



The Open Faculty University of Murcia

## UNIDAD 2.1: OPERACIONES

El texto ofrece una visión general sobre la financiación y gestión de proyectos culturales, especialmente festivales musicales. Explica la importancia de planificar presupuestos realistas y analizar las distintas fuentes de financiación, tanto públicas como privadas. Destaca el papel social y económico de los festivales en el desarrollo local. También aborda aspectos legales y fiscales, como el **IVA cultural**, **las subvenciones del INAEM** y **los derechos de autor gestionados por la SGAE**. Finalmente, trata las normas sobre gastos de gestión y protección al consumidor en la venta de entradas.

### UNIDAD 2.1: OPERACIONES

- ≡ 1. Introducción
- ≡ 2. Presupuesto
- ≡ 3. Impacto Socio-económico
- ≡ 4. El IVA
- ≡ 5. Subvenciones Públicas. INAEM

6. Derechos de autor y SGAE

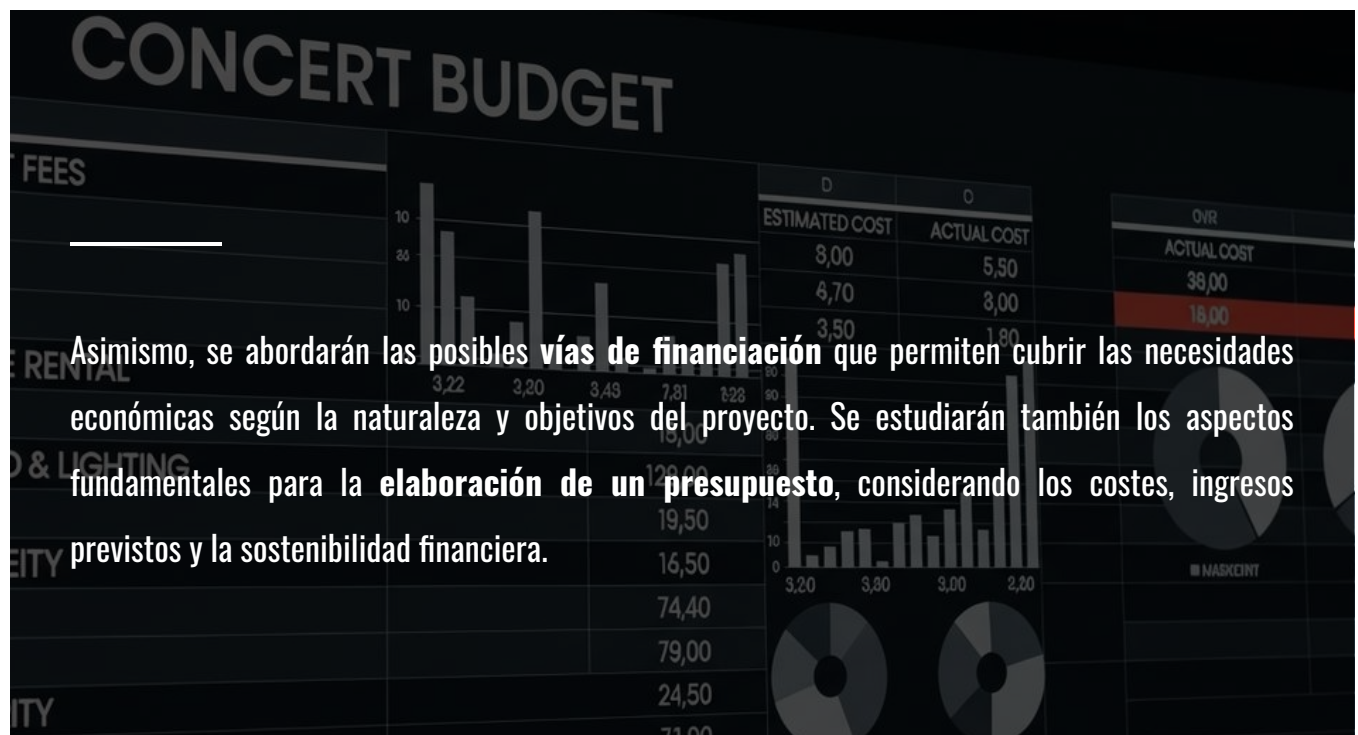
7. Gastos de gestión

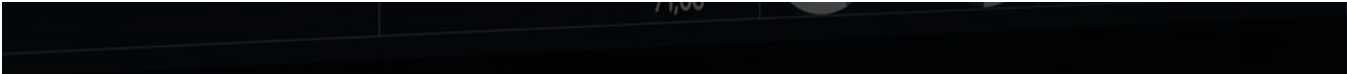
# 1. Introducción



The Open Faculty University of Murcia

En esta unidad nos centraremos en el análisis y comprensión de los distintos mecanismos de financiación disponibles para proyectos o iniciativas empresariales. Profundizaremos en la búsqueda y evaluación de información relacionada con las diferentes fuentes de financiación, tanto públicas como privadas, incluyendo subvenciones, ayudas y créditos que pueden apoyar el desarrollo de una idea o negocio.





