Introducció a la producció i gestió de projectes d'art aplicats a l'educació i l'acció comunitària
Xarxa ARTIBARRI – octubre i novembre 2021

Mòdul 2. Pressupostos i recursos
Dissabte 30 d'octubre

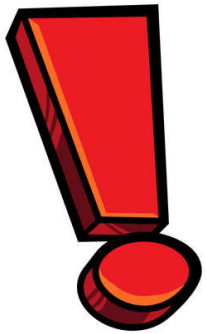
Aspectes clau de les subvencions públiques

Àgia Luna. ARTIXOC

TENACITAT

PACIÈNCIA

TEMPS



PROJECTE

RIGOR

CONTACTES

IDEES

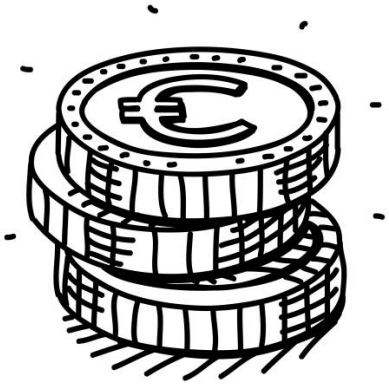
INFORMA
CIÓ

Les subvencions públiques

Donació dinerària voluntària i eventual de caràcter modal i receptícia destinada a promoure fins o activitats d'interès públic

Em definitiva...

Allà on l'administració no arriba, arribem nosaltres !!!



COMENCEM A...

demanar diners

Hem de tenir en compte el **cicle de vida** de la subvenció. Ens hi dediquem en determinats moments de l'any. Vigilem la data límit de la convocatòria.

L' àmbit d'actuació del projecte ens indicarà on podem sol.licitar diners.

Hem de conèixer els **canals de finançament**.

Ens caldrà escollir **l'àmbit institucional** / Potser cal més d'una institució que aporti finançament o bé diner propi.

Amb qui treballarem la sol.licitud ? Quina **energia** necessitem? (Sabrem parar?). Planificar !

