V. Proyecto para el que se solicita ayuda:

1. **Descripción del proyecto**, con justificación de la adecuación a la finalidad o finalidades a que se

1. DEFINICIÓN DE NUESTRA EMPRESA

IDEC, Instituto para el desarrollo Educativo y Cultural SL, es una pequeña empresa dedicada a la formación profesional, localizada en Pontevedra.

La empresa está formada por dos socias también trabajadoras, dos empleados por cuenta propia y un colaborador autónomo.

IDEC siempre ha apostado por la formación como labor social para la integración fundamentalmente de jóvenes al mercado laboral, por las nuevas tecnologías como herramienta de trabajo y por la innovación como elemento clave de adaptación al mercado cambiante y cada vez más exigente.

Fruto de estas claves, en IDEC, llevamos varios meses madurando el proyecto "Plataforma para la Promoción y Contratación Cultural".

2. ACTIVIDAD DE IDEC EN EL SECTOR CULTURAL

La Cultura en España es un sector muy diverso y en continuo cambio y expansión. En 2017 aportó el 3,3% del PIB y un 3,7% del empleo total, según las cifras publicadas por el Ministerio de Cultura en el "Anuario de estadísticas culturales".

El gasto lo lideraron las administraciones locales, autonómicas y central, con 4.800 millones de euros en total. La suma total supone un 0,43% del PIB.

En este escenario, la participación de actividad del solicitante, en el sector, se puede definir como muy humilde.

Entre nuestras actividades cabe destacar la creación de contenidos digitales en relación a cursos profesionales. Creación, impartición y tutorización de numerosos cursos en modalidad de teleformación y la creación del primer curso online de Fútbol para jóvenes de 12 a 18 años.

Además del ámbito digital, desarrollamos actividades formativas en formato presencial como cursos de idiomas, preparación de oposiciones y asesoramiento en la búsqueda de empleo así como formación bonificada para empresas.
Trabajamos a nivel local. No somos una empresa líder en España ni muy conocida. No obstante, somos una empresa activa, innovadora y con un gran proyecto para desarrollar.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO "PLATAFORMA PARA LA PROMOCIÓN Y CONTRATACIÓN CULTURAL"

Tras meses de estudios preliminares sobre la oferta cultural en España, hemos puesto de relieve una característica sobre la cual se basa nuestra propuesta de proyecto. Esta característica es la enorme atomización de la oferta cultural y artística.
Innumerables asociaciones de artistas, una por cada sector y en cada provincia, plataformas para el reconocimiento de artes tradicionales, oferta cultural a través de las webs de cada organismo público (ayuntamientos pequeños, organismos grandes), innumerables iniciativas de promoción cultural (festejos, jornadas, ferias) y, por supuesto, cada artista tiene su propia presencia en cada una de las redes sociales activas, Facebook, twiter, youtube, etc.
Esto se traduce en que localizar un determinado tipo de artista o expresión cultural, en un determinado lugar, sea una labor tediosa. Debemos buscarlos en diferentes foros, contactar con ellos, pedirles material sobre su trabajo, consultarles para saber sus disponibilidades y sus tarifas.

En una época marcada por la inmediatez, la tecnología y la información, hemos buscado una solución para este problema.
Nuestra propuesta es la creación de una plataforma donde podamos consultar e interactuar con la oferta artística y cultural a nivel nacional teniendo la posibilidad de:

1. Consultar los datos de cada artista.
2. Ver a través de un video de un minuto una presentación de cada uno.
3. Ver tres videos de un minuto representativos de su trabajo.
4. Conocer su disponibilidad.

5. Conocer sus tarifas.
6. Contactar con cada uno de ellos.
7. Poder hacer búsquedas por nombre, o hacer listados segmentados por tipo de actividad, ámbito geográfico, lugares donde están dispuestos a actuar, fechas disponibles o precio.
8. Saber cuáles de estos artistas aceptan acciones de mecenazgo.

Imagen orientativa. Posible aspecto de la plataforma.

