



VNIVERSITAT  VALÈNCIA

Facultat de Ciències Socials

Espacio FAN-FAN

Escuela/Teatro

Maria del Mar Montoro Sena
Master oficial de Gestión Cultural

Juan Vicente Martínez Luciano

Valencia, 2 de Septiembre del 2011

PROYECTO FINAL DE MASTER DE GESTIÓN CULTURAL



Maria del Mar Montoro Sena
Master Gestión Cultural, Universidad de Valencia

RESUMEN

En el próximo trabajo se plantea todo el proyecto a seguir para llevar a cabo una escuela/sala de teatro infantil, juvenil, llamada el Espacio FAN-FAN. Este lugar será un espacio de encuentro de niños, jóvenes y familias donde divertirse, expresarse, profundizar y formar su lado más creativo, más imaginativo a través de las artes escénicas. Un espacio de creación, producción y difusión de las artes escénicas dedicadas a la infancia y a sus familias.

La tesina esta dividida en cinco apartados. El primero es la *“Introducción”* donde desarrollo la descripción, la justificación, la metodología y el objetivo del proyecto. El segundo apartado es el *“Anteproyecto”* en el cuál realizo un estudio del contexto en el que se localizaría el Espacio FAN-FAN y el marco jurídico a tener en cuenta para la creación del proyecto. La tercera parte es el *“Proyecto”*, en esta sección expongo los puntos vinculados con la línea de acción, con el desarrollo teórico e ideológico del diseño. La cuarta parte es el *“Desarrollo del proyecto”*, en este apartado estudio la planificación, las ideas, la metodología a seguir para conseguir llevar a cabo el Espacio FAN-FAN. Por último el quinto punto es la *“Conclusión”*, donde reflexiono sobre la tesina, sobre el trabajo realizado e intento extraer las deducciones principales que más influirían en el posible desarrollo del Espacio FAN-FAN.

PLAN ESCUELA/ESPACIO TEATRAL

ESPACIO FAN-FAN

<u>PORTADA</u>	1
<u>RESUMEN</u>	3
<u>1 INTRODUCCIÓN</u>	6-10
1.1 ANÁLISIS DEL PROYECTO	6-9
IDEA-DESCRIPCIÓN	
JUSTIFICACIÓN	
1.2 METODOLOGÍA	9
1.3 OBJETIVO DEL PROYECTO	10
<u>2 ANTEPROYECTO</u>	11-32
2.1 DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO	11-30
CONTEXTO HISTÓRICO	11-13
CONTEXTO ECONÓMICO	13-18
DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE MADRID	18-21
-MADRID	
-VILLA DE VALLECAS	
LAS ARTES ESCÉNICAS EN EL CONTEXTO DEL PROYECTO	21-30
2.2 MARCO JURÍDICO PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO	30-32
<u>3 PROYECTO</u>	33-54
3.1 POLÍTICA CULTURAL	33,34
3.2 LINEA DE ACCIÓN	34-38
3.3 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	39-43
3.4 MISIÓN/VISIÓN/VALORES	43-44
3.5 DIAGNÓSTICO DE LA REALIDAD: ANÁLISIS DAFO	44-47
3.6 PÚBLICO DESTINATARIO	47-54
<u>4 DESARROLLO DEL PROYECTO</u>	55-109
4.1 EQUIPO DE TRABAJO	55-57
4.2 LINEA DE TRABAJO	57-78
ESCUELA	57-62
A) FORMACIÓN	
B) HORARIOS	
ESPACIO	62-72
A) ALQUILER DE SALAS	

B) PROGRAMACIÓN	
LINEA PRODUCCIÓN	72-79
4.3 PRESUPUESTO	79-84
4.4 MARKETING	84-99
4.5 FINANCIACIÓN	99-101
INGRESOS PROPIOS/AUTOFINANZIACIÓN	99
AYUDAS PÚBLICAS Y PRIVADAS	99-101
SPONSOR	101
4.6 EVALUACIÓN	102-109
<u>5 CONCLUSIÓN</u>	110-112
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	113,114
<u>ANEXOS</u>	

1 INTRODUCCIÓN

1.1 ANÁLISIS DEL PROYECTO

Mi formación y experiencia se basan en la interpretación actoral, el teatro y la gestión cultural. Al plantearme este proyecto quise reflexionar sobre una idea que englobase mi formación, mi pasión de interpretar y gestionar. De esta forma mi intención es crear un proyecto profesional que sea factible de llevar a cabo, que no se quede en el papel sino que en un futuro pueda convertirlo en realidad. Por tanto, decidí que lo idóneo sería elaborar una tesina sobre **un espacio/ escuela de teatro**.

IDEA-DESCRIPCIÓN

La percepción y el sentido de la realidad a la que pertenecemos nos hacen responder de mil formas diferentes. A través de nuestra vida construimos en nosotros y en el entorno acciones que van sucediéndose como elementos que cambian, modifican o hacen permanecer lo que deseamos. Las ideas se arman y desarman entre un respiro y otro. Así, como llegan también se van. Pasamos por períodos hermosamente creativos o de transición, y eso lo sabemos porque existe la sensación permanente de crear o dar forma a esas ideas, intenciones, impulsos y motivaciones. Nuestras *ideas* muchas veces no logran llegar a un lugar seguro donde puedan crecer y desarrollarse, pasan, se olvidan, nos justificamos o nos desmotivamos. Pero cuando esas *ideas* las intencionamos y les damos la energía necesaria, se arman y crecen.

En ese camino que vamos recorriendo nos encontramos con posibilidades, alternativas y dificultades que pueden modificar nuestras actividades. En algunas ocasiones, podremos confundirnos por no haber definido claramente lo alcanzable. Luego nos damos cuenta que esa *idea* sin un *objetivo* que la impulse no tiene sentido, y que junto a ese *objetivo* se encuentran una serie de condiciones o pasos que lo van uniendo a esa *idea*. Como cuando se hace una fiesta, se organiza un evento, se realiza una muestra, se monta una obra, o también cuando jugamos, cada uno tiene un rol que se define en vista del objetivo a lograr.

Al jugar, por ejemplo, todos nos organizamos estableciendo las reglas que darán sentido a nuestras acciones, definiendo las estrategias que utilizaremos para alcanzar nuestro objetivo. De este modo mi acción cumple una función en el armado del equipo, la relación con mis compañeras - compañeros se verá facilitada si actuamos como conjunto, en vista del sentido que le damos a nuestras energías. Así, en la formulación de proyectos, deberemos definir claramente cuál será nuestro objetivo y cuáles las estrategias que utilizaremos para lograrlo, estableciendo ordenadamente las actividades necesarias para ello, con qué personas trabajaremos, cuáles serán nuestras tareas/roles, cuándo realizaré mi trabajo, quiénes formarán los equipos, dónde solicitaremos fondos o auspicios, quiénes serán las personas que participarán en él o en qué lugar se llevará a cabo, y así sucesivamente.

Dar forma a nuestros proyectos implica algunos pasos necesarios para comenzar.

El Espacio FAN-FAN será un centro de formación, difusión y producción centrado en las Áreas de Expresión Artística para la infancia, la juventud y por ello estará relacionado también con la formación y difusión teatral de los padres.

En este espacio se desarrollarán numerosos proyectos como:

- Producción artística teatral y musical: espectáculos creados para niños y jóvenes.
- Representaciones dirigidas a público escolar y familiar, realizadas por la Compañía del Espacio FAN-FAN y por compañías invitadas de ámbito nacional e internacional.
- Escuela de Expresión Artística para alumnos de tres a dieciocho años que trabajan, de manera globalizada, las áreas de teatro, música, movimiento y expresión plástica.
- Talleres artísticos para madres y padres o futuras mamás y papas.
- Ediciones y publicaciones, referidas a la educación, el arte y la infancia.
- Actividades específicas integradas en la organización de “Semanas Temáticas”.
Semana de Invención e Infancia, Semana Intercultural y Semana del Arte y Medio Ambiente.

-Jornadas de Reflexión teórica entre distintos profesionales de diversas ramas relacionadas con la educación, el arte y la infancia.

-El Espacio FAN-FAN sería sede estable de Festivales de teatro infantil y juvenil.

-Cursos específicos para niños con problemas cognitivos, con alguna minusvalía física o psíquica.

- Fiestas infantiles.

Me gustaría realizar este proyecto en un entorno similar al Ensanche de Vallecas de Madrid. Barrio periférico, con escasez de servicios culturales y de ocio, excepto tiendas y cine, con otras zonas residenciales cercanas con buena comunicación, pobladas por clase media-baja y media de familias jóvenes con interés por sus hijos, con tiempo limitado pero muy bien aprovechado, con una pequeña economía dedicada al ocio, con ganas de satisfacer a sus hijos. Es decir, este proyecto se dirige a una población con unas características determinadas que veremos posteriormente en los apartados de Entorno y en Público al que nos dirigimos.

En resumen, un lugar para la formación artística de madres, padres e hijos, un espacio para el disfrute de las artes escénicas y un centro de trabajo para el goce y la satisfacción de sus participantes.

JUSTIFICACIÓN

Ante lo expuesto, pienso que este puede ser un proyecto interesante para nuestra sociedad, beneficioso a nivel personal, profesional y económico para los que formemos parte de él. Un proyecto que resuelva mi futuro profesional, pero que además sea positivo para la población ofreciendo diversión, cultura, entretenimiento, formación a nuestra infancia, juventud y familias, lo cual es muy incentivador.

El proyecto que presento en mi tesina viene acompañándome como idea no materializada desde que curse mis estudios de arte dramático. Fue ésta, entre otras motivaciones, las que me impulsaron a tomar la decisión de estudiar el Master de Gestión Cultural de la Universidad de Valencia. La idea de construir un proyecto de formación, difusión y producción centrado en las áreas de expresión artística ha ido creciendo y

complejizándose a lo largo del tiempo que he cursado las asignaturas de dicho master. Y es en este momento cuando considero que dicha idea ha madurado lo suficiente como para realizar un paso más. El trabajo de fin de master representa para mí una oportunidad de seguir avanzando en la concreción de este proyecto de futuro. A su vez, considero que puede ser muy satisfactorio realizar la tesina sobre un centro de formación, difusión y producción porque además podré aplicar los conocimientos impartidos en el Master de Gestión Cultural y profundizar en algunos de ellos que me interesan especialmente como la producción de artes escénicas, la dirección de proyectos, la gestión de proyectos, la programación de las artes escénicas.....

Por otro lado, considero que este proyecto engloba mi continua formación en artes escénicas dentro de las distintas disciplinas (interpretación, música, gestión...) y esta tesina puede suponer un reto a la hora de equilibrar esa formación, dándole la importancia necesaria a cada área, trabajando sobre mis conocimientos y experiencia.

Por último, hacer hincapié en que es un proyecto profesional real, lo cuál me parece muy importante, ya que aunque seguro que surgirán dificultades para llevarlo a cabo es un diseño que se puede materializar en un proyecto real y tangible. Por ello, es un proyecto que me motiva enormemente al representar para mí una posibilidad real a nivel laboral, académico, personal y artístico.

1.2 METODOLOGÍA

La metodología que se ha utilizado para la redacción de este trabajo de fin de master combina diferentes modos de hacer un proyecto. Este trabajo de fin de master representa un proyecto de un centro de formación, difusión y producción centrado en las áreas de expresión artística. Por tanto sigue las líneas establecidas para todo proyecto que pretende de alguna manera realizar una planificación con el objetivo de intervenir en la realidad cultural. Por ello, parte de unas motivaciones que justifican el proyecto y plantea unos objetivos concretos a conseguir. Asimismo, para conseguir dichos objetivos se ha realizado una planificación de un proyecto cultural.

Y como toda planificación se sustenta en un análisis de la realidad en el que se ha combinado una metodología cuantitativa con una metodología del tipo más bien cualitativa. Con metodología cuantitativa nos referimos a todas aquellas informaciones obtenidas de la investigación y el análisis de datos estadísticos de diversas fuentes públicas

y privadas sobre diferentes aspectos del entorno (económicos, políticos, históricos, etc.). Estos datos se presentan a lo largo del trabajo a través de tablas y gráficos de dichas fuentes o bien a través de gráficos de elaboración propia. Y una metodología más cualitativa obtenida, bien sea, a través de la investigación bibliográfica de diferentes obras consultadas y citadas en la bibliografía de este trabajo, o bien fruto de mis reflexiones académicas a través de todas las lecturas realizadas tanto a lo largo del Master de Gestión Cultural como a lo largo de la redacción de este proyecto.

1.3 OBJETIVO DEL TRABAJO

Crear un plan de proyecto del Espacio FAN-FAN satisfactorio, creativo, resolutivo y factible para tener una guía que seguir trabajando en el futuro para que este proyecto se convierta en un verdadero centro de formación, difusión y producción de las artes escénicas.

2 ANTEPROYECTO

2.1 DIAGNOSTICO DEL ENTORNO

Para analizar un territorio y así poder saber como Gestora Cultural que es lo que necesita y las expectativas de la población, voy a estudiar diferentes aspectos (población, territorio, economía) que me van a ayudar a conocer mejor la zona sobre la cuál voy a trabajar desde el convencimiento de que solo con un buen análisis de la realidad es posible diseñar este proyecto ajustándose a las necesidades e intereses de la población directamente beneficiaria.

CONTEXTO HISTÓRICO

Historia más reciente de Madrid

Para comprender a una ciudad y su gente, primero hay que conocer su historia. Por ello, voy a estudiar los acontecimientos más recientes de esta ciudad porque opino que es donde se haya el inicio del Madrid cultural que conocemos ahora.

Tras la muerte del general Franco, Madrid fue uno de los escenarios principales durante el periodo de la "Transición".

Con la consolidación del régimen democrático, la Constitución de 1978 confirma a Madrid como capital de la España democrática en cuyo apoyo tendrían lugar las manifestaciones multitudinarias tras el desbaratado golpe de Estado del 23 de febrero de 1981. En 1979, tuvieron lugar las primeras elecciones municipales democráticas desde la Segunda República en las que la lista de la UCD con José Luis Álvarez al frente fue la más votada, pero sin mayoría. Resultó elegido alcalde de la ciudad Enrique Tierno Galván gracias al pacto del PSOE con el PCE. Madrid como capital de la democracia, explota todo lo que había estado sumergido.

A partir de 1975 los nuevos aires de libertad alimentaron nuevas experiencias culturales. Un ejemplo lo tenemos en la formación de una estructura de medios de información. En mayo de 1976 nació *El País*, en octubre *Diario 16*. El fin del monopolio

informativo de Radio Nacional, el 3 de octubre de 1977, posibilitó ampliar y contrastar la información. Lo mismo sucedió en televisión. La Ley de 23 de diciembre de 1983 autorizó el nacimiento de las cadenas privadas de televisión, con una especial dedicación a la información local y regional en el caso de *Telemadrid*, que inició sus emisiones en 1989.

De 1956 a 1986 Madrid en el plano cultural ha cambiado radicalmente al hilo de los dos grandes procesos que han transformado a España en la segunda mitad del siglo XX: la estructuración de una sociedad de consumo de masas y la recuperación de la democracia. Ambos acontecimientos han afectado profundamente a los roles culturales y a la propia forma de expresión y creación cultural. Madrid es en la actualidad una urbe metropolitana conectada con la red de las grandes ciudades europeas. La cultura se ha visto afectada por los procesos de internacionalización dominantes desde el fin de la segunda guerra mundial. La creación cultural ha quedado atravesada por su incorporación a los circuitos de comercialización internacionales de la mano del desarrollo de los *mass-media*. Surge así el mercado cultural, que tiene en las grandes ciudades su espacio natural por definición. Dichas transformaciones han modificado profundamente el espacio cultural de Madrid, con su incorporación a los circuitos internacionales de las grandes exposiciones, los macroconciertos o los grandes espectáculos deportivos o culturales.

La llegada de la democracia a los Ayuntamientos en 1979 marcó el punto de inflexión de este proceso, con la creación de los *Veranos de la Villa* o por parte de la Comunidad Autónoma del *Festival de Otoño*, y en el campo del arte con la creación de la feria *Arco*. La gestión del primer Ayuntamiento democrático, dirigido por Tierno Galván, convertido en figura emblemática del *nuevo Madrid*, significó la recuperación de la ciudad para la cultura, mediante la creación de un espacio cultural multiforme y complejo que encontró su manifestación más visible en lo que se ha dado en llamar la *movida madrileña*, de desiguales resultados pero que era demostrativo del nuevo ambiente que recorrió la ciudad en la primera mitad de los años ochenta.

Cuando se inicia la década de los noventa, Madrid puede ser calificado de complejo cultural. Multitud de actividades en los más variados campos se desarrollan cotidianamente en la ciudad. Desde el cine, con los ya tradicionales ciclos de la *Filmoteca Nacional* y con la aparición de salas especializadas en versiones originales, películas de autor y cine *underground*, que ha encontrado su expresión en lo que ha venido en denominarse *cine urbano madrileño*, hasta la inauguración en 1992 del *Museo Thyssen* y la

revitalización del *Centro de Arte Reina Sofía*, que configuran con el *Museo del Prado*, el eje pictórico más importante del mundo, pasando por el *Auditorio Nacional*, todas estas realizaciones dotan de carácter al espacio urbano de una ciudad que conecta con los grandes centros urbanos en el *espacio cultural europeo*, al igual que sucedió en otra situación muy diferente con el Madrid de la *edad de plata*. Un *espacio cultural* que se enfrenta al reto de definir sus objetivos a la vez que consolidar unas infraestructuras culturales que sirvan de soporte a los mismos, en un espacio urbano definido por su carácter de metrópolis.

Así, se van dando grandes beneficios para la ciudad, al verse obligados los alcaldes a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, construyendo bibliotecas, instalaciones deportivas, centros de salud, recolocación de los núcleos desfavorecidos, limpieza del río Manzanares, mejora del viario, cierre de la M-30 por el norte, enterramiento de la misma en la zona del Manzanares, construcción de nuevas vías de circunvalación (M-40, M-45, M-50)...

En el siglo XXI, la ciudad sigue abordando nuevos retos y afrontando una de las etapas más difíciles económicamente para el Mundo, Europa, España y con ello para Madrid, donde la cultura indirectamente es una de las primeras afectadas, ya que se llevan a cabo los primeros recortes, se produce una disminución del consumo... Todo ello tiene consecuencias importantes en el ámbito cultural por lo que este aspecto lo desarrollaré más ampliamente en el apartado económico.

En cualquier caso, es obvio que Madrid debe afrontar con ingenio y creatividad estas dificultades..., veremos en un futuro cercano que sucede.

CONTEXTO ECONÓMICO

Sector económico

El **Fondo Monetario Internacional** afirma sobre la actual coyuntura que “*es la primera gran recesión de la economía global desde la II Guerra Mundial*”. El detonante financiero de la crisis, hizo que las entidades financieras cambiaran drásticamente la estrategia expansiva que habían llevado en los últimos años, y la desconfianza sobre la solidez de la expansión económica cundió entre los bancos. Esto supuso un cierre sin

precedentes en los mercados mayoristas de crédito, lo que tuvo efectos muy nocivos en la confianza de los agentes no financieros, empresas y consumidores.

El conjunto de agentes económicos pusieron en marcha un rápido y profundo proceso de bloqueo, que conllevó una progresiva caída en el valor de los activos, bolsas e inmobiliarios principalmente. Este proceso erosionó la capacidad de endeudamiento de empresas y familias, lo que realimentó la caída en el precio de los activos. Esta coyuntura iba paulatinamente desinflando la confianza de empresarios y consumidores, aspecto que contribuía a empeorar las perspectivas.

España está sufriendo esta difícil coyuntura muy intensamente, lo que nos ha llevado a rebajar la estimación de crecimiento del PIB para 2011 hasta el -3,7%, *frente El PAIS sección economía*. Nuestras perspectivas para la evolución de la demanda interna vienen marcadas por una profunda contracción en este ejercicio, seguida de una reducción más leve. El consumo de los hogares se ve reducido por el aumento de la incertidumbre que genera la situación económica y sobre todo por el crecimiento del desempleo. Peores perspectivas vemos para la inversión dado el momento de auténtica flaqueza que está atravesando la confianza empresarial. En estos momentos la gestión empresarial está plenamente orientada a la generación de caja, mientras que las inversiones y los planes de expansión han sido postergados.

En la **Comunidad de Madrid**, el escenario previsto sigue los mismos parámetros principales. Fuerte crecimiento del desempleo y profunda caída del consumo privado y de la inversión que arrastrará al PIB a un retroceso entorno del 3,5%. También se prevé aún un leve crecimiento positivo. Esperamos, por tanto, que la región acompañe al conjunto nacional en la espiral bajista del presente ejercicio, pero que experimente una salida más rápida e intensa.

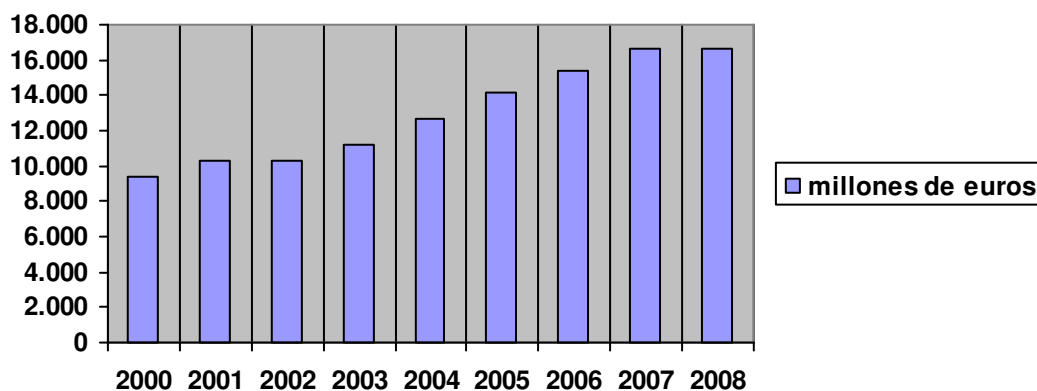
Obviamente todo este escenario económico en el que se encuentra el Mundo, España y Madrid afecta al sector cultural. Primero porque el sector cultura, social, es el primero que se resiente en las crisis porque se reducen las ayudas, las inversiones públicas y privadas. Segundo porque es un sector muy frágil, muy sensible a los cambios. Tercero porque es un sector de servicios, de consumo, si la sociedad reduce su consumo en general, también reduce su consumo cultural y además la población es más selectivos. Por último, en España la red de teatros, como los teatros públicos,

como las pequeñas y medianas productoras dependen muy fuertemente de la administración pública de ayuntamientos, diputaciones, estado y cuando estas reajustan lo primero que cae en los presupuestos son las artes escénicas (entre otras cosas). Por tanto, toda esta situación nos afecta y mucho.

“Es la primera gran recesión de la economía global desde la II Guerra Mundial”. “La recuperación será más lenta de lo habitual”. “El desempleo no tocará techo hasta finales del año del 2010 o mediados del 2011”. Una tras otra, estas afirmaciones del **Fondo Monetario Internacional**, que son refrendadas por infinidad de organismos e institutos de investigación económica internacional, no hacen sino situar el actual contexto económico mundial en un escenario de brusca desaceleración, y donde todo hace presagiar que la tan ansiada recuperación se mostrará lentamente y con grandes sacrificios en términos de empleo, salarios y con la amenaza adicional del pago futuro de los déficits generados. Veamos unos datos que nos muestran cómo afecta esto en el consumo cultural de los hogares.

GASTO DE CONSUMO CULTURAL DE LOS HOGARES

Fuente: INE. Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006



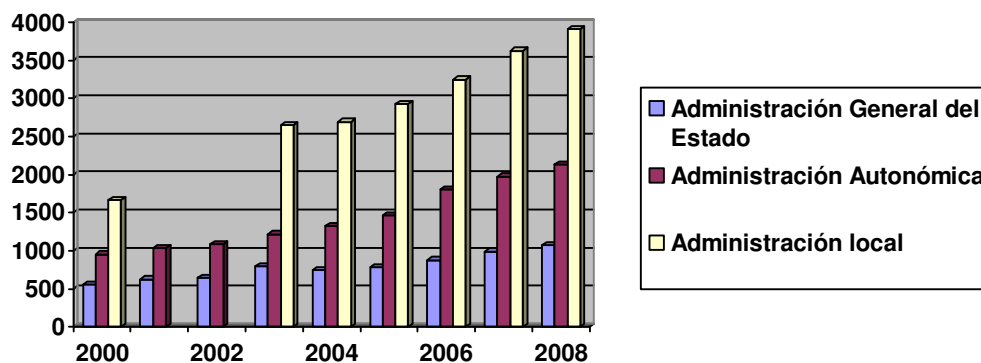
El consumo de los hogares se estanca en el 2008 y empieza a reducirse. El gasto medio por hogar en bienes y servicios culturales fue de 997,2 euros y el gasto medio por persona se situó en 368,3 euros, cifra que representa un descenso interanual del 1,1%. Si se considera la ubicación del hogar se observa que el gasto medio por hogar asciende con el tamaño del municipio y es superior a la media en las comunidades autónomas de Madrid, Cataluña, Navarra, Asturias y Baleares.

Es el resultado de un progresivo deterioro a lo largo de los años que ha culminado con una *variación negativa del 2,3% en los diferentes trimestres*, **estudio económico de INE**. Varios han sido los causantes de esta situación: las elevadas tasas de desempleo, los tipos de interés que llegaron a superar el 4% el alto endeudamiento de las familias, y el importante crecimiento, cuya moderación se inició a finales de 2008 principios del 2009. Todos estos factores redujeron significativamente la renta disponible de los hogares, lo que unido a las malas perspectivas se materializó en una brusca caída del consumo de los mismos y así siguen a día de hoy.

Gasto liquidado en cultura por la Administración General del Estado, por la Administración Autónoma y por la Administración local.

Fuente INE

(Millones de euros)



Por su parte, el gasto de las Administraciones Públicas experimentó un fuerte incremento, fruto de la repercusión de la entrada en funcionamiento de los estabilizadores automáticos y de las medidas de carácter discrecional que el Gobierno puso en marcha para estimular la economía. Frente a las tasas de variación nulas o negativas que presentaron todos los componentes del PIB en 2008, el gasto público se incrementó un 5,3% respecto al año precedente. Los resultados de la Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, indican que en el ejercicio 2008, el gasto liquidado en cultura por la Administración General del Estado se situó en 1.075 millones de euros y por la Administración Autónoma en 2.129 millones de euros y por la Administración Local en 3.907 millones. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 8,5%, 7,7% y 7,8% respectivamente y en términos del P.I.B. (base 2000), el 0,10%, el 0,20% y el 0,36%

respectivamente. En conjunto el gasto total en consumo final registró una variación positiva en 2008 del 1,4% pero en 2009, 2010 y 2011 dado el empeoramiento se pide desde el gobierno central la reducción de los presupuestos de las administraciones públicas de toda España y también de los presupuestos estatales, así empiezan los grandes recortes.

Como todos sabemos esta es la situación económica en rasgos generales. A continuación, expongo los resultados de una encuesta realizada por **La Fundación Contemporánea**, una iniciativa de **La Fábrica** en relación con lo desarrollado en este punto. Los resultados de su Observatorio de la Cultura, correspondiente al segundo semestre de 2011, *donde el 78% de los encuestados afirma que los presupuestos del sector se han vuelto a reducir hasta en un 20% (para el 37,4% de los panelistas) y hasta un 40% o más (para otro 40%). En el otro extremo, los presupuestos se han mantenido este año para un 15,45% y tan solo han aumentado para el 6,6%.*

Preguntados con respecto a las perspectivas para el inicio de una recuperación económica perceptible en el sector, la gran mayoría la descarta a corto plazo. *El 18,9% considera que no comenzará hasta 2012; el 32,6% cree que no lo hará hasta 2013 mientras que un 26,3 y un 20% consideran que habrá que esperar hasta 2014 y 2015, respectivamente.*

Ante una serie de alternativas propuestas para afrontar la reducción de presupuestos públicos para la cultura valoradas del 1 al 5 (5 totalmente de acuerdo y 1 total desacuerdo), los encuestados se han decantado por las siguientes opciones: *"Hay que reconocer el valor social excepcional de la cultura y hacer un esfuerzo por mantener los presupuestos públicos" (4,2); "La crisis es una ocasión para racionalizar el gasto, insostenible en algunos casos" (4.0); "Las instituciones culturales públicas deben completar sus presupuestos generando ingresos propios" (3,8); "Hay que incentivar la financiación privada de la cultura, que debe tomar el relevo del sector público" (3,3); y "No se puede mantener la oferta cultural actual, hay que reducirla selectivamente en función del valor de cada proyecto" (3,2).*

Posibles alternativas

Ante las restricciones de los presupuestos públicos, el Observatorio ha preguntado al panel de expertos qué frena el desarrollo de la iniciativa privada. Los panelistas han

señalado los que, en su opinión, son los frenos que impiden su mayor desarrollo. *El 84,7% cree necesario ampliar el alcance y las ventajas fiscales de la actual ley de mecenazgo; el 57,1% considera que los medios de comunicación españoles y la sociedad no reconocen el valor del patrocinio y mecenazgo cultural, lo que disminuye su impacto; un 53,1% entiende que la sociedad civil española no tiene apenas asumida su responsabilidad de contribuir a la financiación de la cultura; un 42,9% cree que el sector privado también sufre la crisis económica; y un 29,6% estima que los proyectos culturales deben mejorar las contraprestaciones que ofrecen a sus patrocinadores.*

Preguntados sobre las mejores aportaciones culturales de los últimos años, las más citadas son, entre más de 175 iniciativas, las siguientes: en el ámbito público, las cinco más mencionadas son *el Centro de Artes Visuales Fundación Helga de Alvear (11), Matadero Madrid (10), Laboral (8), Centro de Arte Dos de Mayo (7) y el Centro Cultural Internacional Oscar Niemeyer (7)*. En el ámbito privado, las cinco más destacadas son *CaixaForum (18), Fundación Mapfre (13), La Casa Encendida (10), PHotoEspaña (6) e Ivory Press (5)*.

