

7a TROBADA D'ESPAYS DE CREACIÓ I PRODUCCIÓ DE CATALUNYA

XARXA
P R O D
■ C A T

DIRIGIT A GESTORS/ES DE CENTRES
I ENTITATS DEL SECTOR



Organitza: **XARXA
P R O D
■ C A T** Xarxa d'espais
de producció
i creació
de Catalunya

Amb el suport de:

 **Generalitat
de Catalunya**

 **Diputació
de Barcelona**

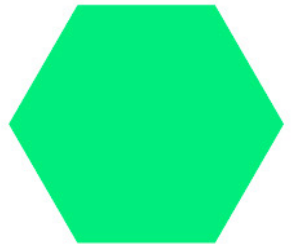
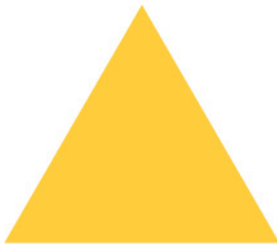
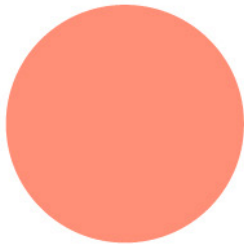
Col·laboren: **EL CORRALITO**

**NAU
IVA
NOW** 

Presentar projectes
Irati Irulegi I Anna Recasens

“Els montres no ens fan por, el pressupost tampoc”
Fernando González

Relatoria
Zaida Trallero



PRESENTAR PROJECTES

Irati Irulegi
Anna Recasens



Idensitat és un projecte d'art i d'espai públic que incorpora altres projectes, accions o intervencions que es despleguen en diferents espais i contextos

El taller que proposen està pensat des de l'experiència en convocatòries, per tal de compartir com treballa Idensitat. Plantegen el taller com una mena de vista panoràmica, sense explicar com funciona un pressupost o altres aspectes que necessiten un taller per si sols.

Idensitat, actualment, és un equip de quatre persones de diferents perfils com artistes, gestors culturals o en comunicació.

No hi ha fórmules màgiques, malgrat hi ha empreses que es dediquen a presentar projectes i que garanteixen l'èxit, la realitat és que aconseguir un 50% del que es presenta, ja és un èxit, el 100% no és realista.

Punts a tenir en compte a l'hora de fer un projecte

S'han d'elaborar estratègies de treball i sobretot mecanismes per minoritzar el progrés.



AUTOAVALUACIÓ

Si no volem que tot el procés ens mengi, haurem de començar per l'autoavaluació. És recomanable fer-la des del començament. Què passa? Que ens fa mandra... Per això l'avaluació s'ha de pensar avui per un projecte que es farà demà.

Ens hem de preguntar: amb què comptem? Què tenim? Quina mena de projecte som?

FLEXIBILITAT

La flexibilitat a vegades costa molt. Ja que tenim una idea que ens interessa molt i no som capaços de veure que treballar amb altres, que tenen idees similars, pot contribuir positivament al nostre projecte. Pot interessar més crear sinergies amb altres.

RECONÈIXER

A més de reconèixer possibles fonts de recursos, col·laboracions, etcètera, també, a partir de l'autoavaluació, reconèixer si el projecte encaixa, a vegades val la pena reiniciar, ja que pot generar frustració si no compleix amb els requisits.

Canals de finançament



LES SUBVENCIONS NO SÓN UNA FINALITAT I NO S'ACABA LA VIDA SI NO TE LA DONEN.

Hi ha altres canals alternatius de finançament com per exemple: l'esponsorització o un microcrèdit.

En l'àmbit de la subvenció

Les subvencions poden ser de l'administració pública estatal, municipal, europees com Europa Creativa, també de fundacions com la de la Fundació Carazo, etc. Precisament la de la Fundació Carulla o Art & Change són un «animal complex».

Quan tenim un projecte ens volem presentar, però el primer que hem de pensar és en coses pràctiques:

» **Tenim una estructura legal? Cal tenir-la? La tinc o no la tinc?**

Si no la tinc ens podem aliar amb algú que tingui l'estructura legal.

» **Ens demanen una localització específica.**

Hi ha tots uns requeriments, terminis... A vegades és millor no presentar tot el projecte sinó només una part.

RECORDAR QUE:

S'hauran de tenir a mà dades d'administració, compte bancari, estatuts associatius, contactes i és possible que es demani signatura electrònica o altre certificat digital. També la documentació relativa als/les socis/es si es tenen, o dels col·laboradors/es.

