

## **EL MECENAZGO DE COMPETENCIAS**

La Dirección General de Industrias Culturales, Propiedad Intelectual y Cooperación del Ministerio de Cultura y Deporte convocó el pasado 28 de enero una mesa redonda sobre el "Mecenazgo de Competencias" para informar de esta modalidad y fomentarla, en la que participó Cultura y Alianzas (CyA).<sup>1</sup>

Desde CyA vemos esta acción como un paso más en el "work in progress" que es la mejora de la legislación sobre el mecenazgo cultural en España. Y también desde CyA seguimos defendiendo una culminación de esta mejora situando el trato fiscal a las empresas en línea con el "benchmarking" europeo y, en el caso del mecenazgo popular o ciudadano ("micromecenazgo") con la introducción del "5 por mil", tal como existe en Italia y Portugal. Creemos que las especiales dificultades actuales autorizan al sector a solicitar la puesta en marcha de tales mejoras sin demora.

En CyA siempre hemos celebrado, analizado y publicitado todas las mejoras introducidas. La de 2015 en el citado "micromecenazgo", que ha sido reforzada durante la pandemia, motivó que se le dedicara la III Jornada de Arte y Empresa, en 2015<sup>2</sup>.

En el caso del "mecenazgo de competencias" CyA dedicó la IV Jornada de Arte y Empresa, en octubre de 2016, al "Factor humano en las alianzas de la Cultura"<sup>3</sup> en la que se habló, entre

---

<sup>1</sup> <https://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2021/01/210128-mecenazgo-competencias.html>

<https://www.corresponsables.com/actualidad/ods17-mecenazgo-cultura-ministerio-cultura-deporte-corresponsables-ksney>

[https://www.revistadearte.com/2021/01/28/mecenazgo-de-competencias-para-la-sostenibilidad-del-sector-cultural/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Feed%3A+Revista-De-Arte-Logopress+%28REVISTA+DE+ARTE+-+LOGOPRESS%29](https://www.revistadearte.com/2021/01/28/mecenazgo-de-competencias-para-la-sostenibilidad-del-sector-cultural/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+Revista-De-Arte-Logopress+%28REVISTA+DE+ARTE+-+LOGOPRESS%29)

<sup>2</sup> <http://www.culturayalianzas.es/wp-content/uploads/2019/05/IV-Jornadas-de-arte-y-empresa.pdf>

otros, del "mecenzago de competencias"<sup>4</sup>. Asimismo, este tipo de alianzas es el que utiliza básicamente CyA que las ha establecido con Deloitte, la Cámara de Barcelona, Grupo Peralada, Museo Lázaro Galdiano, Fundación Montemadrid (La Casa Encendida), Museo Thyssen, illycaffè y Freixenet, todas ellas profundamente implicadas en las alianzas con la Cultura.

Asimismo, entre los ejemplos de "buenas prácticas" en nuestra web se halla el de "Buresinnova SA & Beatus ille: Paraíso Perdido", una exposición sobre el Jardín en el arte contemporáneo más joven. La colaboración de una asociación para el uso y difusión del arte del jardín con una empresa de jardinería en proceso de innovación confluye en una exposición que aporta interesantes beneficios operativos y comerciales para ambas entidades. Un ejemplo de cómo entre pequeñas asociaciones y pequeñas empresas surgen grandes alianzas.

## Definiciones

Tres figuras presentan elementos comunes e interrelaciones:

**Mecenzago en especie:** cuando se dona o se pone a disposición gratuitamente un bien. Esta acción debe contribuir al proyecto y no constituir una mera promoción de la marca. En numerosos casos, como en el Festival de Música y Danza de Granada, se exige habitualmente complementarlo con una aportación financiera.

**Mecenzago de competencias,** del que nos ocupamos aquí.

Puede consistir en:

- **Prestación de servicios,** cuando la empresa realiza una determinada tarea en beneficio de una institución o proyecto cultural. En este caso el personal implicado sigue estando **bajo la dirección y control de la empresa que lo emplea**
- **Préstamo de mano de obra,** cuando la empresa cede gratuitamente empleados suyos a una institución o proyecto cultural, a la cual **se transfiere, dentro de ciertos límites, la dirección y control de tales empleados.** Presenta semejanzas con el voluntariado corporativo pero éste, lógicamente, no es objeto de desgravación fiscal. La valoración de esta aportación con objetivos fiscales puede ser un escollo,

---

<sup>3</sup> Entendiendo como tal tanto al personal de las empresas como de las instituciones culturales, así como las audiencias de éstas y los clientes de las empresas.