Además existen unas ayudas económicas para las artes escénicas, la producción, gira e exhibición dados por el INAEM y la Comunidad de Madrid, las veremos en el apartado de FINANCIACIÓN en el punto AYUDAS PÚBLICAS.

DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN DE MADRID

Población

La población de Madrid ha ido experimentando un importante aumento desde que se transformó en capital. Este incremento es especialmente significativo durante el periodo de 1940 a 1970 debido a la gran cantidad de inmigración procedente de otras partes de España. Este acelerado crecimiento y la falta de planificación urbana produjo que se organizaran núcleos de infraviviendas y zonas residenciales, principalmente en los distritos del sur, en los que los servicios públicos no llegarían hasta muchos años después. A partir de los años setenta, este aumento se desacelera en favor de los municipios de zona metropolitana y Madrid incluso comienza a perder población. Desde 1995 el crecimiento poblacional es de nuevo positivo, debido principalmente a la inmigración desde el resto del mundo. Según los datos disponibles, a 1 de enero del 2009 la población de Madrid

ascendía a 3.238.208 habitantes, frente a los 2.938.723 del censo de 2001. Además hay que tener en cuenta que según el proyecto Áreas urbanas de España 2005 — AUDES5, las cifras para el área metropolitana de Madrid serían de 5.843.031 habitantes y una superficie de 4.609,7 km².

Madrid tiene una población de 3.273.049 millones de personas, de las cuales 2.704.235 millones son de nacionalidad española, 146.444 mil son pertenecientes a la Unión Europea, 14.636 mil pertenecen a otros países de Europa, 312.283 mil son de países de America, 42.585 mil pertenecen a algún país de África y por último, 51.939 mil personas a países de Asia y 287 a Australia.

Estos datos hacen referencia a las personas censadas en Madrid, aunque nos pueden dar un margen de error debido a aquellas que viven en esta localidad pero no están empadronadas en la misma. También debido a aquellas que figuran con una nacionalidad aunque provengan de países diferentes de la misma (por cuestiones de las normativas para poder vivir en un país “legalmente”). Este aspecto es importante tenerlo en cuenta ya que nos interesa conocer su cultura de origen.

Dejando a un lado estas cuestiones, estos datos nos permiten vislumbrar **que Madrid no es un territorio homogéneo**. Nos encontramos ante un lugar con una gran población, en la cuál conviven diferentes culturas procedentes de diferentes países. Nos encontramos ante una multiculturalidad real, donde conviven culturas musulmanas, con culturas asiáticas, con culturas latinas, con culturas indígenas... podría enumerar un sin fin de opciones culturales que se interrelacionan con la cultura vernácula.

Distrito Villa de Vallecas

Por ello, según el censo de Madrid revisado el 1 de enero del 2010, la población extranjera de Madrid es de 568.214 habitantes sobre un total de 3.273.049, lo que supone el 17,4 %. Uno de los distritos con más población inmigrante es el conjunto del **Barrio de Vallecas (Puente de Vallecas y Villa de Vallecas)** con 62.859 de población extranjera. Por tanto, casi un cuarto de las personas que conviven en este barrio tienen diferentes culturas. Personas con diferentes maneras de disfrutar del tiempo libre, con perspectivas diferentes ante la vida... En consecuencia, nos encontramos ante un territorio donde conviven diferentes culturas que unen y separan a las personas. **Un territorio donde**

nosotros podemos aportar un lugar de encuentro, de interrelación cultural para esta variada población.

Tabla resumen de la población residente extranjera y española, en Madrid y el Barrio de Vallecas.

		Total	Española	Extranjera
079613	Puente de Vallecas	243.179	194.802	48.377
079618	Villa de Vallecas	87.796	73.314	14.482
0796	Madrid	3.273.049	2.704.835	568.214

Población clasificada por Distrito y Barrio de residencia en las Renovaciones, Rectificaciones y Revisiones Anuales (1) del Padrón Municipal de Habitantes desde 1986

Fuente: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid

Para ver la misma tabla especificando nacionales ver *Anexo 1*.

Tabla de población menor de 16 años

	Total población menos 16	Extranjera menos 16	% población extranjera menor 16
Distrito Villa de Vallecas	15.351	2.620	17,10%

	Población total	Población extranjera	% Población extranjera	% Población menor 16 extranjera
Casco Histórico Villa de Vallecas	61.506	11.143	18,10%	18,30%
Santa Eugenia	26.645	3.558	13,40%	13,10%

Fuente Padrón Municipal 2010

El distrito de Villa de Vallecas cuenta, a 1 de enero de 2010, con 88.334 habitantes. Durante 2009 Villa de Vallecas es el distrito que más ha aumentado su población (9,1%) debido al incremento de los vecinos del barrio Casco Histórico (14%). El mayor incremento se ha producido entre la población española que aumentó un 9,6% (6.449 habitantes).

El 27,8% de las personas que residen en el distrito de Villa de Vallecas tienen menos de 25 años de edad. Los extranjeros menores de 25 años representan el 32,8% del total de población extranjera en el distrito (el 19,8% de todos los jóvenes menores de 25 años del distrito). El 11,4% de la población que vive en el distrito es mayor de 65 años. Los extranjeros de esta edad suponen solamente un 1,4% de los habitantes extranjeros del distrito y un 2% del total de mayores. La edad media de los extranjeros del distrito es de 30,26 años (38,66 años para españoles).

Fuente el Observatorio de las Migraciones y de la Convivencia Intercultural de la ciudad de Madrid DIRECCION GENERAL DE INMIGRACIÓN Y COOPERACIÓN AL DESARROLLO

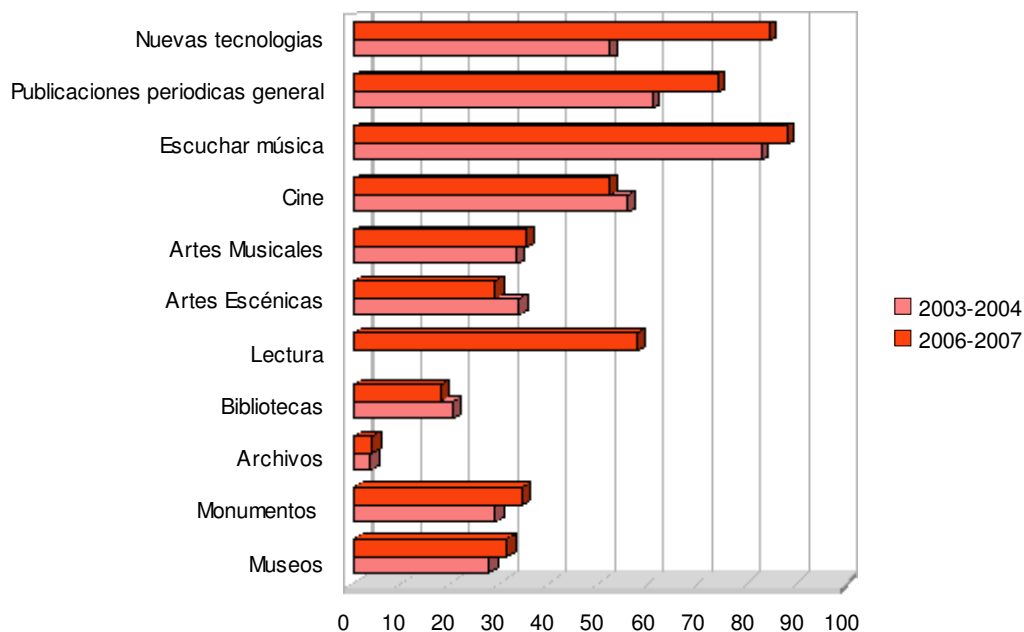
CONTEXTO ARTES ESCÉNICAS

En esta última década en España se han realizado diferentes estudios sobre las prácticas y hábitos culturales, uno en el 2002-2003 y otro en el 2006-2007. Del anuario publicado en la web del Ministerio de Cultura he obtenido los datos con los que he realizado la gráfica siguiente.

Gráfica de las prácticas culturales. Indicadores de evolución

Personas que realizaron o suelen realizar en diversos periodos determinadas actividades culturales

En porcentaje de la población total



Escuchar música, leer e ir al cine son las actividades realizadas con mayor frecuencia por los españoles. El cine es el espectáculo cultural con más adeptos, con tasas de asistencia anual del 52,1%. El 40,9% de la población asiste a espectáculos en directo. Destacan entre ellos los conciertos de música actual, con tasas del 26,4% y la asistencia al teatro, con un 19,1%. *“Es decir que elegir la actividad teatral como medio de trabajo es arriesgado pero tiene los suficientes adeptos para ayudarte a sobrevivir”*

Tabla de evolución de recintos

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	Total Salas	Total Salas	Total Salas	Total Salas	Total Salas	Total Salas
TOTAL	4.973	4.721	5.106	5.692	5.869	5.629
MADRID	335 260	317 243	310 219	343 242	340 239	233 205

Fuente SGAE , extraído de El Teatro, Juan Muro Abad.

A lo largo del periodo 1995-2003 se produce un fuerte incremento del número de recintos empleados para la representaciones de artes escénicas, aunque en el total de los espacios se observa una desproporción de los lugares de programación irregular o inestable, asociados siempre a acontecimientos excepcionales, programaciones veraniegas, festivales, fiestas o conmemoraciones, frente a los locales con programación regular y

dotados de las condiciones técnicas adecuadas para la exhibición. Estos últimos suponen tan solo el 20% del total.

Tal incremento expresa, por un lado, el proceso de democratización geográfica producido en nuestro país a partir de la Constitución de 1978, y la consiguiente preocupación de los poderes públicos por acercar todas las expresiones culturales, y en particular el teatro, a todos los ciudadanos, sin distinción de hábitat. Sin embargo, el desmesurado peso proporcional de los lugares ocasionales de programación expresa, la política cultural que persigue. Sí, acercar la cultura a los ciudadanos, pero sin que ello implique preocupaciones estratégicas por consolidar la cultura en todo el territorio, o por que ésta sea consumida en las condiciones técnicas y de recepción idóneas. El peso de la programación y la exhibición a cargo de las instituciones públicas es decisivo en la periferia, siendo principalmente los ayuntamientos, y en menor medida las comunidades autónomas y diputaciones las que la soportan. Sin embargo, en Madrid y Barcelona, por el contrario, es decisiva la existencia de los teatros privados cuyo número y oferta supera a los públicos. Esta situación, lejos de moderarse, se ha ido agudizando a lo largo del periodo estudiado.

Tabla de evolución de representaciones

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Comunidad de Madrid	31,6	22,4	24,1	25,3	23,9	24,2	25,9
Cataluña	19,0	18,4	18,6	20,6	21,6	22,4	22,8
Total	38.745	37.563	42.390	48.022	51.354	59.415	58.112

Tanto por cien respecto al total

Fuente SGAE , extraído de El Teatro, Juan Muro Abad.

Las comunidades de Cataluña y Madrid suponen, conjuntamente, la mitad de las representaciones teatrales de España, lo que refleja una oferta desestructurada en relación a la demografía del país. La proporción interna del peso relativo entre ambas comunidades ha ido variando desde un predominio inicial de Madrid en el número de representaciones, hasta una situación de práctico equilibrio en 2003.

Tabla de representaciones por género

Género	2000	%	2002	%
	37563		48.022	
Clásico	2.408	6,4	2.118	4,4
Contemporáneo dramático	7.527	20,0	7.449	15,16
Contemporáneo cómico	14.449	38,4	20.190	42,0
Contemporáneo experimental	974	2,6	1.238	2,6
Infantil	4.167	11,1	8.028	16,7
Revista musical	1.828	4,9	1.319	2,7
Lecturas dramatizadas	298	0,8	565	1,2
Otros	5912	15,8	7115	15,24

Fuente SGAE , extraído de El Teatro, Juan Muro Abad.

Entre los géneros con mayor presencia proporcional en la oferta de representaciones está el teatro cómico contemporáneo, que pasa de un 38,4 % a un 42,0 %, y el teatro infantil, que pasa del 11,1 % al 16,7 %, mientras que el teatro dramático de texto o el clásico ven reducir su cuota.

Por otro lado la recaudación de las artes escénicas es, tal vez, el indicador que tiene en esos años un comportamiento más explosivo, en parte por el incremento del precio medio de la entrada, en parte por la eclosión de los musicales y grandes espectáculos, en parte, por el aumento del número de espectadores y dentro de ellos de los que pagan íntegramente su entrada. Las cifras pasan de 73.800.000 € a 217. 200.000 €, en números redondos. De esa cantidad la recaudación correspondiente al teatro supone el 70%.

Como no podía ser de otro modo el gasto por habitante y año en teatro ha tenido un incremento generalizado, aunque modesto, a excepción de la Comunidad de Madrid, donde ha pasado de 6,74 € en 2001 a 11,1 € dos años después. En cualquier caso, más de la mitad de las comunidades no supera los dos euros por persona y año destinado al gasto teatral. *Datos extraídos de El Teatro, Juan Muro Abad*

Las Artes Escénicas en Madrid

Madrid es un ejemplo de convivencia entre los diferentes tipos de teatro presentes: público, privado, alternativo, de consorcio y ocasional. Aunque en los últimos años se tiende hacia el teatro privado, y en particular del teatro musical y de grandes espectáculos.

Por el lado del teatro público podemos observar que La Red de teatros públicos de la Comunidad de Madrid tiene entre 1995 y 2000 un crecimiento moderado. Aunque su existencia y desarrollo refleja la democratización de la oferta teatral, el tipo de crecimiento informa de las dificultades que tiene en su desarrollo y consolidación, fundamentalmente en cuanto a la fidelización de sus espectadores. En cambio, en la ciudad de Madrid muestran una enorme fortaleza los espacios de exhibición privados que no solamente aumentarán su número, sino su peso proporcional en todos los indicadores empleados.

Tabla de cantidad espectáculos programados

Espectáculo programados	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Teatros públicos	151	187	164	133	108	86	84	86	106
Teatros privados	105	111	123	132	114	136	141	156	133
Sala Alternativa	112	77	129	119	118	177	191	233	201
Teatros de consorcio	13	14	62	59	67	67	81	66	92
Espacios teatrales ocasionales	1	3	6	5	9	19	36	48	8

Fuente SGAE , extraído de El Teatro, Juan Muro Abad.

La creciente oferta de espectáculos se asienta fundamentalmente en los teatros públicos, alternativos y, en menor medida de consorcio. Estos espacios ofertan un alto número de obras con un muy bajo número de representaciones por espectáculo, mientras que el teatro privado ofrece un bajo número de espectáculos con un alto número de representaciones por cada uno de ellos. Éstos, responden con ello a su finalidad de obtención de beneficios; aquellos logran que la cartelera de Madrid disfrute de diversidad y rotación, permitiendo que los públicos teatrales disfruten de las obras que les interesan.

A continuación encontramos una tabla donde podemos observar el número de representaciones por año, con su cantidad de espectadores totales y la recaudación en

España y más concretamente en la Comunidad de Madrid, donde se encontraría el Espacio FAN-FAN.

1. ARTES ESCÉNICAS. TEATRO

Número de representaciones y espectadores y recaudación en euros. Teatro

	Comunidad de Madrid			España		
	Representaciones	Espectadores	Recaudación	Representaciones	Espectadores	Recaudación
2003	12.274	2.972.385	57.095.400	51.354	11.803.479	123.490.300
2004	14.438	3.221.393	65.614.596	59.415	12.929.115	137.744.148
2005	15.051	3.534.700	76.153.744	58.112	13.424.924	160.843.726
2006	16.445	4.231.528	97.536.732	63.251	15.124.361	179.949.867
2007	17.154	4.266.113	96.108.464	67.006	15.895.749	188.966.256
2008	17.562	4.307.920	94.812.002	68.333	16.441.832	190.753.795
2009	17.045	4.243.120	98.043.816	65.059	15.550.256	200.863.536

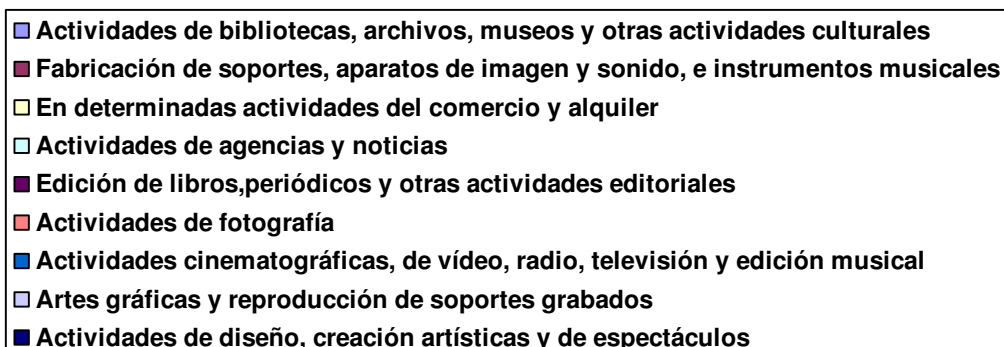
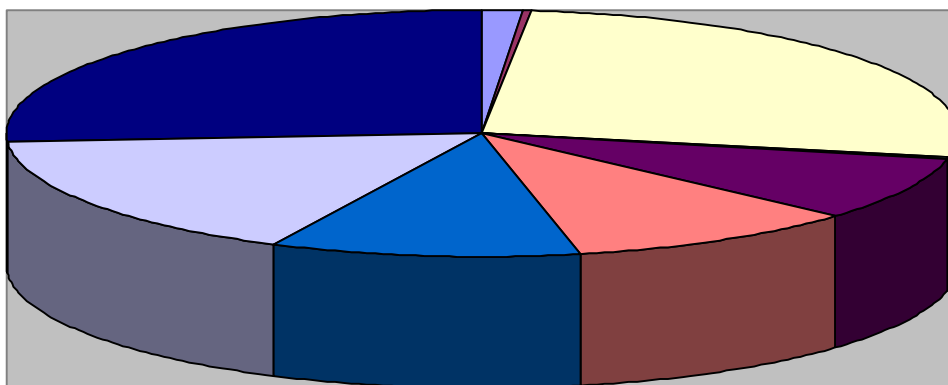
Fuente:
Sociedad
General
de
Autores y
Editores
(SGAE).

Podemos observar que aún viviendo una etapa de crisis en estos últimos años existe una evolución en aumento positiva, lo cuál deja esperanzas al sector. Concretamente en Madrid vemos que del 2003 al 2009 prácticamente las cifras son el doble más altas, tiene una evolución más ascendente que el resto de España.

En el siguiente gráfico vamos a ver las empresas del sector cultura.

Empresas culturales por actividades económicas. 2009
(En porcentaje)

GRÁFICO



Actividades de bibliotecas, archivos,
museos y otras actividades culturales
1,3%

Fabricación de soportes, aparatos de
imagen y sonido, e instrumentos
musicales
0,3%

En determinadas actividades del
comercio y alquiler
26,5%

Actividades de agencias de noticias
0,2%

Edición de libros, periódicos y otras
actividades editoriales
8,3%

musical

10,5%

Artes gráficas y reproducción de
soportes grabados

16,9%

Actividades de diseño, creación,
artísticas y de espectáculos

26,1%

Actividades de fotografía

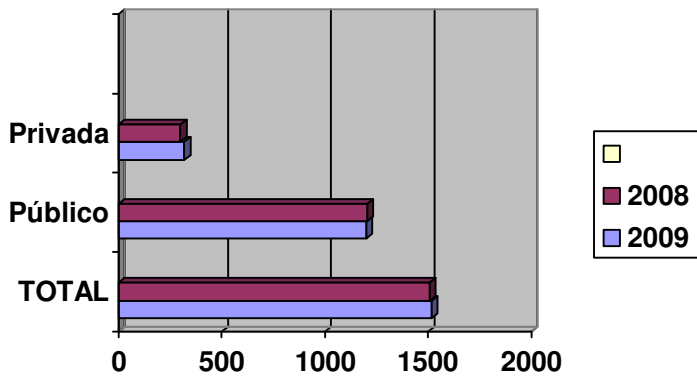
10,0%

Actividades cinematográficas, de
vídeo, radio, televisión y edición

A través de esta gráfica podemos vislumbrar que dentro del sector cultural, las empresas de espectáculos, creación y diseño ocupan el segundo lugar en número de empresas, lo cual es señal de que es un potente, resistente y bastante fructífero sector dentro del ámbito cultural.

Espacios escénicos estables teatrales según titularidad. 2009

Fuente INE



En 2009 el número de espacios escénicos teatrales ascendió a 1.518, cifra que supone 3,3 por cada 100.000 habitantes. Las salas de concierto, 481, suponen una por cada 100.000 habitantes.

A continuación vamos a ver de este 26,1 % de empresas de toda España cuáles son las que se encuentran en Madrid y realizan, a grandes rasgos, servicios similares a los que realizaría el Espacio FAN-FAN y por tanto serían nuestra competencia más directa.

Listado de empresas que tienen su sede en Madrid

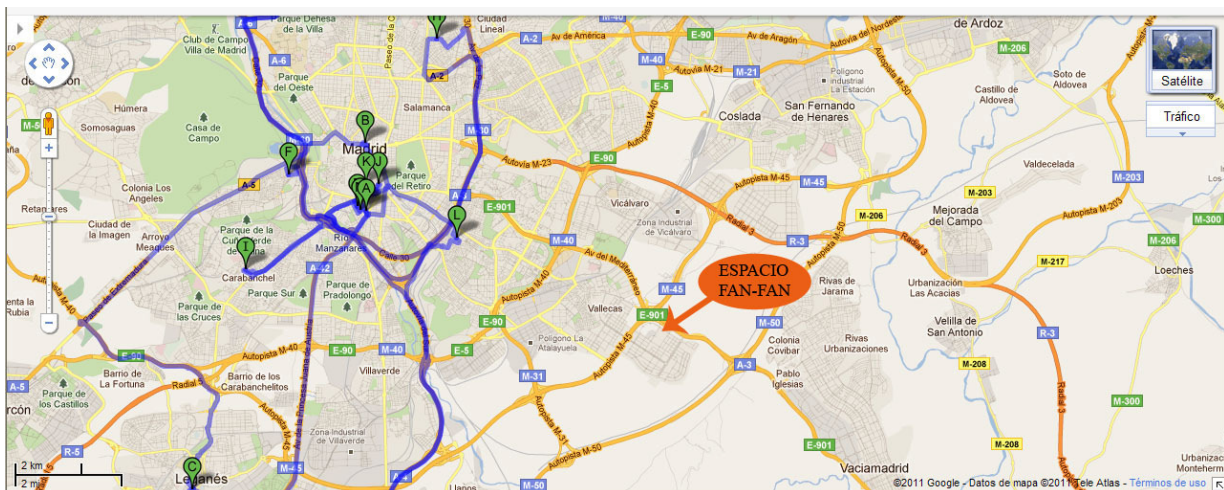
Principales Productoras de Artes Escénicas de Madrid

Actividades Culturales La Bicicleta, S.L.
Arenal Eventos, S.L.
Art Media Producciones, S.L.
Arteatro Productora Teatral
Artibus, S.L.
Bolito Producciones
Candelaria Sur, S.L.
Compañía Sudhum Teatro
Cuarta Pared
Descalzos Producciones, S.L
Drive Entertainment, S.L.

Producciones Inconstantes
Producciones La Tapadera, S.L.
Producciones Micomicón
Producciones Teatrales Alejandro Romay
Producciones Yllana, S.L.
Secuencia 3 Artes y Comunicación
Sol y Tierra
Stage Entertainment España, S.L.
Susana Toscano Producciones
Teatro Alfil
Teatro Alfil

E.G. Línea de Cultura, S.L.
El Montacargas
El Teatro del Finikito
Enebro Teatro
EscénaTe
Factoría Teatro
Focus, Servicios para las Artes Escénicas
Gran Vía 37, S.A.
Guirigai Teatro, S.L.
Iniciativas Teatrales, S.L.
La Fábrica de Sueños, S.L.
La Lavandería Teatro
La Tartana
Los Barracos Teatro
Maru-Jasp
Metamorfosis Producciones Teatrales, S.L.
Morbora S.L.
Mutis Eventsmasteatro
Nuevo Teatro Alcalá
Nuevo Teatro Alcalá
Pentación Espectáculos, S.A.
Producciones El Zurdo

Teatro Avenida
Teatro Bellas Artes
Teatro Benavente
Teatro Cambaleo
Teatro Coliseum
Teatro de la Luna
Teatro Gurdulú
Teatro Häagen-Dazs Calderón
Teatro La Latina
Teatro Lara
Teatro Lara
Teatro Lope de Vega
Teatro Muñoz Seca
Teatro Reina Victoria
Teatro Reina Victoria
Teatro Rialto MoviStar
Teatro Sanpol
Teatro Tyl Tyl
Telón Corto
Tomás Gayo Producciones, S.L.
Uroc Teatro
Wonderland Entertainment, S.L.



Aquí vemos ubicadas las principales salas de teatro que seguirían una línea de acción similar a la nuestra. Podemos observar que las salas de teatro están alejadas de la población en la que pretendemos intervenir y ello conlleva una serie de aspectos que podrían ser negativos y otros de un carácter más bien positivo. Interpreto que el hecho de que no existan salas de teatro en la localidad puede ser beneficioso en la medida en que no existen competencias a mi proyecto. Sin embargo, considero que debo tener en cuenta que ello significa también que el hábito de consumo teatral está vinculado al centro de la ciudad. Tal y como se comentará en el apartado de públicos, ello no representaría un obstáculo para mi proyecto en la medida en que nuestro público destinatario es el ciudadano cercano que puede motivarse con ofertas culturales

y artísticas próximas a su entorno por la facilidad que supone disfrutar de cultura en su entorno más próximo.

A través de este acercamiento al entorno se puede decir que hay aspectos que no nos benefician a la hora de la viabilidad del proyecto, como es una época de crisis, una gran concentración de oferta cultural en Madrid, pocas ayudas a priori, una zona de Madrid periférica, etc.,... Obviamente son aspectos que dificultan el proyecto pero no lo imposibilita, ya que respecto al entorno también tenemos aspectos que hacen el proyecto viable como un barrio virgen en espacios culturales, un barrio con niños en edad de escolarización, un barrio con bastante movimiento de gente por las calles, por los parques y con poca oferta cultural para este grupo de personas, una zona de construcciones nuevas, con muchos locales para alquiler, algunas ayudas para temas artísticos y algunas ayudas para la pequeña empresa. Todo esto unido a que sería un proyecto que podría agradar a la sociedad, aportar cultura, alegría, creatividad a las personas que participásemos en él (tanto trabajadores como estudiantes, público, etc.), hacen de este proyecto, desde mi punto de vista, un proyecto viable.

2.3 MARCO JURÍDICO PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO

Nuestra empresa se clasificaría como una empresa del sector servicios, de tamaño pequeño, de capital privado, una empresa con ánimo de lucro, con dos socias a priori y constituida como sociedad limitada.

La Ley a la que se acoge las Sociedades Limitadas es el Real Decreto Legislativo de Sociedades de Capital de 2 de julio de 2010, esta permite que la administración y representación en diferentes formas. El espacio FAN-FAN elegiría:

Varios **Administradores Solidarios**, que podrán actuar indistintamente en nombre de la sociedad tanto para la realización de los actos de gestión como para la representación de la sociedad en juicio o fuera de él.

