

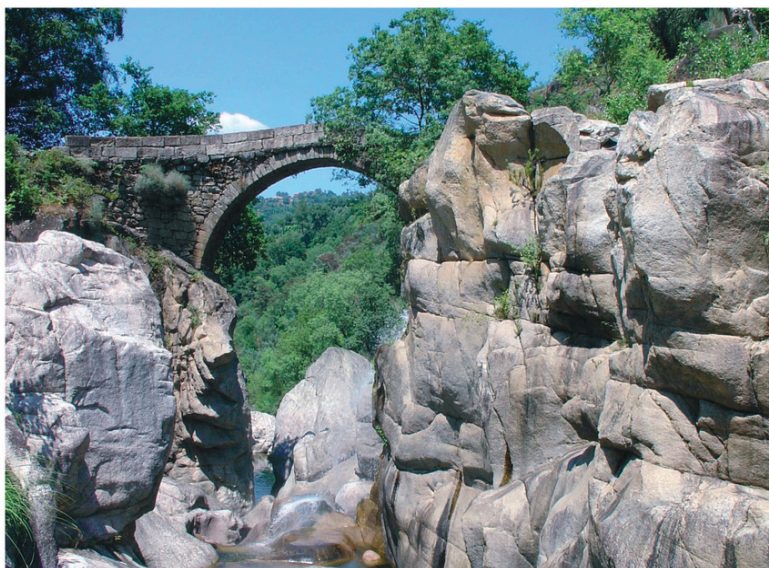
HITTS

*Heritage Innovation,
Territory, Tourism
and Sustainability*

*Innovación Patrimonial,
Territorio, Turismo
y Sostenibilidad*

TOOLKIT

para la participación del sector privado en
proyectos de patrimonio cultural



ÍNDICE

01

Contextualización del documento..... 1

02

Proyecto HITTS..... 2

03

**El Patrimonio como herramienta de
Responsabilidad Social Corporativa (RSC)..... 3**

04

Modelos de colaboración..... 7
Patrocinio..... 7
Mecenazgo..... 8
Fundraising..... 9
Crowdfunding local..... 10
Acuerdos colaborativos..... 10
Voluntariado colaborativos..... 10

05

Casos de éxito..... 11

06

Herramientas..... 14
Primera Fase: Análisis del contexto y viabilidad
Articulador de ventajas colaborativas..... 14
Marco legal y fiscal..... 16
Collaboration Model Canvas..... 20
Formación de agentes implicados..... 24
Segunda Fase: Establecer lazos..... 25
Identificar y encontrar posibles socios..... 25
Plantillas de comunicación e interacción..... 27
Talleres..... 29
Tercera Fase: Diseñar la colaboración..... 30
Modelo de acuerdo de colaboración..... 33

07

Conclusiones..... 38

CONTEXTUALIZACIÓN Y OBJETIVOS

Este toolkit tiene el objetivo de servir como guía de referencia para instituciones públicas, el sector privado, y en general, en aquellas personas y organismos interesados en identificar, diseñar e invertir en proyectos de desarrollo sostenible en áreas rurales, con un enfoque especial en la revalorización del patrimonio cultural y natural.

A través de una colección estructurada de recursos y herramientas, este toolkit orienta a los actores interesados sobre cómo navegar en el ecosistema local, colaborar eficazmente y generar sinergias entre el sector público y el privado, con el objetivo de alcanzar metas comunes que aporten beneficios a las partes interesadas.

El presente toolkit busca facilitar el establecimiento de lazos entre organizaciones públicas y privadas para elaborar estrategias en proyectos de régimen cultural, patrimonial y social. Se pretende, de esta forma, que el documento sirva como una guía, y en ningún caso como prescriptivo: es esencial tener en cuenta que aquello que puede funcionar en un contexto, puede no funcionar en otro, y por tanto, los usuarios que empleen este toolkit deberán tener en cuenta sus características específicas y adaptar las estrategias y recursos a sus realidades.

Con la lectura de la presente guía, se espera que los destinatarios obtengan una mayor sensibilización y concienciación hacia la situación actual de los territorios rurales y encuentren en ellos una oportunidad de inversión con impacto social, económico y cultural. Los recursos y herramientas presentes servirán de apoyo para establecer lazos y vínculos entre organizaciones e instituciones de distinta naturaleza, a fin de reforzar la colaboración público-privada, tan esencial para llevar a cabo acciones de beneficio social.

PROYECTO HITTS

HITTS se enfrenta a importantes retos en el espacio SUDOE, tales como la despoblación, el envejecimiento demográfico, la fuga de talentos y la insuficiente valorización del patrimonio cultural y natural. El objetivo es valorizar las singularidades del patrimonio cultural y natural de las zonas rurales del SUDOE mediante la revitalización del patrimonio, la creación artística y la colaboración público-privada, promoviendo un turismo sostenible y ecológico.

HITTS es un proyecto transnacional que impulsa el turismo sostenible, valorando el patrimonio de las zonas rurales e involucrando a actores locales. Promueve la reutilización adaptativa del patrimonio y el desarrollo de estrategias público-privadas con un enfoque innovador.

EL PATRIMONIO COMO HERRAMIENTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

Las colaboraciones público-privada y los partenariados se han vuelto esenciales a la hora de tratar problemas que son difíciles de resolver mediante únicamente la implicación pública. La colaboración entre entidades de naturaleza pública y privada permite crear acuerdos duraderos y beneficiosos para ambas partes. Asimismo, constituyen un mecanismo para frenar y mitigar los problemas a los que se enfrentan las regiones rurales, mejorar el acceso a servicios y crear una sociedad más cohesionada, justa y equitativa.

La colaboración público-privada (CPP) busca combinar los recursos y capacidades del sector público y privado para lograr objetivos de interés común, lo que resulta especialmente relevante para las zonas rurales. Para el sector público, aporta beneficios significativos en materia de reducción de costes, deuda y de riesgos. A través de la participación del tejido empresarial privado, se puede aportar recursos, conocimientos y competencias de gran valor para áreas desprotegidas, así como un incremento de la visibilidad de las empresas, mejora de reputación, mayor actividad y posibilidad de innovar en diferentes ámbitos.

Mediante la inversión privada en este tipo de proyectos, se genera un impacto positivo en las regiones rurales a nivel social, medioambiental y económico, junto con un retorno financiero y reputacional para empresas e instituciones participantes. La colaboración del sector privado en proyectos públicos les permite generar valor y beneficios en múltiples niveles simultáneamente.

En este sentido, cobra importancia el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Se entiende la responsabilidad social corporativa como el compromiso de una empresa de operar de forma ética por el bienestar de la sociedad, cuidado del medioambiente y la protección del patrimonio. La responsabilidad social corporativa se ha consolidado como un pilar fundamental de aquellas empresas que aspiran a generar un impacto positivo en la sociedad mediante sus acciones. De esta manera, la adopción de medidas y prácticas sostenibles, estrechamente vinculadas al compromiso social, resulta clave para fortalecer la reputación empresarial, fomentar la lealtad de clientes y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Las empresas que deciden enfocar su cultura empresarial en la innovación y el impacto social positivo disfrutan de numerosas ventajas a diferentes niveles. La colaboración entre instituciones públicas y privadas supone un puente para acelerar resultados y reforzar estas ventajas. Entre los beneficios que se pueden obtener, destacan los siguientes:

- **Mejora de la reputación corporativa**

La combinación de una estrategia sólida de responsabilidad social corporativa junto con proyectos desarrollados en colaboración con agentes públicos refuerza de manera significativa la reputación corporativa de las empresas. La RSC permite demostrar compromiso ético con la sociedad y medioambiente, mientras que la colaboración con entidades públicas aporta legitimidad, credibilidad y actuaciones alineadas con el interés general. Esta doble dimensión atribuye así a generar una percepción de empresa responsable, transparente y comprometida con el desarrollo del territorio en el que opera.

La reputación corporativa se ha convertido en uno de los pilares fundamentales de las empresas, influyendo de forma directa en la confianza del público y en la relación a largo plazo con grupos de interés. En el contexto actual, los consumidores esperan que las empresas asuman un papel más activo en la sociedad.