<sup>4</sup> <http://www.culturayalianzas.es/wp-content/uploads/2019/05/IV-Jornadas-de-arte-y-empresa.pdf>

como la legislación laboral muy estricta en la cesión de personal, en este caso retribuido, entre empresas<sup>5</sup>

### **Oportunidad del tema**

Este tema resulta especialmente oportuno en las circunstancias presentes. Por un lado, la **aceleración actual en la digitalización** de la Cultura amplía el campo de un sector ya activo, como se recogió en nuestra web<sup>6</sup>.

Y por otro, las **dificultades económicas actuales** de las empresas les impelen a pasar de un tipo de aportación financiera al de competencias o en especie, de sus productos y servicios.

### **Beneficios para el personal del mecenazgo de competencias**

#### **Beneficios para el personal de las instituciones y proyectos culturales**

Aporta **competencias** a los equipos existentes y también, y lo que no es menos importante, les otorga una **mayor credibilidad respecto a terceros**. Según el Museo del Louvre, su alianza con el personal de Accenture en su proceso de digitalización "garantiza frente a terceros que el proyecto será útil y eficiente"<sup>7</sup>.

#### **Beneficios para el personal de las empresas**

Las alianzas son siempre una "**vía de doble sentido**" que benefician a ambas partes. Ello resulta especialmente cierto en el mecenazgo de competencias. El personal de las empresas tiene la oportunidad de experimentar en sí mismo el **efecto transformador de la Cultura**.

Kant habló de Cultura como "**placer y conocimiento**". Helga de Alvear decía respecto a su colección que esperaba que generara "tensión, emoción y reflexión", algo que podría extrapolarse a la Cultura. ¿Qué responsable de RRHH de cualquier empresa no debería apuntarse a un proyecto con tales **retornos**?

---

<sup>5</sup> Vendredi, *Tout ce qu'il faut savoir sur le mécénat de compétences*.

<sup>6</sup> <http://www.culturayalianzas.es/evolucion-de-las-alianzas-impacto-de-la-tecnologia/>

<sup>7</sup> Mission du Mécénat, Ministère de la Culture, *Jeudis du Mécénat*, « Le mécénat de compétence, une vitrine du savoir-faire des entreprises »

El personal utiliza sus aptitudes actuales y desarrolla nuevas. La empresa Freixenet, tan implicada en la Música, reconocía las capacidades que desarrollaban sus equipos de RRPP y Protocolo cuando interactuaban con los del Liceu de Barcelona en la etapa de su reconstrucción en que desarrolló un gran entendimiento con las empresas aliadas, lo cual le hizo merecedor de numerosos premios en España y en el extranjero.

En este ámbito, la institución británica "Arts&Business" puso en marcha el programa "**Business in the Arts**" para favorecer los intercambios en beneficio de las instituciones culturales. Sin embargo, pronto fue evidente que existía también un efecto positivo en sentido contrario, lo cual dio lugar a un nuevo programa, "**Arts in Business**", en el cual el personal de las empresas se enriquecía con las capacidades y conocimientos del personal de las instituciones culturales, revelándose no sólo el beneficio individual sobre la persona que realizaba la actividad cultural, sino también como un elemento motivador para la plantilla y una herramienta eficaz para la captación de talento y fomento de la creatividad.

Esta fue una de las experiencias que dieron origen a la introducción de **la Cultura en la formación para el Management**<sup>8</sup>

En el programa "Business in the Arts" se fomentaba también la incorporación de los empleados de las empresas en las Juntas y Patronatos de las instituciones culturales, en especial de los jóvenes, para los que se creó un Premio especial<sup>9</sup>.