Para leer los estatutos completos de esta ley revisar Anexo 2.

LICENCIA DE ACTIVIDAD

Los pasos a seguir para la obtención de la licencia de apertura de actividad pueden ser difíciles y costosos, por ello consideramos oportuno contratar una empresa externa especializada en la obtención de licencias. Si bien es cierto que ello puede aumentar el presupuesto necesario para nuestro proyecto consideramos que la opción de contratar una empresa externa te garantiza una mayor rapidez en las gestiones burocráticas y en definitiva el éxito de la tramitación.

Nuestro tipo de Licencia sería específica por nuestra actividad, dentro de actividades molestas. La licencia que nos adjudicarían estará en el Decreto 184/1998, de 22 de octubre, por el que se aprueba el Catálogo de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas, Establecimientos, Locales e Instalaciones. En resumen nos acogemos a la siguiente definición del Anexo II del catálogo “*Se entenderán por locales de espectáculos públicos aquellos en los que, con el fin de congregarse, como espectadores, al público en general, se organizan actividades, representaciones o exhibiciones de naturaleza artística, cultural o deportiva.*” Para ver al completo lo que se acoge en este Decreto ver el Anexo 3.

Los pasos que tendríamos que seguir en términos generales serían:

1 Elaboración del proyecto para la obtención de la Licencia

El Proyecto de licencia de apertura ha de ser elaborado por un Técnico competente, como es el caso de un **Ingeniero Técnico Industrial**. (En algunos municipios, y para determinadas actividades, únicamente se exige un *Certificado de Solidez y Seguridad*).

Una vez elaborado el Proyecto, ha de ser presentado junto con la documentación complementaria ante el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Industriales para su visado, trámite indispensable previo a la presentación ante el organismo competente de la Administración.

2 Visado del Proyecto por el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Industriales

El visado del Proyecto conlleva el pago de unas tasas que varían dependiendo del tipo de local o actividad.

3 Abono de las tasas municipales correspondientes

Una vez visado el Proyecto, el siguiente paso es abonar las Tasas Municipales de Licencia de Apertura. El importe de las mismas depende de varios factores: actividad a desarrollar, superficie construida del local y ubicación del mismo.

Este trámite se realiza en el Ayuntamiento, que normalmente emite una carta de pago que ha de ser abonada en una entidad bancaria. En algún Ayuntamiento las tasas se pueden abonar en la ventanilla de Recaudación del mismo.

4 Solicitud de licencia de apertura ante el Ayuntamiento

Con el resguardo de haber abonado las Tasas Municipales, y toda la documentación técnica y complementaria debidamente visada, se puede proceder a la solicitud de la licencia de apertura ante el Ayuntamiento. Este trámite suele realizarse en la Delegación de Medio Ambiente del mismo.

5 A esperar...

Una vez presentada toda la documentación, sólo queda esperar a que el Ayuntamiento nos conteste, bien concediendo directamente la licencia de apertura, o bien solicitando alguna aclaración relativa a la documentación presentada.

El tiempo que tarda el Ayuntamiento en contestar depende de cada municipio, pero **no** suele ser inferior a tres meses.

3 PROYECTO

3.1 POLÍTICA CULTURAL

Este proyecto posee un marco ideológico propio, el cual proviene de nuestra propia visión del mundo (del equipo de trabajo del Espacio FAN-FAN). Una visión del mundo que viene de lo vivido, hacia lo posible, pasando por lo deseado.

Para el Espacio FAN-FAN es importante considerar como basa ideológica para nuestra estrategia de trabajo el tener una intervención social en la cultura. Estas deben estar ligadas a su carácter formativo y educativo, las que implican la vertebración simbólica de un territorio (cohesión social), pero sobretodo las que se centran en el individuo y en sus posibilidades de desarrollo integral.

No se concibe la idea de dotar de un valor sobrenatural a la cultura, sino más bien de utilizarla como una de las posibles herramientas para el cambio, sabiendo que existen otras, pero además, intentando llegar más allá de su valor y actuando en los medios, los hechos y las técnicas para conseguir ese cambio, aunque sea pequeño, pero esos niños que se formen, esas madres que vengan a talleres, ese espectador que venga a la sala, le afecta la cultura, le desarrolle, le implique y nos relacione unos con otros, a través de las artes escénicas.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que estamos viviendo multitud de cambios en lo que se refiere al terreno de la vida cultural en los últimos años. Factores que provienen de la globalización, como son las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, los procesos migratorios y la economía mundial, están modificando los comportamientos de las personas en muchos campos, pero sobretodo en el de la cultura. La cultura es mediada a través de las nuevas industrias de la información y la comunicación.

También hay que considerar que las políticas culturales en España tienen un claro origen ilustrado e inspiración francesa, ya que, sobretodo desde los años 60, se han centrado en una decidida voluntad de apoyo de la cultura desde el Estado. El acceso a la cultura ha sido uno de los principios de la política cultural española desde sus primeras formulaciones. Una democratización cultural, centrada en acciones de difusión cultural, a través de creación de un

circuito de distribución y de infraestructuras culturales, de subvenciones a sectores deficitarios, e incluso de descuentos en los accesos de los espectáculos.

Esta situación ha ido ocurriendo así hasta los últimos años, donde, debido a los cambios en las prácticas culturales de los ciudadanos, la concepción de cultura ha ido abriéndose a un marco que no puede ser limitado. El Estado, frente a la inmensa demanda cultural por parte de la ciudadanía y la incapacidad de abarcarla toda, se replantea sus principios optando por una política cultural más centrada en la conservación y la difusión del patrimonio, y delegando a través de la descentralización el resto de competencias culturales, tanto por medio de las Comunidades Autónomas, como por la empresa privada y el asociacionismo, mediante un modelo de Estado relacional, donde éste ya no sólo es una máquina de ofertar servicios culturales sino un dinamizador de otros agentes. Este cambio genera nuevas formas de trabajar las artes escénicas, nuevos espacios, nuevas políticas culturales, etc.,...

Sin perder de vista las consideraciones que he realizado anteriormente, las cuales son, en cierto modo, las limitaciones o realidades que condicionarán, en mayor o menor medida, en el proyecto. Y creyendo que toda política cultural se basa, al fin y al cabo, en la gestión estratégica de las necesidades de la sociedad. Pienso, como ya marqué al principio de este punto, que la cultura es la herramienta para el desarrollo individual de cada persona, y a partir de éste el principio del cambio de las estructuras sociales.

3.2 LINEA DE ACCIÓN

La escuela/espacio FAN-FAN va a seguir el proceso de organización, planificación llamado **gestión de proyectos**, tanto para el área de producción, como para la gestión del espacio y la escuela, la explotación y para los aspectos artísticos, ya que es la metodología de trabajo que mejor engloba todos los aspectos de las artes escénicas a la hora de trabajar conjuntamente. Obviamente en los diferentes departamentos se trabajaran de forma más precisa algunos aspectos que son más específicos de esa área. Pero, a través de la gestión de proyectos englobaremos la planificación de todo el conjunto y con ello la realización de todos los departamentos, para que nuestro trabajo cumpla sus objetivos de forma satisfactoria, sin ir con el agua al cuello (como siempre suele pasar en teatro), o por lo menos no tan con el agua al cuello... De esta forma intentar mantener los procesos más continuos de actividad como

pueden ser la administración, la difusión... que tienen una linealidad, una continuidad, con los procesos de acciones nuevas como puede ser un nuevo taller, una nueva producción... que son más eventuales, puntuales de un tiempo en concreto y unirlos a través de la gestión de proyectos.

“El proyecto es un proceso multidimensional y diverso en el que se manejan recursos humanos, económicos y técnicos con el propósito de alcanzar el objetivo previsto en un tiempo y condiciones determinadas.” Definición de Miguel Ángel Pérez Martín.

Miguel Ángel Pérez define más concretamente proyecto escénico como *“la suma de las actividades realizadas por cualquiera de las organizaciones escénicas para alcanzar sus objetivos artísticos y culturales”*.

En nuestro caso los diferentes segmentos de actividad serían:

Producción: acciones orientadas al estreno de espectáculos.

Gestión: de la empresa tanto su parte de formación, como su parte de producción, como su faceta de exposición de otras compañías, festivales, etc.,...

Explotación: venta directa, intermediación y representación del trabajo de los colectivos anteriores.

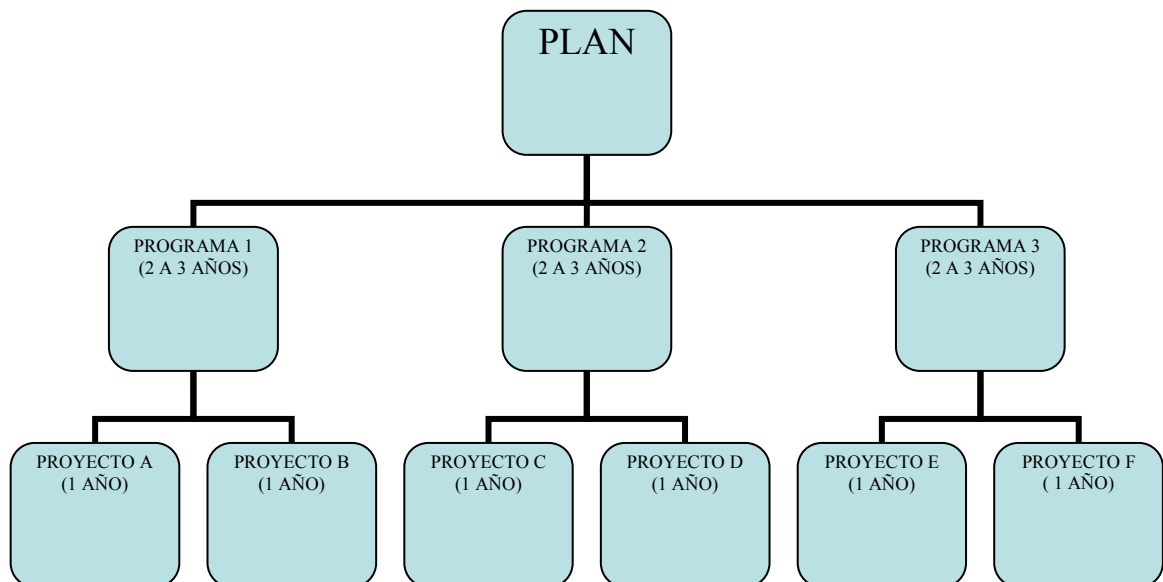
Difusión: promoción, publicidad, relaciones públicas, marketing directo mediante la explotación de bases de datos, marketing por Internet, programas educativos, captación de patrocinadores de la actividad. Programas de difusión internacional.

Financiación: programas de apoyo, ayuda e inversión en artes escénicas, cultura, educación, patrocinio privado de actividades escénicas.

Investigación, documentación y gestión del conocimiento: Publicaciones, centros de documentación, investigación on-line, investigación creativa...

Formación: en disciplinas artísticas, técnicas. Reciclaje de profesionales, actualizaciones de conocimientos....

Estos departamentos deben estar gestionados dentro de varios proyectos, estos diversos proyectos componen un programa. Los programas relacionan actividades y tiempo, tienen su anclaje temporal medio en un plazo de dos a tres años, mientras que los proyectos son de un alcance temporal menor, generalmente hasta un año. Los programas a su vez forman parte de un plan. El plan supone la existencia de estas acciones, que pretenden iniciar un nuevo camino, un nuevo desarrollo, un cambio y sus resultados se aprecian a largo plazo. Entonces debemos tener proyectos que se anclen en programas que abarquen aspectos más amplios de la actividad .escénica y estos programas han de anclarse a su vez en planes, a desarrollar en dimensiones temporales más amplias. Debemos definir claramente nuestros objetivos y concretarlos en Planes, Programas y Proyectos. Es la mejor manera de comprobar si las cosas van bien o mal y revisar cada cierto tiempo los planteamientos.



Para poder crear un proyecto debemos partir de unas premisas, podría citar tres grandes premisas:

La satisfacción de Necesidades

La resolución de problemas

El aprovechamiento de oportunidades

Los proyectos han de responder a una o varias de estas premisas. Pero en el mundo artístico, cultural, estas premisas están influenciadas por unas dimensiones, que son:

Dimensión Personal: artística, expresiva, profesional, económica.

Dimensión colectiva: equipo del proyecto, reconocimiento profesional.

Dimensión Social: alcance de nuestras actividades, número e intensidad de beneficiarios del proyecto.

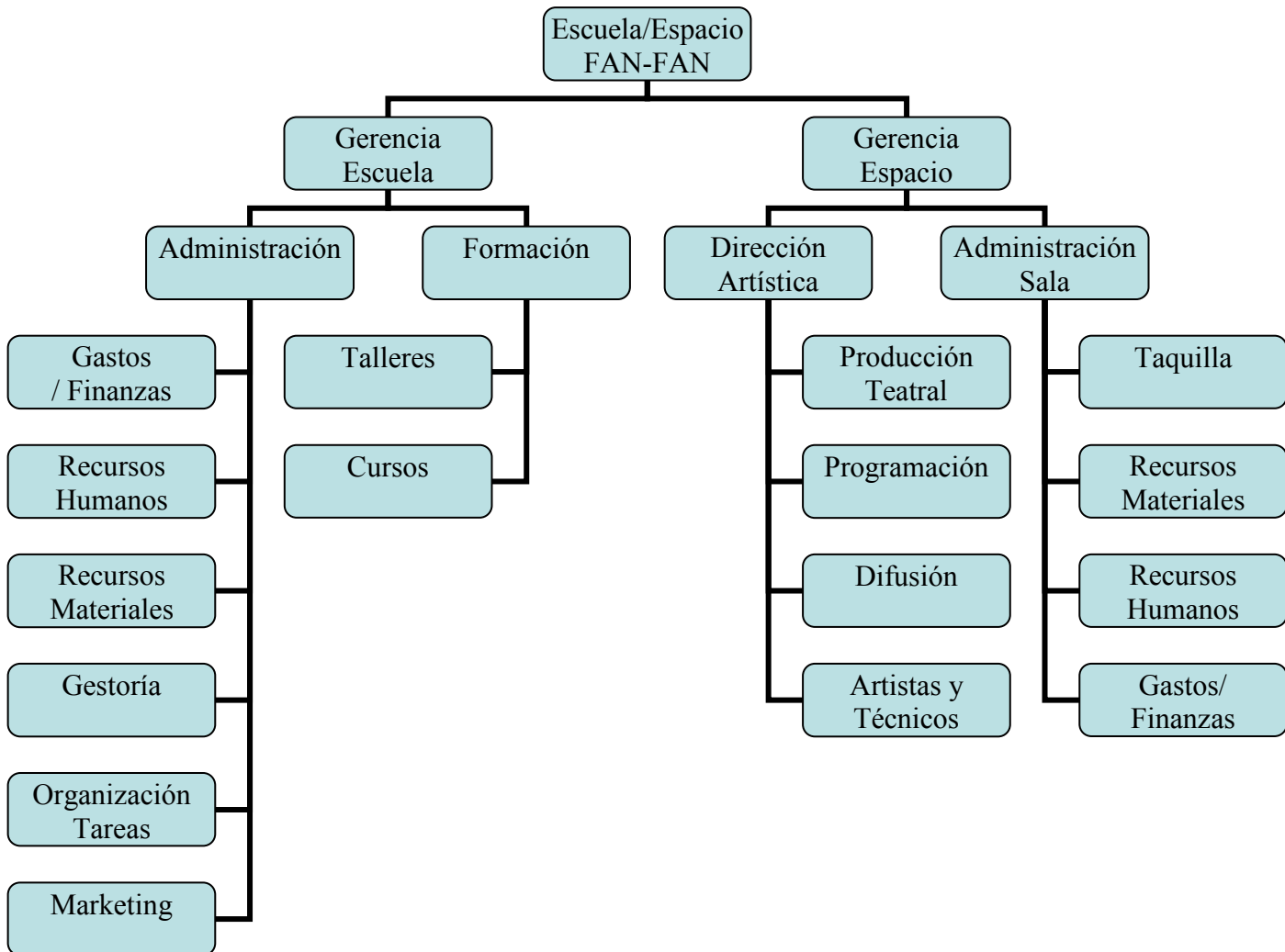
La combinación de las premisas con las motivaciones proporcionan una gama amplia de posibilidades, que hace más compleja la gestión.

¿Por qué hacemos esto? ¿Qué pretendemos y qué esperamos conseguir? Responder a estas preguntas nos llevará a una primera propuesta que nos llevará a cabo el proyecto.

Generalmente, en el ámbito teatral, nos encontramos con que, en la puesta en marcha de un proyecto, convergen dos tipos de responsabilidades: la dirección artística, responsable de la puesta en escena y la dirección administrativa, gerencia, responsable de que el proyecto se cumpla dentro de sus parámetros económicos y de explotación, en las condiciones pactadas por todos los agentes que intervienen en la operación.

Es necesaria una cierta “división del trabajo”, un cierto grado de especialización en función de las diversas tareas y acciones. El trabajo escénico es fundamentalmente un trabajo grupal, lo adecuado es una especialización, **división de tareas**- cada miembro del equipo del proyecto debe hacer aquella para lo que se encuentre mejor capacitado- pero tiene igual importancia la **visión conjunta**, la totalidad, la integración de las partes. Es necesaria la división de trabajo pero también la colaboración- querer hacer algo con otras personas u organizaciones- y la **coordinación**, la unidad de acción. En nuestro caso habría una persona encargada de la gestión de la escuela y el espacio artístico; una persona encargada de la formación, organización de talleres, cursos, etc.; otra persona encargada de la dirección de los proyectos de producción y todos encargados de las decisiones artísticas y creativas según fuese conveniente.

La tabla de reparto de tareas quedaría así:



En este organigrama podemos observar como se relacionan la componente artística y gerencial con sus diversos ámbitos de influencia. Cada una de las fases de este proceso consta de una serie de tareas y acciones muy diversas que se irán concretando al describir la función de la gestión aplicada al sector teatral y a la creación de espectáculos en general.

3.3 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

El primer aspecto a tomar en cuenta es el **¿Qué?**, ya que nos posibilita comprender ¿Qué queremos hacer? A veces no lo sabemos muy bien y deambulamos por muchas respuestas que vagamente se van desarmando en el tiempo. Responder el **¿Qué?** abrirá la puerta de la definición de nuestro Objetivo, con él podremos ordenar nuestra idea y darle sentido a lo que buscamos con nuestra acción.

Queremos ser un centro de formación, de difusión y producción de las artes escénicas centrado en la infancia y en la juventud.

Una vez determinado el **¿Qué?**, mediante la definición del objetivo, intentaremos responder el **¿Cómo?**, que nos ayudará a conformar los Objetivos Específicos de nuestro proyecto.

Los objetivos específicos serán aquellos que nos darán las pautas de desarrollo, mediante las cuales guiaremos nuestro objetivo.

El **¿Cómo?** se constituye en una herramienta importante, ya que desde ahí podremos desarrollar en forma ordenada las acciones que realizaremos, para lograr cada uno de los objetivos específicos, que respondan a su vez al objetivo general antes propuesto. Es aquí, donde deberemos entender que un principio importante a la hora de diseñar un proyecto es la coherencia que tenga éste al momento de estructurarse, ya que cada una de las partes deberá responderse entre sí. La coherencia estará dada por el entendimiento global del proyecto, desde su diagnóstico hasta la evaluación de sus objetivos y actividades.

Objetivo general y específicos:

1- Crear un centro de formación, difusión y producción centrado en las Áreas de Expresión Artística para la infancia, la juventud.

1.1 Promocionar la formación y difusión teatral de las madres y padres

1.2 Potenciar las artes escénicas una herramienta de diversión, de educación, de desarrollo de la infancia

1.3 Fomentar la alfabetización del lenguaje de las artes escénicas

1.4. Promocionar las artes escénicas.

2- Constituir un punto de encuentro de profesionales de la cultura, creadores y público en general.

2.1 Promover la reflexión sobre los procesos de creación de la cultura.

2.3 Formar parte de redes artísticas, culturales, de festivales... para establecer colaboraciones y así crear circuitos culturales.

3- Promover la interculturalidad:

3.1 Identificar las diferentes culturas y prácticas culturales existentes en el barrio.

3.2 Fomentar el diálogo entre las culturas y el entendimiento.

3.3 Crear el marco propicio para la creación de nuevas formas de hibridación cultural.

Seguimos respondiendo las cuestiones.....ya tenemos el ¿Qué?, el ¿Cómo? ahora el...

Deberemos responder el **¿Dónde?** , que será el lugar específico en el que se ejecutará el proyecto, la *Localización*. En una primera etapa realizamos un diagnóstico de un determinado territorio, ahora especificaremos el lugar en el cual llevaremos a cabo las actividades, en el cual tendrá impacto nuestro proyecto.

Este aspecto esta explicado en el punto del Anteproyecto, el apartado del entorno. El lugar será un local del **Barrio Villa de Vallecas al sur-este de Madrid**, para ver un ejemplo de local ver **Anexo 4**.

Estrategia y Acciones

El **¿Cuáles?** nos hace preguntarnos por la estrategia y acciones que llevaré a cabo para cumplir con los objetivos específicos.

La *Estrategia* será aquella orientación que tendrán las *actividades* que deberemos realizar para cumplir con nuestros objetivos.

Estrategia de calidad

El modo de conseguir la aprobación ciudadana y la fidelización de espectadores es manteniendo unos “estándares” de calidad. Como veremos en el simulacro de programación, realizar una formación y programación estable, bajo unos niveles de calidad artísticos altos dentro de nuestro criterio, que se define por ser educativo e imaginativo.

Estrategia de contención de costos

Intentaremos siempre ceñirnos a los presupuestos para así mantener adecuadamente los niveles de gastos e ingresos, para que no se produzcan pérdidas económicas que nos llevarían al cierre. Siempre tendremos que estar revisando estos temas, para cambiar estrategias o mantenerlas según fluyesen las cosas. De todas formas nunca la economía deberá influir negativamente en la calidad del Espacio FAN-FAN.

Estrategia de diferenciación

Como ya se está viendo a lo largo del trabajo tenemos unas características que nos hacen singulares, es un producto singular pero de interés general dentro de esa singularidad. Esto lo deberemos de fomentar para marcar nuestra diferencia del resto, sin llegar al punto de crear un “nitzo” que no interese a nadie. Nuestros puntos a fomentar son la infancia, la familia, la creatividad, la pedagogía, el teatro y la zona de Villa de Vallecas.

Lo ideal ahora es acercarnos aún más al proyecto preguntándonos **¿Cuándo?** De esta forma podremos ordenar en el tiempo nuestras actividades, evaluando su cumplimiento o posibles ajustes. La utilidad que nos presenta la *formulación* y el *diseño* de un plan de trabajo es porque nos facilita aplicación y comprensión de cada tarea a realizar.

Nuestro proyecto tendría una duración aproximada de 1 año y 6 meses, después evaluaríamos los resultados y seguiríamos trabajando para seguir llevando adelante el Plan de el Espacio FAN-FAN.

En los procesos hay una secuencia continua de acciones. Por ello debemos establecer un ritmo, una temporalidad en cada proyecto.

	Enero-Febrero	Marzo-Abril	Mayo-Junio	Julio-Agosto	Septiembre-Octubre	Noviembre-Diciembre	Enero-Febrero	Marzo-Abril	Mayo-Junio
PLANIFICACIÓN	4 meses								
*Definición de la idea	15 días								
*Reuniones de la organización	30 días								
*Trámites	4 meses								
*Gestiones	4 meses								
PRODUCCIÓN ESCUELA	1 año								
*Reuniones de la organización	36 días (aprox 3 salmes)								
*Iniciación de las clases	1 año								
*Gestiones	84 días (aprox 7 días salmes)								
PRODUCCIÓN SALA	10 meses								
*Programación	10 meses								
*Reuniones de la organización	30 días (aprox 3 salmes)								
PRODUCCIÓN COMPAÑÍA	36 días								
MARKETING	1 año y 4 meses								
EVALUACIÓN	2 meses								

Para dar mayor énfasis a nuestro trabajo, apostaremos ahora por responder **¿Quiénes?** serán los encargados de cada una de las actividades, es decir, definiremos los responsables y roles que tendrá cada integrante en nuestro Equipo de Trabajo. Nuestro equipo de trabajo estará formado por:

Mar Montoro, Licenciada en Arte dramático por University of Kent. Master en Gestión Cultural por la Universidad de Valencia. **Gerencia de la escuela-Área Administrativa**

Beatriz Afonso, Licenciada en Dirección de Artes escénicas por University of Kent. Maquilladora profesional. **Gerencia de la Sala- Dirección Artística**

Juanjo Torres, Licenciado en Arte Dramático por University of Kent. Estudios Superiores de Coreografía y Danza por el Real Conservatorio de Danza de Madrid. **Área de formación**

Iguarina García, Licenciada en Arte Dramático por University of Kent. FP Superior en animación socio cultural **Área de formación.**

Posteriormente en el punto 4.1 desarrollaremos un cuadro con cada una de las actividades añadiendo el responsable, que en este caso podemos estructurar mediante los roles asignados, ya sean estos de productor, coordinador, asistentes u otros. Los ajustes que deberemos realizar hoy para el cumplimiento de mañana. Asimismo, hay que tener claro que podemos tener algunos imprevistos que pueden afectar las actividades que teníamos planificadas. Por ello, es necesario entender que lo principal será nuestro objetivo, y que las actividades que planifiquemos ayudarán a lograrlo, pero éstas pueden tener modificaciones que intentaremos siempre poner en positivo, buscando las oportunidades y tomando las dificultades como nuevos caminos a recorrer y no como finales anticipados.

3.4 MISIÓN/VISIÓN/VALORES

La **Misión** del Espacio FAN-FAN es ser un centro de formación, de producción y de difusión teatral infantil y juvenil de calidad. Un espacio creativo, con iniciativa, comprometido, útil, rentable para la sociedad y para los que formamos parte del él. Con la iniciativa cultural de querer ser un lugar de encuentro para todos aquellos que pretenden conocer y vivir el teatro de una manera diferente, para los que están interesados en el arte y la cultura en un sentido amplio y para intentar satisfacer las necesidades culturales teatrales de su entorno más próximo.

La **Visión** del Espacio FAN-FAN es ofrecer nuestros servicios culturales satisfactoriamente, con un alto nivel de calidad y creatividad. Conseguir un crecimiento progresivo y constante en nuestra área. Ser un espacio culturalmente referente y con una

contribución positiva en la sociedad. Un lugar de creación de nuevos discursos, ideas, símbolos y representaciones, con la aspiración de proporcionar respuestas propias a los problemas y conflictos que se les plantean a los individuos en las sociedades contemporáneas.

Declaración de **Valores** del Espacio FAN-FAN:

La infancia y juventud nuestro principal compromiso

Autenticidad y verdad

Libertad para hacer, expresar, educar, formar

Comprometidos con nuestro entorno, con la sociedad

Imaginativos, creativos

Autocríticos

Interés, escucha a nuestro público, cliente

Sostenibilidad

3.5 DIAGNÓSTICO DE LA REALIDAD: ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES DE LA ORGANIZACIÓN

Peculiaridades por su naturaleza intangible.

El tratarse de un bien económico que se consume al mismo tiempo que se representa.

Sueldos bajos en relación con el esfuerzo, dedicación...

Singularidad.

La inexperiencia dada por ser la primera empresa propia

La dificultad de no caer en la pérdida de la función social tradicional de las artes escénicas para poder sobrevivir económicamente.

AMENAZAS DEL ENTORNO

Un consumidor variante.

La ausencia de un hábito consolidado de consumo escénico y la presencia de una notable analfabetización en relación con los lenguajes escénicos.

La pequeña dimensión del mercado, dificulta amortizar las inversiones ni generar excedentes para invertir en el futuro.

Las dificultades para financiar las inversiones que requieren las producciones.

La sociedad no valora lo suficiente el teatro.

La recesión económica.

Los precios de las entradas, que, pese a estar muy por debajo de los costes, son considerados demasiado caros por una parte significativa de la población.

Rivalidad entre el Teatro comercial y el Teatro Alternativo

Pocas ayudas a priori para este tipo de negocio arriesgado. La ausencia de un sistema de patrocinio y mecenazgo que genere flujos económicos hacia las producciones escénicas y complemente la financiación pública, o propia de la compañía, por la falta de tradición y de incentivos significativos.

Desajuste entre la oferta/demanda.

Gran parte del público no está acostumbrado a pagar por ir al teatro.

Déficit de las nuevas tecnologías.

