la actividad como los gastos fijos y variables de la misma.

Un proyecto/empresa tienen que asumir una primera cantidad de 5.000€ para poder empezar a funcionar: Capital social, Gastos de notaría, Gastos de asesoría, Registro de Marca... A partir de este momento los gastos pueden ir creciendo.

Es importante tener controlados estos gastos, por pocos que sean, para evitar salidas de capital, por lo que es importante tener un gran control presupuestario (el dinero es muy difícil de conseguir y muy fácil de gastar).

Tener contenidos los niveles de gastos, tanto fijos como variables, sobre todo, en las primeras fases de desarrollo de la empresa, será clave para la supervivencia de la misma.

Muchos esfuerzos fracasan antes de empezar, por ausencia de una financiación que se ajuste a las necesidades reales del proyecto. Otros proyectos fracasan una vez iniciados, porque la financiación obtenida se agota antes de obtener unos resultados con los que poder respaldarla, o antes de que se establezcan unas líneas de ingresos estables.

Además, muchos proyectos culturales quizás nunca tengan una fuente de ingresos propia generada de su actividad, o que esta sea muy reducida. En estos casos, la financiación es aún más importante. Además, estamos hablando de un difícil equilibrio en el que la empresa debe tener una o varias fuentes de financiación constante a lo largo de la vida de su actividad, ofreciendo como contrapartida, conceptos diferentes como mejora de imagen, repercusión mediática...

Ayudas Públicas. También es reseñable que, por ejemplo, en España, gran parte de la dotación económica que está destinada a la ayuda y promoción de proyectos culturales no termina por entregarse (como ha pasado en los últimos 5 años de Presupuestos Generales del Estado – Hay un post sobre este tema en nuestro blog <http://promocioncultural.com/promocion-cultural/promocion-cultural-y-presupuestos-generales-del-estado/>). Por otro lado, las ayudas europeas quedan muchas veces desiertas, ya sea porque nadie las solicita, o por que los proyectos se entregan sin cumplir con

todos los requisitos o en los plazos permitidos. Todo ello genera una extraña situación en la que, por un lado, hay financiación, pero ésta no llega a los proyectos que la necesitan.

Luego hay otras ayudas, como los créditos ICO, que pueden ser muy interesantes para empresas que ya estén en funcionamiento, pero estos créditos deben pasar los correspondientes filtros de la banca, por lo que, o se aporta la documentación y se convence de la viabilidad, o no se van a obtener.

Cada proyecto es único. Por último, quiero dejar claro que cada proyecto tiene un contexto propio. Quiero decir que en unos casos será más factible obtener un tipo de financiación y en otros otra. Por lo que es fundamental conocer bien la realidad y circunstancias de cada proyecto y buscar las fuentes de financiación que sean más factibles y sencillas de conseguir en cada caso.

CONSEJOS

Antes de entrar en materia describiendo los tipos de modelos de financiación, me gustaría poder dar un conjunto de consejos, que creo podrán ser de ayuda para todos los modelos de financiación. Son un conjunto de ideas generales, pero importantes, que sin duda nos ayudarán a obtener financiación y a aprovechar al máximo cada oportunidad que tengamos:

1. Determinar las necesidades reales de financiación
2. No pidas más dinero del que necesita
3. Determinar cómo lo vas a devolver
4. Devuélvelo lo antes posible
5. Nunca te retrases en los pagos
6. Creer en tu Proyecto.
7. Analiza las condiciones, comisiones e intereses previamente a la firma del contrato
8. Estudia diferentes posibilidades
9. Crea un plan de Empresa/Negocio
10. Ten claro qué aporta nuestro proyecto
11. Usa siempre entidades de crédito oficiales
12. Prepárate la entrevista
13. Usa varias herramientas de Financiación diferentes
14. Perseverancia: no te echas atrás con el primer no

Determinar las necesidades reales de financiación - No pidas más dinero del que necesita: Es importante conocer las necesidades reales de capital que necesita nuestro proyecto. No sólo para arrancar, sino también, se deben realizar unas previsiones en un plazo de tiempo coherente (uno, tres y cinco años, por ejemplo). Este estudio debe ser cuidadoso, realista (muchas veces debemos realizar un esfuerzo de autocrítica) y en ocasiones, marca la viabilidad o no del proyecto en sí mismo. Por tanto, debemos siempre pensar en el momento en el que vive la empresa, si es de arranque o es, por ejemplo, de crecimiento y determinar las necesidades de financiación tanto a corto como a medio y largo plazo.

Si tienes unos conocimientos básicos de finanzas, tu mismo puedes establecer ese plan básico de finanzas. Debes conocer el conjunto de Gastos Fijos y Variables que puede tener ese proyecto para poder arrancar y funcionar durante un determinado periodo. Debes realizar una previsión de los posibles ingresos (si los tiene) así como de otros gastos especiales, impuestos o retrasos, por ejemplo, a la hora de recibir cobros y posibles ayudas (problemas de Cash Flow). Y recuerda que estás elaborando previsiones, que deben ser realistas, pero que son previsiones, por lo que quizás no se ajusten a lo que finalmente se necesite.

Cada proyecto tendrá unas necesidades específicas de financiación y es importante poder conocerlas para saber qué es lo que necesitamos. Tener estas necesidades claramente reflejadas en un documento, nos ayudará a la hora de poder presentarnos a cualquier posible fuente de financiación.

Debemos conocer lo que la empresa necesita para poder buscar financiación por esa cuantía (se suele solicitar un pequeño porcentaje superior, para evitar los habituales desvíos). Es importarte ajustarse ya que si se pide una cantidad elevada puede pasar que los costes de esa financiación nos puedan ahogar o que, al ser una cantidad elevada, no la recibamos. Debemos pedir lo que necesitamos y no

dejarnos llevar pidiendo demás, para intentar cubrir unos gastos o requerimientos que desconocemos. A veces, pedir más de lo que realmente se necesita puede convertirse en un lastre para la empresa si debemos hacer frente a gastos de intereses y comisiones asociados a ese importe. Debemos saber, por tanto, cuánto necesitamos y cuánto y cuándo lo podemos devolver.

Determinar cómo lo vas a devolver: Es importante saber cómo se va a devolver esa financiación solicitada u obtenida. Salvo en casos muy concretos, por lo general la financiación que se recibe es para ser devuelta en un determinado periodo de tiempo. Debes tener perfectamente planificado cómo se va a devolver esa ayuda recibida y establecer varios planes o situaciones posibles. La devolución muchas veces ya viene marcada por el banco o nuestro financiador.

Devuélvelo lo antes posible: Si en tu análisis valoras que el crédito sólo lo vas a necesitar durante 6 meses ya que en ese momento ya empiezas a tener ingresos, no solicites un crédito de mayor duración, ya que los intereses se disparan por el tiempo de disponibilidad. También puedes buscar algún tipo de crédito con un interés muy reducido de disponibilidad (es decir, que la comisión de tener un crédito disponible pero no empleado sea el menor posible).

Nunca te retrases en los pagos: Ya que en muchos casos las comisiones e intereses producidos por esos retrasos se van a disparar. Además, con el retraso, pueden incluirte a ti o tu empresa, en las famosas listas de deudores, de las que luego son difíciles de salir y todas las entidades bancarias, crediticias e incluso estatales van a tener muy presente para el futuro. Por otro lado, da muy mala imagen y puede ser una losa para encontrar nuevos financiadores.

Analiza las comisiones e intereses previamente a la firma del contrato: Debemos prestar gran atención a los intereses por el importe prestado (si la financiación obtenida los tiene), así como por las diferentes comisiones que pueden surgir por aspectos varios, como, por ejemplo: amortización anticipada, retraso en algún pago... debemos analizar con cuidado todo el contrato de préstamo para conocer todas las comisiones e intereses asociados y tener una perspectiva real de lo que vamos a pagar, de lo que nos costará. Es importante tomarse su tiempo y si se tiene alguna duda, consultarlo con un profesional. Os aseguro que no es una pérdida de tiempo ni de dinero.

Estudia diferentes posibilidades: Estudia las condiciones y viabilidad de tu préstamo en varias entidades diferentes, sobre todo si el crédito proviene de una entidad bancaria o crediticia. No te quedes solo con la primera que hayas contactado. Por lo general hay diferencias más que significativas que podrás descubrir tras hacer un buen estudio del consejo anterior.

Crea un Plan de Empresa/Negocio: Te ayudará de dos formas, por un lado, para conocer mejor tu negocio y ver la viabilidad del mismo (debemos ser autocríticos) y, por otro lado, vamos a dar una imagen profesional y seria a nuestro proyecto, lo que quizás nos facilite su consecución. El plan de negocio no es una pérdida de tiempo y si no lo sabes hacer, puedes encontrar muchos modelos de plan de negocios en internet (te recomiendo que valores 2 ó 3 modelos diferentes y cojas de cada uno

de ellos lo que más te puede interesar). También puedes encargar su realización a un profesional, pero personalmente creo que, realizado por uno mismo, aunque necesites de la colaboración de algún experto, es la mejor de las opciones.

El plan de negocio nos ayudará en:

- Tener una visión más concreta y a su vez global de nuestro proyecto
- Nos ayudará a conseguir financiación y apoyo de entes financieras y empresas privadas
- Dar una visión más empresarial y atractiva a nuestro proyecto
- Nos ayudará a conocer si es realmente viable y de interés nuestro proyecto
- Podrá servirnos como orientación para el desarrollo de nuestro proyecto

Qué aporta nuestro proyecto:

Es importante conocer, también, qué aporta o podría aportar nuestro proyecto, tanto a la sociedad como a un potencial inversor privado. Debemos encontrar respuesta a alguna pregunta como:

- ¿Qué podemos aportar a la sociedad?
- ¿Por qué nuestro proyecto es importante?
- ¿Por qué nuestro proyecto debe existir?
- ¿Qué vacío está ocupando?
- ¿Qué nos diferencia de otros proyectos afines?
- ¿Cuál es nuestro objetivo a medio y largo plazo?
- ¿Podemos llegar a ser rentable económicamente? Y si no lo va a ser, ¿Qué puede aportar a la sociedad para que sea mantenido en el tiempo?