### **El beneficio más importante**

Es que tal actividad actúa **contra la excesivamente extendida percepción elitista de la Cultura**, al entrar el personal de la empresa en contacto directo con ella. Asimismo facilita que

---

<sup>8</sup> Sólo a título de ejemplos ilustrativos, sin pretensión de exhaustividad:

Mayer, K, *When Art meets Management*, M/O/T School of Management, Organizational Development & Technology, 2010

Berthoin Antal, A., *Transforming Organizations with the Arts*, TILLTEUROPE Project 2009

<sup>9</sup>

<https://us2.campaign-archive.com/?u=9355189a16cbb50a32ac08b71&id=54c82bb042&e=88a4007eec>

se supere la dificultad de entendimiento entre el mundo de la empresa y el de la Cultura puesto de relieve en los estudios realizados por CyA<sup>10</sup> y que constituye un freno a las alianzas.

### **Valoración social de la Cultura en España**

Junto con esta dificultad de entendimiento, el otro máximo escollo para las alianzas es el escaso valor que la sociedad concede a la Cultura.

Este valor debería ser reconocido al **máximo nivel de la nación**, como lo fue en épocas pasadas, desde el retorno de la democracia y hasta final del siglo. Este cambio ha sido recogido y fomentado en los medios y peligrosamente acrecentado en **coyunturas de crisis económica**.

Parece olvidarse que la Cultura es insustituible para el desarrollo de **personas libres y responsables, ciudadanos reflexivos y profesionales creativos**, en entornos **fructíferos**. Y que contribuye decisivamente a crear **ciudades vibrantes** que atraen la inversión y el talento, **en una competitividad global**, probablemente acrecentada en la salida de la actual situación de excepcionalidad.

### **Ejemplos de mecenazgo de competencias**

Mencionamos algunos, sin ánimo de resultar exhaustivos sino para mostrar su diversidad y pujanza. En este ámbito, como suele suceder, la sociedad se adelanta a la legislación.

En las empresas de **consultoría** es habitual el trabajo "pro bono", Deloitte con CyA y Accenture con el Museo del Louvre, ejemplos ya mencionados.

Las **nuevas tecnologías**, como ya se avanzó. Telefónica ha contribuido a las webs de numerosas instituciones, como en el Museo del Prado, y en el desarrollo en "streaming" del Festival de Peralada 2020. En el Museo del Prado Samsung es Protector Tecnológico y ha

---

<sup>10</sup> Cambra de Barcelona y Cultura y Alianzas, *Las alianzas entre empresas e instituciones culturales*, 2015

<http://www.culturayalianzas.es/nuevo-reflexiones-sobre-los-principales-obstaculos-para-las-instituciones-y-proyectos-culturales-y-para-las-empresas-en-la-gestion-de-sus-alianzas-resultado-del-cuestionario/>, en 2020.

realizado el proyecto de realidad aumentada en la nueva sala dedicada al Bosco. Y en Peralada Hewlett Packard aporta su "know how" en impresión especializada.

Las empresas **constructoras**, la empresa Bouygues Renovation realiza la restauración del emblemático Hôtel de la Marine, en la Plaza de la Concorde de París. El Ministerio de Cultura francés posee los "Partenaires du Patrimoine", empresas que aportan sus conocimientos a la conservación del mismo.

Las empresas **automovilísticas** ofrecen a menudo sus vehículos de alta gama y servicios próximos a las RRPP y protocolo. Los festivales de Peralada y de Granada han contado con marcas tales como Mercedes, Renault, BMW y Lexus. El de Granada ha contado también con los servicios de transporte especializado de mercancías de Mudanzas Cariño, para el traslado de escenarios, instrumentos, elementos de iluminación y escenografía, etc.

### **El mecenazgo de competencias como "mecenazgo Km 0"**

Merece la pena destacarse el Festival de Granada, activo participante del Observatorio de las Alianzas de la Cultura de CyA y que este año celebra su 70 aniversario, cuyo **Círculo de Mecenazgo del Festival de Granada** aporta numerosos ejemplos de mecenazgo de competencias. Ejemplo de que las instituciones y proyectos culturales aplican el mecenazgo de competencias de modo natural desde hace tiempo, porque se trata en definitiva de buscar sinergias empresariales y reducir gastos. Esto ocurre con más intensidad y motivos cuando nos alejamos de los grandes centros urbanos e industriales, como la capital de España o Barcelona, y nos centramos en proyectos culturales situados en la periferia, como el Festival de Granada.