Mucha política metida en el mundo cultural. Política cultural de escaparate.

Poco dinero invertido en la infraestructura cultural propia.

Difícil hacerse un hueco estable en el mercado

La fragilidad, dispersión y pequeña dimensión de las nuevas empresas emergentes, que no permite generar economías de escala.

La escasa vertebración del sector y la ausencia de un modelo de desarrollo planificado.

La excesiva concentración de la oferta escénica en dos ciudades y algunas ciudades de las redes, fuera de las cuales la programación es escasa y de perfil bajo.

Un sistema educativo que, si bien fomenta el consumo escénico a través de las funciones escolares, no se preocupa por la incorporación de la práctica escénica en el sistema personal de valores.

FORTALEZAS DE LA ORGANIZACIÓN

Puede expresar emociones, sentimientos, estados de ánimo, contar una historia lo cual genera una satisfacción personal y placer al público.

El cuerpo, la voz, tiene una proyección enorme de comunicación y de seducción.

La unión de la expresión artística del teatro con la formación para el aprendizaje.

Singularidad al centrarse en la infancia y su entorno.

Gran importancia del factor humano.

Calidad artística, calidad de imagen y calidad en el método de formación.

Una clara construcción de identidad y valor de la marca.

Espectáculos propios.

Un buen capital humano.

Buena organización.

Selección del personal por calidad artística y por afinidad personal y profesional.

El tener relación con otros espacios escénicos, con redes escénicas, con la infraestructura asociativa y amateur.

Un espacio donde se generan encuentros humanos presenciales en una sociedad digitalizada.

OPORTUNIDADES DEL ENTORNO

El teatro es de la más antigua de todas las artes.

Pequeños avances en el sector durante años.

Un aumento del 4% en 10 años del número de funciones representadas.

Subvenciones por parte de la Generalitat o Comunidad y/o por el Ministerio de Cultura.

La existencia de redes y circuitos de distribución consolidados, redes de salas alternativas, redes del tejido empresarial emergente.

Unos sistemas de venta en taquilla y a distancia eficaces de acuerdo con los nuevos hábitos de consumo de la población.

El desarrollo de un creciente mercado de ocio que, a pesar de incrementar la competencia, ofrece nuevas oportunidades si se vincula el consumo escénico a otras prácticas de ocio mayoritarias en una estrategia de oferta global.

Un interés por parte del sistema educativo por asistir a funciones teatrales para escolares.

3.6 PÚBLICO DESTINATARIO

Al establecer nuestros objetivos específicos, también vamos definiendo la población sobre la cual tendrá impacto el proyecto. Así, surge la necesaria pregunta **¿A Quiénes?** está dirigido nuestro proyecto, que será el grupo objetivo en el cual desarrollaremos las propuestas, los *Beneficiarios*, que a su vez en este proyecto se consideran participantes en la medida en que participan directamente en este proyecto cultural haciéndolo también suyo

Momento actual y tendencias

El reto del sector de las artes escénicas en España a partir de los años ochenta ha sido desarrollarse como sector profesional. La iniciativa privada y las políticas públicas han impulsado un crecimiento intenso basado en la creación de una red territorial de infraestructuras escénicas satisfactorias, una producción escénica diversificada y de calidad, el mantenimiento de una programación estable en muchos municipios y una vertebración asociativa primaria a nivel autonómico y del Estado.

Pero todo hace pensar que hemos llegado al final del ciclo de esplendor. A partir de ahora el reto no será crecer sino consolidarse, resistir.... Conseguirlo basándose en el modelo de gestión de públicos. Este modelo, en principio, permitirá cambiar el sistema de financiamiento actual, demasiado dependiente de los presupuestos públicos, por un sistema de financiamiento más diversificado que proporcione una mayor autonomía y solvencia al sector para hacer frente a los cambios. La pregunta en la creación de públicos es: ¿Queremos espectadores críticos e inteligentes o aspiramos solo a la masificación? ¿Queremos llenar los recintos escénicos o ayudar a gozar de experiencias estéticas? Sabemos que los públicos no nacen que se hacen, que cada proyecto artístico debe crear su público y que el proceso de creación de públicos es un fenómeno complejo y a medio plazo. Algunos piensan que la vía es el marketing, otros que debemos hallar nuevas formas de conseguir el encuentro emotivo entre públicos y creadores en un mundo digital y globalizado. Y otros piensan que la masificación es un mal camino, ya que la alta cultura como lo consideran es de un público reducido.

Podemos considerar que si el sector de las artes escénicas quiere resolver satisfactoriamente el déficit de públicos que percibe debe trabajar en cuatro direcciones:

Conocer mejor los públicos escénicos, ya que su desconocimiento es la causa de muchas decisiones erróneas. Conocer su perfil, su contexto de vida, sus intereses, las dificultades que tiene para acceder a la oferta, etc.

Apostar por el marketing para optimizar la gestión de los públicos actuales. Un programa que nos permita favorecer más intercambios y vincular más los públicos actuales.

Promover la participación activa de los públicos en la programación y gestión de la oferta escénica y crear progresivamente comunidad de espectadores.

Crear nuevos públicos, ya sea provocando interés por las artes escénicas a través de la pedagogía, de la escuela, de los medios de comunicación...

Tipologización de públicos

Reconocer quién es nuestro consumidor-espectador objetivo es fundamental para el éxito de cualquier proyecto. Los públicos escénicos no son un conjunto homogéneo. Son un conjunto de personas singulares que comparten el interés por las artes escénicas. A efectos metodológicos, los podemos agrupar en conjuntos de intereses similares. Podemos establecer grupos a partir de distintas variables.

Si nos basamos en la tipología de públicos a partir de la variable “participación en la oferta escénica”, podemos vivirlos en:

- a) Públicos. Participantes reales o potenciales de la oferta escénica.
- b) No públicos. Personas que no tienen ningún interés por la oferta escénica.

Variable por “nivel de instrucción”:

Estudios primarios. El consumo a lo largo de la formación es básico.

Estudios secundarios. Aumenta las posibilidades de haber asistido, e incluso de haber participado, en espectáculos escénicos.

Estudios superiores. En principio, tienen una formación suficiente como para poder seleccionar e interpretar gran parte de las propuestas escénicas existentes.

Variable por “frecuencia”

a) Ocasionales. Asisten de forma puntual, a menudo coincidiendo con eventos de especial relevancia social.

b) Habituales. Asisten de forma periódica, aunque su consumo no responde a un patrón temporal concreto.

c) Asiduos o aficionados. Asisten de forma periódica y continuada. Son los más susceptibles de formar parte de colectivos de abonados o de asociaciones de consumo.

Variable por “geografía”

a) Públicos en tránsito. Público ocasional que no reside cerca del recinto. En las ciudades con un gran turismo, son interesantes por sí solos como nicho de mercado.

b) Públicos de proximidad. El mercado primario de público potencial al que siempre se dirigen las primeras acciones de captación y fidelización. Su proximidad geográfica y facilidad de transporte elimina una importante barrera de mercado.

c) Públicos de mercado secundario. Esos públicos que no residen dentro del área de influencia de los transportes públicos de acceso rápido al espacio escénico.

Variable “estadio del ciclo vital”

a) Niños. Consumen habitualmente bajo la elección paterna, su dependencia provoca que sea un público difícil de alcanzar sin intermediación.

b) Adolescentes. Consumidores por iniciativa propia de productos consolidados y por iniciativa de terceros, especialmente relacionados con centros de enseñanza.

c) Jóvenes. Consumidores mayoritariamente autónomos y generalmente buenos conoceros del producto. Selectivos, críticos y preparados.

d) Adultos sin dependencia de terceros. Trabajadores sin hijos. Un segmento de público especialmente apreciado para los productos de precio elevado y consumo habitual. Ocupan una gran cantidad del porcentaje del público asiduo o aficionado.

e) Adultos con dependencia de terceros. Consumidores con gran cantidad de barreras de consumo, normalmente forman parte del grupo de espectadores habituales o de los ocasionales.

f) Personas mayores autónomas. Consumidores muy similares a los adultos sin dependencia. Buenos para crear fidelización, para ser un público asiduo.

g) Personas mayores dependientes. Asisten a espectáculos escénicos principalmente por iniciativa de terceros como puede ser familiares, clubes, asociaciones.

Variable de “beneficio buscado”. Pueden coexistir más de una razón, pero de todas formas esta categorización permite realizar un ejercicio muy interesante a la hora de plantear cualquier estrategia o acción.

En general se puede dividir el goce emotivo en seis categorías:

Goce emotivo

Goce intelectual

Aprendizaje o formación

Evasión y diversión

Reafirmación de grupo social

Militancia cultural

Segmentación en función del estadio vital, el estilo de vida, según actitud del hecho escénico

Respecto a la primera variable, podemos considerar que existen cuatro estadios vitales básicos:

La infancia

La adolescencia

La vida adulta

La vejez

A grandes rasgos el estilo de vida lo podríamos dividir en:

Estilo de vida soltero

Estilo de vida en pareja o núcleo familiar sin dependencias

Estilo de vida en núcleo familiar con dependencias

Podemos diferenciar tres actitudes básicas en relación al hecho escénico:

Actitud proactiva, participa en el hecho escénico a partir de un impulso que se origina en su sistema personal de valores.

Se puede además subclasificar en tres categorías:

Públicos de tendencia clásica: Aficionados a lenguajes y formatos escénicos consolidados porque les proporcionan la seguridad de poderlos descodificar y disfrutar.

Públicos de nuevas tendencias: Aficionados a propuestas que parten de lenguajes y formatos consolidados aunque buscan cierto grado de innovación en incremento sin cambiar de código interpretativo.

Públicos con tendencia experimental: Públicos que buscan propuestas con estéticas y formatos emergentes que signifiquen una ruptura con los dominantes, por el gusto de descubrir nuevos códigos interpretativos que los enriquezcan y estimulen a un aprendizaje continuado.

Actitud reactiva, consumen como respuesta a un estímulo exterior.

Actitud inactiva, tienen un interés genérico por el hecho escénico y por la cultura pero nunca han llegado a consumir a causa de determinados factores que lo bloquean, ya sean barreras actitudinales o resistencias objetivas.

Siguiendo estos criterios de clasificación los BENEFICIARIOS DEL PROYECTO SON:

Una vez establecidos estas categorías de públicos falta decir cuál será el público al que se dirige este proyecto. La parte del proyecto que es la escuela de teatro, el consumidor principal son los **niños y jóvenes**. Principalmente en **estudios de formación primarios**, de **clase media**, pertenecientes a familias **con un mínimo de interés cultural** para que los padres los quieran apuntar a clases de teatro.

Por otra parte tendremos un área en la escuela dedicada especialmente a las **madres con niños pequeños**, a las cuáles irán dirigidos unos talleres específicos de relajación, expresión corporal y de unión con sus hijos. Aquí el principal consumidor son **madres de clase media**,

con cierto tiempo, con **niños pequeños**, con un amplio **interés en la educación y en la cultura**.

Además también habrá talleres específicos para **niños con algunas disminuciones físicas o psíquicas**, aquí vuelve a suceder lo mismo, el consumidor que nos contrataría serían **asociaciones, colegios específicos o padres con un interés especial en la educación** de sus hijos y con una situación familiar que le permita este gasto.

Todos los consumidores que tenga la escuela, ya sean asiduos o esporádicos, son posible público de la sala de teatro, por tanto hay que intentar vincularlos.

En cuanto al público del teatro, nuestro principal consumidor serán **los niños y jóvenes de entornos familiares activos**. Niños que han tenido experiencias escénicas en su socialización primaria inducidos por sus progenitores u otros adultos de su entorno familiar. Dentro de este grupo intentaría dirigirme a **públicos de tendencia clásica** y a **públicos de nuevas tendencias** principalmente. Pero sin olvidar a los de tendencias **experimental**, intentado dar a conocer también este tipo de teatro poco a poco a todos lo públicos.

También intentaría alcanzar el **público infantil de entornos familiares inactivos** pero esto una vez conseguido un público estable.

Por otra parte tendremos los **niños escolarizados**, los cuáles no deciden venir. Por tanto nuestro consumidor son los profesores de esos colegios.

Cuadro general de nuestro PÚBLICO

Mapa del consumidor		
Públicos en formación	Niños y jóvenes	En entornos familiares activos (tendencia clásica y de nuevas tendencias) En entornos familiares inactivos
Públicos adultos	Proactivos	Con dependencias familiares

Como ya he comentado el público de hoy en día dispone de una amplia oferta cultural y de ocio, con la que el teatro no tiene más remedio que competir. Algunos teatros, compañías, escuelas son conscientes de la necesidad de acercar al público a través de otras vías, además de la puesta en escena. Dadas las características educativas que contienen el teatro, la música, la danza, existe un gran número de actividades paralelas a la representación que pueden enriquecer enormemente la experiencia de ver un espectáculo. A continuación vemos algunas de las posibilidades que existen a la hora de crear programas dirigidos a crear nuestro público. Por ejemplo:

- Ciclos de autores, directores, coreógrafos, actores, actrices para facilitar la comprensión de la puesta en escena.
- Visitas didácticas y recorridos para mostrar la sala y su funcionamiento interno.
- Charlas introductorias antes de la representación.
- Talleres prácticos donde los asistentes tienen la oportunidad de experimentar partes del espectáculo personalmente.
- Encuentros con el reparto después de la función para hacer preguntas y aclarar dudas.
- Realizar campañas escolares.
- El teatro va a la escuela.
- Programas de integración entre teatros, galerías y museos donde actores, bailarines pueden ilustrar aspectos de las artes visuales. Así como compartir la venta de entradas con tickets multiuso.

Estos serían el público al que nos dirigimos y algunos ejemplos de posibles acciones. En el apartado posterior de Marketing explicaré más ampliamente las estrategias a seguir para conseguir nuestro público/consumidor del Espacio FAN-FAN

4 DESARROLLO DEL PROYECTO ESPACIO FAN-FAN

En este apartado se desarrollan las acciones más claras que habría que llevar a cabo para conseguir nuestro plan del Espacio FAN-FAN.

A continuación voy a realizar una pequeña descripción de los espacios que tendría nuestro local.

El espacio FAN-FAN se dividiría en diferentes áreas:

Espacio de encuentro y atención al cliente.

Vestíbulo suficiente para acoger los ratos de espera a la entrada y a la salida de los espectáculos, con espacio de exposiciones, punto de información, merchandising. Su función es la acogida de las entradas y salidas de los espectáculos, de los cursos...

Taquilla para la atención personalizada a clientes, para todo tipo de gestiones y para la venta.

Lavabos de acuerdo con la normativa vigente, distribuidos en una zona de acceso común de todas a las áreas.

Sala de exhibición.

Sala grande, escenario circular con un aforo variable pero como máximo de 150 personas. Lugar para conciertos, espectáculos, etc.

Sala polivalente, espacio libre para diferentes usos, ensayos, clases, exposiciones, espectáculos...

Zona de creación y producción.

Sala de reuniones, oficina, con una capacidad para 15 personas aproximadamente.

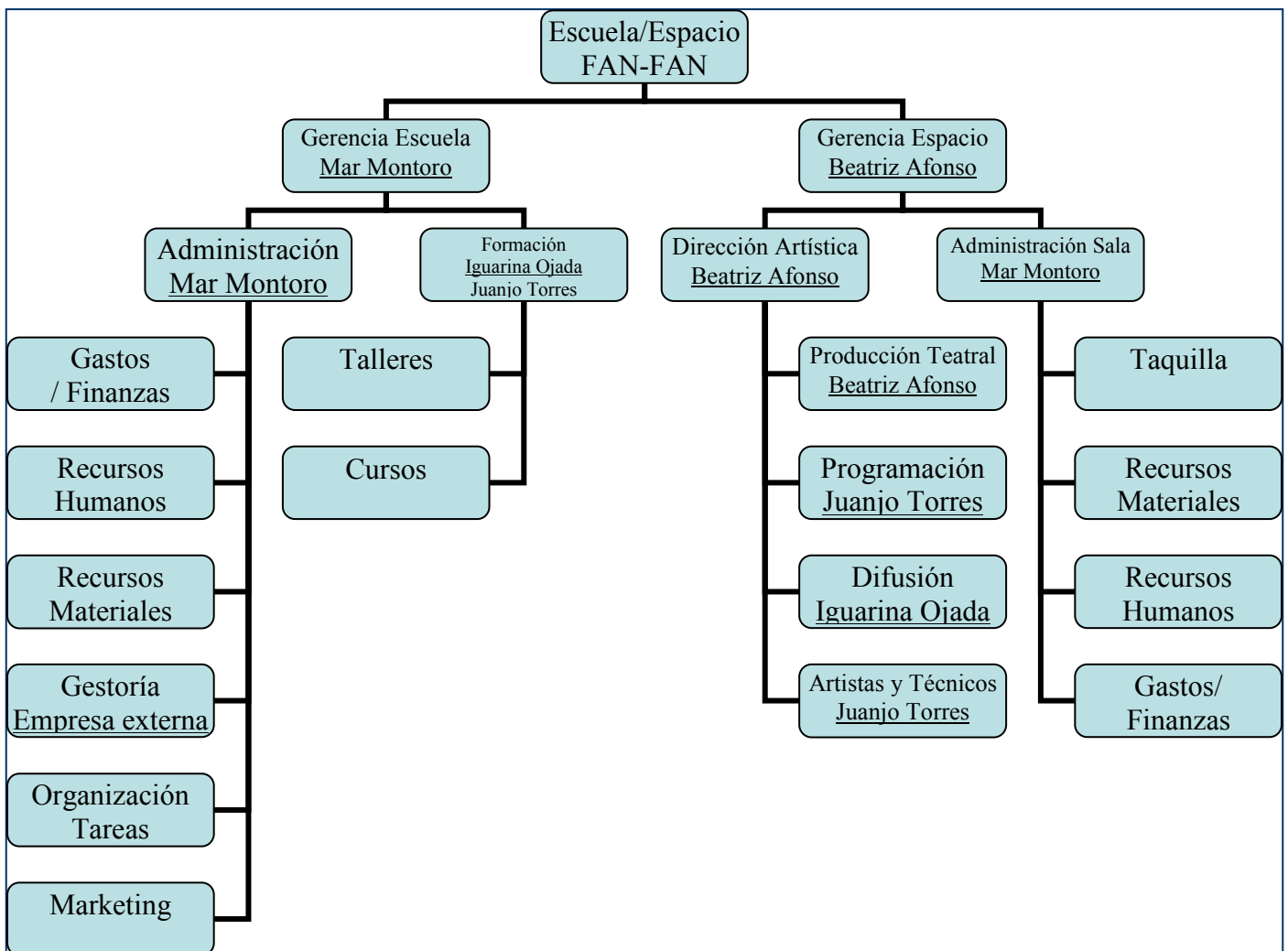
También se usará para la creación la **Sala polivalente**.

Camerinos, para el alojamiento de las compañías y formaciones artísticas.

Almacén y taller, lugar donde guardar equipamiento y donde hacer talleres de escenografía, iluminación.....

4.1 EQUIPO

El equipo responsable del centro estará formado por miembros de diferentes especialidades todas relacionadas con las artes escénicas. Un equipo con una fuerte unidad pero a la vez con diferencias para poder tener variantes aportaciones. Un equipo donde todos los miembros compartan los objetivos del proyecto y los resultados. Es muy importante la repartición de tareas, la organización de responsabilidades, que exista una autonomía para la toma de decisiones y tener muy claro los resultados esperados de cada función.



Mar Montoro: Licenciada en Arte Dramático por University of Kent. Master en Gestión Cultural. **Anexo 5 C.V**

Beatriz Afonso: Licenciada en Dirección de Artes Escénicas por University of Kent. Maquilladora profesional. **Anexo 6 C.V**

Juanjo Torres: Licenciado en Arte Dramático por University of Kent. Titulado en estudios superiores de Coreografía y Danza por el Conservatorio Superior de Danza de Madrid. **Anexo 7 C.V**

Iguarina Ojada: Licenciada en Arte dramático por University of Kent y FPS en animación sociocultural. **Anexo 8 C.V**

4.2 LINEA DE TRABAJO

Como ya sabemos el Espacio FAN-FAN se divide en escuela y sala. Estos son los dos ejes que conforman el lugar y desde los cuales parte nuestro trabajo. Por un lado tenemos la Escuela FAN-FAN donde se impartirían cursos de formación anuales, talleres y seminarios relacionados con las diferentes disciplinas de las artes escénicas. Por otra parte tenemos el Teatro FAN-FAN con una programación consecutiva y una producción propia para público infantil, juvenil y familiar.

ESCUELA

A) FORMACIÓN

Curso para niños

La Escuela sería un espacio cultural de encuentro para niños cuyo objetivo principal es desarrollar las capacidades creativas, comunicativas y expresivas de la persona.

INFANTIL

Escuela Infantil Teatro, Expresión corporal.

De 3 a 4 años.

De 5 a 7 años.

De 8 a 10 años.

De 11 a 12 años.

Contenidos

El niño y la superación de sus miedos, la aceptación de la diferencia, la expresión de los sentimientos, el entorno familiar y escolar.

Metodología

Colaboración, respeto, acuerdo y diálogo; juego como herramienta de aprendizaje; dramatizaciones desde contenidos específicos por edades; ejercicios de expresión corporal y vocal; realización plástica.

Curso para jóvenes

Los talleres de teatro para jóvenes no pretenden formar actores o actrices, sino ayudar al adolescente a formarse como ser humano, a completar la tarea pedagógica que se lleva a cabo en las escuelas incidiendo en las áreas de aprendizaje relacionadas con la expresión, el ámbito formativo menos explorado en los centros escolares.

JUVENIL

Escuela Juvenil de teatro, expresión corporal.

De 13 a 15 años.

De 15 a 18 años.

Contenidos

El joven y su entorno social, la convivencia y sus conflictos; el estímulo y el aprendizaje; la responsabilidad y el desarrollo personal.

Metodología

Colaboración, respeto, acuerdo y diálogo, juego como herramienta de aprendizaje; dramatizaciones desde contenidos específicos por edades; ejercicios de expresión corporal y vocal; realización plástica., ejercicios sentido del ritmo.

Áreas de Trabajo:

- · Área de creación teatral
- · Área de expresión corporal y vocal
- · Área sonora
- · Área social
- · Área lingüística
- · Área de arte y plástica

EL TEATRO Y EL CRECIMIENTO PERSONAL

El teatro moviliza la colaboración y la responsabilidad. Es un ejercicio grupal que permite expresar las ideas propias en un marco de respeto hacia los compañeros. Implica la autovaloración y la autoestima en la misma medida en que exige el respeto, la escucha y el cumplimiento de normas que regulan el funcionamiento del grupo de trabajo.

Talleres para adultos

Relajación para futuras mamás

Metodología

Nuestro programa iría dirigido a brindar un espacio de relajación para las madres gestantes. Practicar la respiración y la utilización de técnicas como la visualización para fortalecer el vínculo entre la madre y su hijo.

Contenidos

En cuanto a los músculos de la madre:

- Previene dolores musculares, especialmente a nivel de la columna, ocasionados por los constantes cambios que se producen a lo largo de los nueve meses debido al entrenamiento de posturas, y relajación muscular.

- Mejora la movilidad articular, a través del movimiento corporal.

En cuanto a la respiración:

• Mejora la función respiratoria, debido a que esta cambio por los cambios corporales que suceden durante este proceso

- Promueve la conciencia de la respiración

En cuanto al Vínculo Madre/Padre-Hijo

• El taller de relajación le permite tanto a la madre como al padre promover la conexión con el bebé, fortaleciendo el vínculo afectivo y favorece la relación con el bebé recién nacido

Mama, Papa y Bebe, expresión corporal.

Contenido y Metodología

Relajación:

Desarrollo de las habilidades para conseguir descansar músculos y mente a través de una técnica sencilla y adaptada también a niños y niñas. De esta forma, al realizarla entre padres e hijos, se ayuda a crear vínculos familiares y además aprenden a relajarse mutuamente, adquiriendo técnicas que aplicarán en su vida diaria.

Expresión corporal:

La expresión corporal es una actividad que desarrolla la sensibilidad, la imaginación, la creatividad, y la comunicación humana. Es un lenguaje por medio del cual el individuo puede sentirse, percibirse, conocerse y manifestarse. La práctica de la expresión corporal proporciona un verdadero placer por el descubrimiento del cuerpo en movimiento y la seguridad de su dominio. Los padres conocen los sentimientos de sus hijos a través de este lenguaje, sabemos cuando un niño está triste, no es necesario que lo diga, sus gestos y movimientos nos lo indican, su energía disminuye, quizás permanece sentado, con la mirada lánguida, su postura corporal encorvada, los hombros caídos, etc.; son signos que nos sirven para interpretar su estado de ánimo

A los bebés y niños pequeños les encanta explorar nuevos espacios y treparse sobre, a través y adentro de las cosas. Las actividades basadas en el movimiento ayudan a los bebés y niños a desarrollar mejor control de sus músculos mayores. También les ayudan a aprender nuevas palabras y conceptos importantes como las direcciones: arriba, abajo, adentro, afuera, sobre, detrás, al lado de y debajo.

Por todo esto, este taller es muy importante ya que ayuda al aprendizaje del bebé, a la unión familiar, al entendimiento, a relajarse y a divertirse. Promover el lenguaje gestual permite no solo desarrollar el lenguaje comprensivo y expresivo sino también la iniciativa, la desinhibición, el ingenio y la imaginación favoreciendo el bienestar emocional del niño.

Creatividad familiar

Talleres pensados para realizar diferentes actividades dentro del círculo familiar.

Se pueden usar diferentes disciplinas, tanto las artes plásticas, como la dramatización, o el cuento nos sirven de herramienta para dejar volar la imaginación y realizar actividades para el desarrollo de la creatividad, el autoconocimiento y la expresión.

El desarrollo de la creatividad es clave para que los niños sean independientes en su forma de pensar, puedan asimilar bien las situaciones que viven, sean sensibles en el entorno, y logren una inclinación hacia la exploración del mundo que los rodea.

Un niño creativo es capaz de encontrar diferentes alternativas de solución a los problemas y tiene un mejor rendimiento escolar. Mireia Salvado, creativa publicitaria, psicóloga infantil.

Se trata de crear un espacio donde el juego da vida a todo el imaginado donde se puede trabajar:

- Juegos teatrales para niños.
- Conciencia corporal.
- Imitación de animales y seres fantásticos.
- Construcción con cartones y papeles.

- Lectura y creación de cuentos infantiles.
- Pintura.

B) HORARIOS

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
10:45-11:40	RM		RM			TI	CF
11:45-12:40		RM		RM		TI	MPB
15:30-16:15	T 3-4	EC 3-4	T 3-4	EC 3-4			
16:30-17:15	T 5-7	EC 5-7	T 5-7	EC 5-7			
17:30-18:15	T 8-11	EC 8-11	T 8-11	EC 8-11		MPB	
18:30-19:15	T 12-15	EC 12-15	T 12-15	EC 12-15			
19:30-20:15	T 16-18	EC 16-18	T 16-18	EC 16-18			

Curso teatro **T 3-4, T 5-7, T 8-11, T 12-15, T 16-18**

Curso expresión corporal **EC 3-4, EC 5-7, EC 8-11, EC 12-15, EC16-18**

Relajación mamas **RM**

Mama, papa y bebe, expresión corporal **MPB**

Creatividad familiar **CF**

Intensivo teatro infantil **TI**

ESPACIO

El Espacio FAN-FAN tendrá una sala en la que se realizaran diferentes actividades como la campaña escolar, espectáculos infantiles, talleres, etc.

A) CAMPAÑA ESCOLAR

Campaña Escolar excepcional, repleta de música, danza y teatro para el público infantil.

Diferentes

Intentaríamos tener propuestas diferentes. Incentivar temáticas vinculadas al desarrollo del niño que le ayudan a comprender la sociedad y el mundo en que vive con propuestas como Ojos y Cerrojos. Apoyamos el desarrollo de nuevas dramaturgias que respetan su perspectiva.

Punto y seguido

Difundir los aspectos más lúdicos, imaginativos y creativos de las artes escénicas dirigidos a escolares, un público delicado, sincero y exigente. Además se puede reforzar la labor con propuestas para aula, que pueden complementar la actividad docente. Se podría llamar **PRODUCCIONES TEATRALES DE PEQUEÑO FORMATO PARA EL AULA** y también de talleres de teatro para que los niños y adolescentes no sean sólo espectadores sino también partícipes de esa actividad que tanto nos entusiasma: el teatro.

B) ALQUILER DE SALAS

El teatro FAN-FAN pondría a disposición todo su espacio tanto las aulas como el teatro para realizar ensayos, para que se pongan en marcha proyectos, ensayen, realicen casting o, incluso, celebren eventos de carácter privado.