Estoy seguro que algunas de estas preguntas serán formuladas por esa persona, física o jurídica que está planteándose contribuir en tu proyecto.

Usa siempre entidades de crédito oficiales: si vas a necesitar un crédito, busca siempre entidades empresariales oficiales como bancos o entidades crediticias aprobadas por el estado. Nunca emplees otro tipo de créditos no profesionales. Las empresas que operan oficialmente este mercado están públicamente reguladas y además, trabajan de una forma legal. Buscar crédito de otras fuentes puede generar muchos problemas en todos los sentidos, por lo que, desde aquí, no lo recomendamos.

Crear en tu Proyecto. Parece una tontería, pero no lo es. Debes creer en tu proyecto, dedicarle todas tus energías, esfuerzos y tiempo si quieres que realmente funcione y si quieres que crean en ti. Si no crees en tu negocio y no apuestas por el, no esperes que alguien apueste por el. En esta línea, también recomendamos, además de tiempo y esfuerzo, le dediques una parte de tus ahorros. El motivo es sencillo, nadie va a poner dinero si el máximo implicado en ello, tú, no lo haces.

Ten claro que te van a preguntar por cuanto dinero has invertido en tu proyecto hasta la fecha.

Prepárate la entrevista. Con un poco de suerte podrás presentar tu proyecto para conseguir financiación a alguna empresa, *business angel* o entidad crediticia. Recomendamos que, ya que has llegado a este punto, intentes aprovechar esa oportunidad:

1. Prepara la reunión, no te presentes en ella sin más, recuerda que puede ser un momento importante para el desarrollo de tu proyecto.
2. Conoce en profundidad tu proyecto y sus puntos fuertes y débiles.
3. Busca respuesta a las preguntas que esperas que te pueden hacer (ten siempre en mente tu plan de negocio)
4. Apoya tu entrevista con una buena presentación en PowerPoint, así como con documentación apropiada. La imagen siempre es importante y debemos ser profesionales, pero también aparentarlo.
5. Consejos generales pero que siempre son importantes:
 1. Usa una etiqueta adecuada
 2. Sé puntual
 3. Trabaja tu dicción
 4. No te preocupes si estás nervioso...
6. Recuerda no te estás ahí para que te hagan ningún favor. Los bancos, las empresas privadas, los *business angel*, las aceleradoras... están ahí para ver negocio y oportunidades. Ellos te necesitan tanto, como tú a ellos.

Usa varias herramientas de Financiación diferentes. En esta guía vas a poder conocer varias vías de financiación. Muchas de ellas son compatibles entre sí, por lo que no está demás que si por un medio no consigues la cantidad necesaria, lo intentes con otras vías. También es recomendable que según intentes conseguir financiación por varias vías diferentes, siempre que sean compatibles.

No te echas atrás con el primer no. Estamos seguro que vas a recibir algún no. Es importante que no desespere y que sigas buscando una vía de financiación. Aprende de tus errores, mejora tu discurso, aprende de los errores y sigue adelante.

DIFERENCIA ENTRE FINANCIACIÓN Y FUNDRAISING

Financiación y *Fundraising* son conceptos diferentes que quiero tener aclarados en este punto. Cuando hablamos de Búsqueda de Financiación nos referimos a la búsqueda de dinero para poder arrancar una empresa o para poder mantenerla en el tiempo. Cuando se habla de *Fundraising*, nos centramos en la Búsqueda de Recursos dirigida a las empresas y organizaciones para que contribuyan con dinero u otros recursos, un determinado proyecto cultural

Fundraising puede ser definido como la acción de “Obtener Recursos”, tanto económicos como de otro tipo de Recursos que nos ayuden a alcanzar los objetivos que tiene nuestro Proyecto Cultural. Según Camarero y Garrido: “El *Fundraising*, se entiende como el conjunto de las técnicas empleadas para crear contactos con las organizaciones que puedan financiar un proyecto cultural”.

Fundraising, por tanto, es un concepto diferente al de captación de financiación, ya que además de buscar conseguir dinero, podemos buscar otro tipo de recursos provechosos para la empresa: recursos materiales, *merchandising* para venta, apoyo humano, equipos informáticos... o cualquier otro recurso que pueda ser de valor para la empresa.

Otro punto importante, es que cuando hablamos de Búsqueda de Financiación, por lo general este dinero obtenido debe ser devuelto en un periodo de tiempo. También se pueden ofrecer otras contraprestaciones como participación en la toma de decisiones, participación en la empresa... el *Fundraising* no busca una devolución directa de esos recursos, si no más bien, una mejora en la imagen de la empresa, alcanzar medios de comunicación nuevos, llegar a nuevos públicos...

TIPOS DE FINANCIACIÓN

QUÉ FINANCIACIÓN VAMOS A SOLICITAR

Debemos determinar que financiación vamos a solicitar para nuestro negocio. Por lo general, todo proyecto va a intentar obtener financiación de varias vías diferentes hasta conseguir la cantidad que se ha estipulado como necesaria o para acercarse lo máximo posible a ella. Debemos tener claro las características de cada vía de financiación y determinar cuales de ellas emplear.

Todas tienen sus ventajas y desventajas. Pero por mi experiencia, yo seleccionaría la financiación para mi negocio por cercanía, por lo que ésta sería la jerarquía que emplearía:

1. **RECURSOS PROPIOS:** Es muy interesante ya que su disposición es inmediata y es un dinero que te pertenece.
2. **ENTORNO FAMILIAR Y AMIGOS:** Interesante ya que las condiciones y la forma de conseguirla suele ser más sencilla que las de un banco y las contrapartidas más reducidas.
3. **BUSINESS ANGEL:** Se ha puesto muy de moda esta figura. Son profesionales que quieren participar y colaborar con otros proyectos, tanto con su experiencia como económicamente.
4. **ACELERADORAS:** Suelen estar orientadas principalmente a *startups* y son organizaciones que invierten capital en proyectos que ven rentables, interesantes y que encajen con lo que están buscando o con su experiencia.
5. **AYUDAS PÚBLICAS:** Esta la buscaría en todo momento ya que puede ser un complemento perfecto. El problema es conseguirla, así como el tiempo de espera para que se haga efectiva. Un proyecto no siempre puede esperar.
6. **EMPRESA PRIVADA:** Esta la buscaría en todo momento ya que puede ser un complemento perfecto. Aunque a veces no se puede conseguir hasta que el proyecto ya esté funcionando y dando ciertos frutos. Los retornos son fundamentales para la participación de la empresa privada.
7. **BANCOS:** Es la más clásica y más utilizada cuando ninguna de las anteriores no se ha logrado o no se ha obtenido la cantidad necesaria.
8. **OTRAS ENTIDADES DE CRÉDITO:** Esta opción es más arriesgada y debemos tener claro nuestros objetivos. Suele ser las más cara y más inflexible.

No obstante, según los requerimientos de financiación, si son muy elevados o reducidos, puede hacer que saltemos alguno de ellos. También es importante el tiempo o urgencia en obtención de esa financiación, por ejemplo, es diferente obtener un crédito bancario que empezar las negociaciones con una empresa para que se conviertan en sponsor de nuestro proyecto.