Los artistas/creadores se clasifican primeramente por *"tipo de actividad"*, así pueden organizarse por:

- Grupo Musical: Rock, Folk, Tradicional, Regional Gallega, Soul, Jazz, Heavy, …
- Cantante solista, pianista, trompetista, flautista,…
- Artista callejero: malabarista, mago, equilibrista, mimo, …
- Artista de galería: pintor, escultor, dibujante, cómic, …
- Etc…

Así, por ejemplo, un promotor musical portugués podrá buscar varios "Grupos tradicionales de música gallega" que estén dispuestos a actuar en "Oporto" el día "7 de

julio" y que no cuesten más de "4.000€" cada uno. O, el ayuntamiento de Granada podrá buscar, para la semana grande sus fiestas, a tres "Magos" especialistas en "escapismo" para actuar en "Granada" los días "4-5 de agosto" y que no cuesten más de 10.000€. Una galería de arte italiana podrá buscar tres "pintores" "españoles" con obra representativa de nuestra nación dispuestos a exponer en "Roma" la "primera semana de febrero" por un determinado precio.

También, un representante, agente comercial o mecenas, podría buscar un joven talento, que esté empezando su actividad para contactarlo y proponerle cualquier colaboración o alguna de las 3 formas de mecenazgo que veremos más adelante.
Las posibilidades son infinitas. No sólo consultamos los datos de cada artista, sino que podremos contactar con cada uno de ellos para ampliar información y realizar la reserva de contratación desde la misma plataforma. Todo ello en un mismo lugar y en pocos clics.

Ventajas para los artistas

1. Promoción y difusión de su obra.

Esta sencilla plataforma queremos que se convierta en el escaparate principal de la oferta cultural y artística de España. Una persona a la que le guste el "rock alternativo" podrá tener un listado de las bandas nacionales de esta tipología, pueda acceder a sus videos y pueda compararlas.
A través de un botón (no aparece en la imagen de la aplicación) los usuarios podrán compartir la ficha de ese artista en cualquiera de las redes sociales.

2. Contratación y venta de sus servicios.

A continuación de los botones de vídeos tenemos los botones de compra o contratación. Cada artista creará sus productos personalizados. Un mago puede crear, desde su área privada, un botón de "contratar una actuación de una hora". Un cantante puede crear un botón de "descargar disco" y un pintor puede crear un botón de "comprar cuadro" o "encargar exposición".

3. Financiación para los artistas a través de mecenazgo.

Al crear su ficha, cada artista podrá optar por activar la función de mecenazgo. Por ejemplo, un incipiente grupo musical, talentoso pero sin recursos, necesita una mesa de mezclas de 1000€ para realizar trabajos profesionales y grabar su primer disco. Activarán el botón "mecenazgo" donde detallarán sus necesidades. Cuando un mecenas o profesional musical vea los vídeos amateur de este grupo y crea que tienen un gran potencial puede entrar a través del botón mecenazgo y contribuir con el grupo de alguna de las 3 maneras que detallaremos en el punto 8 de este documento.

4. Todo esto será gratis para los artistas.
Con todas estas ventajas, a todos los artistas les interesará estar presentes en esta plataforma.

Ventajas para los promotores.

No vamos a repetir lo ya señalado en los puntos de descripción del proyecto. Es obvio que para un promotor cultural, ya sea un organizador de eventos que busca un dúo para amenizar una boda, una discoteca que busca dj, un organismo público que busca artistas callejeros de calidad, una galería de arte que busca pintores o particulares por ocio es tremendamente útil esta herramienta.
Todos estos servicios básicos son gratis para los promotores.

Ventajas para otras entidades

Cualquier asociación cultural, escuela de música que quieran captar socios o clientes, galería de arte, podrá tener su espacio en la plataforma. Bien a través de su ficha de usuario o a través de la contratación de publicidad en la plataforma.
También las empresas privadas de venta de material específico para cada especialidad pueden beneficiarse de los intercambios que se pueden crear; vínculos, éstos, beneficiosos para todas las partes.
Estas ventajas son, al mismo tiempo, los FINES marcados en la realización del proyecto.

4. ADECUACIÓN DEL PROYECTO A LA CONSECUCIÓN DE LOS FINES MARCADOS: PROMOCIÓN DE INVERSIONES PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDOS CULTURALES DIGITALES EN INTERNET

La presencia de los artistas en la plataforma incentivará la creación de contenidos culturales digitales. Los artistas deberán ser creativos y destacar entre los demás para lograr que se fijen en ellos y no en otros.

Los artistas con talento pero, sin ningún trabajo promocional, sin un vídeo de presentación de quiénes son, se verán obligados a realizar estos contenidos digitales y "subirlos" a sus fichas.

Uno de los fines que queremos destacar es la mejora sustancial en el acceso de los ciudadanos a los contenidos culturales de manera cómoda y rápida. No existe, en la actualidad, un lugar en internet con estas funcionalidades. El proyecto del que nos ocupamos es único.