CONEIX L'ADMINISTRACIÓ

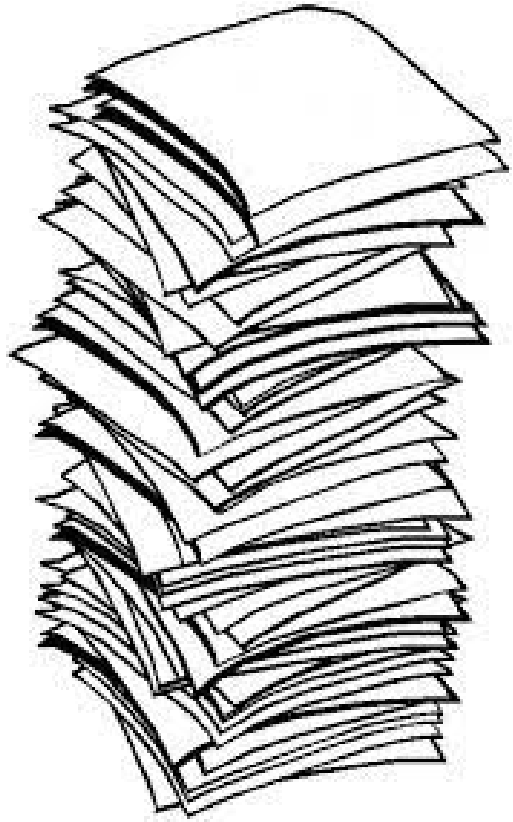
Unió Europea

Estat espanyol

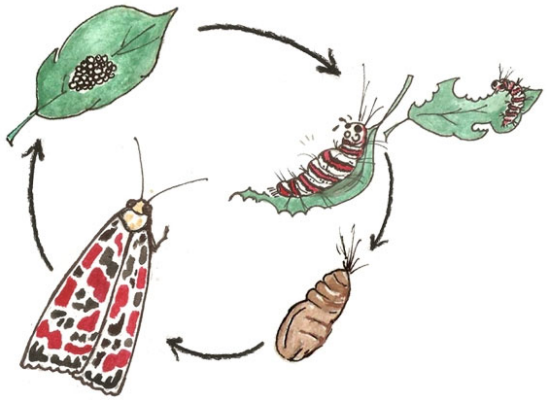
Generalitat de Catalunya

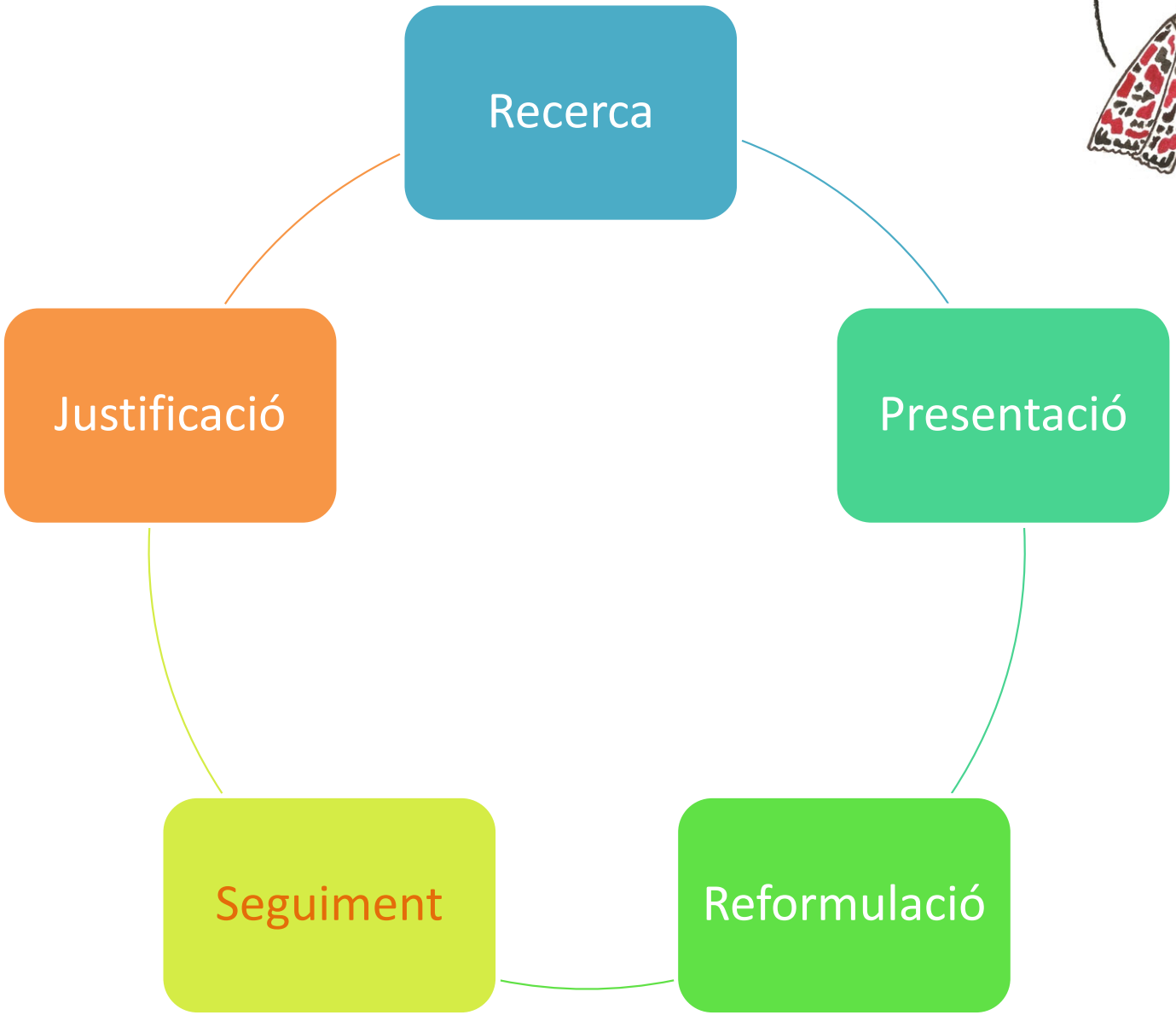
Diputació de Barcelona i altres

Els municipis



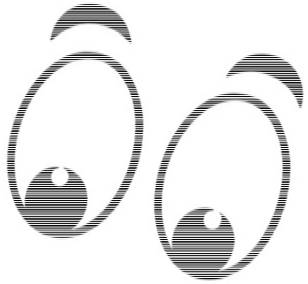
CICLE DE VIDA D'UNA SUBVENCIÓ





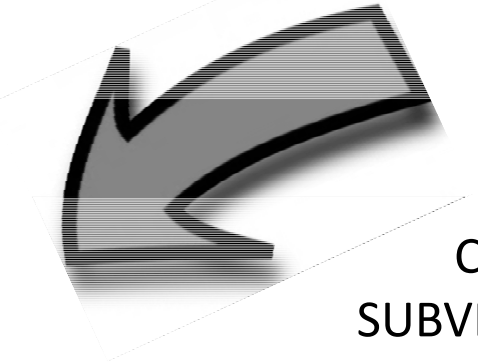
PAS A PAS

bàsic



Baixar la documentació del web: formularis, annexos, apèndix, guies...