Dispondríamos de tres salas de diferentes tamaños y el teatro a precios diferentes, los cuales incluyen, en todo caso, el uso del equipamiento audiovisual y de iluminación correspondiente a cada sala.

Las salas están disponibles en horario de 09:30 a 23:00.

Esto es un método más para sacarle rentabilidad y beneficios al espacio.

C) PROGRAMACIÓN

En nuestra PROGRAMACIÓN se encontrará cultura, medio ambiente, solidaridad y educación. Ciclos teatro, danza y música; exposiciones de arte, medio ambiente y solidaridad; seminarios, conferencias y proyectos propios de Espacio FAN-FAN en los que poder participar, siempre enfocados a la infancia, juventud y sus familias.

Nuestra programación constaría de espectáculos de cariz contemporáneo cuyo perfil sea la calidad artística y técnica de las propuestas y la proyección de un mensaje social atento a la

preservación de valores humanos y artísticos. Propuestas singulares o no convencionales, la utilización de un lenguaje visual y sensorial, la interactividad, la proximidad entre artista y espectador/a y en general, la búsqueda de nuevas formas de expresión y comunicación hacia el público serían los rasgos comunes de los espectáculos a elegir para nuestra programación.

A continuación realizo un simulacro de programación de temporada para que se pueda apreciar con ejemplos el enfoque de programación que podría tener el Espacio FAN-FAN.

Temporada Septiembre a Diciembre

Septiembre	Horario	Sábado	Domingo
Semana 1	12:00	A MANOS LLENAS La Fanfarra - Toni Rumbau (teatro de títeres y de sombras)	A MANOS LLENAS La Fanfarra - Toni Rumbau (teatro de títeres y de sombras)
	17:30	Franja de edad recomendada: a partir de 5 años	Franja de edad recomendada: a partir de 5 años
Semana 2	12:00	A MANOS LLENAS La Fanfarra - Toni Rumbau (teatro de títeres y de sombras)	A MANOS LLENAS La Fanfarra - Toni Rumbau (teatro de títeres y de sombras)
	17:30	Franja de edad recomendada: a partir de 5 años	Franja de edad recomendada: a partir de 5 años
Semana 3	12:00	MIG DIG OS (Yo tú nosotros) Åben Dans (danza)	MIG DIG OS (Yo tú nosotros) Åben Dans (danza)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 6 meses a 4 años	Franja de edad recomendada: de 6 meses a 4 años
Semana 4	12:00	MIG DIG OS (Yo tú nosotros) Åben Dans (danza)	MIG DIG OS (Yo tú nosotros) Åben Dans (danza)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 6 meses a 4 años	Franja de edad recomendada: de 6 meses a 4 años

Octubre	Horario	Sábado	Domingo
Semana 1	12:00	CIRCO SUBMARINO Onírica Mecánica (circo de objetos)	CIRCO SUBMARINO Onírica Mecánica (circo de objetos)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 6 a 16 años	Franja de edad recomendada: de 6 a 16 años
Semana 2	12:00	CIRCO SUBMARINO Onírica Mecánica (circo de objetos)	CIRCO SUBMARINO Onírica Mecánica (circo de objetos)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 6 a 16 años	Franja de edad recomendada: de 6 a 16 años
Semana 3	12:00	PETIT MARS CHANGEANT Nathalie Cornille (danza)	PETIT MARS CHANGEANT Nathalie Cornille (danza)
	17:30	Franja de edad recomendada: 1 día a 3 años	Franja de edad recomendada: 1 día a 3 años
Semana 4	12:00	PETIT MARS CHANGEANT Nathalie Cornille (danza)	PETIT MARS CHANGEANT Nathalie Cornille (danza)
	17:30	Franja de edad recomendada: 1 día a 3 años	Franja de edad recomendada: 1 día a 3 años

Noviembre	Horario	Sábado	Domingo
Semana 1	12:00	CÁSCARAS A Priori Producciones (teatro)	CÁSCARAS A Priori Producciones (teatro)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 5 a 11 años	Franja de edad recomendada: de 5 a 11 años
Semana 2	12:00	CÁSCARAS A Priori Producciones (teatro)	CÁSCARAS A Priori Producciones (teatro)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 5 a 11 años	Franja de edad recomendada: de 5 a 11 años
Semana 3	12:00	PINOCHO Y MEDIO El Retablo Teatro de Títeres (títeres)	PINOCHO Y MEDIO El Retablo Teatro de Títeres (títeres)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años	Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años
Semana 4	12:00	PINOCHO Y MEDIO El Retablo Teatro de Títeres (títeres)	PINOCHO Y MEDIO El Retablo Teatro de Títeres (títeres)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años	Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años

Diciembre	Horario	Sábado	Domingo
Semana 1	12:00	ZIGZAG Compagnie Étantdonné (danza)	ZIGZAG Compagnie Étantdonné (danza)
	17:30	Franja de edad recomendada: a partir de 3 años	Franja de edad recomendada: a partir de 3 años
Semana 2	12:00	ZIGZAG Compagnie Étantdonné (danza)	ZIGZAG Compagnie Étantdonné (danza)
	17:30	Franja de edad recomendada: a partir de 3 años	Franja de edad recomendada: a partir de 3 años
Semana 3 (habrá funciones especiales de Navidad 22, 23, 24)	12:00	GUYI-GUYI Periferia Teatro (títeres)	GUYI-GUYI Periferia Teatro (títeres)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años	Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años
Semana 4 (habrá funciones especiales de Navidad 26,27,28)	12:00	GUYI-GUYI Periferia Teatro (títeres)	GUYI-GUYI Periferia Teatro (títeres)
	17:30	Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años	Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años

Información de las obras

A MANOS LLENAS

País: España (Cataluña)

Idioma: español

Género: teatro de títeres y de sombras

Edad mínima recomendada: 5 años

Franja de edad recomendada: a partir de 5 años

Duración aproximada: 50 minutos

www.tonirumbau.org

“UNA CAJA LLENA DE SUEÑOS... UN GRAN ATRACTIVO VISUAL (SE MULTIPLICA AL COMBINAR TÍTERES Y SOMBRAS), SU PUESTA EN ESCENA MANEJA PERFECTAMENTE EL RITMO”. - El Heraldo de Aragón.

Un huevo que un niño del público entrega al titiritero es el inicio de esta historia que tiene como protagonista a Polichinela. El huevo se meterá en una caja donde se cocinará toda la trama. En ella vive el burlesco espíritu de Polichinela y de ella saldrán los demás personajes: su amigo el perro, el diablo, el guardia y la muerte. Polichinela se enfrentará a tres situaciones donde subyace el abuso de poder de sus antagonistas pero saldrá airoso gracias a su ingenio y a su cachiporra. Tendrá que plantar cara a personajes considerados los enemigos clásicos de la tradición titiritera, desde el guardia hasta la muerte, de quien también logrará zafarse.

Utilizando uno de los rasgos más tradicionales del teatro de títeres, la obra trata de los grandes temas de la humanidad con gran vitalidad, desparpajo, filosofía y humor, como el nacimiento, la muerte, la creación, el amor, el hambre, la dualidad bien-mal o la libertad. También están presentes algunos de los rasgos más característicos del género: diálogo con el público, personajes que se persiguen, se esconden y se pegan. La escena está dividida en dos espacios narrativos marcados por dos lenguajes diferentes: el superior, en el que actúan los títeres, y el inferior, donde se realizan las sombras que a veces remiten al cine antiguo y a otras simbologías de raíces populares.

MIG DIG OS

País: Dinamarca

Idioma: sin texto

Género: danza

Edad mínima recomendada: 6 meses

Franja de edad recomendada: de 6 meses a 4 años

Duración aproximada: 30 minutos (espectáculo), 15 minutos (juego en el escenario)

www.aabendans.dk

”PARA LOS ADULTOS, MIG DIG OS ES UN INTERESANTE ENCUENTRO CON LOS NIÑOS, SU PODER DE ABSTRACCIÓN Y SU HABILIDAD DE SER SIN PREJUICIOS. ÉSE ES EL DESAFÍO QUE HEMOS BUSCADO”. – La compañía.

Mig Dog Os explora el universo brillante y maravilloso en el que los sentidos, la música y el movimiento alimentan la curiosidad del niño y su placer de ser humano. Entre el niño y el adulto, el público y los bailarines, se crea una atmósfera intimista y común de compañerismo y asombro.

El público, se distribuye en círculo. Los elementos escénicos están compuestos por una serie de objetos de formatos muy diversos pero simples, con gran variedad de texturas y

colores que son enfatizados por los juegos de luces. Por momentos, los bailarines simulan el movimiento realizado por algunos de ellos creando un sugerente paralelismo entre ambos.

Una vez terminado el espectáculo, el escenario se abre para que niños y adultos puedan explorarlo y jueguen con los objetos que lo componen. La idea es que el público investigue, en mayor profundidad y de manera activa, las impresiones que han experimentado juntos.

CIRCO SUBMARINO

País: España (Región de Murcia)

Idioma: en español

Género: circo de objetos

Edad mínima recomendada: 6 años

Franja de edad recomendada: de 6 a 18 años

Duración aproximada: 55 minutos

www.oniricamecanica.com

"UN DIVERTIDO Y REFLEXIVO CIRCO SOBRE LAS MISERIAS HUMANAS". – Jesús Nieto (director).

El Circo submarino es un circo para peces en el fondo del mar, a 200 metros de profundidad, lugar donde quedó sepultada la civilización humana. Diferentes números componen este espectáculo del que participan trapeceistas de palabras, ladrones de aire, hombres-payaso, magos capaces de hacer desaparecer bosques y fieras humanas. Sus artistas son una serie de seres extraños a los que también se unen otros que algún día poblaron la Tierra, como el hombre que todo lo sabe, la mujer de hielo y el hombre aleta.

El Circo submarino es un sorprendente espectáculo de objetos, marionetas y autómatas que, a través de diversos números nos invita a reflexionar sobre la naturaleza humana tanto en su aspecto positivo como negativo.

El montaje está enfocado como una experiencia-espectáculo acerca de la poética del objeto y su percepción.

PETIT MARS CHANGEANT

País: Francia

Idioma: sin texto

Género: danza

Edad mínima recomendada: -

Franja de edad recomendada: 1 día a 3 años

Duración aproximada: 50 min

www.cienathaliecornille.com

Ligera como una mariposa, esta instalación coreográfica está dirigida a bebés y niños entre 1 día y 3 años de edad, acompañados por adultos. En ella, una bailarina invita al espectador a compartir su espacio dentro del cual se mezclan realidad e imaginación. El solo se sucede dentro de un universo abstracto y plástico, tan fino como el ala de una mariposa, que hace de la materia un factor desencadenante de sensaciones, envuelto por poéticas imágenes creadas por video y fotografía.

CASCARAS

País: España (Castilla la Mancha)

Idioma: español

Género: teatro

Edad mínima recomendada: 8 años

Franja de edad recomendada: de 5 a 11 años

Duración aproximada: 60 minutos

www.apriorigt.com

“COMEDIA DEL ARTE PARA NIÑOS Y NIÑAS AL MÁS PURO ESTILO DEL SIGLO XVI”. –La compañía.

Cáscaras es una comedia del arte para niños hecha al más puro estilo del siglo XVI y abordando temas populares, en este caso el hambre, mezclado con brincos acrobáticos y canciones. Arlequino es un criado muerto de hambre del pueblo de Villanueces que se encuentra con Trufaldino, otro criado de Valdegüevos, también muerto de hambre. Entre los dos deciden astutamente robar, mediante un engaño, cada uno al amo del otro. Viajes a caballo entre pueblos, el capitán Corcoglioni vigilando, líos y más líos... La historia se complica cuando Isabela de Villanueces y Basilio de Valdegüevos, hijos de los amos robados, se enamoran locamente, y el padre de Isabela, Pantaleone, se pelea con el padre de Basilio Balanzone. Al final de la comedia todo se arregla y los criados pueden finalmente comer algo más que cáscaras.

Todos los personajes proceden de la Comedia del Arte clásica y tienen un perfil, carácter y gestualidad de aquella época. *Cáscaras* presenta a estos arquetipos respetando la norma tradicional y también el uso de media máscara. Este trabajo de la compañía A Priori plantea la duplicidad; en la historia se presentan dos pueblos, dos amos, dos criados y dos alimentos

básicos: los huevos y las nueces, al mismo tiempo que transporta al público al contexto de la época, sus carencias, preocupaciones y relaciones sociales.

PINOCHO Y MEDIO

País: España (Comunidad de Madrid)

Idioma: español

Género: títeres

Edad mínima recomendada: 4 años

Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años

Duración aproximada: 45 minutos

Aforo del espectáculo: 300 personas (en función del aforo del espacio)

www.titereselretable.com

“ESTA ES UNA VERSIÓN QUE INTENTA EXPLORAR LA NECESIDAD DE AFECTO, ACEPTACIÓN Y CARIÑO QUE SIENTE PINOCHO. ES TAMBIÉN DE UN VIAJE LLENO DE AVENTURAS.” – Pablo Vergne (autor y director de la obra).

Esta versión libre de las aventuras de Pinocho se desarrolla en una juguetería donde dos actores dramatizan con muñecos, juguetes y diversos objetos. Pinocho es una marioneta inquieta, torpe y alborotadora. Un día rompe una cajita de música que tiene un valor muy especial para su creador, Gepeto; su melodía está llena de evocaciones y recuerdos, Gepeto se enfada y lo reprende severamente. Por ser una marioneta tan torpe y traviesa, Pinocho piensa que Gepeto ya no lo quiere, por ello decide ir a la casa del Hada Azul para que lo convierta en un niño de verdad y recuperar así el afecto de su padre.

Esta adaptación libre del cuento de Carlo Collodi está enfocada hacia una especie de viaje iniciático de Pinocho, en el descubrimiento de los sentimientos que su padre siente por él y en la aceptación de sí mismo. La puesta en escena posee un gran y diferenciado tipo de juguetes en cada uno de los espacios escénicos: títeres de guante; peluches; muñecos articulados de madera y cochecitos.

ZIG ZAG

País: Francia

Idioma: sin texto

Género: danza

Edad mínima recomendada: 3 años

Franja de edad recomendada: a partir de 3 años

Duración aproximada: 30 minutos

www.etantdonne.fr

“EXPLORACIÓN DEL CUERPO Y SU MOTRICIDAD, ZIGZAG ES UNA AVENTURA SOBRE EL ANDAR, EL CAMINO Y SUS TRAMPAS, UNA DEAMBULACIÓN LÚDICA Y FANTASIOSA”. – Le Télégramme (Francia).

El mero hecho de moverse es un descubrimiento y el simple hecho de andar se convierte en una forma de avanzar. Con el movimiento se descubre que la aventura también está en el camino y no solamente en alcanzar el objetivo, y es posible que éste finalmente pase a un segundo plano. Cuando cada paso no está claro, la distancia entre dos puntos se convierte en un acontecimiento; hay que decidir qué camino tomar, hay que tomar iniciativas.

Zigzag es un espectáculo tierno y divertido que explora el cuerpo y sus posibilidades de movimiento. Con una gran precisión y acierto, mezcla la danza y las artes visuales a las que también se unen los efectos de sombra. La unión de los elementos que se conjugan en la escena son sugerentes, divertidos y suponen un gran estímulo para la imaginación.

El espectador descubrirá muchas maneras para ir de un sitio a otro, hasta las más improbables. Descubrirá también que los movimientos que hacemos nos trasladan por un espacio determinado pero también nos pueden deparar muchas sorpresas.

Para Jérôme Ferron, autor y director de *Zigzag* junto a Frédérique Unger, la idea es que cuando los niños salgan del teatro, el trayecto casa-escuela se transforme en un viaje, en una aventura.

GUYI-GUYI

País: España (Región de Murcia)

Idioma: español

Género: títeres

Edad mínima recomendada: 4 años

Franja de edad recomendada: de 4 a 8 años

Duración aproximada: 50 minutos

Aforo del espectáculo: 300 personas (en función del aforo del espacio)

www.periferiateatro.com

“CUAC O NO CUAC, ESA ES LA CUESTIÓN...”. - La compañía.

Por un cúmulo de circunstancias, una pata decide adoptar un huevo huérfano que incubará al lado de los suyos. A la hora del nacimiento, nacen dos patitos y Guyi-Guyi, un

cocodrilo que empezará a vivir como los miembros de su familia. *Guyi-Guyi* es una adaptación libre del cuento *El Patito feo*, basada en la versión Chih-Yuan Chen (editado en España por Tule ediciones), que escenifica de una manera interesante y divertida el tema de la búsqueda de identidad, un tema muy presente en nuestra sociedad globalizada. El contraste entre los protagonistas ayuda a representar el miedo a la diferencia y los prejuicios que se arrojan sobre aquellos que se comportan de manera distinta a lo que esperamos.

Guyi-Guyi vivirá como un pato pero su naturaleza es la de un cocodrilo. Al cabo del tiempo, el animalito ya no sabe muy bien lo que es, no es fiero ni voraz, y no sabe muy bien quiénes son sus iguales. No tendrá otro camino que seguir su instinto y aprender a ser un buen individuo aunque sea una mezcla no muy definida de su procedencia y las influencias que ha vivido.

La plástica de la escenografía, los objetos y los títeres de esta obra son de una gran sencillez y contemporaneidad ya que poseen formas minimalistas construidas con materias cálidas como madera y tela. La disposición espacial de los escenarios es de una gran riqueza y dinamismo y los dos “mundos” de Guyi-Guyi están perfectamente delimitados por medio de un puente que separa el hábitat de los patos del de los animales salvajes.

LINEA PRODUCCIÓN

Producción sería el proceso mediante el cual elaboramos un montaje. La producción teatral al proceso de elaboración del montaje, que incluye todas las lecturas de la obra, discusiones teóricas, diseños, planificación de todo tipo de ensayos, realización de decorados, sesiones de preestreno, todo hasta llegar al estreno del espectáculo. En nuestro caso nuestro método de trabajo lo dividiríamos en tareas más o menos estructuradas de la siguiente forma:

Tabla de tareas de producción

DPTO.	PRE-PRODUCCIÓN	ENSAYOS Y REALIZACIÓN	ESTRENO Y GIRA	POST-PRODUCCIÓN
DIRECCIÓN ARTÍSTICA	Elige la obra Audiciones equipo artístico Consulta presupuesto Consulta con diseñadores Decide reparto, define proyecto	Dirige ensayos con equipo artístico Se reúne regularmente con diseñadores Consultas con producción Consultas con promoción y marketing	Ensayos técnicos Ensayos generales Libro de dirección Entrevistas Notas dirección	Cierra libro de dirección con todos los diseños del espectáculo.
GESTIÓN	Coordina financiación Concreta presupuesto Derechos de autor Negocia estreno y gira Prepara contratos de personal artístico y técnico	Gestión pagos y cobros Gestiona estreno Prepara contratos de personal técnico Concreta gira	Concreta gira Control de ingresos de taquilla Prepara fondos para gira Pagos de dieta y alojamiento Relación con patrocinadores Venta del espectáculo	Venta del espectáculo Cierre de pagos y cobros: material y personal
PRODUCCIÓN	Consulta con diseñadores Prepara sala de ensayos Decide equipo técnico Presupuesta Comprueba espacio escénico	Supervisa realizaciones, visita talleres Prepara símil escenografía para ensayos Calcula gastos de caja Prepara ficha técnica para gira Planifica transporte y embalaje	Coordina: carga-descarga-montaje Supervisa equipo técnico Planifica gira técnicamente Determina inventarios Comprueba presupuestos con gestión	Devolución de material alquilado Almacenaje material comprado Cierra inventarios Hace balance de incidencias técnicas
PROMOCIÓN MARKETING	Reuniones con equipo directivo Estudia la obra Hace estudio de mercado Presupuesta la campaña Planifica venta de entradas	Organiza sesiones de fotografía Relaciones con la prensa, entrevistas Diseño e imprenta material publicitario Venta de entradas: formación taquilleros Mailing, posters, anuncios	Invitaciones estreno con antelación Prensa Decoración fachada y vestíbulo del teatro Folletos, postales y otros soportes	Archiva material publicitario Recopila recortes de prensa Hace balance de campaña
ESCENOGRAFÍA	Reuniones con equipo directivo Investigación sobre la obra Diseños y bocetos Maqueta Desglose para gira Se reúne con iluminación y vestuario	Presenta proyecto a toda la compañía Supervisa realización escenografía en talleres. Selección de mobiliario y complementos. Utilería Se reúne con iluminación	Asiste a montaje Ensayos generales Acabados y retoques a escenografía y utilería	Devolución, recogida y almacenamiento de material escenográfico y utilería Conservación Inventarios
VESTUARIO	Reuniones con equipo directivo Investigación sobre la obra Prepara diseños vestuario y accesorios Se reúne con iluminación	Presenta proyecto a toda la compañía Supervisa realización de vestuario y sastrería Selección de complementos Supervisa calzado, pelucas...	Asiste a montaje Ensayos generales Acabos y retoques	Tintorería o lavandería Devolución de alquileres Inventarios Almacenamiento Conservación

	y escenografía Busca materiales	Toma medidas		
ILUMINACIÓN	Reuniones con equipo directivo y diseñadores Estudia la obra	Presencia en ensayos Diseño de iluminación Plano Efectos y filtros Listado de aparatos necesarios	Montaje Comprueba equipos Dirección de luces Ensayos generales Grabación de efectos	Revisión de equipos Reposiciones lamparas, manqueras... Devolución de alquileres Inventarios Almacenamiento
SONIDO	Reuniones con equipo directivo Estudia la obra Estudia efectos y acústica del espacio	Presencia ensayos, estudia ambientes Grabación de efectos provisional Diseño de sonido Selección de equipo a utilizar	Montaje Comprueba equipos Pruebas de sonido Ensayos generales Grabación de efectos	Revisión de equipos Reposiciones Inventarios Devolución equipos
COREOGRAFÍA COMPOSICIÓN MUSICAL	Reuniones con el equipo directivo Estudia la obra Selección de música y bailarines Organizan ensayos	Ensayos con música y bailarines Ver pruebas de vestuario de danza	Ensayos generales	Cierre del libro de danza o música con toda la documentación Balance del proyecto

Al tener un espacio propio donde actuar las producciones de la compañía no tendrán problemas de espacio donde estrenarse y además podrá tener un lugar donde rodar la obra antes de ir de gira. Pero no por ello se van a producir muchas obras, hay que elegir el número adecuado para adecuarse al presupuesto anual, el número adecuado que permita estar girando con varias obras a la vez pero sin sobrepasar nuestras posibilidades, el número adecuado para tener siempre un espectáculo propio en cortos espacios de tiempo. Este número pienso que es 3 producciones por año, ya que se ajusta a los requisitos anteriores. Tal vez se podría hacer más, pero pienso que puede acarrear demasiadas pérdidas, en el caso de que no fuera bien a la hora de girar y no poder amortizar la inversión. Además tres producciones te permiten un proceso de montaje mínimo de tres meses, lo cuál es mucho mejor para garantizar un trabajo elaborado y satisfactorio.

Las producciones se trabajarían siempre (dentro de los posibles) con el mismo equipo de trabajo, un equipo de trabajo conocido y de similares características para tener unas producciones con el sello de la compañía. Además es importante tener una visión global común para conseguir los objetivos marcados. Todas las producciones tendrán como base una línea educativa, pedagógica y creativa para el público infantil, familiar y juvenil. Los lenguajes escénicos utilizados podrán variar desde marionetas, a intérpretes, desde lenguaje gestual a textual, desde teatro, música o danza. Todos son medios posibles de trabajo para llevar al

escenario. En definitiva unas producciones sencillas, contemporáneas, imaginativas, didácticas que generen una impronta a lo largo de la trayectoria de la compañía del Espacio FAN-FAN

A continuación pongo un ejemplo de un posible espectáculo que podría ser de la compañía para así ejemplificar lo explicado anteriormente.

El Bosque Brillante



SINOPSIS

El “Bosque Brillante” es un lugar aparentemente como cualquier otro bosque, con árboles, flores, animales... Pero en él viven un grupo de seres vivos mágicos, que le otorgan un carácter especial y fantástico. Los seres humanos conocen este bosque por el nombre de “Brillante”, pues siempre que las personas van ven unas chispitas de luz que no saben exactamente que son y que les causan una sensación de bienestar. Esas chispitas son las mágicas mariposas del bosque, que con su revoloteo provocan destellos que abren los ojos de los seres humanos al amor. Esta es la misión que tienen todos los seres vivos de este

lugar, cada uno tiene un rol asignado por la “Madre Naturaleza”, pero el papel más importante lo tienen las mariposas, que son las que tienen que conseguir que las personas sientan el amor.

Desde hace tiempo en el mundo se percibe la falta del mismo, y es que el “Bosque Brillante” no logra su misión. Su última esperanza es una joven mariposa llamada “Celin” que el “Destino” auguró como la única capaz de conseguirlo.

Nuestra historia cuenta las aventuras de “Celin” para lograr que de nuevo el mundo viva con amor. En su camino veremos como pasa de ser una insegura y pequeña, a una madura mariposa para poder empezar su viaje. En él aprenderá a respetar a la “Madre Naturaleza”, conocerá el amor en las ramas del árbol “Til”, vivirá con muchos pequeños y grandes personajes, como la rosa, la margarita, el tigre, el destino...

Un cuento mágico lleno de optimismo hacia la vida.

COMENTARIO DEL DIRECTOR

¿Me dejas ser un niño otra vez?

Eso fue lo que le pregunté al texto de “El bosque brillante”, y la contestación fue inmediata: “necesito que lo seas, por favor”.

Y con esa energía que caracteriza a un niño escribo estas palabras, para mostrar lo extraordinario de esta mágica historia, y de este montaje realizado por artistas profesionales de la interpretación y dirigido a niños profesionales de la ilusión.

Es necesario contar esta clase de cuentos que no se ciñen únicamente en el clásico estereotipo infantil, sino que se adentra en temas tan importantes como el respeto entre culturas diferentes, el poder de la tenacidad en todo lo que te propongas y en la magia que se desprende cuando creemos en las cosas por las que luchamos.

Un cuento en el que la efectividad de la manipulación de los títeres se funde con un texto actual y cercano, llenando de color y energía a todos los que presencian el montaje.

Una historia de la que todos querríamos ser partícipes y formar parte de nuestro propio “bosque brillante”.

NECESIDADES TÉCNICAS

El montaje requiere un espacio mínimo de 4 metros de ancho, dos metros y medio de alto y dos metros de fondo.

Un equipo convencional de luminotecnia y de sonido, el espectáculo no precisa de efectos especiales ni focos demasiado específicos, aunque se deberá conocer por anticipado la cantidad y clase de lámparas existentes, así como los filtros y cabezales disponibles en el teatro. En caso de no disponer de equipo de luz o de sonido se deberá avisar con anticipación para que la compañía pueda aportar el suyo propio.

Camerinos o cuarto equivalente para la preparación de los actores, a ser posible con espejos, agua corriente y algún sistema de calefacción.

FICHA TÉCNICA**LUZ Y SONIDO**

JUANJO TORRES Y HÉCTOR
CARBALLO

ESCENOGRAFÍA

JUAN CARLOS OYARZO

ENRIQUE MONTORO

MARIONETAS

PRISCILA NEREIDA

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

MAR MONTORO

PRODUCCIÓN

ESPACIO FAN-FAN

FICHA ARTÍSTICA**TITIRITEROS**

MAR MONTORO

JUANJO TORRES

ROCIO MARTÍNEZ

AUTORA

MAR MONTORO

DIRECCIÓN

HÉCTOR CARBALLO

MÚSICA

DANIEL GARCÍA



4.3 PRESUPUESTO

A continuación uno de los puntos más importantes la gestión de los costes e ingresos, vayamos por partes.

Presupuesto para el inicio del Espacio FAN-FAN

PRESUPUESTO ESPACIO FAN-FAN					
FASE	ACTIVIDAD	HORAS/DIAS	PERFIL	H/P	TOTAL
DEFINICIÓN Y PLANIFICACIÓN	Investigación y definición	4h/30d	Mar y Beatriz	10 €	*
	Gestión del proyecto (Reuniones)	2h/14d	Mar, Beatriz	10 €	**
	Primeros trámites con Gestoría		Gestoría		60€
	Gastos de inicio de actividad empresarial				3.300€
	Gastos de tramites de licencia de actividad		Empresa externa		3.000€
	Estudio de necesidad del entorno				1.500€
PRODUCCIÓN	Alquiler de local				2.629€
	Gastos de reforma				5.000€
	Compra de material técnico			+	5.000€
	Gestoría				60€
	Gastos de luz, agua, gas,				400€
	Telefono e Internet				200€
	Limpieza			10 €	***
MARKETING	Desarrollo del portal WEB			++	1.500€
	Desarrollo del Marketing Digital				60€
	Diseño Imagen Corporativa				200€
	Folletos de publicidad			+++	800€
	Inserción publicidad				2.000€
EVALUACIÓN ESPACIO FAN-FAN	Encuestas a los usuarios				500€
	Encuestas al barrio para la mejora				1.000€
	Elaboración de todos lo documentos evaluación				100€
TOTAL					24.608€+IVA

* Como esto es una iniciativa empresarial nuestra, nuestro primer esfuerzo no esperamos cobrarlo pues es una inversión de tiempo para tener una recompensa empresarial y artística.