En este sentido, un estudio global de IBM señala que, para los españoles, entre los valores más importantes que deben tener las empresas para ganarse su fidelidad, se encuentra el apoyar a las comunidades donde opera la empresa (78%). Asimismo, una buena parte de los encuestados destaca que prefieren aquellas empresas que apuestan por el compromiso con la sociedad y el medioambiente.

De esta forma, los consumidores valoran aquellas iniciativas que se estructuran mediante proyectos tangibles, con objetivos claros y resultados medibles, y que no se limitan únicamente a acciones puntuales. En este sentido, los partenariados público-privados actúan como elemento clave para combatir el escepticismo al contar con el respaldo de actores de diferentes naturalezas, reforzando así la confianza del público, mejorando la credibilidad del compromiso social de la empresa y consolidando una imagen reputacional sólida y sostenible.

- **Diferenciación competitiva**

En mercados cada vez más saturados y competitivos, la RSC a través de modelos de colaboración público-privada se convierte en un factor diferencial de alto valor estratégico. Las empresas que integran la RSC a través de proyectos de impacto social, cultural o medioambiental desarrollados junto a administraciones públicas construyen un posicionamiento basado en valores, propósitos, compromiso y contribución real, lo que les permite distinguirse de forma auténtica.

La participación en proyectos de protección y revalorización del patrimonio, desarrollo sostenible y social permite a la empresa asociar su marca a valores importantes para la ciudadanía. Esta diferenciación es especialmente relevante porque se sustenta en relaciones institucionales y en la alineación con políticas públicas y objetivos estratégicos. Esta diferenciación se basa en los valores, propósitos y la contribución real de la empresa a la sociedad, reforzando así su posicionamiento.

- **Impulso de ventas**

Las estrategias de RSC desarrolladas a través de colaboraciones público-privadas generan un impacto positivo en la percepción de marca, y en consecuencia, en los resultados comerciales. Esto se debe a que los consumidores tienden a confiar más en aquellas empresas que demuestran su compromiso social. De este modo, esa percepción de fiabilidad influye en la intención de compra y en la preferencia por determinadas marcas frente a otras.

La participación en proyectos de impacto social o cultural permite situar a la empresa como una organización responsable y alineada con valores sociales. Además, la visibilidad que aportan los proyectos público-privados, a través de acciones conjuntas y el reconocimiento mediático, amplifica el alcance de estas iniciativas y refuerza su efecto en términos de notoriedad y posicionamiento. Todo ello tiene como resultado el aumento de visibilidad, la captación de nuevos clientes, incremento de fidelidad y consolidación de relaciones comerciales más estables y duraderas.

• Acceso a financiación

La participación en proyectos de colaboración público-privada permite a las empresas acceder a fuentes de financiación que, de forma individual, resultarían más difíciles de obtener.

Actualmente existen numerosos programas e instrumentos a nivel europeo, nacional y autonómico orientados a apoyar iniciativas con impacto social, cultural y medioambiental, como son:

- Fondos europeos
- Ayudas públicas
- Líneas de financiación
- Programas de reconocimientos y certificaciones.

Los proyectos estructurados como partenariados público-privados presentan una serie de ventajas estratégicas, ya que demuestran impacto, viabilidad, corresponsabilidad y alineación con políticas públicas y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Para las empresas, este tipo de colaboración se traduce en:

- Reducción del esfuerzo inversor propio.
- Posibilidad de compartir costes y riesgos financieros.
- Mayor capacidad de innovación.



MODELOS DE COLABORACIÓN

La diversidad de definiciones de patrimonio cultural es extensa, y su significado ha estado en constante evolución a lo largo del tiempo, influenciado por diferentes contextos y entornos cambiantes. Ahora, la definición de patrimonio es necesariamente amplia, abarcando “una expresión de las formas de vida desarrolladas por una comunidad y transmitidas de generación en generación, incluyendo costumbres, prácticas, lugares, objetos, expresiones artísticas y valores” (ICOMOS, 2002).

Además, es también percibido como “un grupo de recursos heredados del pasado que las personas identifican, independientemente de la propiedad, como un reflejo y expresión de sus valores, creencias, conocimientos y tradiciones en constante evolución. Incluye todos los aspectos del entorno resultante de la interacción entre personas y lugares a través del tiempo” (Convención FARO, Consejo de Europa, 2005). Sin embargo, no es posible asumir una definición del patrimonio cultural como un fenómeno estático, sino más bien como un proceso dinámico de constante evolución moldeado por los contextos cambiantes y las expectativas y percepciones de la sociedad.

Dentro de la definición de patrimonio cultural se incluye el patrimonio cultural inmaterial, entendido como el conjunto de tradiciones y expresiones heredadas de antepasados, entre las que se encuentran las tradiciones orales, actos festivos y los conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza. No obstante, uno de los principales desafíos a los que se enfrenta este tipo de patrimonio es, precisamente, su gran fragilidad. La exposición a elementos endógenos y exógenos pone en riesgo su integridad y salvaguardia, lo que afecta considerablemente a su transmisión a las generaciones futuras.

PATROCINIO

El patrocinio consiste en la aportación de recursos económicos y/o materiales, teniendo como contrapartida la difusión pública de dicha aportación con el objetivo de obtener un beneficio indirecto, principalmente en términos de publicidad, imagen y reputación. En muchos casos, el patrocinio se enmarca dentro de la estrategia de marketing y comunicación de las empresas.

Según la definición de José Luis Arceo, existe patrocinio “cuando una organización aporta y da a conocer que aporta una cantidad de dinero y/o bienes y servicios para el desarrollo de un acontecimiento, de un programa o de una actividad; siempre que este acontecimiento o actividad nada tengan que ver con los bienes y servicios de la organización patrocinadora”.

El patrocinio permite a la empresa o entidad pública realizar proyectos cuyo impacto directo repercuten en las comunidades y territorios rurales. La empresa que decide apoyar dicho proyecto, ya sea económicamente o a través de otros recursos, facilita la obtención de los medios para la puesta en marcha de la iniciativa. Este modelo de colaboración genera diversos beneficios para la entidad patrocinadora, entre ellos el acceso a nuevas audiencias y la asociación de su imagen con la cultura y desarrollo territorial.

Los medios más habituales de patrocinio son los siguientes:

- **Financiación:** es la modalidad más común. La entidad patrocinadora aporta una cantidad económica destinada a cubrir los gastos asociados al proyecto. A cambio, obtiene visibilidad pública, publicidad y refuerza su notoriedad y reputación.
- **Productos o servicios:** en este caso, la aportación se realiza en especie, proporcionando recursos, materiales o servicios necesarios para llevar a cabo el proyecto.

En el ámbito patrimonial y cultural, especialmente en territorios rurales, el patrocinio permite a las empresas vincular su marca a valores como la sostenibilidad, la identidad cultural y el impacto social positivo. Asimismo, contribuye a reforzar su posicionamiento corporativo al tiempo que participan activamente en la dinamización del territorio.

MECENAZGO

El Ministerio de Cultura define el mecenazgo como “el apoyo altruista a actividades culturales, artísticas o científicas, expresión del compromiso social de quien contribuye. A diferencia del patrocinio, no persigue publicidad ni beneficios comerciales”. En otras palabras, se trata del apoyo que una entidad o individuo brinda a proyectos culturales, artísticos o educativos, motivados por el interés en la promoción cultural o bienestar social.

El mecenazgo cultural supone la protección y apoyo a través de recursos financieros, materiales o servicios por parte de una empresa o particular a favor de un proyecto cultural, artístico, medioambiental, social o científico declarado de interés general. El mecenas entrega recursos sin exigir contraprestación comercial, aunque sí obtiene a cambio incentivos fiscales y reputación.

Entre los beneficios del mecenazgo cultural se encuentran el fomento del bienestar social, generación de impacto positivo en las comunidades, el reconocimiento de responsabilidad social y satisfacción personal y legado, dejando una huella clara en la sociedad a través de la participación en proyectos.

Vincular las acciones de RSC (Responsabilidad Social Corporativa) con acciones de mecenazgo cultural y patrimonial en el territorio permite que la empresa e inversores conviertan su compromiso social en proyectos tangibles que protejan y revaloricen el patrimonio natural y cultural del entorno donde opera. De esa manera el mecenazgo pasa a considerarse una herramienta estructural de la RSC. El resultado es un territorio fortalecido y la mejora de la imagen y reputación de la empresa al asociarse con valores positivos.