REDACTAR



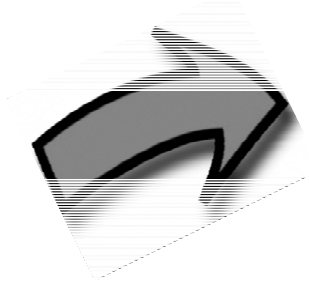
Enviar dins la data límit (enviament online – certificat digital)

ESPERAR la resolució *provisional*

Atendre REQUERIMENTS de documentació

CADA SUBVENCIÓ TÉ ELS SEUS TEMPS D'ESPERA

<u>Resolució</u> positiva definitiva



REALITZACIÓ DEL PROJECTE *DINS EL TEMPS RESTANT*

Recollir dades i justificants econòmics

REDACTAR Memòria justificativa completa – ENVIAR JUSTIFICACIÓ

Atendre requeriments de justificants econòmics

PRIMERS CONSELLS 1/5

- Llegir molt bé les bases i la convocatòria
- Baixar tota la documentació: normativa, resolució, formularis, annexos...
- Fer un exercici de lectura exhaustiva, subratllar i familiaritzar-se amb l'entorn.
- Apuntar data límit a l'agenda. Ser capaços d'enviar-ho 1 o 2 dies abans de data límit.
- Si necessitem cartes de suport, demanar-les de seguida.

PRIMERS CONSELLS 2/5

- Posar-se en contacte amb l'administració, tècnic/a responsable per tal de: resoldre dubtes, donar-se a conèixer, explorar l'encaix del projecte

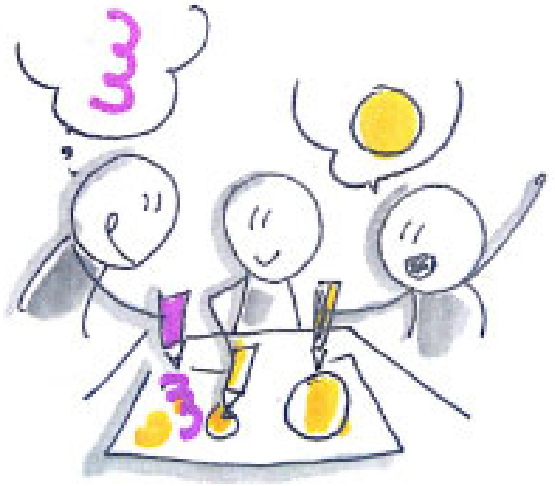
- Assistir a sessions explicatives

- No dubtar mai a preguntar allò que no estem segurs.

- Buscar altres persones que hagin demanat la subvenció abans. Crear sinergies.

- Documentar-se bé, preparar-se pel redactat

PRIMERS CONSELLS 3/5



- Treballar en EQUIP, evitar fer-ho sol.

Pensar on trobarem suports i
quin equip de persones serem.

- Necessitem coneixements tècnics, logístics i temps, habilitats de redacció, coneixements econòmics.

- LA GRAN PREGUNTA... Necessitem una estructura? Segurament ho indica la convocatòria (entitat, cooperativa, freelance, etc) però qualsevol pot, si s'ho proposa.

- Necessitem certificat digital, IMPRESCINDIBLE.

PRIMERS CONSELLS 4/5

- CAL VOLUNTAT i ESFORÇ però

LA MAJORIA DE FORMULARIS SÓN ASSEQUIBLES

- NO *DESVIRTUEM* LA NOSTRA BONA VOLUNTAT

de res ens servirà davant la rigidesa de l'administració

- Per la gestió del procés, CAL DISPOSAR DE CONEIXEMENTS ECONÒMICS I TÈCNICS: és bo que una persona centralitzi els temes administratius (requeriments) i faci la justificació econòmica sense errors o bé amb capacitat d'esmenar-los dins el TEMPS. Estar atents al correu.