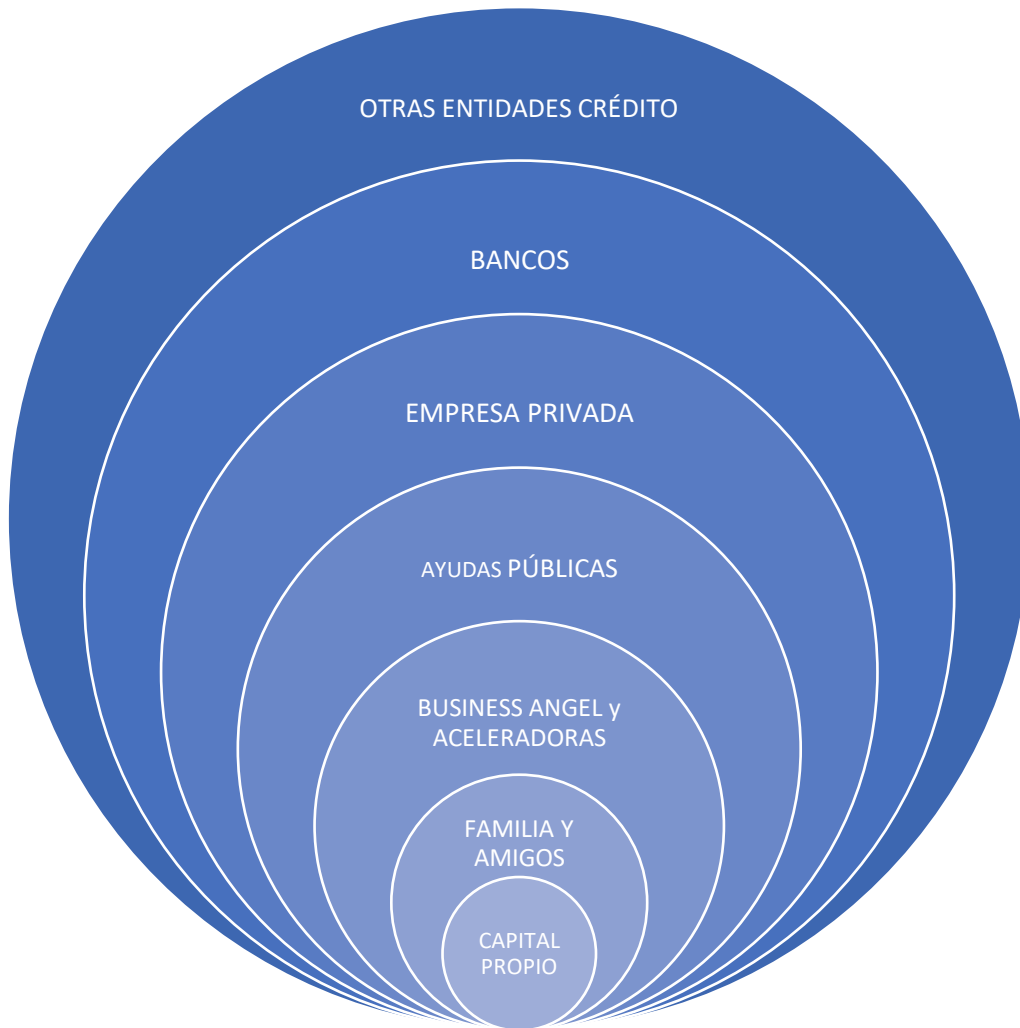


Gráfico @promocioncultural.com

PERSONAL Y ENTORNO

Nuestros recursos propios o los recursos de nuestro entorno más cercano como familia y amigos, es la primera línea de búsqueda de financiación para nuestro proyecto. Podemos ver dentro de este bloque 3 opciones básicas

RECURSOS PROPIOS

- Inmediatos
- Bajo Riesgo
- Ideales para empezar

FAMILIA Y AMIGOS

- Rápidos
- Bajo riesgo
- Problemas relaciones

BUSINESS ANGEL

- Participación
- Ayuda Experiencia
- Ayuda Económica

RECURSOS PROPIOS

El capital propio son tus recursos, por pocos que sean. Es la primera línea de financiación ya que es fácil de obtener (ya lo tienes). Son esos primeros fondos que te van a ayudar a empezar a desarrollar ese proyecto que tienes en mente.

Deberían ser capaces de generar un colchón para que puedas empezar tu actividad empresarial y mientras buscas obtener otros tipos de financiación o esperas rentabilidad tu actividad con algún ingreso propio de la misma.

Es una financiación fundamental por muchas razones. Es una financiación rápida, con coste muy reducido, por lo que es ideal como forma de arrancar el proyecto y la empresa. Se suele utilizar, si el capital no es muy amplio, para constituir la empresa, pagar a los primeros proveedores, así como para poder preparar el camino para las siguientes búsquedas de financiación: viajes, tarjetas de visita, material gráfico de presentación, un traje... Si los fondos propios son un poco más numerosos, también pueden permitir empezar a desarrollar el proyecto, permitiendo cubrir con los primeros gastos y facturas operativas.

Ventajas:

1. **Disponibilidad inmediata:** es un capital que puedes tener en una cuenta bancaria o de ahorro, por ejemplo. Fácil, por tanto, de recoger y de poder invertir de forma rápida y segura, sin tener que depender de nadie más.
2. **Forma de implicarse más en el proyecto:** en el momento que uno pone dinero propio en algo, es más fácil que aumente la implicación personal en el proyecto para intentar conseguir rentabilizarla. Ya no es sólo que te guste un determinado proyecto y que te implique profesionalmente. Ahora te estás implicando personal y económicamente.
3. **Forma de demostrar a los demás que es un negocio/proyecto interesante.** No podemos pretender que otros inviertan en nuestro negocio si nosotros no hemos invertido económicamente en el. Da muy poca confianza y es una pregunta obligada en cualquier proceso de financiación: ¿Cuánto dinero, además de tiempo y esfuerzo, has invertido?

4. **Ideal para el arranque de la actividad.** Es perfecto para empezar ya que son rápidos, no tienes que esperar ninguna validación o que se haga efectivo. Es perfecto para iniciar la creación de la empresa o para ver la viabilidad del proyecto antes de buscar fuentes externas de financiación. Además, puedes emplearlo en lo que estimes más oportuno o apremiante.
5. **Bajo Riesgo.** Al final es tu dinero, por lo que en caso en el que se pierda, eso es lo que pierdes, pero no tienen mayores problemas o consecuencias como si has tenido que avalar el crédito con un activo, por ejemplo.
6. **Libertad en su empleo.** Serás libre de poder dirigir esos recursos a donde estimas más interesante hacerlo, dentro de tu proyecto. Hay otras financiaciones como el ICO, un *Business Angel*, que pueden imponer en qué debe utilizarse el capital.

¿Qué pasa si disponemos de poco capital propio? Está claro que vamos a necesitar seguir buscando capital si nosotros no disponemos del mismo. Pero aún así, es muy valorable y es siempre bien recibido por futuros inversores que hayas invertido directamente en tu proyecto. Está claro que si tienes una modesta cantidad ahorrada, pero la inviertes en su totalidad, estás demostrando tu total implicación en el proyecto y además ves que es viable. No esperes que recibas inversión si tu mismo no estás interesado en invertir en tu proyecto. Nadie regala el dinero.

AMIGOS, FAMILIARES Y GENTE CERCANA

Una vez empleado el capital propio, el siguiente nivel de financiación son los Familiares, Amigos y Entorno. En este grupo podemos incluir, por ejemplo: hermanos, padres, tíos, amigos de confianza e incluso conocidos que crean en tu proyecto... puede ser una lista bastante amplia, pero depende en muchas ocasiones de las posibilidades y circunstancias de cada uno.

Son personas que apostarán por tu idea cuando nadie más lo haga. Asumen un gran riesgo ya que pueden llegar a invertir aún cuando solo hay una idea y ésta no está materializada. Dentro de este sector, la financiación habitual es que sea inferior a 10.000€. Pero como siempre, hay circunstancias de todo tipo.

Son una fuente muy empleada ya que son muy accesibles, no siempre van a ser tan exigentes como un banco a la hora de hablar de devoluciones y por lo general, se parte de un punto de confianza inicial. Además, en muchas ocasiones ya les has podido hablar de tu proyecto, por lo que pueden tener una idea inicial del mismo.

Principales Ventajas:

1. **Rapidez en su consecución.** Puedes disponer de ese capital de forma inmediata.
2. **La Confianza en ti y en el proyecto** puede ser conseguida desde el principio. Realmente suele ser uno mismo quien avale el proyecto, no tanto la viabilidad del mismo.
3. **No van a ser tan exigentes** en las devoluciones de esas inversiones como un banco
4. **Preparación Previa.** Es bueno tener perfectamente perfilado el proyecto cuando se presente a este público, pero no van a ser tan exigentes como un *Business Angel*.

Inconvenientes

1. No siempre es buena idea incluir a gente con la que tienes **relación personal** en un proyecto. Si no se deja clara la posición de cada uno, por ejemplo, en un acuerdo por escrito, puede generar problemas. Un buen amigo no tiene por qué ser un buen inversor.
2. Es habitual encontrarse con relaciones rotas por temas de negocio o dinero. Tanto si el proyecto se desarrolla felizmente como si se muere, hay infinidad de casos en lo que termina habiendo mal entendimiento y las relaciones se terminan fracturando.

Acuerdo por Escrito. Aunque haya toda confianza con este posible inversor, recomendamos, para evitar problemas futuros, que reguléis esta nueva relación a través de un acuerdo escrito, lo suficientemente detallado como para evitar problemas futuros, problemas que se pueden dar y casi seguro que se darán. Por ello un acuerdo detallado, especificando las responsabilidades, derechos y obligaciones de cada uno, así como estableciendo esos mismos puntos en el caso en el que el proyecto se desarrolle positiva o negativamente, nos ahorrará muchos problemas.

BUSINESS ANGEL

Es una figura muy asociada a las *Startups* y al arranque de empresas y de proyectos. El *Business Angel* es una persona que le gusta participar de proyectos, en sus estadios iniciales y que contribuye con su desarrollo de diferentes formas como asesoramiento, inversión financiera, *networking*... Su inversión, ya sea de tiempo y de dinero suele compensarse con una participación en la empresa.

Es un perfil muy interesante ya que suelen aportar mucha experiencia en proyectos similares, aportar capital en un momento importante del proyecto como es el inicio y abren la puerta al proyecto a nivel de contactos, que pueden contribuir a su desarrollo. Digamos que se implican más allá de lo meramente económico.

Es importante, si se decide buscar un *Business Angel*, encontrar una persona que tenga experiencia en el sector en el que se desarrolle nuestro proyecto cultural. También es importante marcar claramente qué se piensa ofrecer a este *Business Angel* por su participación y como va él a contribuir con nuestro proyecto. Recomiendo plasmar ese acuerdo en un contrato bien estipulado para que todo quede claro desde el principio.

Qué Puede Aportar un *Business Angel*:

- Conocimiento Empresarial
- Conocimiento de tu negocio
- Capital Económico: Suelen oscilar entre los 20.000€ y los 100.000€, pero por lo general es habitual que hagan inversiones más reducidas en un principio.
- *Networking* y contactos
- Puede recomendar a profesionales para que colaboren en el proyecto de forma puntual

Algunas características del *Business Angel*:

- Invierten su propio dinero
- Son libres a la hora de la toma de decisiones sobre sus inversiones
- Se mueven con regularidad por circuitos de emprendedores y *startups*
- Conocen a más *Business Angel* e inversores
- Quieren formar parte de la toma de decisiones críticas de la empresa en la que participan

- Suelen requerir una participación de la empresa
- Buscan empresas en las que no tengan relación de amistad o familiar
- Buscan ganar dinero con esa inversión de dinero y tiempo, pero no es su finalidad principal.
- Suelen buscar empresas que vean con viabilidad, pero que también les atraiga su temática, enfoque o el equipo de dirección.