FUNDRAISING

El fundraising es la actividad de captación de recursos que realizan las organizaciones sin ánimo de lucro para su correcto funcionamiento y la realización de planes y proyectos.

La fundraising permite a las organizaciones cubrir necesidades tanto estructurales como temporales, satisfacer las demandas y servicios que prestan y una mayor innovación, así como la diversificación de la fuente de ingresos de las organizaciones, lo que permite reducir la dependencia de un único medio de ingresos.

La situación actual exige a organismos como fundaciones, ONGs de ámbitos culturales a centrar sus esfuerzos en la captación de recursos, principalmente financieros. Como señala la Asociación Española de Fundraising (AEFr), “la generación de fondos no es un fin en sí mismo, sino un medio para conseguir llevar a cabo nuestros proyectos de desarrollo, de defensa del medio ambiente, promoción de la cultura, etc.” Por lo cual, es esencial tener en mente el motivo por el que la organización se estableció.

CROWFUNDING LOCAL

Supone la movilización de pequeñas aportaciones de residentes, visitantes habituales y simpatizantes del territorio para financiar proyectos, tales como restauración de monumentos históricos, esculturas o sitios arqueológicos, rehabilitación de espacios culturales, preservación de hábitats o parques naturales, desarrollo de rutas culturales o naturales interpretadas, creación de centros de interpretación, realización de proyectos creativos, etc.

Son aportaciones de un gran volumen de personas a través de una plataforma en Internet. Entre sus ventajas se encuentran las siguientes:

- Involucra a los participantes en la protección y promoción del patrimonio natural y cultural.
- Genera un compromiso social con el proyecto.
- Visibiliza iniciativas. La campaña actúa como acción de marketing
- Sensibiliza sobre lo importante que es conservar el patrimonio o proteger el entorno natural.

ACUERDOS COLABORATIVOS

Los acuerdos colaborativos son acuerdos entre dos o más partes donde se comprometen a cooperar en un proyecto o actividad común, con obligaciones y beneficios definidos. Este tipo de colaboración permite unir recursos, experiencia, capacidades y contactos, facilitando la consecución de objetivos que, de manera individual, serían más difíciles de alcanzar.

VOLUNTARIADO COLABORATIVO

El voluntariado corporativo es una actividad incentivada principalmente por una empresa, donde los empleados participan, colaboran y contribuyen de manera voluntaria a diferentes causas sociales, culturales y medioambientales. En este contexto, cobra especial importancia el ámbito local, donde es posible lograr un impacto de forma más tangible.

Se puede llevar a cabo mediante fórmulas de flexibilidad horaria, permisos especiales retribuidos o no, que permiten a los empleados realizar actividades de voluntariado durante su jornada laboral.

Este modelo logra mejorar la reputación corporativa al mostrar un compromiso social genuino, reforzar los valores éticos de la compañía y facilitar las alianzas estratégicas junto con otras organizaciones. Para la sociedad en general, contribuye a resolver necesidades, aumenta la concienciación sobre problemáticas locales e impulsa la dinamización de los territorios rurales.

CASOS DE ÉXITO

Aven Armand y Agence d'Attractivité Gorges Causses Cévennes

La Société Aven Armand - Montpellier le Vieux es una empresa centenaria y uno de los motores del desarrollo turístico de la zona en la que se encuentra su patrimonio. Desde sus principios, Aven Armand se ha enorgullecido de su espíritu pionero, estrechamente ligado a la historia del lugar y de la región. Son expertos en el ámbito del turismo, en particular en hostelería, gestión del patrimonio natural y atractivo local, ya que su desarrollo como empresa privada siempre ha estado estrechamente vinculado a las orientaciones y prioridades de los poderes públicos y, en particular, del Parque Natural Regional de Grands Causses.

La empresa ha colaborado en múltiples proyectos con organismos públicos, en concreto, con la Agence de Gorges Causses Cévennes. Se trata de un organismo público encargado de la promoción turística del territorio donde se sitúa Aven Armand. Desde hace años, se enfrentan a un reto común en los destinos rurales y aislados: no todos los visitantes pasan por la oficina de turismo, pero aún así necesitan información fiable y actualizada.

Paralelamente, los actores turísticos privados del territorio (sitios turísticos, alojamientos, restaurantes, e incluso Aven Armand) reciben de forma constante preguntas que van más allá de su propia actividad: horarios de otros recursos turísticos, recomendaciones, localización de servicios básicos como gasolineras o tiendas, mapas de la zona o sugerencias de itinerarios. Se trata de consultas correspondientes tradicionalmente al personal de oficinas de turismo, por lo que en muchas ocasiones, esta información no es parte de la formación ni competencias del personal de determinados sitios turísticos.

Esta situación genera una problemática a diferentes niveles: los actores privados carecen de herramientas y formación específica para responder adecuadamente a las preguntas de los visitantes, lo que puede generar una imagen negativa de la empresa y de la experiencia turística general.

Ante este escenario, la agencia pública impulsó una iniciativa llamada “Les p’tits locaux”, un proyecto desarrollado estrechamente con los actores turísticos privados del territorio. El eje de esta iniciativa es la creación de una guía práctica que se actualiza periódicamente para mantener informados a los agentes privados. Asimismo, en una segunda fase, la colaboración se verá reforzada mediante la puesta en marcha de formaciones específicas para el personal que trabaje de forma estacional, con el fin de que puedan acompañar a los visitantes en materia turística.

De esta forma, los agentes privados disponen de herramientas eficaces para la formación específica y exclusiva de su personal, mejorando la calidad en la atención y su capacidad de respuesta frente al visitante y la reputación de la empresa.

Fundación Hortensia Herrero e Iglesia de San Nicolás

La restauración de los frescos de la Iglesia de San Nicolás de València constituye un caso de éxito emblemático de colaboración público-privada y mecenazgo cultural impulsado por la Fundación Hortensia Herrero. Este templo histórico, cuyo interior alberga cerca de dos mil metros cuadrados de frescos barrocos realizados por Dionís Vidal a partir de los diseños de Antonio Palomino, presentaba un importante deterioro que comprometía tanto la conservación de las obras como su disfrute por parte del público.

Ante la falta de recursos públicos suficientes para acometer una intervención de esta magnitud, la Fundación Hortensia Herrero asumió la financiación íntegra del proyecto de restauración, en colaboración con otros organismos.

Una vez finalizada la restauración, la Iglesia de San Nicolás se consolidó como uno de los principales atractivos culturales de Valencia, dándose a conocer como la “Capilla Sixtina valenciana”. El aumento del interés mediático y del número de visitantes fue significativo, contribuyendo a diversificar y reforzar la oferta turística cultural de la ciudad y a dinamizar su entorno urbano. Al mismo tiempo, el proyecto obtuvo un amplio reconocimiento institucional y profesional.

Parque Natural Regional Grands Causses

El patrimonio histórico y rural de Occitania, especialmente en el territorio de los Grands Causses, se enfrenta a importantes desafíos. Iglesias, castillos, molinos y estructuras hidráulicas, entre otras, se encuentran en riesgo de degradación, mientras que las comunidades locales y los parques naturales carecen de recursos financieros y técnicos suficientes para mantenerlos.

Ante estas limitaciones, la intervención privada se ha vuelto esencial para garantizar la conservación de estos bienes únicos. El sector privado puede aportar mucho más que dinero. Empresas, fundaciones y ciudadanos interesados en el patrimonio necesitan proyectos claros y estructurados donde su contribución tenga un impacto tangible. Al mismo tiempo, las administraciones públicas requieren apoyo externo para proteger y valorizar el patrimonio, sin comprometer su carácter histórico o social. Esta complementariedad dan lugar a un espacio ideal para colaboraciones público-privadas, que permitan generar beneficios compartidos.

Los ejemplos en Grands Causses demuestran cómo funciona esta colaboración. En Camarès, la restauración de la noria hidráulica del siglo XIX combinó fondos municipales, aportaciones privadas y el trabajo de artesanos especializados. De manera similar, el castillo de Montaignut fue salvado gracias a voluntarios y patrocinadores privados, con supervisión de asociaciones locales y autoridades. Estos proyectos muestran que, al unir recursos públicos y privados, se pueden salvar patrimonios singulares que de otra manera quedarían en ruina. Para las empresas, participar en estas iniciativas ofrece múltiples ventajas.