**Ocurre como en el primer punto, al estar todos comprometidos con este proyecto estas reuniones no serán remuneradas, pues todos sabemos lo difícil que son los principios.

*** La tarea de limpieza será realizada entre todos para evitarnos un gasto extra contratando a un empresa de limpieza.

+ Presupuesto dado por la empresa MASLUZ por la compra de una mesa de sonido y altavoces de segunda mano, e iluminación básica para un espacio teatral.

++ Presupuesto realizado por la empresa gráfica ANGEL IMPRENTA

+++Presupuesto realizado por la empresa sobre una media de 1000 folletos tamaño ½ A4.

He intentado hacer un presupuesto realista. Por tanto, la inversión a realizar para poder empezar con el Espacio FAN-FAN es de 24.609€ + IVA, es un cantidad bastante grande para gente joven pero pienso que es algo asumible teniendo en cuenta que se asumiría entre dos personas.

A continuación vemos los gastos generales mensuales del Espacio FAN-FAN.

PRESUPUESTO ESPACIO FAN-FAN					
FASE	ACTIVIDAD	HORAS/DIAS	PERFIL	H/P	TOTAL
GASTOS MENSUALES	Gestión del proyecto (Reuniones)	2h/14d	Mar, Beatriz,	10 €	**
	Alquiler de local				2.629€
	Gestoría				60€
	Gastos de luz, agua, gas,				400€
	Telefono e Internet				200€
	Limpieza			10 €	***
	Folletos de publicidad				800€
	Marketing				200€
	Gasto Autónomo				300€
	Imprevistos				100€
TOTAL					4.689€+IVA

**Ocurre como en el primer punto, al estar todos comprometidos con este proyecto estas reuniones no serán remuneradas, pues todos sabemos lo difícil que son los principios.

*** La tarea de limpieza será realizada entre todos para evitarnos un gasto extra contratando a un empresa de limpieza.

Veamos ahora los gastos por el lado de la Escuela FAN-FAN.

PRESUPUESTO ESCUELA FAN-FAN					
FASE	ACTIVIDAD	HORAS/DIAS	PERFIL	H/P	TOTAL
DEFINICIÓN Y PLANIFICACIÓN	Organización	4h/4d	Equipo Artístico y Administrativo. Mar y Bea	5 €	160 €
	Reuniones planificación mensual	4h/1d	4 personas-Equipo trabajo	5 €	80 €
	Reunión equipo semanal	3h/4d	4per-Equipo trabajo	5 €	240 €
PRODUCCIÓN	Nominas profesorado Juanjo Torres	5h/8d	Coreografo/Bailarin	10 €	400 €
	Nominas profesorado Iguarina Garcia	3h/12d	Arte dramático	10 €	360 €
	Nomina profesorado Mar Montoso	4h/12d	Arte dramático	10 €	480 €
	Nomina profesorado Beatriz Afonso	5h/4d	*	10 €	400 €
	Imprevistos				800 €
TOTAL					2.920€**

* Será la responsable de talleres creativos puntuales, su nomina estaría en función a esto. Por hacer una media aproximada calculamos un taller intensivo de dos fines de semana.

**Cantidad en concepto de nóminas sujeta a las correspondientes cargas sociales, IRPF, y aportes, según corresponda.

En esta tabla podemos observar los gastos generados por la escuela, vemos las nominas de los trabajadores y esta vez sí he decidido remunerar las reuniones para equilibrar una nómina mínima para vivir y además generar un ambiente comprometido con el proyecto pero sin abusar del personal.

A continuación los gastos generados por el departamento de la Sala FAN-FAN

PRESUPUESTO SALA FAN-FAN					
FASE	ACTIVIDAD	HORAS/DIAS	PERFIL	H/P	TOTAL
DEFINICIÓN Y PLANIFICACIÓN	Organización	4h/4d	Equipo Artístico y Administrativo. Mar y Bea	5 €	160 €
	Reuniones planificación mensual	4h/1d	4 personas-Equipo trabajo	5 €	80 €
	Reunión equipo semanal	3h/4d	4per-Equipo trabajo	5 €	240 €
PRODUCCIÓN	Nóminas Técnicos	6h/8d	Técnico de luz y sonido	8 €	384 €
	Nomina Taquilla	4h/8d	Mar Montoro, gestión	5 €	160 €
	Folletos publicidad				800 €
	Imprevistos				800 €
TOTAL					2.624€**

**Cantidad en concepto de nóminas sujeta a las correspondientes cargas sociales, IRPF, y aportes, según corresponda.

Vemos ahora el simulacro de una producción: El Bosque Brillante

PRESUPUESTO PRODUCCIÓN EL BOSQUE BRILLANTE					
FASE	ACTIVIDAD	HORAS/DIAS	PERFIL	H/P	TOTAL
PREPRODUCCIÓN	Organización	5h/15d	2Per-Directora y producción	*	0
	Reuniones equipo artístico	3h/3d	5Per-Dirección, productor, autor, escenografo,vestuario.	**	0
	Derechos de autor			***	0
PRODUCCIÓN	Contrato directora		Gestoria	****	
	Contrato escenografo		Gestoria		
	Contrato Música		Gestoria		
	Contrato iluminador		Gestoria		
	Contrato Figurinista		Gestoria		
	Contrato Actores		Gestoria	?	60 €
	Nomina Directora				1.500 €
	Nómina Actores	5h/15d	3 Actores	12 €	2.700 €
	Nomina Técnicos	5h/2d	1 técnico	8 €	80 €
	Vestuario(titeres)				1.500 €
	Música				1.000 €
	Escenografía		Escenografo		2.000 €
	Grabación DVD y Fotografías		Camara....		700 €
	Suministros				150 €
PROMOCIÓN	Cartelería				1.000 €
	Dossier promocional y pedagógico				1.000 €
	Material prmocional				1.000 €
	Extra en marketing				200 €
	Distribución				0
TOTAL INVERSIÓN					12.890€+IVA
EXHIBICIÓN	Nominas Actores	Bolo	3 Actores	200 €	600 €
	Nominas Técnicos	Bolo	2 técnico	200	400 €

				€	
GIRA A CACHÉ o TAQUILLA RENTABLE	Transporte				500 €
	Dietas	Bolo	Equipo	50 €	250 €
	Hospedaje	Bolo	Equipo	50 €	250
	Tanto por cien director	Bolo		100€ +10 %	
TOTAL COSTE BOLO					2.100€+IVA

La suma de todos estos gastos nos da 10.233€+IVA.

GASTOS TOTALES	
GASTO SALA	2.624€+IVA+ Cargas Sociales
GASTO ESCUELA	2.920€+IVA+ Cargas Sociales
GASTOS GENERALES	4.689€+IVA
TOTAL	10.233€+IVA

Para poder hacer frente a estos gastos veamos la tabla de ingresos.

INGRESOS TOTALES				
INGRESOS SALA Taquilla promedio mensual	Aforo 150 a 8€+IVA la entrada		2624€+IVA	
	fin de semana con un aforo al 50%		2400+IVA	
	menos 50% compañía			
	Total mensual		4800+IVA	
INGRESOS ESCUELA	Clases interpretación (15 alumnos por clase)	5 grupos 40€ al mes	75 alumnos 3.000+IVA	
	Clases expresión corporal (15 alumnos por clase)	5 grupos 40€ al mes	75 alumnos 3.000+IVA	
	Clases relajación mamas(15 alumnos por clase)	2 grupos 45€ al mes	1350+IVA	
	Familia expresión corporal(15)	1 grupo 50€ al mes la familia	750+ IVA	
	Intensivo teatro (15)	1grupo 40€ al mes	600+IVA	
	Creatividad familiar (15)	1 grupo 25€ al mes la familia	375+IVA	
	Talleres intensivos	50 €	750+IVA	
	TOTAL		9.825€+IVA	
	INGRESOS ALQUILER	Total		0
	CAMPAÑA ESCOLAR	BOLO A LA SEMANA	150 alumnos a 5€	3.000+IVA
		menos 50% compañía, TOTAL		1.500+IVA
	TOTAL			16.125+IVA

Por tanto si tenemos un gasto de 10.233+IVA y unos ingresos aproximados (*yendo las cosas más o menos bien y trabajando mucho*) de 16.125+IVA nos da unos beneficios de 5.892 € antes de impuestos, siempre surgirían imprevistos para bien y para mal. Muy terroríficamente tendrían que ir las cosas para no poder ir hacia delante. Es obvio que la primera inversión es muy grande, que además en las producciones teatrales se arriesga mucho y se recupera todo muy lentamente. Siendo optimista creo que el proyecto es viable, haciendo el trabajo paulatinamente, como se ve en la tabla temporal, y siendo todos trabajadores, autosuficientes podríamos sobrevivir.

4.4 MARKETING

El marketing es una disciplina reciente, con una presencia relativa en las artes escénicas, pese a que puede contribuir a recuperar la sintonía entre creadores y espectadores.

El modelo tradicional de marketing se centra en el mercado. En el caso de las organizaciones escénicas, como el proceso se inicia con la creación del producto a partir de los impulsos artísticos, hay que aplicar un modelo centrado en el producto. El modelo de marketing centrado en el producto parte de los procesos creativos internos y explora que mercados pueden estar más interesados, definiendo posteriormente los restantes elementos del marketing mix.

El producto en nuestro caso es el Espacio FAN-FAN, este nombre se ha elegido ya que la palabra espacio alberga tanto la escuela como la sala de teatro, la palabra FAN-FAN tiene un sonido infantil, gracioso, mágico y además estas mismas letras las contienen palabras como FARANDULA; FANTASIA; FABULA vocablos muy relacionados con nuestra esencia, con nuestro producto. Al producto buscamos darle su identidad corporativa, que luego será el logo que la gente asociará a nosotros y por tanto la imagen que venderá/comunicará nuestro producto.



Logos Espacio FAN-FAN



Logo específico de Sala FAN-FAN

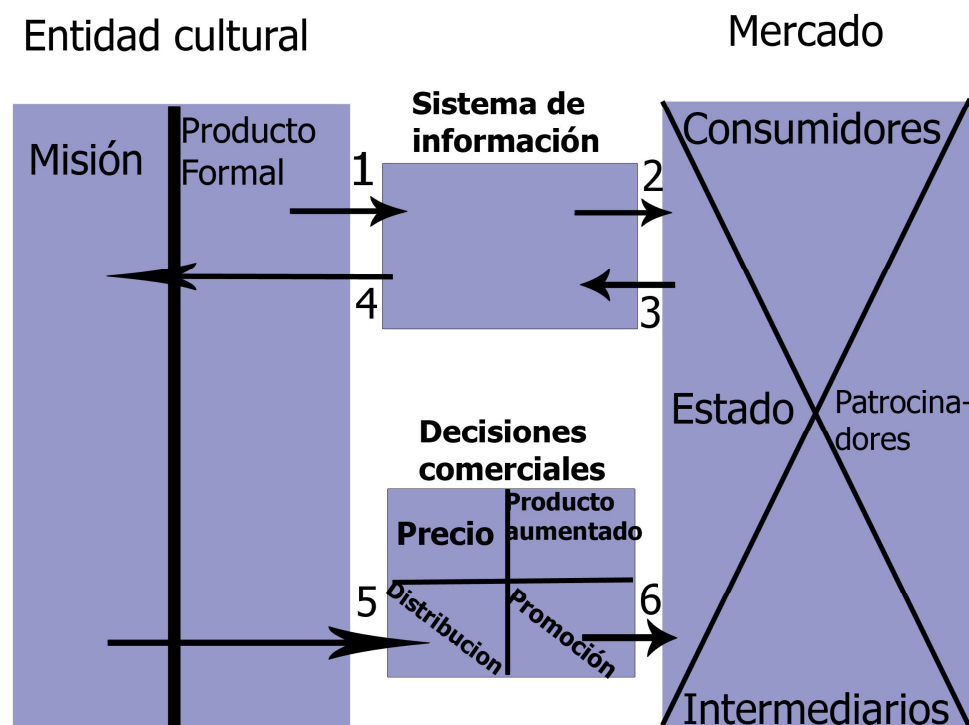
He escogido el círculo, porque es una figura que evoca continuidad, es una imagen limpia, sencilla, que no tiene fin, pura. Además el círculo representa el ritual, el ritual de donde nació el teatro. Por otro lado es una figura que se asocia a muchos juegos infantiles, una de las figuras que antes distinguen los niños. Los tres pequeños círculos simbolizan los focos del teatro, es una imagen nítida que además sigue la línea del círculo. Por todo ello, me parece una acertada elección como base del logo que representa al Espacio FAN-FAN.

He escogido el color naranja porque es un color que combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico. Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Es un color que encaja muy bien con la gente joven, por lo que es muy recomendable para comunicar con ellos. El color naranja tiene una visibilidad muy alta. Todos ellos son conceptos que queremos comunicar.

El otro color, el púrpura lo he escogido porque está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia, la dignidad. Hay encuestas que indican que es el color preferido del 75% de los niños antes de la adolescencia. El púrpura representa la magia y el misterio. El púrpura brillante es un color ideal para diseños dirigidos a la mujer. También es muy adecuado para promocionar artículos dirigidos a los niños. Por eso mismo es importante la elección de este color.

Marketing Mix

El marketing mix lo obtenemos del marketing orientado al mercado y del marketing orientado al producto. De la búsqueda del equilibrio de estas dos formas surge el siguiente esquema, conocido como el modelo de marketing en las artes.



Fuente: Colbert (1993)

El marketing mix es un procedimiento secuencial para tomar decisiones eficaces. Se basa en las cuatro “p” de producto, precio, place o distribución y promoción, buscando siempre un equilibrio o concordancia entre los cuatro componentes.

El **producto**, en nuestro caso sería la formación y la exhibición artística que ofrece el Espacio FAN-FAN, es desde este producto desde donde se generaría nuestra actividad económica.

Producto formal, la obra, el director de ella, los actores, los maestros que participaran en los proyectos.

Mercado, ya hemos hablado mas ampliamente de este aspecto en los apartados de público y entorno, un público familiar, infantil, juvenil de gustos artísticos y que buscan un ocio cultural, educativo y creativo.

Producto aumentado, el programador, el gerente, el técnico, el gestor... las personas que forman el equipo de trabajo dan los atributos al producto en si, la obra, como la iluminación, la música, cafetería o no, guardarropa, reserva de entradas, comodidades, decoración, ambiente, etc.

El precio, lo definiría según el coste de producción, el coste de la ubicación, las condiciones del mercado y la calidad del producto. Por otra parte, el precio comporta el valor cultural que se ofrece, el valor del esfuerzo realizado. Las funciones infantiles en Madrid de Salas Alternativas tienen de precio como media 8 euros. Por nuestra ubicación, nuestro presupuesto y nuestra competencia pienso que nuestra entrada debería estar entorno a los 7,8 euros. Por otra parte, el precio de los cursos de formación variaría según las horas, según la cantidad de gente por curso....pero un curso regular, de dos días a la semana debería de tener un precio entorno a los 40 euros.

La distribución engloba tanto los canales como los puntos de compra o de consumo. En nuestro caso el lugar de consumo de los cursos de formación, como el lugar de consumo de la exhibición de las artes escénicas, sería el espacio en si, ubicado en villa de Vallecas, Madrid. En el caso del producto de las obras de teatro en gira, el lugar de consumo sería el teatro donde nos contratasen. El lugar de compra de los cursos y de las entradas sería en el Espacio FAN-FAN y también por los canales de internet como atrapalo, servicaixa, etc.

La promoción incluye las campañas de publicidad y las acciones promocionales. En nuestro caso no se podría destinar un gran presupuesto en publicidad vía televisión o radio, pero sí se pueden hacer campañas relacionadas más con nuestro ámbito y basadas en la creatividad. Por un lado, tendríamos el medio de las revistas de ocio y la revista del barrio villa de Vallecas. Por otro lado, se podrían hacer campañas llamativas en el

barrio, en las zonas escolares como teatro de calle, exposiciones artísticas de calle, danza aérea, etc.....

El canal que resulta más económico y que actualmente es el medio de promoción y comunicación con más auge son las nuevas tecnologías. En nuestro caso sería el medio en que más nos centraríamos para hacer nuestras promociones y para lograr nuestro posicionamiento en la web y en el espacio del ocio madrileño.

Propuesta de estrategia de Marketing

Viendo nuestro producto, nuestro mercado y nuestras posibilidades económicas para invertir en cierta publicidad es nula. Así, la forma más viable de conseguir un efecto de comunicación/promoción más viable son las redes sociales.

Se basa en un enfoque de marketing moderno que busca mejorar la forma de relacionarse con el público, para así afianzar la relación y hacerla duradera en el tiempo.

Usar las redes sociales para comunicar al Espacio FAN-FAN, le permitiría ganar presencia digital y así poder llegar a la gran cantidad de gente que existe asociada a estas comunidades. Se podrían utilizar las redes sociales para comunicar la programación, los talleres, planes y proyectos orientados al público del Espacio FAN-FAN, difundir contenidos audiovisuales, comunicar el trabajo de otras áreas.

El alcance que podría lograr el Espacio FAN-FAN, con esta estrategia de redes sociales, es muy amplio y busca, sobre todo, informar y crear seguidores a ese segmento de la población que posee interés en el teatro y espectáculos, y se informa sobre los mismos a través de las redes de las que es miembro.

El marketing digital busca construir un canal interactivo con el público, apoyado en la tecnología y utilizando los criterios de ponderación particulares de cada individuo. Es decir que comunica, basándose en el propio uso que le da cada persona a su red social, orientado por sus gustos e intereses comunes.

Para el Espacio FAN-FAN esta es una oportunidad de comunicar su actividad y misión de manera directa a comunidades de personas agrupadas por intereses comunes.

Los hábitos de consumo de internet y la familiaridad que presentan las redes sociales en la vida moderna, han producido un cambio en la manera que las personas buscan y reciben información de todo tipo. Actualmente, las personas pasan más tiempo interactuando en sus computadoras que viendo televisión, escuchando la radio o leyendo el diario, es por esto que cada vez son más las marcas, organizaciones y empresas que buscan tener presencia en redes sociales

Las personas han remplazado los medios de comunicación tradicionales por las modernas redes sociales donde reciben información enfocada a los gustos e intereses que comparten con los miembros de sus redes y comunidades. Existen muchas redes sociales en la actualidad, su popularidad varía dependiendo de la región del planeta, del idioma, de las aplicaciones que ofrecen a sus miembros y de múltiples factores particulares.

Para este proyecto y debido al análisis realizado a cada una de las redes sociales disponibles, se decidió utilizar:

Facebook , Twitter, YouTube, Linked In

Facebook

Es una red social gratuita donde los miembros pueden interactuar con personas de su entorno cercano y de todo el mundo.

Consiste en relacionar a las personas con sus amigos, compañeros de clase, colegas de trabajo, familiares y personas de su entorno. Además, pueden relacionarse con marcas, productos, empresas, espectáculos, causas, artistas, músicos, bandas, actores, líderes de opinión y organismos culturales.

Funciones Principales

- Contacto con personas y entorno
- Subir fotos.
- Compartir información e ideas.

- Mensajería instantánea.
- Correo electrónico.
- Creación de grupos.
- Páginas de seguidores.
- Publicidad.
- Asistencia y soporte

YouTube

Esta red fue creada en 2005, un año después fue adquirida por Google Inc. L. Esta comunidad es la empresa líder en internet en transmisión de contenidos audiovisuales originales en todo el mundo. Permite a los usuarios subir y compartir videos fácilmente a través de su sitio **www.YouTube.com**.

Funciones Principales

- Ver noticias en tiempo real.
- Subir y compartir videos inéditos.
- Ver historias de primera mano de eventos actuales.
- Ver videos relacionados con aficiones e intereses.
- Descubrir cosas excéntricas e insólitas.

Twitter

Es una red social pública que permite la interacción entre sus miembros por medio de mensajes cortos. Se creó en 2006 y su principal objetivo es dejar conocer a nuestros seguidores lo que estamos haciendo en tiempo real en internet.

Los mensajes se pueden escribir en 140 caracteres como máximo, se los denominan "tweets". Generalmente estos mensajes expresan ideas, estados de ánimo,

pensamientos, links a otros sitios, noticias y novedades. Esta nueva forma de compartir información llamado “microblogging”, consiste en publicar información en internet en pocas palabras.

En Twitter podemos encontrar personas famosas, científicos, instituciones públicas y privadas, artistas, políticos, personas comunes líderes de opinión, marcas, productos, espectáculos, etc.

Funciones Principales

- Microblogging.
- Difusión de noticias en tiempo real.
- Compartir links de interés.
- Tweets y retweets.
- Posibilidad de seguir personajes.

Linked In

Linked In es una red social orientada a perfiles profesionales, es ésta su principal característica de diferenciación, es una red orientada al networking (contactos de trabajo). Agrupa a sus miembros tomando en cuenta sus intereses profesionales, tal como el resto de redes sociales que existen actualmente busca maximizar la comunicación entre personas creando una comunicación interactiva y cuyo éxito radica en las oportunidades de negocios que se puedan lograr. Las conexiones en esta red, van más allá de los “seguidores” o “amigos”, su objetivo es crear conexiones basadas en la experiencia profesional.

Funciones Principales

- Cargar la hoja de vida y hacerla pública.
- Encontrar y conseguir clientes, proveedores de servicios y expertos recomendados.

Crear y colaborar en proyectos, recopilar datos, compartir archivos y solucionar problemas

Descubrir contactos en empresas de interés personal.

Objetivo principal que se quiere conseguir con el Marketing Digital

Posicionar al Espacio FAN-FAN en las principales redes sociales y así difundir las actividades que desarrollan en todas sus sedes y espacios.

Objetivos específicos

1 Difundir el contenido audiovisual del Espacio Fan-Fan.

2 Entablar amistad con sus públicos.

3 Conectar profesionales de todas las ramas, con orientación por las Artes del espectáculo.

4 Informar sobre lo que ocurre en las otras redes sociales.

Estos objetivos resumen la manera por la cual llegaremos a cumplir el objetivo principal del proyecto que radica en posicionar al Espacio FAN-FAN y su actividad en las redes sociales. Está concentrado en crear un canal interactivo, económico y fácil de usar por el cual la información sobre las actividades fluya en tiempo real.

La estrategia debería revisarse periódicamente cada 3 meses y a medida que los objetivos vayan alcanzando sus metas respecto a número de amigos, fans o miembros; se irán planteando nuevas metas y/o se rediseñará la estrategia.

OBJ	Alcance	Medible	Encargado/s	Duración
1	Audiencias de YouTube	Número de visitas y rating	Gestor de redes	Próximos 2 años, rediseño cada 3 meses
2	Millones de españoles en Facebook	Número de amigos y fans del Espacio FAN-FAN	Gestor de redes	Próximos 2 años, rediseño cada 3 meses
3	Profesionales registrados con orientación a las Artes del Espectáculo	Número de miembros registrados en el grupo	Gestor de redes	Próximos 2 años, rediseño cada 3 meses
4	Mensajes ilimitados a miles de usuarios en España y el mundo	Numero de tweets y retweets	Gestor de redes del	Próximos 2 años, rediseño cada 3

Tareas Facebook: Página oficial del Espacio FAN-FAN

Creación de un perfil oficial del Espacio FAN-FAN a través de la página de Facebook.

Es importante utilizar las herramientas disponibles en esta red social, se listan a continuación las más importantes:

□ **Grupo Amigos del Espacio FAN-FAN:** consiste en crear un grupo en Facebook cuyos miembros tengan orientación a la actividad teatral y particularmente sientan afinidad por el Espacio FAN-FAN.

□ **Aplicaciones de Facebook para el Espacio FAN-FAN:** Podría utilizar herramientas de posicionamiento en buscadores para ampliar el posicionamiento en la red. Hay aplicaciones que permiten medir el rating de nuestra página y así podemos controlar si el sitio está logrando el objetivo.

Eventos en Facebook: esta herramienta permitiría crear invitaciones a las puestas en escena y llegar de forma directa a los amigos del Espacio FAN-FAN en Facebook. Así también, estos miembros pueden referir personas para que asistan a los eventos que genere el espacio.

Acciones

Se deberán llevar a cabo las siguientes acciones:

- Crear el perfil y completar la información
- Darle formato personalizado del Espacio FAN-FAN
- Posicionar la página por medio del uso de bases de datos de mails.
- Utilizar una estrategia viral que haga crecer la popularidad de la página del Espacio FAN-FAN
- Crear eventos periódicamente e invitar a diferentes grupos para medir el feedback.
- Utilizar el tablero de discusiones, para entablar conversaciones con los amigos del Espacio FAN-FAN
- Controlar el contenido que suben los miembros y amigos, por medio de filtros de Facebook.
- Subir Fotos periódicamente sobre las obras y sobre la actividad del Espacio FAN-FAN
- Utilizar Facebook Analytics para poder medir la popularidad de la página de manera mensual.

- Integrar las otras herramientas YouTube, Twitter y Linked In con Facebook.
- Controlar trimestralmente la efectividad de la estrategia.
- Actualizar diariamente el contenido.

Canal oficial de YouTube

Crearemos un canal oficial del Espacio FAN-FAN. Esta herramienta servirá como herramienta de difusión de contenido audiovisual referente a la actividad teatral.

Existen algunas herramientas que se pueden utilizar para optimizar la estrategia de YouTube, tales como:

- **YouTube Insight:** herramienta gratuita de YouTube que permite a cualquier miembro de esta red (usuarios, partners o anunciantes) ver estadísticas detalladas sobre los vídeos que suben al sitio.

- **Programa para Socios de YouTube (partners):** los creadores de contenido original tienen la oportunidad de generar ingresos por su trabajo y recibir los mismos beneficios ofrecidos a los demás partners de contenido profesional.

- **Etiquetas – Palabras Clave:** la principal estrategia de posicionamiento que vamos a utilizar será la de asignar palabras claves referentes al teatro y las artes escénicas en Madrid. Con esto se logra que Google utilice estas palabras para relacionarlas con el canal de YouTube del Espacio FAN-FAN. La efectividad de esta estrategia será medida y permitirá saber cuál es el posicionamiento en buscadores del Espacio FAN-FAN.

Copyright y Derechos de Autor: debido a que el canal oficial del Espacio FAN-FAN difundirá material referente a las puestas en escena, hay que tener en cuenta la ley que rige sobre estos contenidos, para esto se revisará detenidamente los términos de uso de YouTube, para así cumplir con los requisitos legales necesarios, ya sean derechos de autor, copyright, etc.

Acciones

Para llevar a cabo esta estrategia se deberán realizar las siguientes acciones:

- Crear el perfil con diseño del Espacio FAN-FAN.
- Coordinar y seleccionar los contenidos a difundir, de forma conjunta con el departamento audiovisual del Espacio FAN-FAN.
- Mantener actualizado diariamente el canal y hacer un análisis del entorno, competencia, videos relacionados, etc.
- Medir el rating de los videos subidos de forma periódica y continua.
- Promocionar el canal a través de las otras redes sociales.
- Realizar controles de efectividad de la estrategia y evaluar cuál es el aporte en el mejoramiento de la presencia digital del Espacio FAN-FAN.

Perfil oficial de Twitter

Se creará un perfil oficial verificado de Twitter para el Espacio FAN-FAN, por medio de esta herramienta se difundirán pequeños mensajes con contenido relevante de la programación de la actividad del complejo

Contenidos a difundir en el sitio de Twitter del Espacio FAN-FAN.

- Información referente a la actividad del Espacio FAN-FAN.
- Noticias sobre teatro y espectáculos del Espacio FAN-FAN.
- Links a videos emitidos en el canal de YouTube del Espacio FAN-FAN.
- Promociones que ofrece el Espacio FAN-FAN al público.
- Evolución de la programación que se presenta y la que se presentará en el futuro en el Espacio FAN-FAN.

- Información sobre lo que pasa en las otras redes sociales del Espacio FAN-FAN.

- Convocatorias a eventos, cursos, castings y concursos del Espacio FAN-FAN.