FAMILIARITZAR-SE AMB:

El mètode de presentació telemàtica. Vigilar amb els portals, ja que depèn de quin s'haurà d'emplenar el formulari d'un cop, però d'altres queden oberts per tal d'anar emplenant a poc a poc. No és una gestió fàcil i molts cops no surt a la primera.

TENIR EN COMPTE:

Les AGENDES de les administracions. Fixar-se en aquells punts en resposta a polítiques de base referents a gènere, inclusió, sostenibilitat, economia circular, etc. Recomanació: revisar els manuals administratius, són públics. D'aquesta manera, confirmem que el nostre projecte s'adequa a les demandes de les agendes.

Pensar en la JUSTIFICACIÓ:

Hem de tenir en compte que una subvenció només cobrirà una part del finançament del projecte! N'hi ha que cobreixen el 50, el 60, el 70 o com a molt el 80%. Això vol dir que la resta l'hem de posar nosaltres i no és el mateix posar-hi en un projecte de 5.000 €, que en un de 15.000 €... Podem assolir l'altra part? És més, podem justificar-la apropiadament? Potser s'hauran de buscar altres recursos. Si no tinc clar d'on vindran els recursos, pot arribar a ser un cabdell.

Considerem que ho podrem justificar. Si en el projecte s'ha comptabilitzat un pressupost de 15.000 €, llavors és un projecte de 15.000 €, el valor ha de ser pel que presentem i haurem de justificar el 15.000 €.

Durant el procés



REFORMULACIÓ

Intentar ajustar expectatives respecte de la primera presentació. Sol haver-hi un espai de 10 dies per presentar després de la resolució oficial. En la reformulació no cal canviar el projecte i prescindir d'alguna activitat, es pot abaixar una mica el to.

SEGUIMENT del projecte per poder fer el procés avaluatiu.

MEMÒRIA JUSTIFICATIVA

Preguntar-nos què ens interessa explicar del nostre projecte. A l'hora de justificar ens podem trobar amb certs dubtes. Ha de prevaler la **COHERÈNCIA INTERNA**. Hem de tenir clar que no podem acontentar a tots/es i no per això hem de desvirtuar el nostre projecte.

Normalment, demanen l'impacte de les activitats. Hem de ser conscients que les audiències no són les mateixes a les arts visual que a les arts escèniques, per exemple. Si el nostre s'encabeix a un sector amb menys públics, el projecte no es pot avaluar de forma quantitativa (número d'audiència) sinó qualitativament, argumentant que pel conjunt del sector és un projecte on s'ha detectat una necessitat del sector i que aquest projecte beneficia al mateix sector, a la comunitat d'artistes etcètera.

Qüestions prèvies

Important una sessió informativa, ja que ens pot ajudar a saber a qui va adreçada la convocatòria.

Pensar en:

- Quines necessitats cobrim. Com afecta la innovació en el nostre sector.
- Metodologia. El perquè fem servir una metodologia determinada.

LA PROPOSTA

Qui participarà? Quins seran els nostres públics? Audiència?

Pla de monitoratge. Ens serveix com a eina per quadrar i també saber aspectes del nostre projecte.

PRESENTACIÓ FINAL = conclusions, comunicació, avaluació.

AVALUACIÓ

Conèixer com va el projecte és la seva supervivència. Estem contents? S'ha de fer comunicació interna.

COMUNICACIÓ

A vegades pot fallar la part de comunicació. Però la poca audiència no sempre és el resultat per una mala comunicació sinó perquè hi ha activitats que amb poques persones són més significatives que altres que convoquen a 300, però no tenen repercussió. Es poden detectar necessitats a cobrir encara que la comunitat sigui petita, en aquest cas pot tenir més impacte.

CONCLUSIONS

La conclusió final no ha d'anar en contra d'allò que es va fer. En molts casos indica com serà la justificació.

VALORS AFEGITS

- Dinàmiques internes. Quina serà la governança? Qui participa en què?
- Resolució de conflictes. Sobretot en les convocatòries europees ho demanen, la capacitat de resoldre té a veure amb l'avaluació interna.
- Transversalitat i visibilitat. Com fer visible les necessitats i els problemes.
- Capacitat i actitud proactiva. Com implicar a la gent que treballa amb nosaltres.
- Desenvolupament de capacitats.
- Evolució i llegats. Què quedarà del nostre projecte?
- Compromís professional.
- Sostenibilitat. Com es pot mantenir en el temps?