Cómo encontrar el *Business Angel* perfecto. No hay una fórmula única, pero aquí os recomendamos algunos caminos:

- Asistir y participar en eventos de emprendedores y *startups*
- Participar a eventos para presentar tu proyecto a inversores
- Encontrar empresas o entidades que relacionen empresas con emprendedores como Wayra
- Mirar en el entorno de tu sector para ver qué empresas o proyectos tienen *Business Angel*
- Las redes sociales
- Recomendaciones de terceros, principalmente de tu entorno profesional.

Algunos directorios de búsqueda

- <https://www.business-angel.es/directorio.html>
- Asociación de Inversores y Emprendedores de Internet: <http://www.aiei.es>
- Asociación Española de *Business Angels*: <https://www.aeban.es>
- Digital Assets Deployment: <https://www.digitalassetsdeployment.com>
- Grupo Intercom: <http://www.grupointercom.com>

Últimos Consejos

- Elige bien a *Business Angel*. No cojas al primero que se te presente.
- Debe estar realmente interesado en tu actividad y debe tener algún tipo de afinidad con ella.
- Cierra bien y por escrito, qué se ofrece y sus contraprestaciones.
- Conoce tu proyecto en profundidad. Un buen *Business Angel* hará preguntas críticas sobre tu proyecto y deberás estar preparado para responderlas (lo ideal es que tengas desarrollado un buen *business plan*)
- Ten preparado un buen "*spicht*" y participa en las presentaciones de proyectos con inversores.
- Sé realista, conoce los puntos fuertes y débiles de tus proyectos. No hay un proyecto perfecto y sin riesgos.
- Ten una mentalidad abierta a las opiniones y sugerencias de los profesionales.

ACELERADORAS E INCUBADORAS

Muy unida a los *Business Angel*, las aceleradoras, son entidades privadas o públicas que se dedican a invertir en proyectos que creen viables, interesantes y rentables. Hay muchas aceleradoras en España, pero quizás se deban buscar las que sean más afines a nuestra actividad para poder aumentar la posibilidad de llegar a un acuerdo. Las aceleradoras públicas también pueden ser de gran ayuda.

Son entes muy dinámicos que hacen eventos para congregar a emprendedores, proyectos e inversores. Tienen una profunda red de *Networking* y contactos, por lo que quizás puedan decirte que no les interesa tu proyecto, pero que te pueden derivar a otra aceleradora diferente.

Por lo general una Aceleradora puede invertir entre los 10.000€ y los 100.000€ (según la viabilidad y rentabilidad que le vean a un proyecto). En otras ocasiones solo ofrecen asesoramientos y contactos, que también es algo muy interesante.

Las Aceleradoras contribuyen a que las empresas recientemente creadas puedan crecer de forma rápida, organizada y estructurada. Además de capital también aportan asesoramiento de negocios y empresas, por lo que, si el emprendedor no tiene mucha experiencia en el mundo de los negocios, puede ser de gran ayuda. Además, las Aceleradoras también suelen poner en contacto a emprendedores con inversores que están buscando proyectos en los que participar.

Las Incubadoras, sobre todo se centran en atraer a jóvenes empresas y aportan ideas y recursos, pero no de una forma tan activa como una aceleradora

Que pueden aportar

- **Mentores:** son profesionales experimentados que puede tener experiencia en el sector donde se desarrolle tu negocio. Contribuyen con su experiencia y conocimiento, evitando que cometas errores de principiante o vislumbrando oportunidades que quizás no habéis valorado previamente.
- **Experiencias con Proyectos Similares:** pueden aportar experiencias similares de otros proyectos. Esto puede ser una información vital en los primeros momentos de toda empresa.
- **Experiencia en el Mercado y en el Sector Empresa:** el hecho de que estén íntimamente ligados al mercado, puede ser una gran ayuda para nosotros, ya que, en muchas ocasiones, no estamos realmente tan capacitados en el mercado como en nuestro sector de actividad. Recomendamos tener en cuenta las sugerencias y ayudas que nos puedan dar en este sentido.
- **Financiación:** También es habitual que se realice pequeñas inversiones en los proyectos, inversiones que pueden ser mayores según crezcan y se vea el potencial de los proyectos. Por lo general es una implicación 360º
- **Poner en contacto con otros inversores:** te pueden poner en contacto con otros inversores que terminen de ofrecer y cubrir las necesidades de financiación que tiene tu proyecto.
- **En contacto con otros emprendedores:** también es importante no sentirse solo en este camino. Las Aceleradoras, así como las Incubadoras son espacios donde los emprendedores pueden compartir experiencias y miedos.

FINANCIACIÓN PÚBLICA

Los diferentes estamentos públicos, ya sean los Ayuntamientos como Comunidades Autónomas, un determinado ministerio o la Unión Europea, en alguna de sus múltiples organizaciones, tienen fondos destinados empresas pertenecientes al sector cultural. Ya sea a través de la presentación de un proyecto, o directamente, presentando a la empresa, se puede obtener una ayuda financiera que, sin duda, puede ser de gran ayuda para el crecimiento o desarrollo de nuestra empresa. También, además de financiación, en ocasiones se entregan partidas de dinero siempre que la empresa o actividad se ajuste perfectamente a lo solicitado.

Es importante saber que se suele estipular un marco bastante claro y al que hay que ajustarse si se desea poder recibir estas ayudas. Hay que leer claramente la documentación y reglamentación que marca el acceso a esas ayudas, recordemos que es el ente público y como tal, los tiempos y las formas los imponen ellos. Deberemos hacer acopio de toda la información requerida, así como muchas dosis de paciencia. Pero son duda, hay ayudas realmente interesantes tanto por el montante como por las condiciones.

Tipos de Ayudas Públicas

Hay muchos tipos de posibles ayudas públicas que nuestro proyecto o empresa cultural puede recibir, no obstante, en la mayoría de los casos, podemos centrarlas en tres fórmulas básicas:

- **Aportación Reintegrable:** Son aportaciones económicas en forma de “cofinanciación” que permiten dar a las empresas del sector cultural financiación. Por lo general, esta aportación debe ser devuelta en un determinado periodo de tiempo. Sus ventajas es que su financiación tiene un coste cero o más reducido que el que ofrece la banca.
- **Subvención:** Es una cantidad de dinero que se concede a una empresa cultural como ayuda económica para realizar una obra o para su mantenimiento, por lo general es emitida por el estado o por un organismo oficial. Por lo general, este tipo de ayuda no debe ser devuelta si se cumple con todos los objetivos y formas establecidos a priori.
- **Cofinanciación:** hay modelos en los que el ente público hace una cofinanciación un proyecto. En estos casos, el ente público suele participar con un porcentaje de la financiación que ha aportado el socio. Por ejemplo, el estado participa con la misma cantidad que ha aportado el socio de la empresa.
- **Descuentos en Impuestos:** Estas también son muy interesantes, sobretodo en los primeros momentos de la empresa como para los proyectos pequeños, en los que reducir algunos impuestos como Autónomos o el IRPF, puede ser la diferencia entre mantener abierta la empresa o tener que cerrarla.

Elementos que aportan valor en la solicitud de Ayudas Públicas

Qué aspectos suelen ser más destacables y valorados por el ente público a la hora de dar ayudas públicas a las empresas culturales:

- **Autoempleo:** hay ayudas específicas para personas que crean proyectos culturales como un sistema de autoempleo
- **Menores de 30 años:** también, si el emprendedor es menor de 30 años, hay un paquete de ayudas específicas a los jóvenes

- **La mujer:** si el administrador de la empresa o proyecto es una mujer, puede recibir numerosas ventajas y ayudas, tanto a nivel nacional como internacional. Es importante estar bien informado/a de aquellas que puedan ser más interesantes.
- **Aporte a la Sociedad, Cultura o Comunidad:** aquellos proyectos que quede de forma patente, que con su desarrollo pueden aportar una mejora y contribuir al enriquecimiento de la sociedad, de una comunidad o región específica o a la cultura en general, también van a ser tenidos en cuenta a la hora de recibir ayudas públicas.
- **Fomento actividad empresarial:** si el proyecto o empresa va a fomentar el empleo o la actividad económica cultural en general, también va a poder optar con más garantías que pueda recibir ayudas públicas.
- **Creación de Nueva Empresa:** por el hecho de crear una nueva empresa, también se puede solicitar Ayudas Públicas. Actualmente hay numerosos incentivos, especialmente como reducción de impuestos y gastos a la hora de crear la empresa.

Dónde informarse de las Ayudas Públicas

Te recomiendo que te informes con regularidad sobre ayudas públicas a los organismos competentes, ya sean de ayuntamientos, como diputaciones o ministerios. Suelen aparecer en los documentos y comunicación oficiales. También aconsejamos mirar en las páginas webs de los ministerios, así como en el BOE.