Utilizar Twitter le daría dinamismo al canal de comunicación digital que se intenta implementar, esta herramienta nos daría la posibilidad de llegar a millones de usuarios conectados desde sus computadoras, desde sus teléfonos celulares, smart phones (teléfonos inteligentes) y otros dispositivos modernos. Esta característica de movilidad fortalecería la estrategia de posicionamiento que se intenta con este proyecto.

Herramientas de Twitter para el Espacio FAN-FAN.

- Perfiles Interconectados:** por medio de esta herramienta podremos integrar todos los perfiles oficiales del Espacio FAN-FAN y lograr una interacción en tiempo real.

- Mediciones de tweets:** se pueden cuantificar la cantidad de re-tweets que se tiene y así conocer cuál es el grado de interacción que posee el perfil del Espacio FAN-FAN.

Acciones

- Creación de un perfil oficial en Twitter
- Asignación del responsable de los contenidos a emitir.
- Control del entorno, actividades similares, instituciones amigas, etc.
- Evaluar herramientas de medición de audiencias.
- Manejo y control de la herramienta de forma permanente.
- Interconexión con otras redes sociales del Espacio FAN-FAN.
- Conseguir seguidores del Espacio FAN-FAN en Twitter y mantenerlos en el tiempo.

Realizar reuniones con las demás áreas del Espacio FAN-FAN que intervienen en la comunicación de forma permanente y continua.

Perfil oficial de Linked In

Se creará un perfil oficial de la persona encargada de las redes sociales del Espacio FAN-FAN. Así, este perfil oficial serviría para conformar un grupo de profesionales de todas las ramas cuya actividad repercuta directa e indirectamente en la actividad teatral y de espectáculos dentro y fuera de España.

La creación del perfil es fácil y gratuita, este perfil servirá para desarrollar las otras dos acciones que se tomaran en esta red que son:

- Creación del perfil empresa del Espacio FAN-FAN.
- Creación de un grupo de profesionales de las artes del espectáculo.

Una vez designada la persona que va a manejar las redes sociales, se procederá a utilizar la herramienta de empresas de Linked In, se llenará el perfil del Espacio FAN-FAN con datos relevantes de la estructura, filosofía y misión. En este punto será importante tener en cuenta la opinión de áreas como Marketing, publicaciones y documentación con el objetivo de definir bien el perfil del espacio para proyectar una imagen profesional y seria.

Utilizando el grupo de amigos de Espacio FAN-FAN y la herramienta de creación de grupos de Linked In, se creará un grupo de profesionales registrados en Linked In que tengan orientación por la actividad teatral que se desarrolla en el Espacio FAN-FAN. Es importante escoger bien los perfiles de las personas a las que se va a invitar a formar parte del grupo.

Herramientas

Suscripciones: permiten pagar una membresía para así darle mayor importancia a nuestro perfil, así se podrá acceder a mayor cantidad de información, bases de datos más segmentadas y profesionales de mayor jerarquía.

Buscador de empleo: permite a los usuarios de Linked In buscar y ofrecer empleos a través de sus perfiles. Esto beneficiaría a la industria del espectáculo.

Acciones

- Crear y administrar perfiles con la información adecuada a cada uno.
- Administrar la creación de grupos.
- Manejar los grupos a través de una estrategia de correos electrónicos.
- Utilizar la herramienta para crear debate, discusiones y Focus Group virtuales, para analizar temáticas referentes a la industria de las Artes del Espectáculo. Luego publicar resultados y difundirlos entre los miembros.
- Analizar los perfiles teniendo en cuenta los requerimientos fijados para esta estrategia.
- Realizar un control mensual y semestral de la efectividad de la estrategia. Replantear si es necesario.
- Buscar mejora continua de la relación con los miembros de esta red social.
- Perfilar profesionales que puedan servir para convocatorias y oportunidades laborales.
- Maximizar el uso de Linked In con capacitación y actualización continuas.

4.5 FINANCIACIÓN

Es un aspecto muy decisivo, central, en la gestión de proyectos. Intentar llevar a cabo el proyecto ajustándonos al presupuesto, optimizando los recursos disponibles. Debemos estudiar las fuentes de financiación y tratar de que éstas sean diversas, no atarnos a una sola fuente, a un solo cliente, a un solo organismo de financiación.

RECURSOS PROPIOS/AUTOFINANCIACIÓN

Todos los ahorros obtenidos de los proyectos anteriores, de las clases de formación, de los talleres, de los seminarios, de la venta de los productos, etc. La aportación de socios.

AYUDAS PÚBLICAS

Normalmente no es suficiente con la anterior fuente y buscamos que el sector público nos aporte ayudas (subvenciones) que tratamos de que se vean como inversión cultural que es tal y como nosotros lo entendemos.

Políticas de fomento a la creación y producción

- La oferta de infraestructuras para la creación y la producción
- La convocatoria de ayudas económicas a compañías y productoras a fondo perdido o recuperable, para producciones o para el funcionamiento global.
- La coproducción con agentes privados.

Políticas de fomento a la distribución y exhibición

- Creación de circuitos y redes de recintos.
- Creación de oficinas de apoyo a la distribución a mercados exteriores.
- Concesión de ayudas económicas a las giras exteriores.
- Subvenciones y ayudas a las programaciones estables.
- Las ayudas a la mejora de infraestructuras de exhibición y a la gestión de las mismas.

Políticas de desarrollo empresarial

- Sistemas de asesoramiento y formación para pequeñas y medianas empresas escénicas.

-Convocatorias de ayudas económicas no recuperables a iniciativas de desarrollo empresarial.

- Ofrecimiento de ayudas recuperables para la financiación de procesos de desarrollo empresarial.

Según la web oficial de la Comunidad de Madrid corresponde a la Dirección General de Promoción Cultural las siguientes subvenciones:

-La promoción, gestión, seguimiento y control de las actividades de la cultura y las artes escénicas, musicales y cinematográficas en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid.

- El impulso de nuevos programas de promoción de las industrias culturales realizados en coordinación con otras Consejerías.

- Organización de los festivales de la Comunidad de Madrid en lo referente a las distintas artes escénicas, musicales y cinematográficas.

Según indica la web oficial del INAEM la Subdirección general de teatro es el departamento que desarrolla las competencias relativas a la creación, fomento y difusión de la actividad teatral y circense.

SPONSOR/AYUDAS PRIVADAS

En las últimas décadas se empieza a ver en el campo de la cultura escénica iniciativas de búsqueda de financiación de particulares, empresas y fundaciones privadas para nuestros proyectos. A veces son fondos con objetivos de promocionar la imagen o marca, un objetivo comercial. Otras veces es mecenazgo cuando el fondo es altruista.

Diferentes empresas privadas suelen ser patrocinadores de espacios culturales. Aunque es difícil conseguir algo así cuando eres algo pequeño, con el tiempo y el trabajo podríamos conseguir este tipo de financiación.

Empresas como: Bankia, El corte inglés, Atrapalo, entradas.com, La Caixa, bebidas como CocaCola, Heineken, marcas relacionadas con el barrio villa de Vallecas, etc.

4.6 EVALUACIÓN

La evaluación constituye una fase relevante del ciclo de un proyecto o programa, ya que a través de ella damos seguimiento y observamos si logramos o no nuestros objetivos, cómo se han realizado nuestras actividades y cuál ha sido el impacto de nuestra intervención.

Hemos dicho anteriormente que todo proyecto cultural tiene un impacto en el medio y en los destinatarios a quienes está dirigido, por este motivo resulta relevante que analicemos: ¿cómo hemos cumplido nuestros propósitos?, ¿cómo hemos desarrollado las diversas fases del proyecto?, ¿cuáles han sido las principales dificultades y aciertos de nuestro proyecto?, ¿cuáles son las principales consecuencias de la realización del proyecto en el medio cultural? La evaluación, si bien constituye una fase del proyecto, está presente de manera transversal en todo el ciclo.

Tipos de evaluación

Los tipos de evaluación:

- De resultados: mide el cumplimiento de los objetivos del proyecto –eficacia–, observa los resultados que se propusieron al inicio de proyecto y nuevos resultados observados. Apoya la evolución de los objetivos planteados y de la proyección futura de ellos.

- De proceso: conoce y analiza el funcionamiento de las diversas etapas del ciclo del proyecto, el cumplimiento del cronograma, del presupuesto, de los roles del equipo de trabajo, del plan de difusión y otros componentes de todo el desarrollo del proyecto.

Mide la eficiencia del proyecto.

- De impacto: observando los grandes logros del proyecto y los cambios que se producen en el medio, los beneficiarios, nuestra organización. Esta evaluación permite observar y proyectar las consecuencias del proyecto en el largo plazo.

Para esto se realiza la evaluación de manera permanente, durante la implementación del proyecto y cuando éste finaliza.

La **evaluación permanente** se desarrolla en todos los ciclos del proyecto. A través de ésta se pueden detectar problemas y generar soluciones, realizando un seguimiento permanente al cumplimiento de las actividades dentro del proyecto. Para ello es fundamental realizar reuniones permanentes de equipo con el fin de detectar problemas, incumplimientos, o cambios necesarios al proyecto.

La **evaluación final** nos ayuda a detectar en qué medida se han logrado los objetivos y si han funcionado adecuadamente las diversas fases del proyecto (diseño, ejecución, gestión de los recursos y producción). Esta evaluación se materializa a través de un Informe Final, donde se muestran todos los resultados del proyecto, dando a conocer al medio -beneficiarios, futuros auspiciadores o patrocinadores- de manera didáctica, clara y estratégica los grandes logros y desarrollo del proyecto.

El Informe Final actúa como carta de presentación para nuestra organización. Éste puede ser presentado en diversos formatos como: documento escrito, CD, video, dípticos u otros, que reflejen los objetivos con textos e imágenes que comuniquen el mensaje que queremos al lector.

Después de la evaluación permanente y final de nuestro proyecto, que nos arrojará informes de evaluación respecto a resultados y al proceso, es necesario – según las dimensiones del proyecto, la inversión realizada o la proyección del proyecto – realizar una evaluación de impacto, que se realiza un tiempo después de la finalización del proyecto, y mide los resultados de nuestra intervención de manera especialmente cualitativa (Métodos y técnicas), entregando elementos y datos respecto al impacto real de nuestro proyecto en los beneficiarios y en el entorno.

¿Quiénes evalúan?

La evaluación puede ser realizada por el equipo humano que ha dirigido el proyecto o por agentes externos. Esto depende de los objetivos para los cuales se realiza. Asimismo, los informes que se divulgan pueden ser internos o externos y sus características y contenidos dependerán de los lectores a los que están dirigidos y la proyección del proyecto.

Cuando la evaluación la realiza el **equipo interno**, ésta se efectúa desde dentro, autoevaluación. Para esto el equipo de trabajo va realizando un seguimiento y evaluación periódica de las acciones. La dificultad de la autoevaluación es que puede construir una visión parcial, al ser el equipo juez y parte de lo evaluado, lo que muchas veces dificulta corregir y realizar cambios al proyecto. Siendo más simple y económica, la autoevaluación es fácilmente realizable, pero debe ser planificada desde el diseño del proyecto para captar la información necesaria para la toma de decisiones en el proceso y final del proyecto.

Cuando la evaluación la realiza un **agente externo**, éste puede tener una función de asesoría, supervisión y control del proyecto. A través de una evaluación externa se pueden entregar resultados más fiables, integrando un rol de asesoramiento para la organización a cargo del proyecto. Las dificultades de este tipo de evaluación es que se puede percibir como algo foráneo, lo que puede entorpecer la implementación de medidas de corrección propuestas.

Para esto se debe elegir bien quién o quiénes realizarán la evaluación (profesionales competentes), conociendo y aprobando los contenidos, los modelos y las técnicas de evaluación que se aplicarán, en un diálogo permanente entre los agentes externos que evaluarán y asesorarán y el equipo interno, a quienes se entregarán las recomendaciones.

Criterios metodológicos y técnicas

Dentro del proceso de evaluación podemos distinguir dos partes: una cuantitativa y una cualitativa; combinar ambas es básico para conocer diversos aspectos del proyecto.

La evaluación cuantitativa será todo aquello que puede ser medido e incluye todo tipo de cuantías: cantidad de público asistente, medios de comunicación que cubrieron el proyecto, costos gestionados con terceros, cantidad de artistas locales en el proyecto, etc.

La evaluación cualitativa será todo aquello que se evalúa vía la percepción de un determinado tema. Incluye todos los aspectos relacionados con la opinión y percepción de destinatarios/ beneficiarios, evaluadores expertos, medios de comunicación, y otros.

Para evaluar necesitamos criterios que nos permitan visualizar los alcances que tendrán los resultados que se obtendrán, aplicando las técnicas necesarias para:

Evaluación de eficacia: que observará en qué medida se han logrado los objetivos del proyecto.

Evaluación de eficiencia: que observa la relación entre el logro de los objetivos y los recursos involucrados en el desarrollo del proyecto.

Evaluación de impacto: que busca describir las consecuencias para el medio cultural -entorno y beneficiarios- de la realización del proyecto en el mediano y largo plazo, evaluando su continuidad.

Evaluación de sostenibilidad: que busca comprender los alcances futuros del proyecto y cómo éste puede mantener y mejorar sus objetivos a futuro, tomando en cuenta las capacidades de gestión interna y el impacto en el medio.

La opinión de los agentes relevantes y la información y datos válidos para evaluar el proyecto y contrastar los indicadores que nos planteamos como desafíos, se puede obtener a través de algunas de las siguientes herramientas o técnicas:

- Registros: datos o estadísticas existentes del medio sobre el cual ha querido actuar el proyecto (ver los datos utilizados en la justificación del proyecto).
- Mediaciones: talonarios de ventas de entradas, vales o boletas de ingresos y gastos, conteo de asistentes.
- Encuestas o Cuestionarios: buscan conocer la opinión de los agentes relevantes del proyecto a través de preguntas aplicadas de manera personal o virtual. Se utiliza una muestra de agentes relevantes, obteniendo a través de la encuesta o cuestionario, información cualitativa y cuantitativa. Para desarrollar una encuesta hay que contar con la asesoría de profesionales expertos.
- Entrevistas: se conoce la opinión de los agentes relevantes de forma directa y extensa. Conocer especialmente elementos de primera fuente sobre el impacto del proyecto, la opinión de beneficiarios y/o agentes de apoyo, nos permitirá redireccionar objetivos o estrategias de manera rápida.

- Focus Group: sirve para conocer la opinión, percepción y posicionamiento del proyecto en un grupo objetivo determinado. Para esto se debe contar con el apoyo de expertos que guíen la conversación grupal para obtener la información que se requiere.

Indicadores

Para conocer la situación detallada de las distintas fases del proyecto, es necesario que el equipo y/o director del proyecto defina indicadores al inicio del proyecto según los objetivos y criterios de evaluación que perseguimos.

Los indicadores dan información precisa de cada fase, comparando sus resultados en el tiempo de ejecución del proyecto, y especialmente al final respecto del estado programado inicialmente.

Sus características son:

- Fijados en la etapa de diseño y formulación del proyecto.
- Ligados a los objetivos específicos que nos hemos trazado.
- Conocidos por todo el equipo de trabajo.
- Comprobables a través de medios de verificación previstos en el diseño.
- Perdurables para ir observando su evolución en el tiempo.
- Comparables, para observar indicadores de otros proyectos.

Es importante definir para cada proyecto un número acotado de indicadores que permitan hacer un seguimiento de los objetivos más importantes del proyecto, y de esta forma integrar desde el diseño las necesidades de información y datos para obtener los medios de verificación que permitan evaluar los indicadores y visualizar el proyecto en un mediano y largo plazo.

Para finalizar:

El producto final del proceso de evaluación será un Informe Final o una Memoria, que nos servirán para:

- Mostrar nuestros buenos resultados.
- Desarrollar un proceso de autocrítica interna y mejora continua.
- Comparar proyectos o dar a conocer nuestra experiencia a otros.
- Generar nuevas ideas de proyectos.
- Consultar nuestro proyecto en el futuro, como medio permanente de aprendizaje.

Algunos Ejemplos

VALORACIÓN PERCEPTUAL

Objetivos:

Desarrollar la capacidad de autovaloración.

Crear sentimientos positivos dentro del grupo.

Procedimiento:

Sentados en círculo, el pedagogo explica que “el ejercicio pretende que expresen lo que les gusta de cada uno de los integrantes del grupo y que tomen conciencia de lo que sienten mientras reciben las diversas opiniones”. Se invita a un integrante a que se coloque sentado al centro del círculo, pidiéndole que guarde silencio y que gire para recibir, frente a frente, las opiniones del que le está hablando. A continuación cada integrante expresará, cuando le toque el turno, tres o cuatro cosas que realmente aprecia de la persona que está al centro. El pedagogo debe insistir en que los integrantes sean sinceros y positivos al emitir sus valorizaciones. Cuando se termina la ronda, se le pide a la persona del centro que agradezca NO VERBALMENTE las valoraciones de los compañeros.

Si el grupo es reducido pueden pasar todos los integrantes en una sesión. Si es numeroso se puede continuar el ejercicio en otra sesión.

Variaciones:

- Un alumno/a por sesión.
- El docente al centro.
- Relato del que estuvo al centro.
- Ronda general de sensaciones.
- Realizar el ejercicio por escrito, etc.

VALORACIÓN CONCEPTUAL:

Objetivo:

Valorar la relación grupal

Muchísimo/Bastante/Regular/Poco/Nada

El grupo te estimula a participar activamente

Me siento cómodo/a en el grupo

Me siento valorado por el profesor, etc.

Variación:

Rechazo/Indiferencia/Competitividad/Cooperación/

Aceptación/Confianza/Afecto

Las reacciones del grupo frente a ti son de.....

Mis reacciones frente a las propuestas del grupo son de.....

La forma de explicar del maestro/a me produce, etc.....

ENCUESTAS AL PÚBLICO ASISTENTE TIPO:

¿Te ha gustado la función?

Si- No- Un poco- Nada

¿Volverías a venir?

Si-No-Tal vez

¿El precio de la entrada te parece adecuado?

Si-No-Regular

¿Piensas que es una obra adecuada para tu hijo/a?

Si-No

¿Las instalaciones de la sala te parecen que son adecuadas?

Si-No-Regular

¿Has disfrutado en familia de tu actividad en el Espacio FAN-FAN?

Si- Mucho-No-Nada-Un poco

.....

5 CONCLUSIÓN

Como conclusión del trabajo realizado para esta tesina, quiero destacar mi decisión de realizar este proyecto porque mi formación y experiencia se basan en la interpretación actoral, el teatro y la gestión cultural. Al plantearme este proyecto quise profundizar sobre ideas y conocimientos que englobase mi formación, mi pasión de interpretar y gestionar. De esta forma surgió mi intención de crear este proyecto profesional teniendo con la expectativa de que en un futuro sea factible llevarla a la práctica este proyecto. Por tanto, decidí que lo ideal sería elaborar una tesina sobre **un espacio/ escuela de teatro**, ya que ello representa para mi una posibilidad real a nivel laboral, académico, personal y artístico.

En definitiva he desarrollado El Espacio FAN-FAN como un centro de formación, difusión y producción centrado en las Áreas de Expresión Artística para la infancia, la juventud y por ello estará relacionado también con la formación, difusión teatral de las madres y padres.

Tras el trabajo realizado pienso que este proyecto es interesante para nuestra sociedad, beneficioso personalmente y económicamente para los que formemos parte de él. Constructivo para la población ofreciendo diversión, cultura, entretenimiento, formación a nuestra infancia, juventud y familias, lo cual es muy motivador.

De cualquier manera dentro de mi optimismo sé que tenemos aspectos en contra que nos dificultan el trabajo, como se ha visto en diferentes apartados del proyecto. Destacaría las amenazas que encontramos en nuestro entorno, como un consumidor variante, la ausencia de un hábito consolidado de consumo escénico y la presencia de una notable analfabetización en relación con los lenguajes escénicos, la pequeña dimensión del mercado, las dificultades para financiar las inversiones que requieren las producciones, la recesión económica, la rivalidad entre el Teatro comercial y el Teatro Alternativo, las pocas ayudas a priori para este tipo de negocio arriesgado y además la ausencia de un sistema de patrocinio y mecenazgo que genere flujos económicos hacia las producciones escénicas y complemente la financiación pública, o propia de la compañía. La escasa vertebración del sector y la ausencia de un modelo de desarrollo planificado. Por último una de las amenazas más importantes y que el Espacio FAN-FAN contribuiría a cambiar es un sistema educativo que, si bien fomenta el consumo

escénico a través de las funciones escolares, no se preocupa por la incorporación de la práctica escénica en el sistema personal de valores.

A través del acercamiento que he hecho al entorno más específico del Distrito de Villa de Vallecas, se puede decir que hay aspectos que no nos benefician a la hora de la viabilidad del proyecto, como es una época de crisis, una gran concentración de oferta cultural en Madrid, pocas ayudas a priori, una zona de Madrid periférica, etc.,... Obviamente son aspectos que dificultan el proyecto pero no lo imposibilita, ya que respecto al entorno también tenemos aspectos que hacen el proyecto viable como un barrio virgen en espacios culturales, un barrio con niños en edad de escolarización, un barrio con bastante movimiento de gente por las calles, por los parques y con poca oferta cultural para este grupo de personas, una zona de construcciones nuevas, con muchos locales para alquiler, algunas ayudas para temas artísticos y algunas ayudas para la pequeña empresa. Todo esto unido a que sería un proyecto que podría agradar a la sociedad, aportar cultura, alegría, creatividad a las personas que participásemos en él (tanto trabajadores como estudiantes, público, etc.), hacen de este proyecto, desde mi punto de vista, un proyecto viable.

En los apartados del “Proyecto” y “Desarrollo del Proyecto” se puede observar el extenso estudio y desarrollo que he realizado, aplicando mis propios conocimientos y los impartidos en el master. Desde mi punto de vista, el simulacro realizado explica y reflexiona sobre las gestiones, las acciones a seguir, para conseguir el principal objetivo Crear un centro de formación, difusión y producción centrado en las Áreas de Expresión Artística para la infancia, la juventud. Los cinco pilares fundamentales para conseguir esto es un equipo de trabajo multidisciplinar de las artes escénicas, con una visión en común y con una división de tareas equilibrada y especializada, siguiendo el método de trabajo de la gestión de proyectos. Otro pilar esencial es seguir una línea de programación coherente, con unos criterios de calidad artística y pedagógica. El tercer pilar primordial es estar en continua formación el equipo docente y mantener una enseñanza de las artes escénicas contemporánea, reciclada, educativa, divertida cumpliendo con los objetivos propuestos en cada curso. El cuarto pilar importante sería mantener estudiado, revisado e intentar seguirlo en la práctica el plan de presupuesto, de financiación y de difusión o marketing. Por último el quinto pilar vital sería hacerlo

todo con una gran motivación, con ilusión, entusiasmo, dedicación y con afán de superación para seguir mejorando y ofreciendo lo mejor de nosotros.

Por último, quisiera decir que confío en que esta tesina cumpla con los objetivos propuestos para todo trabajo de fin de master y confío en que el proyecto aquí planteado pueda llevarse a la práctica en un futuro no muy lejano. Ello desde el convencimiento de que un proyecto cultural de las características que aquí hemos planteado puede, en el plano general, enriquecer nuestra vida cultural y/o artística, y en el plano particular, puede aportar elementos positivos en las relaciones y en la vida cotidiana de todas las personas que participen directamente en él.

BIBLIOGRAFÍA

VALENTÍN-GAMAZO, T. y NAVARRO DE LUIS,G. *Planificación, producción y promoción teatral*. Espacio Circulo, Junta de Andalucía.

CIMARRO, J.(1997) *Producción, Gestión y Distribución del Teatro*. Madrid, Ed. Fundación Autor.

PÉREZ MARTÍN, M,A.(2002) *Gestión de Proyectos Escénicos*. Ciudad Real, Ed Ñaque.

PÉREZ MARTÍN, M.A (2006) *Técnicas de organización y gestión aplicadas al teatro y al espectáculo*. Ciudad Real. Ñaque

SELLAS, J y COLOMER, J. (2009) *Marketing de las artes escénicas. Creación y desarrollo de públicos*. Ed Cuadernos Gescenic editada por Bissap Consulting SL

COLOMER,J. (2006) *La gestión de las artes escénicas en tiempos difíciles*. Ed Cuadernos Gescenic editada por Bissap Consulting SL

BONET, L. (2010) *Perfil i reptes del gestor cultural*. Ed Cuadernos Gescenic editada por Bissap Consulting SL

COLBERT, F. y M. CUADRADO (2003), *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona, Ariel.

PÉREZ COTERILLO, M. (1995) *Los teatros de Madrid*. Madrid. Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales.

MURO ABAD, J,R. (2003) *Los teatros de Madrid*. Madrid. Universidad Complutense de Madrid

ASOCIACIÓN DE EMPRESAS PRODUCTORAS DE ARTES ESCÉNICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID.www.artemad.com.

ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DEL TEATRO PARA LA INFANCIA Y LA JUVENTUD. www.assitej.org.

MINISTERIO DE CULTURA. ARTES ESCÉNICAS. www.inaem.mcu.es

MINISTERIO DE CULTURA. www.mcu.es

COMUNIDAD DE MADRID. www.madrid.es

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA www.ine.es

SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES Y EDITORES www.sgae.es

PERIODICO DIGITAL EL PAÍS www.elpais.com

T10Z4_SECCI - Población clasificada por municipio, distrito y sección según nacionalidad, para cada sexo									
		Total	Española	Extranjera	Europa				
					Total	Unión Europea (27)			
						Total	Alemania	Austria	Bélgica
079613	Puente de Vallecas	243.179	194.802	48.377	10.973	9.724	132	15	23
079618	Villa de Vallecas	87.796	73.314	14.482	6.145	5.815	52	6	10
0796	Madrid	3.273.049	2.704.835	568.214	161.080	146.444	6.427	646	1.227
<i>Fuente: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid</i>									
Población clasificada por Distrito y Barrio de residencia en las Renovaciones, Rectificaciones y Revisiones Anuales (1) del Padrón Municipal de Habitantes desde 1986									

I. DISPOSICIONES GENERALES

MINISTERIO DE JUSTICIA

19099 Orden JUS/3185/2010, de 9 de diciembre, por la que se aprueban los Estatutos-tipo de las sociedades de responsabilidad limitada.

El Real Decreto-Ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo, prevé un conjunto de medidas de distinta índole cuyo objetivo es incrementar la inversión productiva, la competitividad de las empresas españolas y la creación de empleo.

En ese contexto normativo, se incluyen un conjunto de medidas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas con las que se pretende la agilización del proceso constitutivo de las formas de organización de esta tipología empresarial y la reducción de costes tanto del proceso constitutivo como respecto de actos y acuerdos de su funcionamiento posterior.

El ámbito de aplicación de dichas medidas ha sido definido una vez constatado que la inmensa mayoría de las pequeñas y medianas empresas se constituyen con la forma de sociedad de responsabilidad limitada, cuentan con un reducido número de socios, generalmente no superan el capital mínimo exigible y prevén estatutariamente una estructura interna simplificada y un objeto social incluido en la enumeración prevista en esta Orden.

En el artículo 5.dos del mencionado Real Decreto-ley se establece un régimen específico para la constitución de sociedades de responsabilidad limitada siempre que su capital social no sea superior a 3.100 euros y sus estatutos se adapten a los aprobados por el Ministerio de Justicia.

Sobre esta base, se aprueba el modelo de Estatutos-tipo para Sociedades de Responsabilidad Limitada, en el que ya se acogen algunas de las opciones que se han incorporado en la modificación del Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, como es el caso de las comunicaciones de la sociedad con los socios.

Esta Orden desarrolla el citado artículo 5.dos aprobando un modelo de Estatutos-tipo para dichas sociedades, que faculta al Ministerio de Justicia para dictar normas de desarrollo en el ámbito de sus competencias.

En su virtud, dispongo:

Artículo 1. Objeto.

Esta Orden aprueba un modelo de Estatutos-tipo para las sociedades de responsabilidad limitada en el que se establecen los aspectos básicos del funcionamiento interno, orientado a la agilización en la adopción de decisiones y acuerdos y a la reducción de costes derivados de dichos procesos.

Los Estatutos-tipo previstos en esta Orden se utilizarán por las sociedades de responsabilidad limitada constituidas por uno o varios socios cuando reúna las siguientes características:

1. La constitución de la sociedad se realice por vía telemática
2. El capital social no sea superior a 3.100 euros.
3. Los socios sean personas físicas
4. El órgano de administración sea un administrador único, varios administradores con facultades solidarias o dos administradores con facultades mancomunadas.