EL PLA DE COMUNICACIÓ

Important fidelitzar a l'audiència. També tenir clar que el pla de màrqueting i comunicació no sempre es requereixen, dependrà del projecte.

INDICADORS

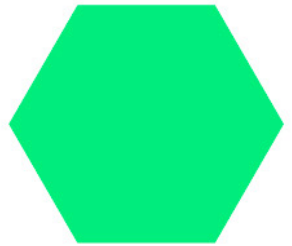
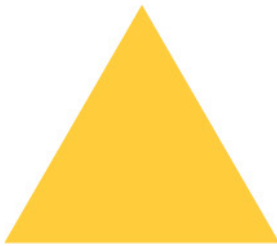
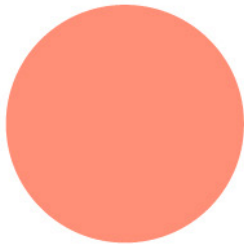
«Els indicadors també donen per fer un altre taller».

Hi ha uns indicadors variables i d'altres preestablerts segons la convocatòria. Tenen a veure amb els objectius assolits. Ens ajuden a identificar quantitativament o qualitativament amb relació als criteris del projecte.

RECORDAR que la justificació és molt important. És com un examen de com ha anat el nostre projecte. NO deixar-ho pel final.

Amb relació a les convocatòries:

- Hi ha algunes més senzilles d'altres.
- La de l'OSIC és de les que menys feina dona.
- Abans de presentar-se a projectes europeus, recomanen començar per la convocatòria L'Euroregió Pirineus-Mediterrània AECT (EPM). És una bona manera d'entrenar-se abans de demanar una Europa Creativa. Ofereix la possibilitat de treballar amb uns parners internacionals, i tenir un pensament més ampli.



“Els monstres no em fan por, el pressupost tampoc”

Claus pràctiques per a fer un pressupost correctament i executar-lo.

Fernando González



La Nau Ivanow és un centre de creació d'arts escèniques. Pretén ser un espai d'acollida i de recerca experimental. També comparteix processos creatius amb companyies no residents i públics. L'eix vertebrador és la internacionalització.

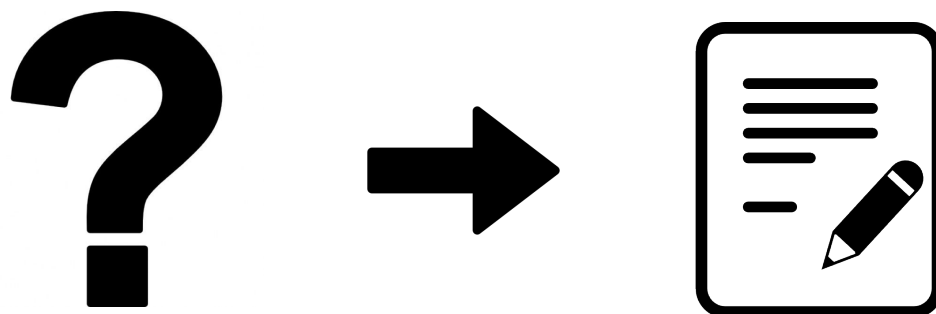
Què és un pressupost? És una carta als Reis?

Per alguns sí, però per altres no, ja que ha de ser realista, reflecteix la nostra feina i s'ha d'intentar guanyar diners.

Quan veiem un pressupost, la informació que ens arriba ja ens està dient molt: quin tipus de projecte és, com ho estan valorant, amb quins recursos es compta o no.

El pressupost ens explica una història, la història de la nostra entitat.

Quin projecte tenim?



Aquesta pregunta, es refereix, en certa manera, a la carta als Reis.

La Nau Ivanow és un centre cultural que es compon de moltes despeses, però també tenen clar cap a on volen anar. S'hi hauria de saber cap a on es vol anar d'aquí cinc anys.





Quan **comencem** a fer un pressuposts d'una entitat, normalment, el configuren diferents activitats, això ens pot atabalar, i no saber per on començar, és tan senzill com abordar-ho des d'allò més petit. Pensar quines persones faran l'activitat, quins materials necessitarem, com es faran...