También puedes encontrar esa información en las páginas correspondientes, así como en algunos espacios especializados donde estar informado sobre ayudas y subvenciones Públicas:

<https://www.ayudas-subvenciones.es>

<https://mnhlicitaciones.com>

<https://www.infoayudas.com>

<http://www.creatuempresa.org/es-ES/Apoyo/Paginas/apoyosistema.aspx>

https://www.sepe.es/contenidos/autonomos/prestaciones_ayudas/prestaciones_ayudas.html

<http://www.ico.es/web/ico/empresas-y-emprendedores>

ALGUNAS AYUDAS PÚBLICAS

- **Ayudas Financieras**
 - **ICO:** Lo vemos también en el apartado de Bancos, ya que, si bien son condiciones especiales al estar de por medio el estado (de comisiones e intereses), el proceso de dar esos créditos está gestionado por el banco, por lo que se tiene que superar los criterios del mismo. Además, tenemos que tener claro que los créditos ICO tienen varias modalidades y debemos saber cuál vamos a solicitar. Hay créditos asociados a actualización de equipos tecnológicos, a arranque de empresas o a anticipos de pagos y el uso del mismo debe ser justificado para el ámbito del crédito que se ha solicitado.
 - <http://www.ico.es/web/ico/empresas-y-emprendedores>
 - **Enisa - Empresa Nacional de Innovación S.A:** ofrece financiación (préstamos participativos sin garantía) a empresas por importe de 25.000€ hasta 1.500.000€. En el caso de la línea de jóvenes emprendedores, la entidad exige que se aporte, como fondos propios, al menos el 50% del dinero que se está solicitando, es lo que se denomina **cofinanciación**. Sobre todo, va destinado a proyectos que puedan ser innovadores.

- Este organismo ha otorgado más de 5900 préstamos por un total de 890 millones de Euros, con una media de 150.000€ por proyecto.
- **El proceso:** se inicia con una solicitud que es analizada en detalle. Si pasa este análisis se procede a la formalización y si todo está bien, se transfieren los fondos.
- <https://www.enisa.es>
- **CDTI - Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial:** proporciona financiación y apoyo a proyectos de I+D+i y empresas de base tecnológica. El CDTI gestiona, con fondos propios y cofinanciación procedente de instituciones europeas
 - <https://www.cdti.es>
- **Instrumento Pyme:** es un programa de financiación fomentado por la Comisión Europea destinado a empresa pequeñas.
 - Ofrece subvenciones de hasta 50.000€ en una primera fase. Si la empresa lo necesita y se ve rentabilidad, puede acceder a una segunda fase con importes superiores al millón de euros.
 - Se realizan convocatorias cada 3 meses
- **Horizonte Pyme:** la idea de este programa es la de ayudar a los proyectos interesantes y bien preparados para que puedan desarrollarse en España. Está bajo el amparo de la Comisión Europea
- **Emprendedores en el Sector Cultural y Turístico:** se trata de Ayudas a la inversión en capital para incrementar la oferta de contenidos digitales culturales en Internet y para promover la innovación de las industrias culturales y creativas en España
 - Está destinado tanto a Autónomos como para Empresas.
 - Uno de sus puntos fuertes es que es a fondo perdido
 - http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/ayudas/ayudas_inversio.html
- **Financiación a las Industrial Culturales:** son líneas de financiación para empresas del sector cultural que se articulan a través de convenios y acuerdos con el Ministerio de Cultura y Deporte. Las herramientas habituales en este campo son:
 - Las Ayudas para el coste de los avales de las industrias culturales:
<http://www.creasgr.com/default.asp>
- **Ayudas de las Comunidades Autónomas:** Cada Comunidad Autónoma ha desarrollado, paralelamente a las estatales, un conjunto de ayudas destinadas a cultura, que pueden ser muy interesantes para las empresas y proyectos afincados en esa comunidad
 - Puede descubrir algunas ayudas que disponen las comunidades autónomas en este link:
https://www.sepe.es/contenidos/autonomos/prestaciones_ayudas/prestaciones_ayudas.html
- **Programa Europa Creativa:** busca contribuir con el empleo y el crecimiento de los países
 - Algunas cifras es que estamos hablando de que se quiere apoyar a más de 8.000 organizaciones culturales y a unos 300.000 artistas.

Ayudas Locales y Regionales

Hay numerosas ayudas locales y regionales destinadas a empresas de reciente creación, emprendedores o empresas del sector cultural. Muchas veces la mayor dificultad es estar informado de ellas, así como entregar la documentación requerida para poder solicitarlas.

Recomendamos visitar ayuntamientos y diputaciones regionales y hacer una pequeña pesquisa por internet, buscando qué organismos son los encargados de gestionar estos asuntos, para personarse para poder tener una primera toma de contacto

Es muy importante, si finalmente concursamos a algún tipo de ayuda, a tener el pliego de condiciones y a ajustarse al mismo.

En la mayoría de los casos, los importes deben ser devueltos en un periodo de tiempo determinado, pero son las condiciones de un banco. Además, en ocasiones, no se obliga a la empresa a devolver la totalidad de lo prestado (según el tipo de ayuda obtenida).

FINANCIACIÓN PRIVADA

EMPRESAS

En este punto, podemos hablar más de *Fundraising* que de Financiación, ya que una empresa privada que no sea una entidad bancaria do de crédito, no puede tener actividad de financiación como la que estamos hablando en los puntos anteriores, aunque dentro de su actividad como *Fundraising*.

Hay muchas empresas privadas que tienen inquietudes como patrocinadores y contribuyen de diversas maneras en los proyectos culturales, a veces con dinero, otras veces con equipo y material o simplemente desarrollando la difusión del proyecto.

A partir de la definición de Patrocinio del Doctor Cristian Antoine Faúnde, configuramos estos elementos clave que definirían la actividad de la empresa patrocinadora:

- Debe ser una práctica permanente y organizada de una organización comercial o empresa.
- La entidad destina recursos propios para el financiamiento de un determinado proyecto.
- La entidad espera obtener una contraprestación a través de un beneficio publicitario que ayude a mejorar o potenciar su imagen de marca.

Con estos elementos, podemos ver claramente que esta Financiación Privada es sustancialmente diferente a las que hemos visto anteriormente:

- El importe no debe ser devuelto monetariamente, si no que debe ser devuelto a través de otros conceptos como Presencia Mediática, Mejora de Imagen, Acceso a Nuevos Públicos...
- Los recursos entregados por el Patrocinador pueden ser económicos, pero también pueden ser de otro tipo como materiales, contactos, accesibilidad, visibilidad...

Simbiosis entre Patrocinador y Patrocinado. La relación entre la empresa Patrocinadora y la que es Patrocinada, que sería nuestro proyecto cultural, es simbiótica, debe aportar valor a ambas partes y si ésta no se produce, la relación terminará perdiéndose. Está claro que la parte Patrocinada puede recibir una inyección de capital, pero, por otro lado, la empresa Patrocinadora debe obtener algo como contraprestación que le pueda interesar.

Que busca una empresa Patrocinadora:

- **Visibilidad Mediática:** esperando llegar a medios de comunicación o a las personas interesadas en nuestro proyecto. Buscan tener presencia en medios a través de nuestro proyecto, además están interesados en que nuestros clientes o visitas sepan que son patrocinadores o colaboradores con nuestro proyecto.
- **Mejora de la Imagen de Marca:** La empresa patrocinadora va a buscar una mejora en su Imagen de Marca al presentarse como colaborador de un proyecto cultural de interés. Es un medio habitual para presentarse de una forma positiva ante la sociedad y ante posibles clientes.
- **Llegar a nuevos públicos:** el hecho de participar en nuevos espacios, como, por ejemplo, un museo, puede facilitar que la empresa patrocinadora llegue a nuevos públicos que quizás por televisión u otros medios no puedan alcanzar.
- **Contribuye a impulsar las ventas:** en línea con el anterior punto, la posibilidad de alcanzar a nuevos públicos o de mejorar esa imagen de empresa puede ser un impulso para las ventas.

- **Diferenciarse de la competencia:** el hecho de que una empresa se le asocie a un conjunto de iniciativas únicas, puede ser un medio de desligarse de la competencia
- **Desgravarse impuestos:** las actividades de mecenazgo, *sponsoring* y patrocinios pueden beneficiarse de una interesante desgravación de impuestos.
- **Genera “awareness”:** es decir, se presenta y llega de una forma diferente a la publicitaria habitual. Suele tener una recepción más positiva y genera un mayor impacto en el público objetivo.

Tomada la decisión de buscar una empresa que pueda estar interesada en realizar algún tipo de patrocinio o donación, deberíamos hacer un trabajo previo con la finalidad de concretar una buena selección de aquellas empresas a las que vamos a intentar contactar. El tiempo es limitado, por eso no es recomendable tocar a todas las empresas, es interesante empezar por aquellas que puedan estar más interesadas y personalizar ese contacto.

Los primeros consejos serían:

- **Buscar empresas que puedan tener intereses comunes:** empresas de la misma zona geográfica, empresas con interés en un área relacionada con el bien cultural...
- **Que sea una empresa con cierta actividad de patrocinio y mecenazgo:** será un elemento agilizador ya que las empresas sin experiencias previas en este campo serán más reacias.
- **Contactos Previos:** ver si podemos tener algún contacto que nos pueda facilitar el acceso a la empresa (a alguna de las personas con responsabilidad en esa materia). Nos va a facilitar los primeros pasos en el contacto, no nos va a asegurar el éxito, pero sí la oportunidad de poder realizar una presentación. También ahorraremos mucho tiempo.
- Poder ofrecer un **certificado de donación** para que la empresa se lo pueda desgravar. Este es un punto importante ya que no solo estamos favoreciendo que la empresa pueda recuperar parte de su donación, sino que además su departamento de contabilidad está justificando ante Hacienda ese pago.
- **Crear un Listado** de empresas a las que contactar, así como tener un conjunto de argumentos y materiales básicos para poder facilitar a esas empresas previamente al primer contacto físico.
- Ver la posibilidad de contactar con alguna **empresa especializada en Patrocinios:** puede ser una ayuda a la hora de contactar con empresas y de enfocar el patrocinio, pero por lo general solo nos van a ayudar si tener un proyecto grande entre manos y si lo queremos relacionar con grandes empresas. Debemos tener en cuenta quién va a pagar a esta empresa.