Primero, permite reforzar el vínculo con el territorio y con la comunidad local, proyectando una imagen positiva y responsable. Segundo, se puede transmitir valores corporativos y fortalecer la cohesión interna de los empleados mediante proyectos que combinan filantropía, voluntariado y desarrollo cultural. Además, las ventajas fiscales previstas en la legislación francesa, como la deducción del 60% de las donaciones corporativas, aumentan la rentabilidad indirecta de estas colaboraciones.

Desde la perspectiva de las administraciones y comunidades, el apoyo privado garantiza que los proyectos sean viables y sostenibles. Los monumentos restaurados se convierten en activos turísticos, fomentando la economía local, prolongando la temporada turística y generando empleo en la zona. Este enfoque también permite preservar oficios tradicionales y conocimientos técnicos, asegurando que futuras restauraciones puedan realizarse sin perder la memoria artesanal.

HERRAMIENTAS

PRIMERA FASE: ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y VIABILIDAD

En esta primera fase para establecer acuerdos público-privados, será esencial analizar los contextos en los que se iniciará y desarrollará la posible colaboración. Es importante entender que no cualquier tipo de colaboración funcionará para cualquier organismo.

Para ello el análisis del contexto, será necesario establecer un grupo de expertos encargados de las áreas implicadas en la primera fase de la colaboración. Idealmente, estas incluyen el marco legal, fiscal, directivo y cualquier cargo asignado para el desarrollo del proyecto.

En muchos casos, la información inicial puede estar disponible a través de diversos recursos. Este toolkit presenta algunas herramientas que pueden ayudar a establecer los primeros pasos en relación al análisis contextual. Se recomienda por una evaluación de los objetivos de la colaboración, para ello se ha desarrollado la siguiente herramienta:

Articulador de ventajas colaborativas

Esta herramienta es uno de los pasos previos a la colaboración, diseñada para ayudar a esclarecer el caso y decidir si es conveniente iniciarla. Las colaboraciones pueden requerir tiempo y un esfuerzo significativo, por lo que es esencial tener claro por qué y cómo trabajar con otras organizaciones puede aportar valor a tu proyecto.

Este articulador es un recurso útil para analizar la situación inicial de la organización, sus recursos disponibles, capacidades y competencias. El análisis puede realizarse de forma individual o junto con la posible organización colaboradora.

Es importante centrarse tanto en las fortalezas como en las debilidades, lo que permitirá evaluar con mayor claridad los posibles casos de colaboración con otras organizaciones y determinar qué entidad es más afín a nuestros objetivos.

¿Qué problema o reto queremos abordar trabajando conjuntamente?

Empty response box for the first question.

**¿Cómo marcará la diferencia la colaboración?
¿Por qué es mejor colaborar que actuar de forma independiente?**

Empty response box for the second question.

¿Qué puede aportar cada parte a la colaboración?

Recursos y activos	Competencias y experiencia	Redes y relaciones	Datos	Otros
--------------------	----------------------------	--------------------	-------	-------

¿En qué destacas? ¿Cuáles son tus principales fortalezas?

Empty response box for the third question.

¿En qué ámbitos necesitarías más conocimiento o apoyo especializado?

Empty response box for the fourth question.

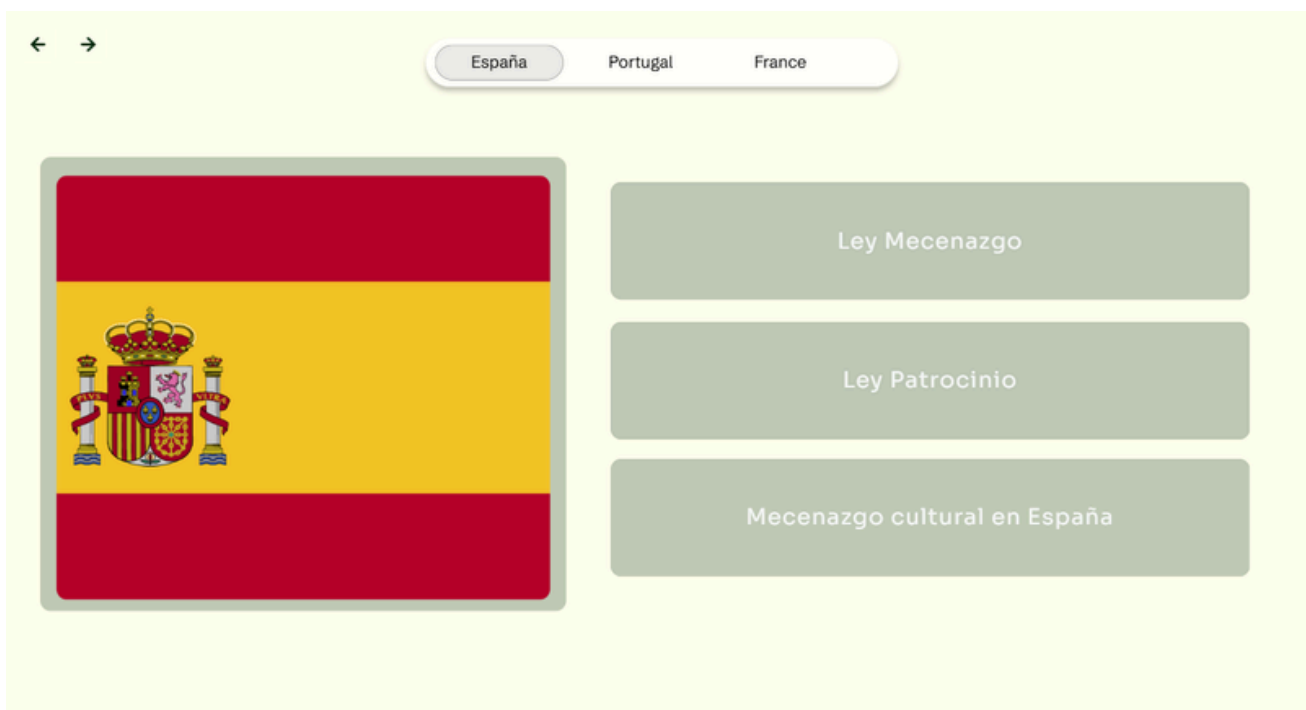
Marco legal y fiscal

Una vez se haya decidido optar por una colaboración, tanto en el caso de organización pública como privada, es importante observar el panorama actual. Es decir, se trata de averiguar qué acciones y proyectos han emprendido otras organizaciones de la misma naturaleza

Simultáneamente al paso previo, o bien una vez finalizado este, se establecerá el modelo de colaboración ideal para cada proyecto. En este apartado, se ha recopilado información útil en lo relativo a legislación y fiscalidad sobre modelos de colaboración en los países implicados en el proyecto HITS.

No obstante, es conveniente seguir las fuentes oficiales de este ámbito ante cualquier modificación o novedad que pudiera surgir. Asimismo, cabe resaltar que en otros ámbitos territoriales más concretos, como es a nivel comarcal o autonómico, puedan existir otras leyes o incentivos útiles para la colaboración.

A continuación, se presenta un listado interactivo de leyes e información útil en relación al mecenazgo y patrocinio en España, Portugal y Francia.