Com deia l'Anna Recasens a l'inici de la seva presentació, és fonamental a l'inici de fer el projecte **l'autoavaluació**. Per exemple, a la Nau Ivanow els hi arriba un projecte d'unes noies que acaben de sortir de l'Institut del Teatre i volen fer un Hamlet. Són un grup de 14 persones, ja que hi ha bona sintonia i estan entusiasmats/des. Se'ls hi pregunta on volen fer-ho i la resposta és al Teatre Nacional. Però, quins recursos tenen? Cap.

Ens hauríem de preguntar per què a l'àmbit cultural funcionem així. «Me tiro sin recursos». Potser no tothom pot portar a terme la seva idea. Si veiem que els números no donen, quant de temps es pot sostenir aquesta situació...? Hi ha necessitats de vida (família, projectes personals, etcètera) i moltes vegades s'està abocant els temps en allò on no hi ha retorn econòmic.

A la Nau Ivanow no es discrimina a ningú, però sí que comencen a posar un punt, potser són massa propostes i fins que no tenen realment una estructura sòlida econòmica, és difícil continuar amb el projecte, potser s'ha de fer qualsevol altra cosa que no aquell projecte. A **l'oficina d'acompanyament** a la creació de la Nau és a on es barallem amb totes aquestes idees.

Si pensem amb l'empresa privada veiem que no funcionen així, fins i tot aquests negocis d'estètica (manicura, pedicura) apareixen com a xurros amb mínim 5 treballadores..., deuen tenir una estructura financera que suporti que l'activitat comenci a iniciar-se, sobretot els primers mesos que la gent no ho coneix i ha d'agafar confiança.

Per tant, d'alguna manera, es fixen en les empreses privades i entenen que la idea artística està molt bé, la il·lusió està molt bé, però ha d'estar sustentat perquè si no té una temporalitat. A la Nau els hi arriben moltes companyies i, malauradament o no, hi ha algunes que cauen perquè, evidentment, no es poden sostenir econòmicament.

Així doncs, el pressupost és:

- un punt de partida
- una guia de treball
- regeix les línies a seguir

Si en cinc anys vista es té clar el que es vol fer, les activitats que es volen realitzar, el pressupost indicarà si es pot fer o no. És una **eina que està viva** i s'ha de tenir cura constantment.

El pressupost també és una **eina de control** i també és una **eina política**. Quan ens presentem a les convocatòries es veuen els nostres interessos i la nostra salut econòmica.

El pressupost **ens defineix**, diu qui som, què fem, i com fem les coses. Amb el pressupost hem de poder explicar la nostra trajectòria, els nostres possibles.

A partir del pressupost es pot explicar la història del projecte. Si es fa una revisió dels pressupostos, sense entrar al pla de gestió, es pot veure l'evolució, si s'han utilitzat en tots els mateixos conceptes.

Quan tenim una idea, hem d'estructurar totes les activitats i quantificar el cost que té tot plegat. El que facilita molt és tenir un cert ordre i que els conceptes siguin sempre iguals. Les activitats poden ser molt diverses, però les partides, les despeses, es poden agrupar.

El pressupost també requereix un posicionament en situacions complicades econòmicament. Si per exemple, ens hem quedat sense diners perquè s'han pagat les pòlissies, la seguretat social, etcètera, haurem de veure qui pot cobrar i qui no. A la Nau es prioritza pagar primer als/les artistes, segon als treballadors i deixen als proveïdors els/les últims/es. Defensen que deuen cobrar, els/les treballadors/es perquè així estaran més satisfets/es i generaran dinàmiques de treball positives, que acompanyen i recolzen el projecte. Totes aquestes decisions també es plasmen en el pressupost.

ESTUDI DE MERCAT

Mirar en el context. Mira abans de començar a fer res, mira quins recursos tenim: parlem anglès?; parlem algun idioma?; tenim capacitat de mobilitzar-nos?

Es convenient fer una llista enorme de les necessitats, dels recursos que tenim i estructurar tot això, perquè si comptem amb un seguit de recursos que no té un altre, això ens dona una línia de treball molt diferent dels altres.

A la Nau Ivanow estan portant a terme la **internacionalització**. Animen a les companyies que marxïn, ja que en un estudi que estan fent es demostra que el mercat català no té espai per més companyies. A més les direccions de teatre tenen línies molt concretes on no tot casa. Abans d'iniciar un projecte que vol establir-se a Catalunya és millor estudiar el mercat i veure quines necessitats es tenen i quina línia de treball s'està elaborant.