Por último, se tratarán las obligaciones legales que deben cumplirse en el proceso de obtención y gestión de la financiación, garantizando la transparencia y el cumplimiento normativo.

El objetivo de esta unidad es proporcionar una **visión integral** que permita tomar decisiones financieras informadas y responsables, facilitando la planificación y ejecución efectiva de proyectos.

CONTINUAR

## 2. Presupuesto



The Open Faculty University of Murcia

Una previsión presupuestaria inicial es lo que necesitamos durante la preproducción de nuestro festival. Debemos estimar los ingresos que esperamos recibir para así poder establecer un techo de gasto y no gastar el dinero que no tengamos.



***Es muy importante determinar las diferentes fuentes de financiación del proyecto:***



1. ¿Será un festival de iniciativa pública o privada?
2. ¿De cuántas modalidades de financiación disponemos? Patrocinadores, subvenciones, coproducciones, mecenazgo y autofinanciación (venta de entradas, capital privado, consumo de comida y bebida...).
3. En el momento de la elaboración de nuestro presupuesto debemos garantizar la viabilidad de nuestro proyecto

## CONTINUE

En el momento de la elaboración de nuestro presupuesto debemos garantizar la viabilidad de nuestro proyecto. Para ello debemos:

- Buscar patrocinadores privados y públicos.
- Obtener información sobre las diferentes fuentes de financiación, de subvenciones públicas y privadas.
- Determinar las posibles vías de financiación del proyecto a partir del análisis de las fuentes de financiación.
- Estudiar los gastos e ingresos previstos, las fuentes y medios de financiación existentes y los patrocinios y subvenciones, ajustándose a nuestras necesidades.
- Desglosar por partidas las necesidades económicas del proyecto a partir del plan general de la producción.
- Confeccionar el calendario de vencimientos y las formas de pago, garantizando el control de desarrollo y la rentabilidad de la producción.

- Comprobar la viabilidad económica del proyecto, analizando la previsión de gastos e ingresos previstos, fuentes y medios de financiación, de patrocinios y subvenciones.



Aquí tienes más info sobre cómo elaborar un presupuesto realista para tu festival – [Weezevent](#)

**Descubre la forma de financiar un festival de música y qué costes acarrea ----->**

IDASFES



Complete the content above before moving on.

## 3. Impacto Socio-económico



The Open Faculty University of Murcia

---

Los festivales de música pueden jugar un papel muy importante de desarrollo local y social en el entorno en el que se celebran, a través de la puesta en marcha de acciones que aumenten el impacto socio-económico.

**Estas acciones pasan por:**

- Empleo de proveedores locales para la compra de materiales o provisión de recursos.
- Contratación de personal laboral de la zona.
- Consumo de productos de cercanía, con cocineros y empresa de restauración de la zona.
- Utilizar el festival como vector de promoción del turismo local entre los asistentes que acuden desde otras zonas.



- Dar oportunidad al comercio local de la zona para estar presente en el festival.
- Celebrar parte del festival en la ciudad, para darla a conocer al público.
- Realizar acciones que dejen un legado en el entorno
- Acciones de inclusión social, accesibilidad, donación (Charity) o colaboración con alguna organización no gubernamental, etc.

CONTINUAR



Aquí tienes un estudio sobre el impacto económico de los festivales de música en España en el caso del [Viña Rock](#) (TFG, Díez Romera, Laura)



Puede ser interesante que veas este enlace: [Cuando la música hace caja: el impacto económico de los festivales](#) – El Español