PRIMERS CONSELLS 5/5

- Recollir justificants de TOT el que s'ha fet, nòmines, factures, etc.

- Si podeu fer un seguiment mensual de despeses, millor.

- Si treballem amb pàrtners, caldrà CLAREDAT, ORDRE, SEGUIMENT DE DESPESES.

FEM
UN COP D'ULL
A UNA
SUBVENCIÓ

B. SOBRE EL PROJECTE PRESENTAT A SUBVENCIÓ

1. IDENTIFICACIÓ

Persona de contacte responsable del projecte:	Àgia Luna	Telèfon o mail de contacte:	artixoc@gmail.com/667538134 - 932964100
Denominació del projecte :	La Botiga de l'àvia - Descobrir Hostafrancs i Sants des del comerç antic		
Àmbit temàtic i programa:	A.n		
Àmbit territorial:	11 (ciutat)	Lloc de realització:	Hostafrancs i Sants

Altres entitats col·laboradores en aquest projecte:

Eix Comercial Creu Coberta, Grup de Recerca Històrica Didpatri, Mercat d'Hostafrancs, Forn Esplugues, Pastisseria Kessler, Pastisseria ives, Forn Giraut, Camiseria Ros, Òptica Oliver, Joieria Roé, Farmàcia Escudero, Quiosc Bambú, Floristeria Lloveras, Celler de Gelida, entre d'altres.

Data d'inici del projecte:	1-1-2021	Data de finalització del projecte:	31-12-2021

FONAMENTS I QUALITAT DEL PROJECTE

2. BREU DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE

Explicació general sobre el tema del projecte i de les activitats.

"La Botiga de l'àvia, descobrir Hostafrancs i Sants des del comerç antic" és un projecte de rutes històriques a 2 barris del Districte de Sants-Montjuïc per a descobrir tant el patrimoni comercial com les riqueses humanes que existeixen i que no estan a l'abast del visitant "tradicional". La idea és portar el visitant de viatge per comerços tradicionals, i aportar-li coneixements bàsics amb relació amb el teixit humà i cultural que han format els comerciants amb el pas dels anys. Es tracta d'un programa de 30 rutes guiades teatralitzades, dirigit a visitants de tot tipus, però sobretot a públic local que vol recupera la memòria perduda.

Les rutes són teatralitzades, és a dir, un equip d'actors que representen episodis del passat expliquen anècdotes del recorregut i sobretot del barri antic. Una actriu-historiadora principal farà de "guia" i es trobarà amb uns altres "personatges" que reforçaran la dramatització i la narració.

Volem fer 2 temàtiques-circuits diferents a escollir on hi caben multitud de comerços (en tenim identificats 22 que daten de principis de segle fins als anys 50) i també volem mostrar i degustar productes de comerç que tenen els seus orígens en el passat (de fa més de 50 anys) i mantenen la seva autenticitat.

3. JUSTIFICACIÓ DEL PROJECTE

Antecedents del projecte, justificació de la seva necessitat, valors que promou, voluntat de permanència en el temps.

.

4. DESTINATARIS DEL PROJECTE

Breu descripció del col·lectiu destinatari del projecte. Cal descriure, si escau, la participació del col·lectiu destinatari en el procés de definició, execució i seguiment del projecte.

El col·lectiu que gaudirà de les visites teatralitzades està previst que siguin, principalment, ciutadans de Barcelona (donada la situació de pandèmia). No obstant això, també s'oferirà la visita en altres idiomes, a més del català, en castellà, anglès i francès. podria arribar fàcilment a ciutadans estrangers que ja viuen a barcelona de manera més permanent.

El fet de disposar dels àudios en diferents idiomes, facilitarà l'accés a nouvinguts i turistes que no parlen o no entenen el català. Per altra banda, els col·lectius a qui anirà adreçat el pla laboral i que conformaran l'equip humà (guies, actors i personal de promoció, etc) seran prioritàriament, persones amb un perfil econòmic vulnerable i dels mateixos barris d'Hostafrancs, Sants i la Bordeta.

Pel que fa al públic visitant, també tenim en compte la situació actual de crisi econòmica a l'hora de posar el preu més baix possible a la visita. Actualment, trobem un perfil més vulnerable de residents que es beneficiaran directa o indirectament del projecte. Degut a la greu crisi econòmica que s'arrossega i a la nova a partir del Covid-19, s'han vist afeblides moltes economies familiars i la dels comerciants. El preu de la visita s'ha revisat a la baixa i s'han ampliat els destinataris amb reducció de tarifa, incloent aturats, jubilats, infants, famílies monoparentals i nombroses i associats a entitats del barri.