← →

España Portugal France



Mecenato Cultural


IRS a favor de instituições

Estatuto do Mecenato

Regime do Mecenato Cultural - Q&A 2025

← →

España Portugal France



Dons

Mécénat



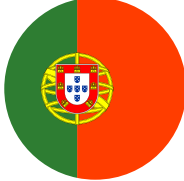

Mécénat d'entreprise : mise à jour de la doctrine fiscale

**LISTA DE LEYES
APLICABLES
A NIVEL NACIONAL**



Resumen modelos de colaboración y ventajas fiscales de cada país:

REDUCCIONES FISCALES

	PERSONAS FÍSICAS	EMPRESAS
 (Ley 49/2002)	80% primeros 250 € 40% resto donación 45% si donación recurrente	40% del donativo 50% si hay fidelización
 (Loi Aillagon + CGI arts. 200 y 238-bis)	66% del importe donado	60% del donativo puede reducirse al 40% en grandes donaciones
 (Estatuto Mecenato + EBF + Reforma 2025)	 Deducciones menores con condiciones específicas	140% primeros 250 € Gasto fiscal + Majoração

LÍMITE DEDUCCIÓN

	PARTICULARES	EMPRESAS
 (Ley 49/2002)	10% base liquidable	10% base liquidable
 (Loi Aillagon + CGI arts. 200 y 238-bis)	20% renta liquidable	0,5% volumen negocio
 (Estatuto Mecenato + EBF + Reforma 2025)	 Variable según tipología cultural	1% volumen negocio Reforma 2025

FIDELIZACIÓN Y PROYECTOS ESPECÍFICOS

INCENTIVOS A LA DONACIÓN DE MECENAS

DONACIONES A PROYECTOS CULTURALES CONCRETOS












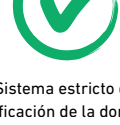
 (Ley 49/2002)	 Sistema específico de incremento por fidelidad	 Permiten dirigir fondos
 (Loi Aillagon + CGI arts. 200 y 238-bis)	 No dispone de este mecanismo específico	 Permiten dirigir fondos
 (Estatuto Mecenato + EBF + Reforma 2025)	 No dispone de este mecanismo específico	 Reforzado tras la Reforma de 2025

OTROS ASPECTOS Y MARCO LEGAL

BENEFICIOS EN ESPECIE Y RECONOCIMIENTO

ROBUSTEZ MARCO LEGAL

ROBUSTEZ MARCO LEGAL

 (Ley 49/2002)	 Donación bienes culturales, patrimonio y reconocimiento público	 Marco muy consolidado	 Sistema estricto de certificación de la donación
 (Loi Aillagon + CGI arts. 200 y 238-bis)	 Donación bienes culturales, patrimonio y reconocimiento público. Con limitaciones	 Marco muy consolidado	 Sistema estricto de certificación de la donación
 (Estatuto Mecenato + EBF + Reforma 2025)	 Donación bienes culturales, patrimonio y reconocimiento público	 En fase de modernización reciente	 Sistema estricto de certificación de la donación

Collaboration Model Canvas

El Collaboration Model Canvas es una adaptación del Business Model Canvas. Esta versión se ha diseñado como paso previo esencial para el establecimiento de colaboraciones en el desarrollo de proyectos de distinta índole. Su objetivo principal es facilitar una autoevaluación de las organizaciones que permita comprender mejor su modelo de funcionamiento y capacidad como entidad colaboradora, agilizando así la creación de alianzas.

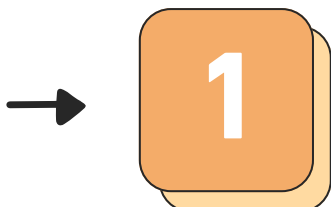
Se trata de un modelo simple y visual, estructurado en nueve bloques diferentes que analizan la organización desde perspectivas tanto internas como externas. De esta forma, se obtiene una visión amplia y clara sobre el proyecto y las posibilidades de colaboración.

La forma más práctica de realizar esta actividad es a través de una plantilla (Figura x), ideal para trabajar en equipo. Antes de empezar, conviene decidir si se utilizará en ordenador, si se plasmarán los apartados en una pizarra o si se imprimirá en formato DIN-A3.

Se recomienda especialmente esta última opción, empleando post-its para completar cada bloque, ya que de esta forma se puede obtener una visualización más clara de los elementos y es fácil de modificar. Es importante ser concisos y fomentar la participación del equipo para obtener perspectivas diversas y enriquecedoras.

Los nueve bloques o apartados deben ser completados siguiendo un orden lógico, lo que permitirá abordar las cuestiones de forma más clara y eficiente. A continuación, se explican brevemente cada uno de los apartados a completar:

Proceso a seguir para el uso correcto del Collaboration Model Canvas



• Segmentos de colaboradores

Se trata de identificar con qué actores, organizaciones o grupo queremos establecer colaboraciones y quiénes pueden beneficiarse del resultado de este trabajo conjunto. En este apartado, podemos hacernos las siguientes preguntas:

- ¿Con quién queremos colaborar?
- ¿A quién deberíamos dirigirnos?
- ¿Qué actores tienen intereses alineados?

Además, es recomendable definir quiénes serían los beneficiarios de esta colaboración. Por ejemplo, si se trata de un proyecto destinado a dinamizar la economía de un territorio rural, un beneficiario directo sería la población local. Se trata de tener siempre presente el objetivo final de la colaboración.



2

• **Propuesta de valor para la colaboración**

En este apartado, se marcan los aspectos que generarían valor en el caso de establecer una colaboración con nuestra empresa. Las preguntas para contestar este apartado son:

- ¿Qué problema conjunto resolvemos?
- ¿Qué valor se genera a través de esta colaboración que no podríamos generar solos?
- ¿Qué resultados compartidos se esperan?
- ¿Qué riesgos estamos reduciendo gracias a la colaboración?



3

• **Canales de colaboración**

Se trata de describir cómo se llevará a cabo la comunicación, coordinación y entrega de resultados dentro de la colaboración. Además, debe plantearse cómo comunicaremos nuestros avances y noticias a los actores implicados y al público general. Cabe hacerse las siguientes preguntas:

- ¿Cómo nos comunicamos?
- ¿A través de qué plataformas trabajaremos juntos?
- ¿Cómo comunicamos la información al exterior?



4

• **Relación y gobernanza colaborativa**

En este apartado se decide cómo se gestionan las relaciones entre los colaboradores, abordando acuerdos, normas y mecanismos de decisión. Entre las preguntas a responder, destacan las siguientes:

- ¿Qué tipo de acuerdo es el más adecuado para seguir?
- ¿Cómo gestionamos la relación?
- ¿Cómo se gestionan los posibles conflictos?



5

• **Beneficios generados**

Este apartado hace referencia al valor que se obtiene o se espera obtener a través de la colaboración. Puede ser tanto económico como social, estratégico, de aprendizaje o impacto.

- ¿Qué gana mi organización con la colaboración?
- ¿Qué beneficios tangibles e intangibles puedo obtener?
- ¿Cómo repercute esta colaboración en mi organización?



6

• Recursos colaborativos clave

Se trata de detallar aquellos recursos que la organización aportará a la colaboración y aquellos que son esenciales para el funcionamiento y desempeño de esta.

- ¿Qué aportaré como organización?
- ¿Qué recursos compartiremos?
- ¿Qué recursos necesita nuestro proyecto?



7

• Actividades colaborativas claves

En este apartado, se describen las actividades que se espera que cada organización realice para aportar a la colaboración, así como aquellas conjuntas.

- ¿De qué funciones y actividades me encargo?
- ¿Qué actividades espero de la otra parte?
- ¿Qué tareas realizamos en conjunto?



8

• Actores y roles de la colaboración

Se deben identificar a aquellos actores que formarán parte de la colaboración y definir su rol o responsabilidades.

- ¿Quién participará?
- ¿Qué rol tendrá cada actor?
- ¿Quién será el responsable general?