En **digitalización de fondos**, prestación de servicios entre instituciones: la Fundación 'El legado andalusí' y el Festival de Música y Danza de Granada han establecido una prestación de servicios de gran valor añadido. La Fundación ha puesto a disposición de éste los medios técnicos y el personal cualificado para abordar la digitalización del archivo fotográfico de éste último, coincidiendo con el 70 aniversario del certamen. Asimismo, se ha efectuado la digitalización de sus publicaciones históricas, desde 1883 hasta nuestros días, lo que permite su consulta online y contribuye a poner en valor un rico legado musical y artístico.

**Realización de Estudios,** la Fundación Iberoamericana para las Industrias Culturales y Creativas y el Festival de Granada están colaborando en la realización de un Estudio de Mecenazgo en el Festival, coincidiendo con la pandemia de la Covid-19. Se prevé realizar otros en el futuro, como un Estudio del impacto económico del Festival en la ciudad y un análisis sobre los nuevos públicos de la cultura. Todos los gastos de las encuestas y su análisis correrán a cargo de la FIBICC.

**Voluntariado cualificado,** el Festival de Granada recibe prácticas de voluntariado de alumnos que cursan un Máster especializado en Gestión Cultural, como el del Instituto Complutense de Ciencias Musicales u otros en colaboración con la Fundación Iberoamericana para las Industrias Culturales y Creativas, como el Máster de la Universidad Europea Miguel de Cervantes. Asimismo, el Festival firma Convenios anuales con la Universidad de Granada para recibir alumnos en prácticas de los Grados de Musicología y de Audiovisuales, así como de la Escuela Internacional de Protocolo.

El mecenazgo de empresas de **bebida y gastronomía** procura experiencias que van más allá del mero consumo de producto, y proporcionan un interesante valor añadido al vínculo. La alianza entre Cervezas Alhambra y el Festival de Granada está a punto de alcanzar tres décadas, pues identifica la imagen del Festival de la Alhambra por antonomasia con el exquisito sabor de Cervezas Alhambra, compartiendo valores como la excelencia y el disfrute de lo propio. Asimismo, el compromiso de este Festival con la promoción de productos gastronómicos de calidad de Granada es una realidad desde 2002. Se pone el acento en la relación entre Cultura y Agricultura, -cultivo del espíritu y cultivo del campo-, para llevar a cabo una colaboración con los Consejos Reguladores de Productos con Calidad Certificada de Granada, en primera instancia y, desde su creación, con la marca 'Sabor Granada' de la Diputación Provincial, cuyo fin principal es dar a conocer y promocionar una riquísima tradición de sabores y experiencias gastronómicas milenarias, desde el Área de Empleo y Desarrollo Sostenible.

La **hostelería** entra también en esta combinación de producto y servicios a medida, ya que el Festival provoca la llegada a la ciudad de numerosas orquestas, compañías de ballet y danza, "ensembles", solistas, profesores, técnicos, prensa, público nacional e internacional, etc., que

suponen una cantidad muy notable de pernотaciones. Grupo Abades y Grupo Porcel son aliados del Festival desde hace décadas.

En el Festival de Granada, la diferencia entre exigir aportación financiera o no en estos casos, radica en si la empresa ofrece un servicio esencial para el Festival, que éste necesita para su funcionamiento o si se trata de un bien que se promociona en el marco del Festival y que contribuye a su esplendor (bebidas, perfumes, etc.), pero que no es esencial. El Festival procura siempre la aportación dineraria, pero hay ocasiones en que no es posible y la aportación en especie se considera suficiente, porque se cubre una necesidad y se incurre en menor gasto.

Podemos concluir que el mecenazgo de competencias adquiere múltiples formas y está en pleno desarrollo, máxime en tiempos de dificultad y pandemia. Por este motivo, debe aplaudirse la iniciativa del Ministerio de Cultura y Deporte, que sin duda redundará en el desarrollo de nuevas y mejores alianzas entre el mundo de la empresa y los profesionales y el de la Cultura.