El càlcul total d'usuaris s'estima entre 400 i 500 persones, de totes les edats. Per als infants, hi ha un seguit de mesures que es tenen en compte per fer més atractiva la visita:

- Vestuari pels infants (davant, cistell, diadema, barret...)
- Animació i joc de preguntes

5. OBJECTIU

Objectiu general

Objectiu general, finalitat genèrica del projecte.

Ajuntament de Barcelona

8. PLA D'EXECUCIÓ I AVALUACIÓ DEL PROJECTE

Són les accions indispensables per aconseguir cadascun dels resultats, amb els indicadors que mesuraran si s'han assolit els resultats, les persones que hi participaran i les dates d'inici i fi de cada activitat. Cal emplenar, com a mínim, un resultat i una activitat, amb els agents involucrats i dates d'inici i fi. La resta són opcionals i en funció del projecte.

Resultats esperats Indiquen els productes o serveis que es generen de la intervenció realitzada. *"Què es vol aconseguir?"*	**Indicadors d'avaluació dels resultats** Criteris que permeten mesurar els resultats esperats *"Com es mesurarà si s'ha aconseguit?"*	**Activitats proposades** Descripció de les activitats realitzades. *"Amb quines activitats es durà a terme?"*	**Agents involucrats** Descripció de les persones involucrades en aquestes activitats. *"Qui participarà en aquestes activitats?"*	**Temporalització** Data d'inici i finalització de cada activitat. *"Quan es faran aquestes activitats?"*	**Impacte de Gènere** Efecte del projecte en l'eradicació/manteniment o disminució de desigualtats de gènere. ***"Els resultats previstos disminueixen les desigualtats gènere?"*** ***"Com s'avaluen els canvis en la realitat de dones i homes?"***
Crear 2 circuits culturals de visites a la història comercial local amb empremta pròpia, específic i característic dels 2 barris. un d'ells dedicat al comerç antic i més tradicional fent visitar la Casa Batllori i l'altre dedicat als productes alimentaris antics, amb final a Celler de Gelida.	Els resultats els mesurarem amb els seguents mètodes: a) Recollirem l'opinió dels viatgers en acabar la visita amb la creació de l'enquesta anomenada "racó dels pensaments", un espai virtual en format enquesta on podran plasmar les seves impressions de la visita. Hi haurà un espai al web per a recollir impressions. la nota mitjana i comentaris que sorgeixin ens ajudaran a valorar. b) Recompte de la quantitat de materials de difusió històrica que fem de les botigues, acompañada de la interacció amb els comerços que ens proporcionen documents i material historiogràfics. Es plasma al web i a les xarxes socials, principalment. També als mitjans de comunicació. El volum final de documents ens ajudarà a valorar. c) Increment de comerços que s'han adherit al projecte gràcies a la bona acollida del comerciants. Es valora per	30 visistes guiades teatralitzades	2 actrius (1 d'elles historiadora) i 1 actor El públic destinatari serien persones majoritàriament residents a Barcelona, aproximadament un terç d'elles amb perfil socioeconòmic baix	Les visites comencen al mes d'abril del 2021 i es duen a terme fins a finalitzar el mes de novembre. Es realitzen 2 cops per setmana, en matins o tardes, principalment en caps de setmana. Si hi ha aturades de l'activitat degut a la crisi sanitària es trobaria una solució per acabar-ho més endavant. la visita la Celler de Gelida es prevue que tingui lloc especialment al setembre, per fer-ho coincidir amb la verema.	A partir del contingut de la visita es visibilitzarà el paper de les dones en el passat: rols, desigualtats, injustícies, empenta, pilar de la societat...Èmfasi en el passat de la dona treballadora a Barcelona. Contractació de dones en la seva majoria per a fer es tasques del projecte, també les més visibles (actrius). Ho valorarem amb les enquestes que farem als visitants. L'impacte sobre la realitat de la dona en el coneixement del barri que puguin tenir els visitants serà valorat directament a la finalització de l'activitat.