Si pasamos el primer filtro y logramos poder presentar el proyecto, cosa que ya podemos considerar como un éxito, deberíamos tener en cuenta varias cosas:

- **Conocer un poco más a la empresa:** intereses, historia, actividad, clientes, competencia... con esta información podremos orientar la presentación y adecuar el mensaje que vamos a transmitir. Ganaremos muchos puntos. También es importante, si podemos, saber quién es la persona responsable de este tipo de responsabilidades o desempeños.
- **Tener preparado un buen guion y argumentario:** es clave tener preparado previamente qué se va a decir. Para eso es importante conocer perfectamente el bien cultura, conocer sus puntos fuertes y débiles. Este argumentario implicará un profundo conocimiento de nuestro proyecto y cómo éste puede contribuir en alcanzar los objetivos del potencial patrocinador.

- **Ponerse en la piel de la empresa:** también es importante ponerse en la posición de la empresa para anticipar preguntas, así como conocer sus intereses y las motivaciones que podrían tener para participar en nuestro proyecto.
- **Tener una presentación y documentación para presentar:** que esté hecho de forma profesional y cuidada. Además del contenido, las formas y el cómo se transmite es importante. Quizás contratar a un diseñador, que no tiene por qué ser muy caro, pueda ser una fantástica inversión.
- **No desesperarse:** en el caso de que sea un proceso largo, con varias entrevistas, antes de la toma final de decisión por parte de la empresa, no debe desesperarnos. A veces las empresas tienen una burocracia larga que hace extenderse los plazos en y tomas de decisiones.
- **Ir puliendo nuestro mensaje** según vayamos avanzando entrevistas y conociendo la empresa. También es importante adecuar el mensaje al interlocutor que tengamos. Es decir, una persona de marketing va a valorar unos aspectos y una persona de finanzas otros diferentes.

En el caso en el que hayamos conseguido el patrocinio, debemos:

- **Analizar en detalle las condiciones del Patrocinio,** sobre qué premisas se hace y cuales son los objetivos de ambas partes.
- **Revisar bien el contrato:** en concreto las obligaciones y derechos de cada una de las partes. Te recomendaríamos un profesional.
- **Solicitar información gráfica:** es posible que la empresa tenga un libro de estilos o un área de marketing que te pueda aportar los materiales necesarios para empezar a trabajar con ellos: logotipo, pantones, directrices de uso de logotipo... ya que desde el primer momento deberás incluir el logotipo y la información corporativa básica en tus espacios: página web, cartelería...
- **Trabajar de forma coordinada y mantener una comunicación fluida:** no solo acordarnos el patrocinador para renovar el patrocinio. Una buena forma es enviar de forma periódica a la información sobre: visitas, apariciones en medios, visitas web, hallazgos, referencias de personalidades... Es un trabajo de todo un año lo que debemos mostrar.
- **Estar atentos a los cambios internos del patrocinador:** cambios de responsable o de política interna puede afectar a tu patrocinio indiferentemente de todo lo que pueda repercutir positivamente en la empresa.

Formas de Patrocinio

1. **Patrocinio Económico:** se trata de una cantidad de dinero a cambio de formar parte del proyecto, aparecer en sus espacios, tener presencia en sus comunicaciones...
2. **Publicidad:** muy ligado al anterior, es obtener dinero de la empresa patrocinadora a cambio de tener presencia publicitaria en, por ejemplo, los carteles, la página web, las redes sociales...
3. **Patrocinio Material:** en ocasiones el patrocinio puede ser en forma de productos, cesión de espacios físicos, materiales de todo tipo...
4. **Patrocinio Humano:** a veces lo que se cierra en el patrocinio humano, es decir, voluntarios, expertos, técnicos o colaboradores que puedan contribuir con su conocimiento y experiencia al proyecto.

CRÉDITO BANCARIO

Quizás sea una de las fuentes de financiación más habituales y sencillas de obtener, siempre que se superen los requisitos solicitados por la entidad. Debemos recordar que el negocio del banco es el préstamo de dinero, en forma de crédito, a personas y empresas, a cambio de la devolución de ese importe en un periodo de tiempo y de un conjunto de comisiones e intereses determinados. Nosotros somos sus clientes y no al revés.

Es una de las formas más empleadas ya que no se pone en riesgo, a priori, capital ni activos propios (siempre que no se tenga la necesidad de avalar dicho crédito). Además, hay diferentes formatos que se pueden ajustar a nuestras necesidades específicas, como puede ser una póliza de crédito o un crédito directo, anticipo de facturas...

Por otro lado, y aunque no tenga nada que ver aquí, recomendamos encarecidamente que se revisen los gastos bancarios de la empresa. Aspectos como costes de transferencias, costes de tarjetas, mantenimiento de cuentas... puede repercutir negativamente en las cuentas de la empresa, por lo que siempre aconsejamos que se conozcan y se negocie bien estos parámetros. Determinar con qué banco vamos a operar puede ser un hecho crítico y no tiene por qué ser el mismo banco que nos esté financiando.

Información a aportar. Uno de los puntos más importantes es poder aportar la información requerida. No solamente va a ayudar a obtenerla la financiación, si no que, en función del tipo de información que dispongamos, las condiciones de devolución pueden ser más o menos favorables.

Si la empresa es de nueva construcción o ni si quiera ha arrancado, será más complicado poder obtener esa financiación ya que la empresa no puede aportar un histórico de funcionamiento y viabilidad. Quizás te obliguen a tener algún avalista o poner algún activo para respaldar la operación. Si la empresa ya está funcionando, siempre será más fácil por que el banco tendrá un histórico para poder comprobar. La información que habitualmente van a requerir será más o menos esta:

- Pool Bancario de la empresa lo más actualizado posible
- Avance contable reciente (Activo, Pasivo y Cuenta de Resultados)
- Modelo 347
- Declaraciones trimestrales del IVA del año en curso (Modelo 303) y de los últimos ejercicios. También pueden solicitar el Modelo 390 completo.
- Declaración firmada de bienes y deudas de los titulares y, en caso de haberlos, de los avalistas.

También pueden pedir:

- Última declaración del Impuesto de Sociedades del titular y, en caso de haberlos, de los avalistas de la operación (Modelo 200)
- Última declaración del IRPF de los avalistas personas físicas, si los hubiese (Modelo 100)
- Cambios significativos en la empresa (por ejemplo: cambios en el accionariado, movimientos en los principales clientes y/o proveedores, nueva información en relación a la actividad, entre otros), sobre todo en el caso en el que la empresa ya tenga una relación previa con el banco.

Esta es la documentación habitual, pero cada caso es diferente y el banco puede solicitar otra documentación adicional en caso de que lo estime oportuno. Recordar también que, por lo general, quién determina si se entrega o no, ese crédito, no es ninguna persona de la oficina (puede como mucho dar alguna referencia) si no que se trata de un departamento específico que suele estar en la central (Departamento de Riesgos) quien finalmente toma la decisión de dar o no el crédito solicitado.

Probar diferentes Bancos: También recomiendo que se estudien varios bancos (las condiciones de uno y otro pueden ser muy diferentes). Es fácil conocer las condiciones de un banco ya sea personándose en una oficina o a través de la página online del mismo. Puede ser muy revelador tener tres o cuatro condiciones diferentes antes de tomar la decisión final en función de las necesidades que realmente tenga nuestra empresa.

También es importante que, si un banco te ha rechazado el crédito, no te desanimes, ya que muchas veces otro banco quizás pueda otorgarte ese crédito. Mi recomendación es que lo intentes, como mínimo, en tres bancos diferentes antes de desechar esta opción.

Atención a las comisiones e Intereses. Es importante prestar mucha atención a las condiciones, comisiones e intereses del crédito solicitado. Este tema ya ha sido desarrollado en el apartado de consejos, pero es realmente importante tenerlo presente ya que la financiación tiene un coste económico, que debemos saber minimizar. Conocer perfectamente las condiciones, mirar en varios bancos y adaptar la financiación realmente a las necesidades de la empresa, pueden ser tres referencias vitales para evitar sustos.

Tipos básicos de Crédito bancario:

ICO (Estatal): Es un crédito con concedido por el banco, pero avalado por el estado que hace que tenga unos tipos más económicos que los del producto bancario y que sea más fácil poder obtenerlos. Son gestionados por los bancos, por lo que se deberá aportar la información solicitada y demostrar la viabilidad en su devolución. Además, suelen estar directamente asociados a su finalidad: modernización de equipos, pago de facturas...

Póliza de crédito: Es disponer de una cuenta con un capital que puede ir de 5.000€ en adelante. Funciona como una cuenta más de la empresa y cada mes se van cobrando los intereses por disposición y uso. Al final del periodo contratado, por lo general un año, la cuenta debe tener el importe solicitado y todo el extra será abonado a la cuenta asociada de la empresa. Por lo general se debe formalizar ante notario.

Crédito: Te entregan la financiación en una cuenta que tengas y podrás emplear ese importe como mejor convenga. Finalizado el periodo del crédito, que por lo general será de un año, deberá devolverse ese importe, así como los intereses del mismo. Por lo general se debe formalizar ante notario

Tarjeta de Crédito: Perfecto para cuantías más pequeñas. El uso de tarjetas de crédito es muy empleado para el día a día de la empresa. Los tipos de interés pueden ser un poco más altos, pero al tener que ser saldado cada mes, ayuda a que no se disparen.