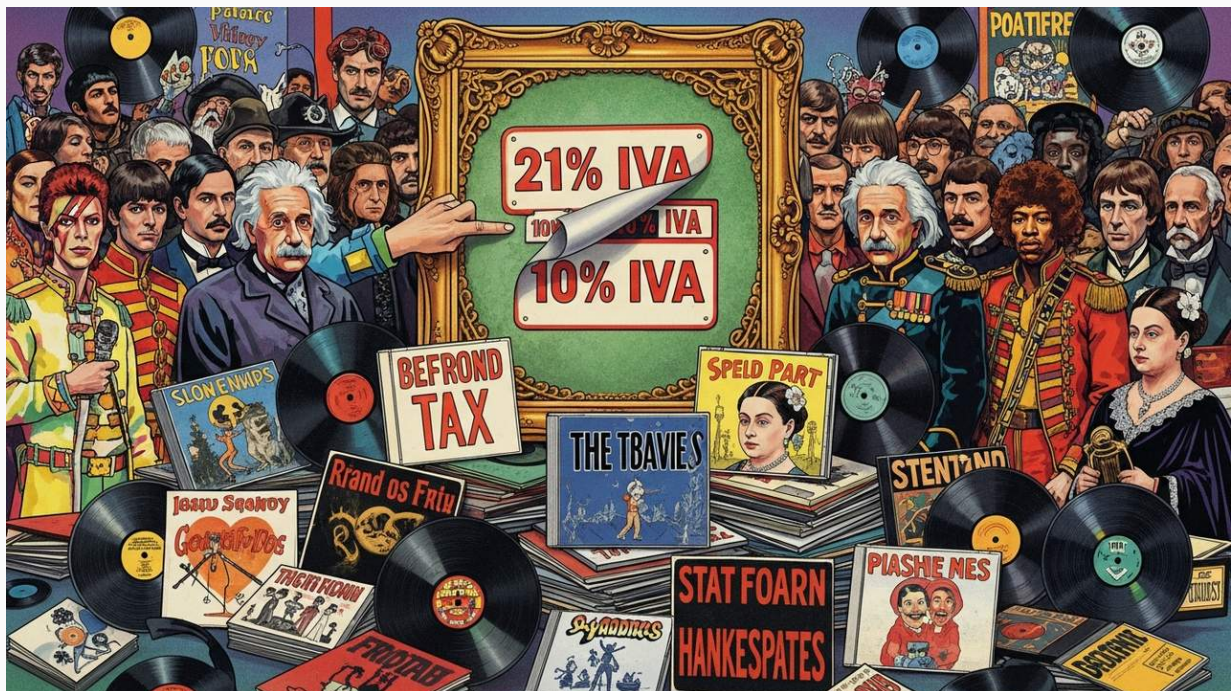
Complete the content above before moving on.

## 4. EL IVA



The Open Faculty University of Murcia

Desde el 29 de junio de 2017 se aplica **el IVA reducido** para conciertos y otros espectáculos públicos (teatro, danza, toros, etc.), el conocido como **IVA cultural**. Por tanto, al precio de las entradas a conciertos y otros espectáculos públicos **se le aplicará un IVA del 10% en lugar del 21%** que se venía repercutiendo hasta ese momento.



Este **IVA cultural** es aplicable a las entradas a conciertos, pero no a la música en vivo en general. Por tanto, los servicios de los músicos, así como sonido, iluminación, alquiler de salas, management... no se benefician de esta medida. Esto significa que el artista o banda deben repercutir el IVA general del 21% en su factura al promotor u organizador del concierto.



¿Quieres saber más sobre que tener en cuenta en el IVA en [actuaciones musicales](#)? - Plan artista

¿ Y sobre el tipo de IVA para [entradas a museos, teatros, circos, conciertos, cines](#), etc?. - Super Contable



Complete the content above before moving on.

## 5. Subvenciones Públicas. INAEM



The Open Faculty University of Murcia

---

El **INAEM** (Instituto Nacional de Artes Escénicas y Música), perteneciente al Ministerio de Cultura y Deporte, anualmente convoca un programa de subvenciones en el sector de la música en directo, dirigidas a la realización de giras por España o el extranjero, y también la organización de festivales.

**Estas son las principales subvenciones de INAEM**

## Paso 2

### **Programas de ayudas para giras por España**

Proyectos de gira de ámbito nacional para la realización de un mínimo de seis funciones fuera de la Comunidad Autónoma donde el solicitante tenga su domicilio social. La gira deberá extenderse por, al menos, dos Comunidades Autónomas distintas de la propia.



### Paso 3

## **Giras de coproducciones de música interautonómicas**

Giras de coproducciones de música interautonómicas: proyectos conjuntos emprendidos por un mínimo de tres empresas productoras procedentes de, al menos, tres Comunidades Autónomas o Ciudades con Estatuto de Autonomía distintas y que acrediten cada uno de ellos haber realizado, al menos, tres producciones propias en los cinco años inmediatamente anteriores.

#### Paso 4

### **Programas de apoyo a intérpretes y agrupaciones de lírica y música para giras por el extranjero**

Financiación de los gastos ocasionados con motivo de las actuaciones en el exterior de los intérpretes y agrupaciones de lírica y música. Los solicitantes deberán acreditar documentalmente haber sido invitados a participar, en festivales, certámenes, congresos o actividades similares por la organización responsable de los mismos.