El Mercat de les Flors fa molts anys que posa el focus en la internacionalització. Treballen molt perquè els /les artistes s'integrin en un mercat europeu. Es va crear La casa de les residències, on artistes volten per diferents residències d'Europa i això els hi dona un context, a més de veure altres realitats.

COMENÇAR PELS INGRESSOS

S'ha de trencar amb la dinàmica de què es té una idea que és perfecte per un/a mateix/a i es vol tirar endavant. Abans s'hauria de fer l'estudi de mercat, de necessitats, veure les propostes d'accions, i llavors elaborar el pressupost del micro al macro. Un pressupost realista i recomanen començar pels ingressos. No teoritzar amb uns ingressos que possiblement es rebran, millor pensar en els ingressos reals i després es fan les despeses.

COMPTABILITZAR TOTS ELS RECURSOS

Per portar un control realista del pressupost s'ha de comptabilitzar tot, deixa constància econòmica del que s'està fent, també aquelles activitats que es cobri amb espècies o siguin col·laboracions, ja que farà pujar el pressupost. A vegades es tractarà de tenir una comptabilització interna però que és necessària per saber el pressupost real.

NO PRECARITZAR

S'ha d'aconseguir trencar amb la lògica de la precarització. També pensant amb gent més jove que comença precaritzant-se, a vegades, no cobrant pel projecte, i en el cas del teatre, quan van a taquilla amb el % baix d'ocupació, moltes vegades no dona ni per pagar el bolo d'aquell dia.

Quan s'aconsegueix cobrar totes aquelles hores que invertim en el projecte? Hi ha tot un bagatge, una experiència que no es «**posa en valor**» o no ho podem valorar.

Si ens comparem amb l'empresa privada o en el món «normal», el preu per hora està molt clar. Tot es pot quantificar, la persona es fa valdre, si es pot fer a qualsevol professió, també ho hem de poder fer nosaltres, el que passa és que tenim por, perquè si quantifiquem surt molt car.

Des de la Nau Ivanow es convoquen reunions amb l'Ajuntament perquè s'entengui que hi ha dinàmiques de les subvencions i convocatòries que precaritzen. La lògica de la subvenció diu que hem de tenir ingressos propis i, com podem aconseguir-ho? Llogant l'espai propi a Netflix?

Encara hi ha molt per entomar i canviar. Porten 25 anys i tot segueix igual. Prenen els models europeus com a referència i com s'hauria de treballar al territori català i estatal. Han intentat crear una xarxa nacional, ja que les polítiques culturals exceptuant València, Bilbao, Madrid són inexistents a la resta de ciutats. Hi ha ciutats que tenen el mateix pressupost que la Nau Ivanow, així no es pot entrar a unes lògiques de diàleg, a remunerar els/les artistes sino tenen ni per subsistir. Per tant, els referents han de ser els europeus, que en les residències els hi paguen uns honoraris al mes, mentre que la Nau els hi donen serveis gratuïts. Encara queda molt per fer.

Ens hem de preguntar que volem nosaltres, que volem de l'administració i quins objectius tenim.



PRESSUPOST (EXCELL)

Tenim una partida general d'activitats. Si comencem a obrir pestanyes per cada projecte hem de saber que sempre estem parlant del mateix, perquè si no sortiran molts conceptes. El **Bloc general** és tot allò que va amb l'estructura, l'espai (lloguer, manteniment, neteja, subministraments, serveis externs...)

Quan parlem de **personal** ho fem de sous bruts i seguretat social.

En el pressupost entra:

- **Despeses de les activitats**
 - **Despeses personal**
 - **Despeses fixes**
 - **Les amortitzacions**
- **Els rebuts en espècies**
 - **Inversions a l'espai**
 - **El marge comercial**

Important l'IVA no es contempla en el pressupost, excepte si s'està en règim de prorrata. Serà la base imposable la que si que s'indica al pressupost.

* El pressupost ha de tenir benefici, si no en té, serà un projecte de poca durada.

* Com associacions els beneficis no poden revertir en els/les socis/es.

RECOMANACIÓ Incloure:

- » La informació per les subvencions.
- » Els tres tipus d'IVA
- » La despesa de gestoria

NO OBLIDAR FER VALDRE LA NOSTRA FEINA. AQUEST ÉS EL MISSATGE AMB EL PRESSUPOST.

WWW.XARXAPROD.CAT