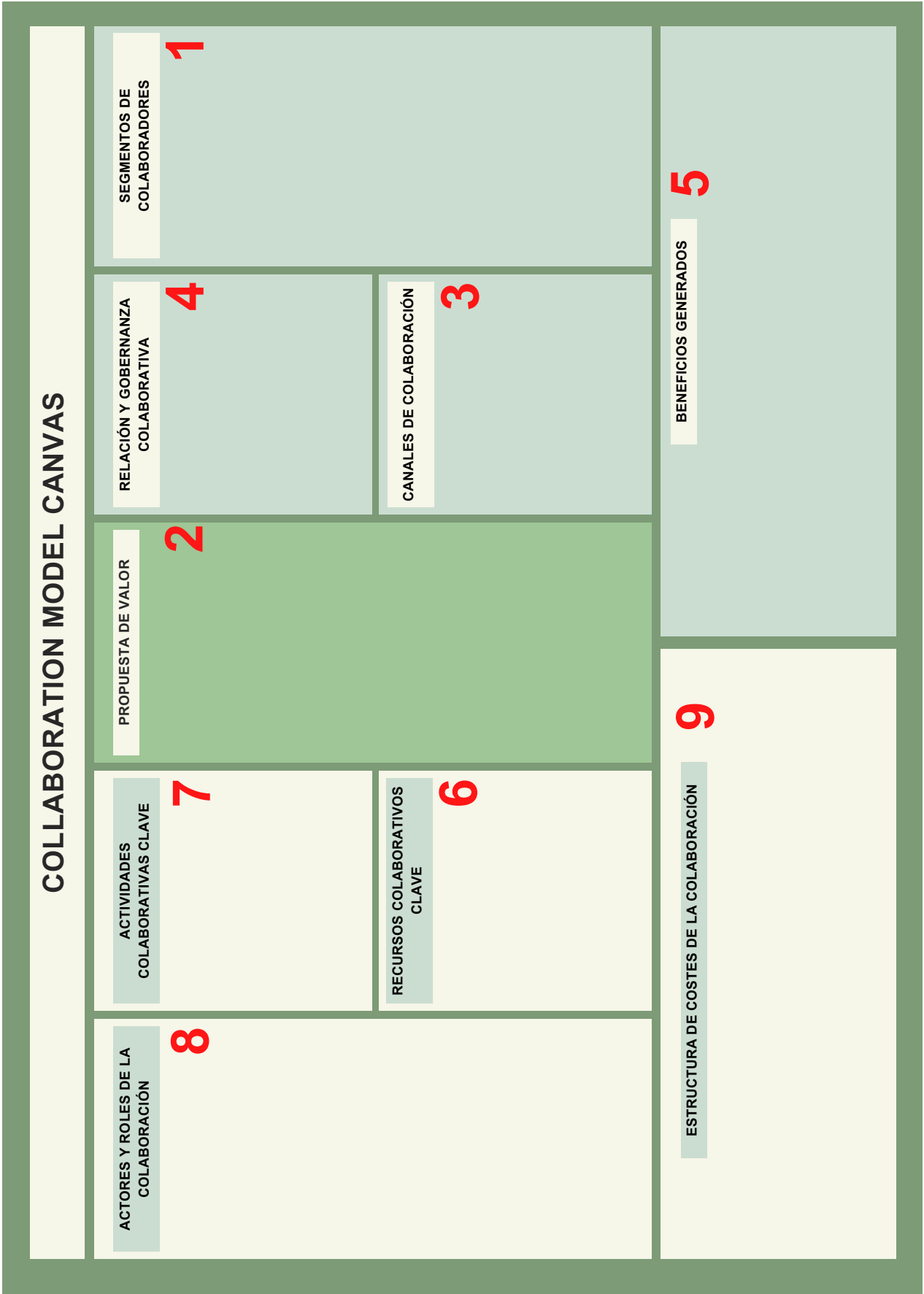


9

• Costes de la colaboración

En este apartado, se deben incluir los costes generados por la colaboración para su correcto funcionamiento. Pueden ser en términos de tiempo, recursos humanos, herramientas, contrataciones, colaboraciones y otros compromisos. Entre las preguntas se incluyen:

- ¿Qué costes implica la colaboración?
- ¿Qué recursos invertimos?
- ¿Qué gastos son compartidos?



Formación de agentes implicados

Otra herramienta importante para involucrar a los agentes son las actividades de formación y acompañamiento para los actores locales sobre temáticas clave del proyecto que se esté trabajando.

El programa formativo debate tener como objetivo principal brindar un itinerario multidisciplinar centrado en la temática principal del proyecto. En el caso de HITTS, la formación pone el foco en turismo sostenible en territorios rurales, basado en el patrimonio endógeno y estudios de caso. Los temas claves han sido los siguientes:

- Introducción al turismo sostenible en entornos rurales
- Patrimonio Endógeno e Identidad Cultural
- Planificación del Turismo Rural Sostenible
- Conservación del Medio Ambiente Rural
- Cultura y Comunidad Local
- Promoción y Comunicación Turística
- Gestión de Experiencia Turística
- Tecnologías e Innovación en el Patrimonio



Este curso está especialmente diseñado para dotar a los agentes locales de herramientas y conocimientos que les permitan dinamizar territorios rurales en el marco del proyecto europeo SUDOE HITTS.

A lo largo del curso, los participantes desarrollarán competencias para la identificación y puesta en valor de los recursos turísticos, la gestión del patrimonio cultural y natural, y la promoción de estrategias de turismo sostenible adaptadas al contexto rural.

El programa formativo incorpora metodologías innovadoras, incluyendo el uso de tecnologías digitales emergentes como los gemelos digitales, la realidad aumentada y la TIC aplicadas a la formación. Asimismo, se abordarán técnicas de marketing digital, comunicación efectiva y gestión de proyectos con enfoque sostenible e inclusivo.

Al finalizar el curso, los participantes estarán capacitados para diseñar e impactar acciones orientadas a fomentar el emprendimiento, la innovación territorial y el fortalecimiento de las comunidades rurales desde una perspectiva sostenible.

- 1. Introducción al turismo sostenible en entornos rurales
- 2. Patrimonio Endógeno e Identidad Cultural
- 3. Planificación del Turismo Rural Sostenible
- 4. Conservación del Medio Ambiente Rural
- 5. Cultura y Comunidad Local
- 6. Promoción y Comunicación Turística
- 7. Gestión de la Experiencia Turística
- 8. Tecnologías e Innovación en el Patrimonio
- Tema Final

El contenido está adaptado para ser lo más interactivo posible, permitiendo la fácil comprensión del temario. Existen múltiples plataformas que emplean la LMS o Learning Management System o Sistema de Gestión del Aprendizaje. Se trata de herramientas que permiten administrar, distribuir y gestionar el contenido formativo y divulgativo de forma online. Asimismo, es posible su adaptación a diferentes idiomas, facilitando la formación en entornos bilingües.

En este vídeo encontrarás un tutorial sobre cómo acceder y registrarse en la web de formación:



En este otro vídeo, podrás descubrir cómo subir diferentes contenidos en la web de formación:



SEGUNDA FASE: ESTABLECER LAZOS

Identificar y encontrar posibles socios

Esta herramienta está ideada para identificar posibles socios colaboradores a nivel nacional que sean relevantes para el proyecto en cuestión. No obstante, también es importante tener en cuenta que a un nivel local y regional, se pueden encontrar diversos agentes que puedan estar interesados en la iniciativa ideada.

En este apartado encontrarás una plantilla de trabajo para hacer una lluvia de ideas y anotar a todos los posibles socios dentro de tu red que puedan alinearse con tu proyecto o hayan trabajado en iniciativas similares previamente.

Posteriormente, vuelve a hacer una lluvia de ideas, pero esta vez sobre posibles socios relevantes que estén fuera de tu red más directa. Para ayudarte con esta parte, a continuación encontrarás una serie de sitios webs sobre entidades que fomentan el mecenazgo y micromecenazgo cultural, así como portales institucionales y asociaciones sectoriales. Estas permiten presentar y descubrir nuevos proyectos que se alineen con los objetivos de los agentes privados.

ESPAÑA:

- [Asociación Española de Fundaciones](#)
- [Asociación Española de Fundraising](#)
- [Hispania Nostra](#)
- [Fundación Arte y Mecenazgo](#)
- [Cultura y Alianzas](#)
- [Biblioteca Nacional de España](#)

FRANCIA:

- [Ministère de la Culture](#)
- [Institut Admical](#)
- [Centre Français des Fonds et Fondations](#)
- [Fondation de France](#)

PORTUGAL:

- [Cultura Portugal](#)
- [GEPAC \(Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais\)](#)
- [Fundação Calouste Gulbenkian](#)

Para ambos grupos (dentro y fuera de tu red), indica por qué te gustaría involucrarlos y si podrían ser un socio principal. Este trabajo puede realizarse de forma individual entre los miembros del equipo para después combinar respuestas.

SOCIOS POTENCIALES: DENTRO DE MI RED

[*Plantilla descargable*](#)

Nombre de la Organización	Por qué colaborar con ellos	¿Socio relevante?

SOCIOS POTENCIALES: FUERA DE MI RED

Plantilla descargable

Nombre de la Organización	Por qué colaborar con ellos	¿Socio relevante?