Factoring: es un servicio que el banco ofrece a sus clientes. Consiste en que el banco anticipa el abono de una factura emitida por tu empresa (cediendo un porcentaje de comisión) y el banco se encargará de cobrarla. El problema es que la empresa receptora de la factura debe estar de acuerdo con ese *factoring* y que en el caso en el que el banco no logre cobrar esa factura en tiempo y plazo, esa factura te será repercutida a ti. Además, el banco va a analizar la viabilidad del cliente antes de aceptar ese *factoring*.

Confirming: es otro servicio que ofrecen los bancos que busca facilitar el pago a proveedores. Se cierra un importe mensual y los proveedores reciben los pagos rápidamente por parte del banco. Es beneficioso ya que se agiliza los pagos, da buena imagen y te ahorras tiempo administrativo.

Formas, tiempos y plazos de devolución. La devolución suele ser pactada una vez que se determina la viabilidad del crédito. Por lo general está asociada al tipo de producto de crédito que se entregue. Por lo general el crédito obtenido suele ser por un año de duración y al finalizar este periodo de tiempo, o se renueva o deberá ser saldado.

Los plazos de devolución del crédito pueden ser de dos tipos, uno anual, una vez finalizado el crédito se debe entregar todo el capital inicial y otro de forma mensual, en el que el crédito se prorratea mensualmente y se va devolviendo sumándose los intereses así cuando se llega al final del crédito, ya lo has devuelto en su totalidad. La elección de uno u otro modelo de devolución viene conforme al producto adquirido, pero recomendamos que se realice un estudio sobre cómo nuestra empresa podrá devolverlo:

- Si por ejemplo estimamos que todos los meses podemos tener ingresos estables, quizás sea recomendable poder ir reduciendo el crédito mensualmente, sobre todo porque, a nivel de intereses, el coste será menor.
- Por el contrario, si trabajamos en un proyecto que al final del mismo nos lo van a pagar íntegramente, puede hacer más interesante que abonemos el crédito a su finalización.

Los créditos estándar suelen tener una duración de un año y al finalizar éste debe ser liquidado. No obstante, las entidades bancarias pueden tener otro tipo de productos con otras fechas de liquidación que se pueden valorar según las necesidades reales de financiación. Es importante también tener la posibilidad de renovar el crédito a la finalización del mismo sobre todo en el caso de que en el momento de finalización no dispongamos del capital necesario.

OTRAS ENTIDADES DE CRÉDITO

Hasta el momento hemos estado hablando de los bancos clásicos para la solicitud de crédito bancario. Pero hay otros entes que se dedican también a este negocio, como son las empresas privadas especializadas en crédito como Cofidis, Cetelem, Vivus... y tantos otros.

Lo primero que debemos tener en cuenta, si finalmente nos decantamos por este servicio, es si vamos a solicitar un crédito personal o de empresa. Cada uno tiene sus ventajas e inconvenientes. Yo recomendaría que fuese de empresa, para librar al administrador de posibles problemas personales, pero entiendo que quizás sea más complicado.

Estas entidades privadas están especializadas en el crédito como productos de negocio. Y tienen algunas ventajas y desventajas frente a la entidad bancaria clásica:

Ventajas:

- **Mayor facilidad de consecución:** por lo general, un banco va a rechazar más créditos que estas entidades, por lo que, si uno o varios bancos han rechazado tu crédito, puede que estas empresas si estén en disposición de dártelo.
- **Rapidez en su consecución:** por lo general no se necesita tanto tiempo desde que se solicita hasta que se obtiene ese importe
- **Sencillez de obtención:** por lo general no se necesita aportar tanta documentación para poder conseguir un crédito bancario al uso.

Desventajas

- **Comisiones e intereses superiores:** los costes en intereses, así como las diversas comisiones que en ocasiones imponen, hace que sea, por lo general, bastante más caro que el clásico crédito bancario.
- **Letra Pequeña:** deberemos ver con atención todas las cláusulas de contrato, sobre todo las referentes a comisiones o intereses ya que pueden hacer subir los costes finales de la misma. Es importante saber si tienen coste aspectos como: amortización anticipada, qué coste tienen las prórrogas, qué pasa si no se puede devolver en tiempo...
- **Importes más reducidos:** por lo general estas entidades crediticias suelen entregar menores importes que los bancos, por lo que pueden ser usados para necesidades puntuales de liquidez o compras muy específicas
- **Plazos de Devolución:** suelen tener plazos más reducidos para la devolución del crédito.

Para qué son usados este tipo de créditos:

- **Compras puntuales:** como por ejemplo de equipos informáticos, un coche...
- **Para liquidez temporal:** en el caso en el que la empresa necesite evitar un problema de tesorería.
- **Arranque de Actividad:** si no podemos arrancar la empresa con nuestro capital y no recibimos financiación de inicio de ninguna parte, esta puede ser una última opción.

OTRAS VÍAS DE FINANCIACIÓN: FINANCIACIÓN COLECTIVA

Ahora vamos a hablar de un conjunto de nuevas formas de financiación, que funcionan a partir de un proceso colaborativo aplicado a los proyectos culturales. Lo podemos definir como la Financiación Colectiva.

Gracias a los nuevos modelos de comunicación y de organización de empresa, podemos llegar, de una forma sencilla y rápida, a gente de cualquier lugar que pueden estar interesados en contribuir en la financiación de un proyecto. Nuestro sector, el cultural, puede ser un sector que funcione muy bien la implicación de los pequeños inversores ya que la cultura siempre genera un interés y atracción poderosa y hace sentir a la gente que participa de estos proyectos, que aportan a la sociedad, por lo que puede ser muy efectivo y suelen tener altos niveles de éxito.

Estas vías de financiación, como las demás en general, siempre se deben hacer con alguna contraprestación que puede ser una pequeña participación, integrarse en un club VIP especial o recibir algún regalo por la contribución, descuentos asociados por ejemplo a entradas o a nuestros productos...

Son participaciones, por lo general, de cuantías reducidas, por lo que, para que sean efectivas deben ser numerosas, pero te ahorras tener que ceder, por ejemplo, parte de poder, derechos en la toma de decisiones o una participación.

FINANCIACIÓN COLECTIVA INTERNA

La Financiación Colectiva interna permite a los emprendedores solicitar dinero para un proyecto. Se fundamenta en que las personas que ya están relacionados en el proyecto como empleados, asesores, colaboradores... puedan colaborar de forma activa en el proyecto cultural al aporta dinero en el proyecto. Este colectivo se convierte en accionistas.

Es un modelo de financiación muy empleado por empresas que podían tener problemas puntuales de viabilidad y ofrecían a empleados una participación de la misma a cambio de mantener su actividad y trabajo. Este modelo se adapta en los casos de los proyectos de reciente formación, en los que el emprendedor ofrece a empleados, colaboradores, personas en prácticas que colaboran en el proyecto, asesores o consultores asociados, la posibilidad de participar, a nivel accionarial, en el proyecto a cambio de una inversión económica determinada.

MICROMECENAZGO

Podemos definir como micromecenazgo el trabajo centrado en la búsqueda de mecenas que aporten pequeñas cantidades de dinero en entornos ajenos a la empresa. No se les ofrece como contrapartida una participación en la empresa, ya que son ayudas reducidas. La idea reside en conseguir una gran masa de pequeños mecenas que participen con cantidades reducidas para conseguir que el montante final obtenido sea elevado.

La vía más habitual de Micromecenazgo es a través de las aplicaciones de internet específicas de “Crowdfunding”. Pero también se puede hacer buscando a pequeños inversores con inversiones reducidas. Siempre será más fácil encontrar a una persona que quiera colaborar, por ejemplo, con 50€, pero necesitarás muchas de estas pequeñas colaboraciones para que realmente sean efectivas.

Sobre micromecenazgo he incluido dos casos prácticos, por lo que podrás comprender mejor este tema en el capítulo “Casos Prácticos”

Es un modelo cada vez más habitual tanto internacionalmente como en España, por lo que facilita mucho el éxito de este tipo de iniciativas. Es importante “vender” el proyecto de una forma cercana, alejándonos de un excesivo “lenguaje técnico”. Debemos orientar nuestro argumentario hacia aspectos como la contribución con la cultural o con la sociedad, los valores positivos que aporta nuestros proyectos...

El Micromecenazgo es una herramienta muy utilizada para el arranque de proyectos nuevos, pero debe saber impactar en el pequeño mecenas, resultar interesante y atractivo y ofrecer la posibilidad de contribuir para algo provechoso y de valor para la sociedad.

CROWDFUNDING

Es un micromecenazgo pero gestionado a través de plataformas online especializadas en este tipo de actividades. Podemos definirlo como: “Un tipo de colaboración colectiva o micromecenazgo, generado por un colectivo de personas que está desarrollando un proyecto cultural y que a través de internet y de páginas web específicas, logran captar el interés y la colaboración económica de otras personas ajenas al proyecto a cambio de una compensación.”

Los proyectos financiados a través de este método son cada vez más numerosos. También hay numerosas plataformas para hacerlo. Son un medio perfecto para proyectos creativos, solidarios o culturales que tengas capacidad de interesar al público en general. Se han financiado con éxito películas, libros, representaciones de teatro, orquestas, juegos de mesa...