5. ADECUACIÓN DEL PROYECTO A LA CONSECUCIÓN DE LOS FINES MARCADOS: PROMOCIÓN DE INVERSIONES PARA LA MODERNIZACIÓN, INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DE LA INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA

Invertiremos, de manera patente, en modernización del sector y de cada una de las ofertas culturales.

Se trata de una plataforma sencilla y, por esta razón, innovadora. Será la nueva manera de gestionar la oferta cultural de nuestro siglo. Sin duda, la Plataforma para la Promoción y Contratación Cultural modernizará el sector.

Teniendo como base el desarrollo tecnológico, la plataforma digital, accesible desde cualquier ordenador, teléfono móvil y app, será sencilla y completa. Rápida desde el

punto de vista de acceso, los vídeos no serán "pesados" (máximo 1 minuto). Los vídeos más grandes se gestionarán a través de "*links*" a otras plataformas como YouTube.

Será el principal escaparate de los nuevos grupos, artistas y creadores a nivel nacional.

Innovar es, como sabemos, transformar conceptos e ideas en proyectos y, eso, es lo que pretendemos con esta plataforma.

Innovar es, también, modificar el uso de los recursos. Con esta plataforma no creamos arte de forma directa pero cambiamos notablemente la forma de manejarlo y, por tanto, de concebirse.

La innovación, sabemos ahora, sólo cobra esencia cuando se implementa como un nuevo producto, servicio o procedimiento. Nuestra plataforma es una innovación en esencia. Creará, por tanto, nuevos procedimientos y nuevas formas de interacción entre la sociedad y la cultura.

La innovación tecnológica, que tiene como fin hacer crecer a personas y empresas, es nuestro reto.

Se pretende aportar soluciones donde la creatividad y la vanguardia cobren sentido y eso será lo que permita nuestro proyecto. Aportaremos al usuario una inmejorable experiencia cuando navegue por el escaparate cultural que será la plataforma. Como navegar por un "YouTube" pero sólo de contenidos culturales, artísticos y creativos.

<u>Calidad artística del proyecto</u>:

En la economía contemporánea se ha incrementado el uso intencionado del arte para ayudar a superar diversos retos sociales y, además, en los últimos años, han surgido nuevas formas de integrar el arte, la sociedad y el bienestar en general.

El impacto de las artes es de gran actualidad y, por lo tanto, se espera que los gestores culturales y sociales contemos con las habilidades necesarias para generar impacto en

la sociedad a través de la creación y gestión de proyectos artísticos-culturales como el que nos ocupa.

El arte, y los proyectos artísticos, tienen que demostrar su influencia e impacto en la sociedad, en el mundo de las artes, entre los colectivos que participan activamente y en la sociedad en general y el terreno ideal para afrontar ese reto es el espacio creado en internet.

El proyecto Plataforma de Contratación y Promoción Cultural nace con el objetivo de aumentar el nivel de conocimiento y competencia de los gestores culturales que participan en la gestión y en la mediación de proyectos artísticos con impacto en la sociedad.

Debemos llevar a la práctica, en proyectos concretos, las interacciones del arte y la sociedad y, además, identificar los aspectos principales de gestión que son relevantes para aumentar la influencia social de las artes.

Nuestro proyecto artístico-cultural generará impactos directos e indirectos, siempre positivos, en la sociedad.

Sabemos que se trata de un proyecto diseñado de forma sencilla, atendiendo a las necesidades de los agentes intervinientes. Esta sencillez le aportará robustez y sostenibilidad. De esta manera, el proyecto implementará cambios en la sociedad.

No hemos diseñado la aplicación para atender las necesidades de una empresa en particular, ni para lograr resultados a corto plazo. Los gestores de esta plataforma la hemos diseñado dando preferencia a las artes y a su difusión. Pensamos en los artistas y sus necesidades y buscamos el beneficio del sector y de la sociedad en primer lugar.

Cada agente que participa en las actividades del proyecto, promotores culturales, artistas, empresas, clientes, mecenas y organismos públicos tienen su propia manera de hacer las cosas y asumen diferentes roles dentro del proyecto. Por ello, nuestro

proyecto ha sido diseñado de forma integradora, donde todos estén representados y donde el protagonista no seamos nosotros sino el arte y los artistas.