## Paso 5

### Ayudas y subvenciones para festivales, muestras, certámenes y congresos de lírica y música

Es requisito que el festival, muestra, certamen o congreso, por su repercusión, trayectoria y proyección, tenga ámbito, relevancia o difusión nacional o internacional en virtud del volumen, calidad e impacto social de su programación.



Aquí tienes el enlace directo a [INAEM sobre las ayudas 2025](#). Incluye el acceso a las instrucciones para solicitar las ayudas 2025 (aunque para este año el plazo ya ha finalizado)

También tienes la [Guía de subvenciones de artes escénicas](#) ¿Qué ayudas puedes pedir para financiar tu proyecto? – Proincentiva



CONTINUAR

## 6. Derechos de autor y SGAE



The Open Faculty University of Murcia

---

Los derechos de autor **no están incluidos en el caché del grupo** o artista que actúa en el festival. Aunque un músico sea el autor de las canciones que tocará en directo, el festival le paga por su actuación como músico, no como compositor. Por tanto, el organizador del concierto debe pagar a la **SGAE** una cantidad económica en concepto de royalties a favor del autor de las canciones que se interpretan en directo. Posteriormente, la SGAE liquida al autor de los temas (muchas veces también es el propio artista o banda) ese dinero recaudado descontando una cantidad por sus gestiones.

El promotor de un festival debe contactar previamente con la SGAE para comunicar la celebración del evento y presentar el formulario para el pago de las tarifas correspondientes. Hoy día, la tarifa aplicable a conciertos es del **8,5%** de los ingresos en taquilla (sin contar el IVA). En festivales muy pequeños con aforo inferior a 1.000 personas se puede solicitar un criterio de tarifa de tanto alzado, que es una cantidad fija según un baremo publicado por **SGAE** y que puede resultar más económico puesto que es independiente del número de entradas vendidas.

TARIFA GENERAL SGAE 2024

PLATAFORMA ON LINE DE SGAE PARA LICENCIA DE CONCIERTOS Y RECITALES DE MÚSICA

CONTINUAR

## 7. Gastos de gestión



The Open Faculty University of Murcia

---

En 2024 la **Dirección General de Consumo** dependiente del **Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030** publicó una nota informativa sobre la aplicación de recargos y otros gastos de gestión en la contratación a distancia de entradas para espectáculos públicos.

## Paso 1

### **En dicha nota se indica:**

*Deben referirse exclusivamente a servicios que reciban los consumidores finales, sin poder traspasar a estos, por este medio, costes por servicios que reciba exclusivamente la empresa promotora del evento*



## Paso 2

*Deben estar incluidos en el precio final que se muestra al consumidor, junto con los potenciales impuestos aparejados a cada servicio, en todo momento que se publicite el precio en este canal de venta, si bien deberán estar debidamente desglosados de forma adicional para que el consumidor pueda conocer el precio de cada servicio o producto que recibe.*

### Paso 3

*En el caso de que los costes no estén correctamente reflejados en la información facilitada, el consumidor o usuario no tendrá la obligación de abonar dichos gastos o costes.*

#### Paso 4

*Para un mismo evento o espectáculo, los costes adicionales no pueden variar en función del precio de la entrada de dicho evento o espectáculo, ni ser un porcentaje sobre el precio base de la entrada, salvo que dicha diferencia esté justificada sobre la base de servicios adicionales ofrecidos al consumidor.*

## Paso 5

*No pueden ser superiores a los costes adicionales soportados por el consumidor al adquirir presencialmente las entradas para los mismos eventos o espectáculos, salvo que dicha diferencia esté justificada sobre la base de servicios adicionales ofrecidos al consumidor*

## Paso 6

*En el caso de que las entradas para el evento o espectáculo sean nominativas, no se pueden cobrar costes adicionales por la rectificación de errores en el nombre, cuando esta rectificación esté vinculada a un error ortográfico o tipográfico en las contrataciones online.*

## Paso 7

*No se pueden aplicar costes adicionales por acciones que recaen sobre el consumidor, como la impresión de la entrada, o la recepción y almacenaje de esta en un dispositivo móvil.*

## Paso 8

*Si se opta por la recepción postal de la entrada adquirida, cuando ésta sea una de las diferentes opciones ofrecidas al consumidor, no se pueden aplicar recargos desproporcionados sobre el valor de impresión y envío de esta.*



## Paso 9

*En el supuesto de cancelación del evento o espectáculo, o de la modificación sustancial del mismo (por ejemplo, cambio en la fecha, de lugar, de los principales artistas participantes, etc.) sin que el consumidor acepte las alternativas ofrecidas por el promotor, no se pueden establecer costes aparejados a la devolución de las entradas, que deberá ser íntegra.*



**Nota informativa gastos gestión - Ministerio de Derechos Sociales,  
Consumo y Agenda 2030.pdf**

641.7 KB