Plantillas de comunicación e interacción

Esta herramienta está formada por plantillas diseñadas para facilitar la primera toma de contacto con posibles colaboradores, se aumente la visibilidad del proyecto y colaboración y se pueda promocionar en cualquier evento.

Las plantillas están ideadas para que se editen, se añadan o eliminen contenido según se considere necesario.

Esta primera plantilla está ideada para mandar la propuesta a través de correo electrónico. Se debe procurar no enviarla a direcciones que comienzan con info@, ya que suele llegar a un buzón general.

Texto para incorporar en el correo:

Estimado/a [nombre]:

Me pongo en contacto para trasladar nuestro interés en explorar una posible colaboración con nuestra entidad y [otros socios] en el ámbito de [área temática]. Actualmente, estamos trabajando en [breve descripción del problema]. Consideramos que la colaboración con su entidad resulta clave para [explicar brevemente por qué la colaboración es importante: optimizar recursos, generar mayor impacto, coordinar iniciativas, etc.].

Conocemos el trabajo que han desarrollado en este ámbito y nos gustaría valorar una posible participación en esta iniciativa, en la forma que considere más adecuada. Quedamos a su disposición para mantener una breve reunión inicial durante [esta / la próxima] semana, si su agenda lo permite.

Asimismo, resulta conveniente adjuntar una carta de presentación que presente los datos claves de tu organización y del proyecto a llevar a cabo. A continuación, se exponen algunas claves para la realización de esta carta:


- Ser claro y conciso
- Incluir datos básicos del proyecto
- Hacer referencia a proyectos/eventos anteriores, mediante datos concretos.
- Personaliza cada carta según las características del socio.

Mensaje nuevo

Para Cc Cco

Asunto

LOGO NUESTRA ENTIDAD



Co-funded by the European Union

HITTS

Estimado/a [nombre]:

Me pongo en contacto para trasladar nuestro interés en explorar una posible colaboración con nuestra entidad y [otros socios] en el ámbito de [área temática]. Actualmente, estamos trabajando en [breve descripción del problema]. Consideramos que la colaboración con su entidad resulta clave para [explicar brevemente por qué la colaboración es importante: optimizar recursos, generar mayor impacto, coordinar iniciativas, etc.].

Conocemos el trabajo que han desarrollado en este ámbito y nos gustaría valorar una posible participación en esta iniciativa, en la forma que considere más adecuada. Quedamos a su disposición para mantener una breve reunión inicial durante [esta / la próxima] semana, si su agenda lo permite.

Asimismo, resulta conveniente adjuntar una carta de presentación que presente los datos claves de tu organización y del proyecto a llevar a cabo. A continuación, se exponen algunas claves para la realización de esta carta:

- Ser claro y conciso
- Incluir datos básicos del proyecto
- Hacer referencia a proyectos/eventos anteriores, mediante datos concretos.
- Personaliza cada carta según las características del socio.

BANNER DEL PROYECTO

Nombre nuestra entidad

Datos generales: Dirección, teléfono, web, RRSS y Política de Privacidad.

Este mensaje se envía electrónicamente y sus contenidos quedan sujetos a los procedimientos y casos reglamentarios pertinentes. Se permite exclusivamente al destinatario o destinatarios. No está autorizado el acceso a este mensaje por otras personas. Sólo se

Enviar

Talleres

Llevar a cabo talleres facilitará la creación de contactos y la difusión del proyecto. Supone una oportunidad para sensibilizar y avanzar en la materialización de la iniciativa a través de sinergias creadas en estos talleres. A continuación, presentamos una posible estructura:

1. Introducción de la organización
2. Dar a conocer el proyecto
 - a. Explicar problema a resolver
 - b. Introducir necesidades específicas
 - c. Objetivos que se pretenden alcanzar
3. Píldora informativa
 - a. Forma de colaboración más idónea
 - b. Explicación de los beneficios de la colaboración
4. Casos de éxito
 - a. Explicación de proyectos anteriores de la propia organización o de organismos de características similares
 - b. Destacar los resultados, beneficios obtenidos, etc.
5. Actividad práctica: interacción
 - a. Actividades para romper el hielo
 - b. Empleo de alguna de las herramientas recogidas en este Toolkit.
6. Agradecimientos y finalización del taller

En los siguientes enlaces encontrarás diferentes dinámicas participativas que te ayudarán a desarrollar el taller:

- <https://campusidyd.com/dinamicas-rompe-hielo/>
- <https://livestorm.co/es/blog/icebreaker>

TERCERA FASE: DISEÑAR LA COLABORACIÓN

Una vez hayamos encontrado a un posible socio colaborador, será necesario desarrollar un propósito compartido, definir alcance y considerar prioridades de forma conjunta.

Lo ideal para llevar a cabo esta tarea sería que las partes interesadas se reunieran para explorar de forma conjunta la colaboración. Si se trabaja en formato presencial, la actividad puede realizarse empleando notas adhesivas o una pizarra; si es de forma online, se pueden emplear herramientas como Miro.

El primer paso consiste en que cada participante dedicará unos minutos a reflexionar de manera individual y anotar sus respuestas. Seguidamente, se compartirán las respuestas y se debatirán, con el objetivo de explorar similitudes y diferencias.

De forma conjunta, se elaborará una respuesta colectiva para cada pregunta. Una persona será la encargada de recopilar la información y redactar un documento único que será compartido entre todos los participantes para aportar ideas o comentarios.

Plantilla descargable

→ **1** **DESARROLLAR UN PROPÓSITO COMPARTIDO**

¿Cuál es el propósito de esta colaboración?
¿Por qué hemos formado esta colaboración? ¿Qué queremos lograr? ¿Qué queremos cambiar?

¿Cómo se alinea esto con tus objetivos?
¿Qué espera lograr su organización con su presencia? ¿Cómo contribuye esta colaboración a sus objetivos?



2

DEFINIR EL ALCANCE DE LA COLABORACIÓN

¿Qué tipo de colaboración necesitamos?

Por ejemplo, intercambio de información, mejor alineación de prioridades y financiación, estrategia compartida, fondos comunes.

Empty box for notes or examples related to the first question.

¿Qué plazo se necesita?

¿Durante qué periodo de tiempo debemos trabajar juntos para lograr nuestro objetivo?

Empty box for notes or examples related to the second question.

¿Cómo podemos lograrlo juntos?

Por ejemplo, otorgando subvenciones, proporcionando infraestructuras (datos, comunicaciones, función de coordinación), brindando información y experiencia confiable, brindando recursos de aprendizaje y apoyo, convocando, influyendo a través de redes, etc.

Empty box for notes or examples related to the third question.



3

DEFINIENDO EL ÉXITO

¿Cómo se ve el éxito para este grupo?

¿Qué debe cambiar para lograr nuestro objetivo? ¿Qué resultados verías?

Empty rounded rectangular box for writing answers to the first question.

¿Cómo se ve el éxito para la sociedad?

¿Qué debe cambiar para lograr nuestro objetivo? ¿Qué resultados verías?

Empty rounded rectangular box for writing answers to the second question.



4

ACORDAR UNA VISIÓN COMPARTIDA

Utilizando las respuestas anteriores, escriba una declaración sugerida de visión/misión.

En 1 o 2 oraciones, debe definir de manera amplia y concisa el quién, qué, cómo y por qué de la colaboración.

Empty rounded rectangular box for writing a shared vision statement.

Propuesta plantilla acuerdo de colaboración

1. CABECERA: Título del documento.

**Interreg
Sudoe**



Co-funded by
the European Union

LOGO NUESTRA
ENTIDAD

HITTS

CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE [Nuestra Entidad] Y [Entidad colaborativa]

En [Ciudad], a [Fecha]

2. REUNIDOS: Donde se identifican las partes firmantes.

De una parte, [Entidad/Empresa/Institución A], con domicilio en [dirección completa], CIF/NIF nº [____], representada por [nombre, apellidos y cargo], en adelante, “[Parte A]”.

De otra parte, [Entidad/Empresa/Institución B], con domicilio en [dirección completa], CIF/NIF nº [____], representada por [nombre, apellidos y cargo], en adelante, “[Parte B]”.