Los artistas funcionan, en la práctica, como los proveedores de soluciones. Nuestra misión es facilitar la interacción entre todos los agentes, asegurando el desarrollo de las prácticas comunes y evaluando el resultado logrado. Debemos, por tanto, contar con el compromiso de los participantes en el proyecto.
Las actividades de evaluación de impacto proporcionan un foro adecuado para la comunicación y la interacción entre artistas, mecenas, público, empresas y otras partes a través del *feedback* que aportan en la plataforma.

6. ADECUACIÓN DEL PROYECTO A LA CONSECUCIÓN DE LOS FINES MARCADOS: GENERACIÓN DE EMPLEO Y DESARROLLO DEL SECTOR CULTURAL

Consideramos que el proyecto, que modernizará el sector, influirá en su desarrollo, la plataforma será un referente en el sector cultural y creativo. Las sinergias creadas entre los diferentes actores en el sector, empresas, promotores, artistas, creativos, etc, así como el enorme potencial internacional que tiene y que veremos en el apartado correspondiente hace que el proyecto sea un motor de desarrollo del sector.

En cuanto a la generación de empleo directo, estamos hablando de la creación de tres puestos de trabajo indefinidos, de forma directa, en su fase inicial. No obstante, el gran potencial viene dado por la dinamización del sector y la creación de empleo que definiremos como indirecto que se generará "directamente" a través de las contrataciones realizadas en la plataforma. Para este tipo de creación de empleo, las estimaciones nos arrojan cifras de más de 100.000 horas de contratación de servicios culturales, creativos y artísticos a cinco años vista.

En la segunda parte de este documento, cuando hablamos del plan de operaciones de explotación del proyecto, detallamos las características y costes de los puestos de trabajo creados.

7. ADECUACIÓN DEL PROYECTO A LA CONSECUCIÓN DE LOS FINES MARCADOS: INTERNACIONALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA Y FOMENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA MEDIANTE INTERNET

De forma simultánea al crecimiento de la plataforma, a nivel nacional, está el crecimiento a nivel internacional.

Si la plataforma facilita el acceso de los ciudadanos españoles a la oferta cultural española, más facilitará todavía dicho acceso a los agentes extranjeros.

Destacamos tres aspectos:

1. La plataforma estará disponible, inicialmente, en castellano y en aquellos idiomas que sean influyentes culturalmente por proximidad. Es decir, aquellos que pueden ser de interés desde el punto de vista comercial y/o tu

- **GALLEGO**
- **CATALÁN**
- **EUSQUERA**
- **PORTUGUÉS**
- **INGLÉS**
- **FRANCÉS**
- **ITALIANO**
- **ALEMÁN**

2. Ventajas:
La primera ventaja, acerca de la internacionalización, es que la oferta cultural española puede ser vista en una única plataforma de forma rápida, sencilla y completa.

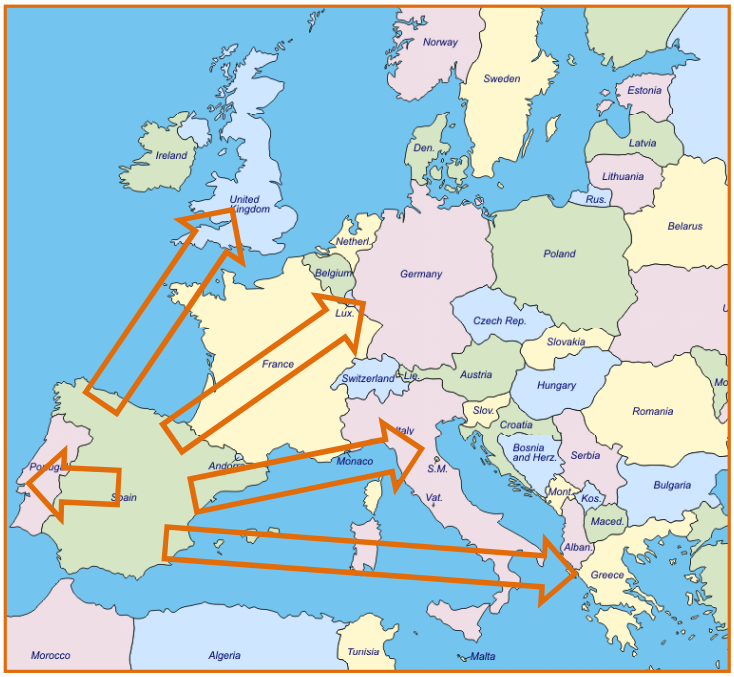
Por ejemplo, una galería de arte francesa que quiere organizar una exposición con varios pintores españoles de una determinada temática no tiene más que entrar en la plataforma y en cuatro "*clics*", usando los filtros adecuados, puede consultar:

Pintores + españoles + dispuestos a exponer en Francia + hasta un precio

En cuestión de segundos podrá saber si es factible montar la exposición o no. Podrá ponerse en contacto con ellos desde la misma plataforma, consultar sus datos de contacto, ver una muestra de su obra y conocer su disponibilidad para las fechas que busca. Todo ello en pocos segundos y totalmente gratis.