9. PLA DE COMUNICACIÓ I DIFUSIÓ DEL PROJECTE

METODOLOGIA I ORGANITZACIÓ DE LA COMUNICACIÓ:

Descripció de les accions comunicatives, missatge que es vol donar, el públic objectiu i els productes que es desenvoluparan (cartells, díptics, tríptics, banderoles, web o altres sistemes de difusió). Cal incloure'n una com a mínim.

Acció comunicativa Quina acció es farà?	**Missatge** Quin és el missatge?	**Públic objectiu** A qui va dirigit el missatge?	**Producte** Cartells, díptics, tríptics o altres programes de mà, banderoles, web o altres sistemes de difusió.
S'editaran uns 2000 materials publicitaris entre flyers i cartells, per anunciar les visites. També hi haurà: - Reforç per correu electrònic massiu i per les xarxes socials perquè s'apunti més gent.Tenim una bossa de contactes que farem servir que han arribat a nosaltres gràcies a les visites guiades al comerç antic que s'han fet el 2020. - Difusió per les xarxes socials (facebook, instagram, twitter), pels xats personals i col•lectius de barri i interpersonals, com ara sistema Telegram o Whatsapp. També, evidentment, per les pàgines web del projecte i d'Artixoc: www.artixoc.org i www.escenahistorica.cat - Farem una roda de premsa per anunciar algun aspecte important del procés i del projecte. - Difusió mitjançant plataformes com L'eix comercial Creu Coberta i	Recuperem i donem a conèixer els fets històrics rellevants que envolten els comerços antics i entorns veïnals, donant vida a personatges i reconeixent el paper de les dones en el món laboral, per a la construcció de la memòria col•lectiva de la ciutat. Descobrir el perquè de l'evolució dels barris de Sants, Hostafrancs que han passat de ser una zona agrícola a convertir-se en el carrer comercial més llarg de Catalunya. mostrar les belleses i virtuds del patrimoni arquitectònic modernista i noucentista, en edificis, façanes, interiors, rètols, imatgeria publicitària dels gremis del comerç.	Qualsevol persona que s'interessi per al història de la Barcelona amagada i poc publictada. Persones de l'entorn local que desitgin conèixer millors les arrels del barri. Infants i les seves famílies que vulguin traspassar coneixemet generació rere generació. Persones amb economia afeblida i persones associades (tindran descomptes).	Es faran diferents fulletons, cartells i pòsters informatius. Tots aquests productes gràfics els anirem repartint en diferents moments clau del calendari anual. La difusió sempre es reforçarà per internet, xarxes socials (whatsapp, instagram, twitter, facebook), correu i web del projecte. A inicis i mig termini del projecte es farà una campanya de premsa per a donar a conèixer més a fons la iniciativa. Farem una roda de premsa on convidarem els mitjans més importants, sense oblidar aquells locals i de barri. També, tots els agents involucrats dins les seves xarxes de contactes farà arribar el cartell i publicitat sorgida en cada ocasió.

10. CRITERIS ESPECÍFICS

Descripció dels aspectes del projecte en relació als criteris específics de valoració del programa al qual es presenta l'actual projecte

Desglosseu cadascun dels criteris i relacionant-los amb el projecte presentat.

A. Qualitat del projecte i interès cultural i artístic ..... 3 punts

•Coherència: línia de programació i temporització ben definida, així com descripció clara d'accions, activitats i objectius i la seva adequació al context actual....

El projecte es basa en una trajectòria en projectes similars de 4 anys i múltiples actuacions en diferents àmbits per tal d'explicar la història local. la nova programació es farà seguint un procés d'investigació que inclou:

- Fonts directes: dades recollides dels mateixos comerciants (entrevistats), els seus fons d'informació per escrit existents, consultes a l'arxiu muncipal de Districte de Sants-Montjuïc.
- Fonts indirectes: dades públiques a setmanaris, llibres de consulta, diaris de l'època.

Per a més informació sobre el procés de treball i investigació, Entreu al web: www.escenahistorica.cat

La programació es realitzarà a la primavera-estiu de 2021 i a la tardor del mateix any per tal de trobar moments en què el virus pugui estar més sota control gràcies a la vacunació i les temperatures més suaus. De totes maneres hi ha una minimització molt gran del risc ja que l'activitat es fa a l'aire lliure, els grups´de visitants són molt petits, és obligatori l'ús de la mascareta i rentar-se les mans. Tampoc es permet degustar els productes durant la visita i s'eviten els espais tancats amb el grup gran. L'entrada i sortida als establiments que ho permeten pels seus metres quadrats es fa en grups superdreduïts.