Hay dos tipos de Crowdfunding:

- **Por Donación/Recompensa:** Un pequeño inversor aporta dinero a un proyecto y recibe una pequeña contraprestación: un regalo, un descuento... Es el más habitual
- **Como Inversión:** Suele ser una inversión mayor y la contrapartida es a través de una participación en la empresa (**Crowdfunding Capital**) o a través de una devolución con intereses (**Crowdlending**)

Cómo Funciona

- Envía tu proyecto a la plataforma de Crowdfunding (online). Durante el proceso de alta del proyecto, van a ir preguntando y solicitando información sobre el mismo, por lo que recomendamos que tengas un buen plan de negocio y las ideas muy claras. Se harán preguntas sobre Marketing, Finanzas y contabilidad, finalidad del mismo...
- Además, debes tener claro la cantidad de dinero que necesitas recaudar y establecer un tiempo para el mismo: 30, 60, 90, 120 días.

- Por otro lado, y no menos importante, deberás establecer las recompensas que piensas ofrecer a los mecenas. Los mecenas podrán contribuir en diferente escala, por ejemplo 10€, 50€, 120€, 300€... y a cada uno de ellos deberás ofrecer una recompensa apropiada: por ejemplo, una camiseta, una taza, un libro, una visita guiada...
- Una vez subido el proyecto, ha de ser aprobado por la plataforma, ya sea por los administradores de la misma o por los propios usuarios (cada plataforma tiene su modelo). Por lo general deberás realizar algunos cambios antes de poder tener el visto bueno.
- Si es apropiado, se publica y empezará a estar accesible al público y éste podrá empezar a contribuir. En este punto te aconsejamos que muevas este proyecto en tu entorno y redes con la finalidad de obtener la máxima difusión posible.
- Te aconsejamos que sigas las instrucciones del equipo de proyectos de la plataforma ya que pueden ayudarte a optimizar tu presencia y éxito en una campaña.

Algunas Webs de Crowdfunding en Nacionales e Internacionales

- <https://www.lanzanos.com/>
- <https://www.verkami.com/>
- <http://www.goteo.org/>
- <https://www.fundedbyme.com/en/>
- <https://www.coavanza.com/>
- <https://colectual.com>
- <https://www.kickstarter.com/>
- <https://www.indiegogo.com/>
- <https://es.ulule.com/>
- <https://es.gofundme.com>
- <https://www.leetchi.com>

CROWDSOURCING

Podríamos definirla como la externalización abierta de tareas y consiste en externalizar tareas y funciones que debe realizar la empresa, que tradicionalmente gestionaría empleados o *partners*, quedando a cargo de grupos de personas sin una relación tan directa con la empresa. Se busca obtener más bien trabajos e ideas que fondos para la empresa.

La idea es buscar talento fuera de las estructuras de la empresa, reduciendo así, quizás, pues la necesidad de empleados, por ejemplo. Se pueden hacer consultas sobre problemas puntuales, opiniones sobre qué paso a seguir, se puede pedir a un público determinado que aporte ideas sobre un logotipo, un lenguaje de programación....

Es un concepto realmente nuevo, fue acuñado en 2006 por Jeff Howe y está aún en desarrollo y configuración.

CASOS PRÁCTICOS

MICROMECENAZGO: CASO MUSEO THYSSEN BORNEMISZA

El Museo Thyssen Bornemisza ha realizado una acción de Micromecenazgo, totalmente exitosa, para la contribución en la restauración de la obra pictórica “La plaza de San Marcos en Venecia” de Canaletto (1723), una de sus obras de referencia.

La idea era obtener, por medio de micromecenazgo, un total de 35.000€ para completar la puesta a punto de la obra pictórica. Personas, tanto físicas como jurídicas, podían contribuir con aportaciones a partir de 35€ para dicha restauración. Hace unos días hemos sabido que finalmente han obtenido más de 54.000€ con esta finalidad, superando los objetivos previamente establecidos.

Una acción novedosa para el Thyssen para con una de sus obras más emblemáticas. Además de para liberar el peso del coste de la restauración, está claro que el Thyssen ha tenido una buena idea al acercar una obra referente del museo al público. De una forma sencilla y directamente enriquecedora, logran acercar un poco más la obra al público, y éste se siente participe y “mecenazgo” al poder colaborar con el mantenimiento y mejora de las grandes obras de arte. Ponen también en práctica un modelo de actuación que se está generalizando en Europa y que empieza a ser empleado en algunos museos nacionales

Cómo han organizado la acción de Micromecenazgo: Con una aportación mínima de 35€ hasta lo que cada “mecenazgo esté dispuesto a aportar”, se ha constatado hasta una contribución del 10.000€. Además, y también muy interesante, se da la opción de que cada persona pueda decidir en qué parte del cuadro quiere contribuir a restaurar. Este punto es muy innovador ya que hacen a los donantes aún más partícipes y que sientan la obra, o una parte de ella, como más suya.

Las donaciones se hacen online, a través de un espacio creado en exclusiva para el evento. Este también es un punto interesante, ya que acciones parecidas, como la del Prado, siguen con una idea mixta de online y física a través de una urna en el mismo museo. Aquí y el museo Thyssen se decanta por una opción 100% online. En este punto, echo de menos (aunque vemos que no lo han necesitado) la ayuda de un portal especializado en este tipo de acciones colaborativas).

El Mecenazgo, además de sentirse que han contribuido con el arte y la recuperación y mantenimiento de una obra de referencia, también podrán desgravarse esa donación en sus correspondientes impuestos. También se harán públicos los nombres de todos los colaboradores como forma de agradecimiento.

Este tipo de acciones se están generalizando en Europa (algunos de los principales museos europeos ya llevan varios años desarrollando este tipo de acciones con diferentes objetivos y finalidades), y están empezando también a llegar a España. Museos como El Prado o El Sorolla ya tienen activas campañas afines bien organizadas y en funcionamiento. *“Nos hemos sumado a algo que ya funciona en otros países, donde la gente está más acostumbrada a hacerlo, como en Francia o Ámsterdam”.* Ha explicado Pepa Octavio de Patrocinios del Museo Thyssen Bornemisza.

MICROMECENAZGO: EL CASO DEL MUSEO DEL PRADO

Recientemente hemos podido ver (septiembre 2018) el primer ejemplo de Micromecenazgo realizado por el Museo del Prado para la adquisición de una obra para su colección (“Retrato de niña con paloma” de Simon Vouet).

La acción se centra en la adquisición de una obra para el aumento de su catálogo pictórico través de una estrategia de micromecenazgo. En este caso, este micromecenazgo se centra en la obtención de pequeñas donaciones, tanto anónimas como personales (5€, 20€, 50€, 150€, 500€ ó +3000€) que se pueden hacer directamente desde el mismo museo a través de una urna, como a través de su página web.

Los beneficios o incentivos para los mecenas o donantes se centran en la entrega de un certificado de donación (a través del cual se podrían deducir un porcentaje de esta cantidad) y la inclusión de su nombre en los agradecimientos para dejar patente su colaboración en esta adquisición.

La acción concebida y realizada por el Museo es realmente interesante ya que, de una forma sencilla y económica, puede logran adquirir una obra adicional para ampliar su catálogo. Con todo y además de esto, veo varios aciertos muy interesantes en la acción:

Éxitos / Aciertos:

- **Ha tenido repercusión mediática:** La acción en sí misma he tenido un eco en lo medios, tanto generales como especializados.
- **Logra una implicación y participación** de forma directa de la ciudadanía: Sabemos que es muy importante hacer partícipes de nuestros productos culturales a los públicos potenciales. Se logra así una mayor implicación y “fidelización” hacia los mismos.
- **Difusión por medios y redes propias:** Toda esta acción estuvo respaldada por el departamento de comunicación, contribuyendo a la difusión de esta acción a través de las Redes Sociales del museo. Se generó un conjunto de sinergias entre los diferentes medios internos y externos. Además, estuvo en todo momento coordinada por dicho departamento.
- **Entronque con el programa “#sumatealprado”:** una estrategia activa para vincular a ciudadanos y amantes del arte al museo, por lo que es una acción que además encaja perfectamente en una estrategia más general y amplia.

Como resultados finales de dicha acción podemos destacar:

- **Aumento de Visitas:** Ha generado un interés adicional sobre la obra (que actualmente se expone en el museo) generando más visitas de público en general al museo como en particular a la sala en la que se expone la pieza.
- **La imagen del Museo se actualiza:** Se moderniza la imagen del museo al dar la posibilidad al público en general de participar de una forma más activa dentro del museo. Contribuye a que se presente al museo como una entidad acorde con el tiempo en el que vivimos, en el que internet y las acciones colaborativas y participativas tienen una gran relevancia.
- **Aumento del catálogo del Museo:** Esperemos que finalmente consigan incorporar esta obra a la colección (eso lo veremos en unas semanas o meses)

También detectamos algunos errores que pienso que serían fácilmente subsanables o que para próximas iniciativas se podrían tener en cuenta:

Errores:

- **No han usado plataformas online con experiencia en este tipo de financiaciones:** Pienso que sería interesante poder aprovechar el alcance y experiencia de estas plataformas (se podría buscar alguna de corte nacional) para que se pudiese recibir de todo el mundo esas donaciones. Hay muchas personas usuarias de este tipo de herramientas en todo el mundo con ganas de poder invertir y colaborar en proyectos como este. Entiendo que puede haber problemas burocráticos e internos para lograr estos soportes, pero sin duda, el museo se podría haber beneficiado de las empresas y portales que llevan muchos años gestionando este tipo de proyectos.
- **No hay un reclamo o incentivo adecuado para los mecenas:** solo se incluye la opción de aparecer su nombre en agradecimientos y las correspondientes desgravaciones fiscales. Se debería incluir incentivos para que los donantes tomen la decisión de realizar una mayor aportación. El nivel incentivo debería estar ligado al nivel de la aportación. Por ejemplo, si alguien quiere donar 500€ se le podría facilitar un acceso VIP para contemplar la obra.

MÁS INFORMACIÓN

www.promocioncultural.com