De la misma manera, un organismo público portugués que busca varios grupos musicales gallegos, para realizar un festival de intercambio cultural, usando los filtros, puede consultar:

Grupos musicales de la categoría "Folclóricos" + gallegos + que viajen a Portugal + hasta un precio + para una determinada fecha



La internacionalización del proyecto es una ventaja evidente para promotores y artistas.

La segunda ventaja de la internacionalización del proyecto es que la plataforma puede consultarse por aquellos turistas que piensan venir a España y, antes de su viaje, quieren conocer la oferta cultural de la que podrán disfrutar (días, lugares en los que vayan a estar durante su estancia y, lo que será mejor, puede hacer que el turista que

está buscando un lugar de vacaciones incline su balanza por España al poder consultar qué oferta cultural tendrá disponible durante su viaje.
El nuevo consumidor busca experiencias auténticas que le permiten desarrollarse como turista creativo y cultural.

La combinación de ambas puede satisfacer esta demanda. La OCDE ve un potencial enorme si se producen sinergias entre el sector turístico y el cultural que, en España, empiezan a producirse.

Un perfil del viajero, cada vez más informado y exigente, es el denominado "turista cultural". Para este perfil de viajero, las vacaciones son la oportunidad de zambullirse en una cultura extranjera. Se mide el valor de cada viaje en función de la autenticidad de la experiencia, aunque eso suponga ciertas incomodidades. Se rechaza la planificación y se tiene una mayor disposición al consumo compartido o participativo.

El surgimiento de esta tribu viajera propicia sinergias cada vez mayores entre el sector turístico y las industrias culturales y creativas que permitirán, a este tipo de viajeros, experimentar la cultura local: turismo experiencial, sostenible, responsable y, por supuesto, creativo y cultural.

Este viajero creativo genera contenido de sus experiencias y lo comparte profusamente en redes sociales. Puede, incluso, combinar distintas clases de turismo en un único viaje: enoturismo, gastronómico, ecoturismo, idiomático, creativo.

Desde el punto de vista del gasto, el visitante por motivos culturales es una tipología de turista que gasta de media más que los demás, pese al descenso en el gasto global registrado en los últimos años en España.

Los consumidores ya no se conforman con tener la misma experiencia que los demás y ver de una forma pasiva los lugares que en un determinado destino deben ser vistos. Quieren tener experiencias únicas que los diferencie de los demás consumidores y, también, que se les permita participar activamente en la experiencia.

Esa necesidad lleva a esta tipología de turistas a buscar de forma previa esa información que les resulte útil y es aquí donde nuestra plataforma puede convertirse en esa herramienta. Aprender pintura con un artista experto, compartir cabina con un DJ en Ibiza, participar en la preparación de los carnavales en Cádiz, asistir a un taller de

encaje de bolillos en Camariñas (A Coruña) o cocinar paellas con auténticos valencianos en Valencia. Las opciones son muchas y nuestros artistas sólo deben utilizar la plataforma para promocionarlas.

Puede decirse que existe una evolución del turismo tradicional (playa y monumentos) hacia un turismo cultural y de inmersión. Nos encontramos desplazándonos desde una economía basada en la prestación de servicios hacia una economía basada en la experiencia, en la que los consumidores quieren, de alguna forma, vivir una experiencia memorable, capaz de transformarlos, de cambiar su forma de pensar y actuar.

Con esta evolución surgen nuevas oportunidades para crear nuevas formas de consumo cultural, una base sólida para el desarrollo del turismo creativo.

Para la UNESCO es también una forma de ciudadanía:

"Un turismo en el que el visitante tiene una interacción educativa, emocional, social y participativa con el lugar, su cultura y sus autóctonos. Los turistas se sienten en estos destinos como ciudadanos"

Para la OCDE, la conexión del turismo con las industrias cultural-creativas tiene un enorme potencial, las sinergias podrían:

- Aumentar la demanda turística y/o cambiar el perfil del visitante generando nuevas experiencias más atractivas e interesantes.
- Mejorar la imagen del destino.
- Atraer talento creativo mediante la mejora de la calidad de vida y las oportunidades de negocio tanto en el turismo como en las industrias creativas.
- Estimular la innovación añadiendo impulso creativo y nueva tecnología al desarrollo del turismo y retar a las industrias creativas a encontrar nuevas formas de gestión turística y a mejorar el sector.
- Fomentar las exportaciones con productos que conecten contenido creativo, destinos y cultura de forma que sean más atractivos para los visitantes.