La visita compta amb un protocol establert a nivell orgaitzatiu i molt estructurat en el seu funcionament.

- personal a taquilla, full d'autorització de dades i drets d'imatge que ha de ser signat
- entrega del mapa de la ruta
- dades al mòbil (enviat al sistema Whatsapp o telegram) amb àudio de la visita (30 o més punts d'interès). No cal que siguin escoltats tots durant la ruta, s'aconsella estar atents a les explicacions i anar consultant els àudios al ritme desitjat o a casa.
- explicació de la normativa resoecte aspectes Covid
- degustació de copa de cava o refresc, separats per grups bombolla (només quan està permès i al Meeting point)
- 3 actors (2 actrius i 1 actor) acompanyen els visitants i els mostren els espais i es fan les explicacions de manera amable i entretinguda (es fa servir el recurs de l'humor per captar l'atenció).

•Risc, innovació i singularitat: aposta pel risc, la innovació i l'experimentació així com per la promoció de talents i creadors/es emergents...

Artixoc aposta pel teatre fermament. En els nostres 22 anys de vida que hem demostrat en múltiples projectes transdiciplinaris,

ÚLTIMS CONSELLS 1/3

Cada subvenció és un món. Hem d'estar oberts a la diversitat de sistemes administratius.

Donar valor a l'exercici de lectura i relectura del que hem escrit. Repassar tots els apartats. Vigilar faltes d'ortografia, errors de sintaxi.

Captar l'ànima de la subvenció / ànima del finançador. Cada administració té una voluntat política. No hem de trair el projecte però sí que tot plegat és un exercici de màrqueting.

TENIR UN PROJECTE PAC: **P**OSSIBLE / **A**TRACTIU / **C**ONEGUT

Potenciar allò QUE VAGI A FAVOR DE "la defensa del projecte" – punts forts.

No obsesionar-se amb que tingui TOTS els punts forts, però atenció a les convocatòries MOLT competitives!

ÚLTIMS CONSELLS 2/3

Començarem per a redactar aquells punts del formulari que tinguin major puntuació.

Aconsello no fer paràgrafs massa llargs, tenir un estil amè. No enrotllar-se ni repetir-se. Facilitar la lectura amb un vocabulari entenedor.

Aportar informació rellevant, contextualitzar sociològicament, contextualitzar amb dades, també econòmiques. Depenent de la subvenció caldrà ser més o menys acurat tècnicament.

Dotar el text d'ànima, ser detallista, explicar experiències nostres, valoracions nostres, posar exemples d'altres projectes (referenciar-ho).

ÚLTIMS CONSELLS 3/3

Imprescindible: Treballar en xarxa, de manera no sexista ni discriminatòria i fomentar l'ecologia.

No passar per alt fets que per nosaltres són obvis. Fer lectura de manuals de cada administració en aquestes línies, veure coincidències en els objectius de l'administració (Plans municipals, etc). Posar en relació els ODS fins el 2030 estaran vigents.

Pressupostar de manera realista. No inflar els pressupostos, cada vegada es demana ser més curós en aquest sentit.

Tenir una estratègia econòmica. Cobertura del 50% restant del pressupost.

LA REFORMULACIÓ

Hem d'estar atents a la data de la resolució definitiva

La reformulació serveix per ajustar expectatives.

Acostuma a ser durant els 10 dies a continuació de la resolució definitiva de la subvenció.

Cal estar a l'aguait! Entregar-la amb tot el que demanin. Torna a ser paperassa i refer el pressupost / continguts.

EXERCICI DE PRÀCTICA

EL PLA D'ACCIÓ

Quan ho faré?
Perquè ho faré?
Quan ho faré?
Com ho faré?
Amb qui ho faré?
Quins recursos necessito per fer-ho?
Com sabré que ho he completat?
Quin és el primer pas que posaré a l'agenda?

EL PLA DE SUBVENCIONS

Com es diu la subvenció?
Quina administració la convoca?
Quan es publica?
Quina data límit d'entrega hi ha?
Amb qui ho faré?
Quins recursos necessito per fer-ho?
Com sabré que ho he completat?
Quin és el primer pas que posaré a l'agenda?

Àgia Luna
ARTIXOC

artixoc@gmail.com
www.artixoc.org
www.escenahistorica.cat

Tel. 667 538 134
oficina: 932 964 100