Ambas partes, reconociéndose capacidad legal suficiente para formalizar el presente acuerdo,

3. EXPONENE (o Maniestan): Se explica el contexto, los antecedentes y la intención del acuerdo.

I. Que [Parte A] es una entidad dedicada a [descripción de actividad, misión o fines].

II. Que [Parte B] es una entidad dedicada a [descripción de actividad, misión o fines].

III. Que ambas partes comparten interés en desarrollar actuaciones relacionadas con [ámbito: cultural, social, educativo, científico, deportivo, medioambiental, etc.].

IV. Que las partes desean establecer un marco general de colaboración que podrá adoptar, según los casos, la forma de [colaboración técnica, patrocinio, mecenazgo, cooperación institucional, apoyo económico, prestación de servicios, cesión de recursos u otras modalidades].

En virtud de lo anterior,

Propuesta plantilla acuerdo de colaboración

4. ESTIPULACIONES: Es el cuerpo principal del convenio. Aquí se detallan las condiciones, obligaciones, duración, etc.

PRIMERA. OBJETO DEL ACUERDO

El presente convenio tiene por objeto establecer un marco de colaboración entre las partes para el desarrollo de [proyectos, programas, actividades, eventos o iniciativas], orientados a [objetivos generales].

Las actuaciones concretas se detallarán en [anexos, convenios específicos, memorias de actuación, planes de trabajo u otros documentos complementarios], que formarán parte integrante del presente acuerdo.

SEGUNDA. MODALIDADES DE COLABORACIÓN

La colaboración podrá materializarse mediante una o varias de las siguientes fórmulas:

- Aportaciones económicas en concepto de [patrocinio, mecenazgo, subvención, donación, financiación de actividades].
- Aportaciones en especie consistentes en [equipamiento, infraestructuras, materiales, cesión de espacios, servicios].
- Prestación de servicios técnicos o profesionales.
- Participación en organización y ejecución de actividades.
- Acciones de promoción y visibilidad.
- Intercambio de conocimientos, recursos humanos o asesoramiento.
- Otras modalidades que acuerden las partes: [especificar].

TERCERA. APORTACIONES DE LAS PARTES

[Parte A] se compromete a:

- [Describir aportaciones económicas, técnicas o materiales].
- [Responsabilidades operativas o de gestión].
- [Otros compromisos].

[Parte B] se compromete a:

- [Describir aportaciones económicas, técnicas o materiales].
- [Responsabilidades operativas o de gestión].
- [Otros compromisos].

Propuesta plantilla acuerdo de colaboración

CUARTA. OBLIGACIONES GENERALES DE LAS PARTES

Las partes se comprometen a:

- a) Actuar conforme a los principios de buena fe, transparencia y colaboración.
- b) Cumplir con la normativa aplicable vigente.
- c) Facilitar la información necesaria para el correcto desarrollo de las actuaciones.
- d) Designar una persona responsable de coordinación y seguimiento del acuerdo.
- e) Participar en reuniones de seguimiento con una periodicidad de [mensual, trimestral, semestral u otra].

QUINTA. RÉGIMEN ECONÓMICO

En caso de existir aportaciones económicas:

- La cuantía total será de [importe o fórmula de cálculo].
- La forma de pago será [transferencia, plazos, condicionantes, hitos de cumplimiento, etc.].
- El destino de los fondos será [detallar usos permitidos].

SEXTA. VISIBILIDAD, DIFUSIÓN Y USO DE IMAGEN

Las partes podrán difundir públicamente su colaboración mediante:

- Inclusión de logotipos en [materiales, campañas, web, redes sociales, publicaciones, eventos].
- Mención institucional o corporativa.
- Participación en actos públicos.

El uso de marcas, nombres comerciales o imagen corporativa requerirá autorización previa y conforme a los manuales de identidad corporativa de cada parte.

SÉPTIMA. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

Los resultados, materiales, estudios, contenidos o productos generados en el marco del acuerdo serán titularidad de [una parte / ambas partes / titularidad según contribución].

En su caso, se concede una licencia de uso [exclusiva/no exclusiva, temporal/indefinida, ámbito territorial] para [fines concretos].

Propuesta plantilla acuerdo de colaboración

OCTAVA. CONFIDENCIALIDAD

Las partes se comprometen a mantener la confidencialidad respecto de la información técnica, económica, estratégica o comercial a la que tengan acceso durante la vigencia del acuerdo y durante un plazo de [número] años tras su finalización.

NOVENA. PROTECCIÓN DE DATOS

Las partes se comprometen a cumplir la normativa vigente en materia de protección de datos personales, en particular [Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD), Ley Orgánica 3/2018 u otra normativa aplicable].

En caso de tratamiento de datos personales, se formalizará el correspondiente acuerdo de encargo de tratamiento si fuera necesario.

DÉCIMA. DURACIÓN

El presente convenio tendrá una duración de [plazo], iniciándose el [fecha] y finalizando el [fecha].

Podrá prorrogarse mediante acuerdo expreso y por escrito entre las partes.

UNDÉCIMA. MODIFICACIONES

Cualquier modificación del presente acuerdo deberá formalizarse por escrito y firmarse por ambas partes.

DUODÉCIMA. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Se constituirá una comisión o grupo de seguimiento integrada por representantes de ambas partes, con funciones de:

- Supervisión del cumplimiento del acuerdo.
- Resolución de incidencias.
- Evaluación de resultados.
- Propuesta de mejoras o ampliaciones.

DECIMOTERCERA. INCUMPLIMIENTO

En caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas, la parte afectada podrá:

- Requerir el cumplimiento en un plazo de [número] días.
- Solicitar la resolución del acuerdo.
- Reclamar indemnización por daños y perjuicios, si procede.

Propuesta plantilla acuerdo de colaboración

DECIMOCUARTA. RESOLUCIÓN ANTICIPADA

El convenio podrá resolverse por:

- Mutuo acuerdo entre las partes.
- Finalización del objeto del acuerdo.
- Incumplimiento grave o reiterado.
- Imposibilidad sobrevenida de ejecución.
- Otras causas previstas legalmente.

La resolución deberá notificarse por escrito con un preaviso mínimo de [número] días.

DECIMOQUINTA. NATURALEZA DEL ACUERDO

El presente convenio tiene carácter [privado / institucional / no contractual], no generando relación laboral, societaria ni de agencia entre las partes.

DECIMOSEXTA. LEGISLACIÓN APLICABLE Y JURISDICCIÓN

El presente acuerdo se regirá por la legislación [española].

Para la resolución de controversias, las partes se someten a los juzgados y tribunales de [localidad], salvo que acuerden previamente mecanismos de mediación o arbitraje.

4. FIRMAS: Nombre, cargo, entidad y fecha.

Y en prueba de conformidad, ambas partes firman el presente documento, por duplicado ejemplar y a un solo efecto, en el lugar y fecha indicados.

Por PARTE A

Nombre:

Cargo:

Firma: _____

Por PARTE B

Nombre:

Cargo:

Firma: _____

CONCLUSIONES

Este toolkit es concebido como una herramienta práctica, flexible y aplicable a cualquier ámbito en el que se busque establecer una colaboración público-privada. El reconocimiento de la inversión privada como parte esencial en proyectos de impacto social positivo es uno de los ejes sobre los que se vertebra este toolkit. El carácter de ese documento permite su adaptación a distintos contextos territoriales, sectoriales y organizacionales, sirviendo de apoyo para el diseño de estrategias colaborativas.

Los recursos planteados están orientados a impulsar procesos de cooperación que faciliten el desarrollo de proyectos e iniciativas con impacto social, económico y cultural, ideado originalmente para aquellos contextos rurales y de revitalización patrimonial. No obstante, se ha aplicado un enfoque multidisciplinar en las herramientas, lo que permite su aplicación a diferentes ámbitos y contextos, facilitando en cualquier caso su uso por agentes de distintas naturalezas. Este toolkit acompaña, por tanto, a las organizaciones en la identificación de oportunidades comunes y en la construcción de alianzas sostenibles.

En conjunto, el documento contribuye a reforzar la colaboración público-privada en ámbitos tan importantes como es el de la cultura y a situar esta cooperación como eje transversal de proyectos que generan valor añadido y beneficios para el conjunto de la sociedad.