Los turistas extranjeros que vienen a España quieren: información ágil, no perder el tiempo buscando, información fiable, de primera mano, opinar sobre sus experiencias y compartir los contenidos en las redes. Todas estas exigencias van a satisfacerse en nuestra plataforma.

8. ADECUACIÓN DEL PROYECTO A LA CONSECUCIÓN DE LOS FINES MARCADOS: PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO Y MECENAZGO

Este es uno de los puntos más importantes y diferenciadores del proyecto de la plataforma.

El mecenazgo cultural es un concepto sin el que no se podría entender la conservación y enriquecimiento del Patrimonio de Interés Cultural de una región o país. El mecenazgo es fundamental porque implica a los ciudadanos en una tarea tan importante como ésta mediante diferentes tipos de aportaciones privadas.

Es la manera de fomentar la participación de la sociedad, a título privado, en la conservación y defensa del patrimonio.

Donaciones

Las necesidades de conservación y restauración que requiere el patrimonio cultural en España hacen que sean necesarias aportaciones privadas para su conservación.

Además del mecenazgo, mediante donaciones o donativos, encontraremos otras formas de mecenazgo menos habituales como son los convenios de colaboración con empresas en el desarrollo de actividades así como los diferentes gastos que se lleven a cabo en actividades de interés general.

Difusión y promoción

Como hemos explicado (véase supra), éste es uno de los puntos más importantes que se persigue con la regulación de este tipo de actividades. Por ello, las exposiciones, publicaciones y otros tipos de difusión del Patrimonio para que se conozca y pueda ser disfrutado por la comunidad, es otro tipo de mecenazgo fundamental para la cultura.
Este tipo de mecenazgo persigue la difusión del Patrimonio Cultural Español para que sea conocido y disfrutado por todos, como legado para generaciones futuras, mediante exposiciones temporales y publicaciones o catálogos.

Además desde la plataforma:

- Premiaremos las iniciativas relacionadas con este tipo de mecenazgo.
- Dedicaremos publicidad para la difusión del programa ***"patrimonio.es"*** para difundir los elementos del Patrimonio Cultural Español.
- Priorizaremos y daremos ventajas publicitarias a conciertos, actuaciones, exposiciones y otros eventos que fomentan directa o indirectamente:
    a. Bienes singulares declarados Patrimonio Mundial.
    b. Edificios eclesiásticos incluidos en el Plan Nacional de Catedrales.
    c. Ciudades Patrimonio de la Humanidad
- Incentivaremos el protagonismo de la sociedad civil, como el fomento de la participación en la programación cultural.
- Gestionaremos los recursos provenientes del mecenazgo con captación de recursos que promocionen el apoyo económico de la sociedad civil a las artes escénicas, musicales y cinematográfica.

La ficha de cada una de las ofertas culturales llevará el botón de "Mecenazgo".

Ejemplo: Un joven pintor decide abrir una ficha en nuestra plataforma. Introduce sus datos personales de contacto, la categoría cultural "Dibujante de Cómic", su población "Segovia". Sube, en forma de imágenes o vídeo, una parte representativa de su obra creativa. A continuación, el sistema le preguntará si tiene alguna necesidad de Mecenazgo y el pintor de nuestro ejemplo explicará que necesita una paleta digital de dibujo de 1.000€ y que acepta aportaciones de 100€ a cambio de una caricatura.

Un inversor privado o mecenas, que está navegando por la plataforma, se fija en el trabajo del artista, accede al botón "mecenazgo" y tiene tres opciones de colaborar con el joven:

1. Donativo sin condiciones. Por ejemplo, hacer una aportación de 50€ sin esperar nada a cambio.
2. Donativo condicionado. Por ejemplo, hacer un donativo de 100€, a cambio de un cómic (similar al crowdfunding).
3. Fórmulas negociadas. Donde se abre un proceso privado de negociación entre las dos partes con intención de completar un proceso de representación o cualquier otra fórmula.

Por último, hemos de destacar que todo el proceso de financiación y mecenazgo es totalmente gratuito para las dos partes.