Artículo 2. *Modelo de Estatutos-tipo.*

El modelo de Estatutos-tipo para las sociedades de responsabilidad limitada es el que figura en el Anexo 1 de esta Orden.

Disposición adicional única. *Régimen supletorio.*

En lo no previsto en los Estatutos-tipo aprobados mediante la presente Orden, se aplicará lo dispuesto en el Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por la Ley 3/2009, de 3 de abril, de Modificaciones estructurales y por las demás disposiciones legales aplicables o las que sustituyan a las anteriores.

Disposición final primera. *Título competencial.*

La presente Orden se dicta al amparo de las competencias exclusivas que atribuye al Estado el artículo 149.1.6.^a de la Constitución en materia de legislación mercantil

Disposición final segunda. *Habilitación.*

Se habilita a la Dirección General de los Registros y del Notariado en el ámbito de sus competencias, para dictar las resoluciones e instrucciones necesarias para la aplicación de lo previsto en esta Orden.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

Esta Orden entrará en vigor el mismo día de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Madrid, 9 de diciembre de 2010.–El Ministro de Justicia, Francisco Caamaño Domínguez.

ANEXO I

Modelo de Estatutos-tipo de las sociedades de responsabilidad limitada

Artículo 1. *Denominación.*

Bajo la denominación de «....., S. L.», se constituye una sociedad de responsabilidad limitada que se regirá por las normas legales imperativas y por los presentes estatutos.

Artículo 2. *Objeto.*

La sociedad tendrá por objeto las siguientes actividades:

1. Construcción, instalaciones y mantenimiento.
2. Comercio al por mayor y al por menor. Distribución comercial. Importación y exportación.
3. Actividades inmobiliarias.
4. Actividades profesionales.
5. Industrias manufactureras y textiles.
6. Turismo, hostelería y restauración.
7. Prestación de servicios. Actividades de gestión y administración. Servicios educativos, sanitarios, de ocio y entretenimiento.
8. Transporte y almacenamiento.
9. Información y comunicaciones.
10. Agricultura, ganadería y pesca.
11. Informática, telecomunicaciones y ofimática.
12. Energías alternativas.

13. Compraventa y reparación de vehículos. Reparación y mantenimiento de instalaciones y maquinaria.

14. Investigación, desarrollo e innovación.

15. Actividades científicas y técnicas.

Artículo 3. *Domicilio social.*

La sociedad tiene su domicilio en, calle, número, y tiene nacionalidad española.

Artículo 4. *Capital social y participaciones.*

El capital social, que está totalmente desembolsado, se fija en euros y está dividido en participaciones sociales con un valor nominal cada una de ellas de, y numeradas correlativamente del 1 al

Artículo 5. *Periodicidad, convocatoria y lugar de celebración de la junta general.*

La junta general será convocada por el órgano de administración.

La convocatoria se comunicará a los socios a través de procedimientos telemáticos, mediante el uso de firma electrónica. En caso de no ser posible se hará mediante cualquier otro procedimiento de comunicación, individual y escrito que asegure la recepción por todos los socios en el lugar designado al efecto o en el que conste en el libro registro de socios. En relación con otros aspectos relativos a la convocatoria, periodicidad, lugar de celebración y mayorías para adoptar acuerdos de la junta general se aplicarán las normas previstas en la Ley de Sociedades de Capital aprobada por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio.

Artículo 6. *Comunicaciones de la sociedad a los socios.*

Las comunicaciones que deba realizar la sociedad a los socios, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de Sociedades de Capital aprobada por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, se realizarán a través de procedimientos telemáticos, mediante el uso de firma electrónica. En caso de no ser posible se hará mediante cualquier otro procedimiento de comunicación, individual y escrito que asegure la recepción por todos los socios en el lugar designado al efecto o en el que conste en el libro registro de socios.

Artículo 7. *Mesa de la junta. Deliberaciones y votación.*

El presidente y secretario de la junta general serán los designados por los socios concurrentes al comienzo de la reunión.

Corresponde al presidente formar la lista de asistentes, declarar constituida la junta, dar el uso de la palabra por orden de petición, dirigir las deliberaciones y fijar el momento y forma de la votación. Antes de dar por terminada la sesión, dará cuenta de los acuerdos adoptados, con indicación del resultado de la votación y de las manifestaciones relativas a los mismos cuya constancia en acta se hubiese solicitado.

Artículo 8. *Modos de organizar la administración.*

La gestión, administración y representación de la sociedad es competencia del órgano de administración.

La Junta General podrá optar por cualquiera de los siguientes modos de organizar la administración, sin necesidad de modificar estatutos, y en los términos previstos en la Ley de sociedades de capital:

a) Un administrador único, al que corresponde exclusivamente la administración y representación de la sociedad.

b) Varios administradores con facultades solidarias a cada uno de los cuales corresponde indistintamente las facultades de administración y representación de la sociedad, sin perjuicio de la facultad de la junta general de acordar, con eficacia meramente interna, la distribución de facultades entre ellos.

c) Dos administradores conjuntos, quienes ejercerán mancomunadamente las facultades de administración y representación.

La modalidad de órgano de administración elegida por la Junta General, deberá inscribirse en el Registro Mercantil.

Artículo 9. Nombramiento, duración y prohibición de competencia.

Sólo las personas físicas podrán ser nombrados administradores. El desempeño del cargo de administrador será por tiempo indefinido.

Respecto de los demás requisitos de nombramiento, incompatibilidades y prohibiciones para ser administrador, se aplicará lo dispuesto en la Ley de sociedades de capital.

El cargo de administrador podrá ser:

1.º Gratuito.

2.º Retribuido (marque una forma de retribución).

a) Cuantía fija determinada por la Junta General para cada ejercicio económico.

b) Un porcentaje de% de los beneficios repartibles de cada ejercicio económico, con arreglo a la Ley.

Artículo 10. Ámbito de representación y facultades del órgano de administración.

La representación que corresponde al órgano de administración se extiende a todos los actos comprendidos en el objeto social delimitado en estos estatutos, de modo que cualquier limitación de las facultades representativas de los administradores, aunque estuviera inscrita en el Registro Mercantil, será ineficaz frente a terceros.

Artículo 11. Notificaciones a la sociedad.

Las notificaciones a la sociedad podrán dirigirse a cualquiera de los administradores en el domicilio de la sociedad

Artículo 12. Sociedad de responsabilidad limitada unipersonal.

A la sociedad de responsabilidad limitada unipersonal se aplicará las especialidades de régimen previstas en la Ley de sociedades de capital aprobada por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio.

DECRETO POR EL QUE SE APRUEBA EL CATÁLOGO DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS, ACTIVIDADES RECREATIVAS, ESTABLECIMIENTOS, LOCALES E INSTALACIONES.

Decreto 184/1998, de 22 de octubre, por el que se aprueba el Catálogo de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas, Establecimientos, Locales e Instalaciones. ⁽¹⁾

PREÁMBULO

La Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas regula, como señala su Preámbulo, una gran variedad de situaciones por lo que la misma no tiene ni podría tener un carácter exhaustivo. Ello determina la necesidad de un importante desarrollo reglamentario de sus preceptos que permita su plena aplicación. Este desarrollo se inicia con el presente Decreto.

El artículo 4 de la [Ley 17/1997, de 4 de julio](#), de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, regula el Catálogo de los espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos comprendidos en el ámbito de aplicación de la Ley. La finalidad de este Catálogo no es otra que la de enumerar y agrupar, clasificándolos por afinidades y características comunes, los distintos tipos de espectáculos públicos, actividades recreativas, establecimientos, recintos, locales e instalaciones.

El Catálogo incluido en la mencionada Ley en forma de Anexo se limita a la enumeración de los distintos tipos de espectáculos públicos, actividades recreativas y otros establecimientos abiertos al público. Esta enumeración podía considerarse adecuada a la naturaleza y objeto de la citada norma. Sin embargo, resulta claramente insuficiente para su efectiva aplicación y sobre todo para su desarrollo reglamentario. Esta insuficiencia fue prevista por el legislador que en el artículo 4 autoriza al Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid a modificar y desarrollar el Catálogo por Decreto.

El Catálogo, que se contiene en los Anexos I y II del presente Decreto, y que sustituirá al anteriormente citado, tiene por objetivo, en primer lugar, la plena adecuación de la clasificación normativa a la realidad de los diferentes tipos de establecimientos existentes en la actualidad.

Por otra parte, se hace preciso completar la clasificación con una definición de cada uno de los diferentes tipos de espectáculos, actividades recreativas, establecimientos, locales e instalaciones a fin de clarificar el panorama actual y facilitar la actuación de los Ayuntamientos a la hora de conceder las licencias de funcionamiento. En esta definición, se ha tratado de establecer no sólo sus elementos, más característicos o específicos, sino también las actividades que no deben ser toleradas dentro de cada tipo a fin de evitar la desnaturalización de los mismos.

El Anexo I enumera y ordena los distintos tipos y clases de espectáculos públicos,

¹.- BOCM 3 de noviembre de 1998, corrección de errores BOCM 10 de diciembre de 1998.

actividades recreativas, locales, recintos y establecimientos regulados por la citada Ley. El Anexo II recoge las definiciones de los mismos.

La aprobación del nuevo Catálogo exige la regulación de los aspectos dinámicos del contenido del mismo así como de algunos de sus efectos, máxime si se tiene presente que el Reglamento que ha de desarrollar la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, todavía no ha sido aprobado.

En consecuencia, el Decreto contiene las normas precisas para evitar lagunas en materias fundamentales del régimen de los espectáculos públicos y actividades recreativas, Como puede ser la regulación de la licencia de funcionamiento de los locales y establecimientos o de los carteles indicativos previstos en el artículo 13 de la Ley.

Por todo ello, se considera necesario y urgente proceder al desarrollo parcial de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, sin perjuicio de que el contenido normativo que se aprueba se incorpore con posterioridad a la norma que desarrolle, de manera completa, esta Ley.

En su virtud, previo informe de la Comisión de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas de fecha 11 de diciembre de 1997, y de conformidad con el Consejo de Estado, a propuesta del Consejero de Presidencia, y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su sesión del día 22 de octubre de 1998,

DISPONGO:

Artículo 1. *Ámbito de aplicación.*

El presente Decreto será de aplicación a los espectáculos públicos, actividades recreativas, locales, recintos, instalaciones y establecimientos comprendidos en el ámbito de aplicación de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas de la Comunidad de Madrid.

Artículo 2. *Catálogo.*

1. Se aprueba el Catálogo de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas, Establecimientos Locales e Instalaciones previsto en el artículo 4 de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, que se incorpora al presente Decreto como Anexos I y II. Este Catálogo sustituye al que figura como Anexo de dicha Ley.

2. La enumeración contenida en el Anexo I no tiene carácter exhaustivo.

Artículo 3. *Espectáculos públicos y actividades recreativas.*

1. Los espectáculos y actividades recogidos en el Catálogo podrán desarrollarse en los locales, recintos, instalaciones o establecimientos que se enumeran y definen en el mismo como aptos para cada uno de aquéllos. Los espectáculos y actividades podrán también celebrarse en otros locales o establecimientos diferentes de los indicados, siempre que estén comprendidos en el

Catálogo, respetando los límites y requisitos establecidos en el artículo 6 del presente Decreto.

2. Los espectáculos y actividades regulados en el presente Decreto pueden ser de carácter permanente, eventual o extraordinario.

Se considerarán espectáculos y actividades de carácter permanente aquellos que tengan lugar con carácter habitual en locales, recintos o establecimientos de carácter fijo y estable, y que estén expresamente autorizados en la correspondiente licencia de funcionamiento.

Se considerarán espectáculos y actividades de carácter eventual, aquellos que se desarrollen en instalaciones o estructuras eventuales, desmontables o portátiles y que se realicen durante un período determinado de tiempo. La celebración de espectáculos o actividades de carácter eventual requerirá la oportuna licencia municipal de funcionamiento.

Se considerarán espectáculos y actividades de carácter extraordinario aquellos que sean distintos de los que se realicen habitualmente en los locales o establecimientos y no figuren expresamente autorizados en la correspondiente licencia de funcionamiento. La celebración de los espectáculos y actividades de carácter extraordinario requerirá autorización administrativa expresa del órgano competente de la Comunidad de Madrid.

Artículo 4. *Locales, recintos y establecimientos.*

1. Se entenderán como locales, recintos o establecimientos, a los efectos del presente Decreto, aquellos espacios físicos y determinados o específicos que, por reunir los requisitos exigidos por la normativa vigente y encontrarse clasificados y definidos en el Catálogo, se consideran aptos e idóneos para el desarrollo de un determinado espectáculo o actividad, encontrándose su titular en posesión de la correspondiente licencia de funcionamiento.

2. La Comunidad de Madrid asignará a cada uno de los locales, recintos y establecimientos incluidos en el ámbito de aplicación del presente Decreto un número identificativo que deberá figurar en el cartel y en la ficha técnica previstos en los artículos 7 y 8 respectivamente.

Artículo 5. *Licencias de funcionamiento.*

1. En las licencias de funcionamiento que concedan los Ayuntamientos conforme a lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, deberán constar con exactitud los espectáculos o actividades a que vayan a ser dedicados los locales, recintos, instalaciones o establecimientos, conforme a la clasificación y definiciones contenidas en el Catálogo.

En dichas licencias deberán, además, constar en todo caso los siguientes datos: Nombre, apellidos del titular, denominación y razón social en su caso, y domicilio; denominación, nombre comercial y emplazamiento del local, recinto o establecimiento, así como el aforo máximo permitido.

2. La clasificación de un local, recinto, instalación o establecimiento abierto al público, que no estuviere enumerado expresamente en cualquiera de los diferentes epígrafes y apartados del Catálogo, requerirá la previa autorización del órgano competente de la Comunidad de Madrid.

3. La concesión de la licencia de funcionamiento no excluye la obligación de obtener las demás autorizaciones exigidas por la normativa vigente, en particular, en materia de turismo,

espectáculos taurinos o juego.

4. A la solicitud de la licencia de funcionamiento, se acompañará, como mínimo, la siguiente documentación:

- a) Certificado del técnico competente, acreditativo de que las instalaciones del local, recinto y establecimiento se han realizado bajo su dirección, ajustándose a las condiciones y prescripciones de la previa licencia municipal correspondiente, así como a las previstas en la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, en el presente Decreto, en las correspondientes Ordenanzas Municipales y demás normativa de aplicación.
- b) Plan de revisiones periódicas por entidad competente designada por el titular, para los equipos de protección contra incendios, ajustado a lo exigido en las condiciones de mantenimiento y uso por la normativa específica de aplicación.
- c) Plan de emergencia según las normas de autoprotección en vigor.
- d) Contrato de seguro, en la cuantía mínima vigente en cada momento, que cubra los riesgos de incendio del local o instalación, y de responsabilidad civil por daños a los concurrentes y a terceros, derivados de las condiciones del local, de sus instalaciones y servicios, así como de la actividad desarrollada y del personal que preste sus servicios en el mismo.
- e) Ficha técnica del local o establecimiento con arreglo al modelo que figura como Anexo III del presente Decreto.

Artículo 6. *Pluralidad de espectáculos o actividades.*

1. El desarrollo o celebración de varios espectáculos o actividades diferentes en un local, recinto o establecimiento estará sometido a los límites y requisitos establecidos en el presente artículo.

2. En los locales, recintos o establecimientos regulados en el presente Decreto no se podrán desarrollar espectáculos o actividades que resulten incompatibles entre sí a tenor de la normativa sectorial que les sea de aplicación, edad de los usuarios, naturaleza y tipo de las actividades a desarrollar, sus horarios de apertura, así como por las dotaciones y demás características técnicas de los mismos.

El órgano competente de la Comunidad de Madrid podrá autorizar de forma excepcional, el desarrollo o celebración de espectáculos o actividades incompatibles, que estarán sujetas a las condiciones que la autorización correspondiente determine.

3. Cuando en un local, recinto o establecimiento vayan a desarrollarse habitualmente y por separado, en el tiempo o en zonas diferenciadas, uno o varios espectáculos o actividades recogidos en el Catálogo, distintos pero compatibles entre sí, deberá constar en la licencia de funcionamiento, con exactitud y separadamente, cada uno de dichos espectáculos o actividades.

Si el local, recinto o establecimiento contara con varios espacios de uso diferenciado, en la licencia de funcionamiento deberá constar con exactitud y por separado, la actividad y el aforo autorizado para cada uno de dichos espacios.

4. Los titulares de locales, recintos o establecimientos que cuenten con la preceptiva

licencia de funcionamiento en la que figure expresamente uno o más espectáculos o actividades autorizados, que con carácter extraordinario pretendan realizar otro de los contenidos en el Catálogo, precisarán la correspondiente autorización del órgano competente de la Comunidad de Madrid, conforme a lo establecido en el párrafo tercero del punto 2 del artículo 3 del presente Decreto.

5. Respecto de los locales y recintos que estén materialmente divididos en locales diferenciados, en los que se pretenda desarrollar diversas actividades, entre las que puedan existir alguna de las contempladas en el Catálogo, el ejercicio de estas últimas precisará de la correspondiente licencia de funcionamiento para cada una de ellas.

Artículo 7. Publicidad.

1. En el exterior de los locales, recintos o establecimientos regulados en el presente Decreto, y en lugar visible, deberá exhibirse un cartel expedido por los respectivos Ayuntamientos con arreglo a las características, medidas y contenido que figuran en el Anexo IV de este Decreto.

2. La exhibición, en lugar y forma adecuados, de este cartel identificativo constituye una de las obligaciones documentales de los titulares de las correspondientes licencias de funcionamiento a que se refiere el número diecisiete del artículo 38 de la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas.

Artículo 8. Comunicaciones.

1. Conforme a lo dispuesto en el artículo 5, apartado 4.e), los interesados que soliciten una licencia de funcionamiento deberán cumplimentar la ficha técnica de locales o establecimientos cuyo modelo figura en el Anexo III de este Decreto.

Una vez concedida la licencia de funcionamiento, el Ayuntamiento concedente verificará y completará los datos de la ficha técnica.

2. En el plazo de cinco días desde la concesión de la licencia de funcionamiento, los Ayuntamientos remitirán al órgano competente de la Comunidad de Madrid una copia de la licencia de funcionamiento, acompañada de la ficha técnica, debidamente cumplimentada y verificada.

3. En caso de cambio de titularidad de los locales, recintos o establecimientos regulados por el presente Decreto, el interesado comunicará el cambio al Ayuntamiento respectivo, cumplimentando una nueva ficha técnica. Esta ficha deberá ser remitida por el Ayuntamiento al órgano competente de la Comunidad de Madrid en el plazo previsto en el apartado anterior.

4. Recibidas las correspondientes comunicaciones, la Comunidad de Madrid asignará a cada local, recinto o establecimiento su número identificativo.

No obstante, el titular de la licencia de funcionamiento podrá solicitar dicho número identificativo, mediante escrito presentado ante el órgano competente de la Comunidad de Madrid, al que se acompañará la preceptiva licencia de funcionamiento y copia de la ficha técnica del local o establecimiento.

Artículo 9. Prohibiciones.

En los locales, recintos y establecimientos enumerados y definidos en el Catálogo, cuyo horario autorizado de apertura sea anterior a las nueve horas de cada día, queda prohibido, con carácter general, el funcionamiento de equipos o aparatos de música o cualquier otro medio de reproducción audio-musical, las actuaciones en directo, las pistas de baile o practicar esta actividad, así como cualquier otra análoga, antes de las nueve horas.

Disposiciones adicionales

Primera.

Los locales, establecimientos, recintos e instalaciones objeto de regulación del presente Decreto deberán cumplir todas las condiciones y requisitos de seguridad, insonorización y de prevención de incendios que exija la normativa vigente para cada uno de ellos, según su tipología, superficie, aforo y demás características, así como la instalación, en los bares especiales, definidos en el apartado 9.1 del Anexo II, de sonómetros, limitadores del nivel de ruido y dobles puertas, cuando aquélla así lo prevea a fin de garantizar el derecho al descanso de los vecinos colindantes.

Segunda.

Los apartados cuarto y quinto del artículo 6 no serán aplicables a las actividades que se desarrollen en Hoteles y asimilables en el ámbito propio de su normativa sectorial, siempre que los espectáculos o actividades se dirijan exclusivamente a sus clientes.

Disposiciones transitorias

Primera.

Los Ayuntamientos deberán revisar, de oficio o a instancia de parte, en el plazo de tres años, a contar desde la entrada en vigor del presente Decreto, todas las licencias de funcionamiento concedidas con anterioridad, con el único fin de adaptar la denominación de la actividad y la tipología del local a las definiciones contenidas en el Catálogo.

Segunda.

Los titulares de las licencias de funcionamiento vigentes, que amparen la explotación de locales y establecimientos regulados en el presente Decreto, deberán solicitar del órgano competente de la Comunidad de Madrid el número identificativo del local o establecimiento, en el plazo de dos años a contar desde la entrada en vigor del presente Decreto, en la forma establecida en el apartado cuarto del artículo 8 del Decreto.

Disposición derogatoria

Quedan derogadas cuantas normas de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en el presente Decreto.

Disposiciones finales

Primera.

Se faculta al Consejero de Presidencia para dictar las disposiciones necesarias para la aplicación y el desarrollo del presente Decreto, así como para proceder a la aprobación del modelo de cartel identificativo regulado en el artículo 7 del presente Decreto con arreglo a lo previsto en el Anexo IV.

[Por [Orden 434/1999, de 12 de marzo](#), de la Consejería de Presidencia, se aprueba el modelo de cartel identificativo de los locales y recintos de espectáculos públicos y actividades recreativas, así como de otros establecimientos abiertos al público].

Segunda.

El presente Decreto entrará en vigor a los diez días de su publicación en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.

ANEXO I

Catálogo de espectáculos públicos, actividades recreativas, establecimientos, locales e instalaciones

Actividades

I. Espectáculos públicos

- Cine.
- Circo.
- Competiciones deportivas en sus diversas modalidades.
- Conciertos y festivales.
- Conferencias y congresos.
- Danza.
- Desfiles en vía pública.
- Espectáculos taurinos.
- Exposiciones artísticas y culturales.
- Representaciones o exhibiciones artísticas, culturales o folclóricas.
- Teatro.
- Variedades y cómicos.
- Espectáculos varios organizados con el fin de congregar al público en general para presenciar actividades, representaciones o exhibiciones de naturaleza artística, cultural o deportiva.

II. Actividades recreativas

- Atracciones de feria.
- Baile.

- Exhibición de animales vivos.
- Juegos recreativos y de azar.
- Verbenas y similares.
- Karaoke.
- Práctica de deportes en sus diversas modalidades con fines recreativos.
- Actividades recreativas varias dirigidas al público en general cuyo fin sea el esparcimiento, ocio, recreo y diversión del mismo.

Locales y establecimientos

III. De espectáculos públicos

1. Esparcimiento y diversión:
 - 1.1. Café-espectáculo.
 - 1.2. Circos:
 - 1.2.1. Circos permanentes.
 - 1.2.2. Circos portátiles.
 - 1.3. Locales de exhibiciones.
 - 1.4. Salas de fiestas.
 - 1.5. Restaurante-espectáculo.
 - 1.6. Otros locales o instalaciones asimilables a los mencionados.
2. Culturales y artísticos:
 - 2.1. Auditorios.
 - 2.2. Cines:
 - 2.2.1. Autocines.
 - 2.2.2. Eventuales, portátiles o desmontables.
 - 2.2.3. Permanentes.
 - 2.3. Plazas, recintos e instalaciones taurinas:
 - 2.3.1. Plazas de toros permanentes.
 - 2.3.2. Plazas de toros no permanentes y portátiles.
 - 2.3.3. Otros recintos e instalaciones.
 - 2.4. Pabellones de Congresos.
 - 2.5. Salas de conciertos.
 - 2.6. Salas de conferencias.
 - 2.7. Salas de exposiciones.
 - 2.8. Salas multiuso.
 - 2.9. Teatros:
 - 2.9.1. Teatros permanentes.
 - 2.9.2. Teatros eventuales, portátiles o desmontables.
3. Deportivos:
 - 3.1. Locales o recintos cerrados:
 - 3.1.1. Campos de fútbol, rugby, béisbol y asimilables.
 - 3.1.2. Campos de baloncesto, balonmano, balonvolea y asimilables.
 - 3.1.3. Campos de tiro al plato, de pichón y asimilables.
 - 3.1.4. Galerías de tiro.

-
- 3.1.5. Pistas de tenis y asimilables.
 - 3.1.6. Pistas de patinaje, hockey sobre hielo, sobre patines y asimilables.
 - 3.1.7. Piscinas.
 - 3.1.8. Locales de boxeo, lucha, judo y asimilables.
 - 3.1.9. Circuitos permanentes de motocicletas, automóviles y asimilables.
 - 3.1.10. Velódromos.
 - 3.1.11. Hipódromos, canódromos y asimilables.
 - 3.1.12. Frontones, trinquetes, pistas de squash y asimilables.
 - 3.1.13. Polideportivos.
 - 3.1.14. Bolerías y asimilables.
 - 3.1.15. Salones de billar y asimilables.
 - 3.1.16. Gimnasios.
 - 3.1.17. Pistas de atletismo.
 - 3.1.18. Estadios.
 - 3.2. Espacios abiertos y vías públicas:
 - 3.2.1. Recorridos de carreras pedestres.
 - 3.2.2. Recorridos de pruebas ciclistas, motociclistas, automovilísticas y asimilables.
 - 3.2.3. Recorridos de motocross, trial y asimilables.
 - 3.2.4. Pruebas y exhibiciones náuticas.
 - 3.2.5. Pruebas y exhibiciones aeronáuticas.

IV. De actividades recreativas

- 4. De baile:
 - 4.1. Discotecas y salas de baile.
 - 4.2. Salas de juventud.
- 5. Deportivo-recreativas:
 - 5.1. Locales o recintos, sin espectadores, destinados a la práctica deportivo-recreativa de uso público, en cualquiera de sus modalidades.
- 6. Juegos recreativos y de azar:
 - 6.1. Casinos.
 - 6.2. Establecimientos de juegos colectivos de dinero y de azar.
 - 6.3. Salones de juegos y recreativos.
 - 6.4. Salones de recreo y diversión.
 - 6.5. Rifas y tómbolas.
 - 6.6. Otros locales e instalaciones asimilables a los mencionados conforme a lo que establezca la normativa sectorial en materia de juego.
- 7. Culturales y de ocio:
 - 7.1. Parques de atracciones, ferias y asimilables.
 - 7.2. Parques acuáticos.
 - 7.3. Casetas de feria.
 - 7.4. Parques zoológicos:
 - 7.4.1. Parques zoológicos permanentes.

7.4.2. Parques zoológicos en medio natural y asimilables.

8. Recintos abiertos y vías públicas:

8.1. Verbenas, desfiles y fiestas populares o manifestaciones folclóricas.

V. Otros establecimientos abiertos al público

9. De ocio y diversión:

9.1. Bares especiales:

9.1.1. Bares de copas sin actuaciones musicales en directo.

9.1.2. Bares de copas con actuaciones musicales en directo.

10. De hostelería y restauración:

10.1. Tabernas y bodegas.

10.2. Cafeterías, bares, café-bares y asimilables.

10.3. Chocolaterías, heladerías, salones de té, croissanteries y asimilables.

10.4. Restaurantes, autoservicios de restauración y asimilables.

10.5. Bares-restaurante.

10.6. Bares y restaurantes de hoteles.

10.7. Salones de banquetes.

10.8. Terrazas.

ANEXO II

Catálogo de espectáculos públicos, actividades recreativas, establecimientos, locales e instalaciones

Locales y establecimientos

I. De espectáculos públicos

Se entenderán por locales de espectáculos públicos aquellos en los que, con el fin de congregar, como espectadores, al público en general, se organizan actividades, representaciones o exhibiciones de naturaleza artística, cultural o deportiva.

1. Esparcimiento y diversión

1.1. **Café espectáculo:**

Locales cerrados y cubiertos con servicio de bar, cuya actividad principal es ofrecer representaciones de obras teatrales u otros espectáculos públicos propios de la escena a cargo de actores o ejecutantes, así como ejecuciones musicales o músico-vocales a cargo de uno o más intérpretes. En estos locales no puede celebrarse la actividad recreativa de baile. Disponen de espacio destinado a camerinos, y en la zona delimitada para las actuaciones o representaciones pueden disponer, o no, de escenario, de atrezzo y otros accesorios.

No disponen de cocina, plancha o cualquier otro medio de preparación de alimentos.

1.2. **Circos:**

Locales permanentes o instalaciones portátiles con graderío para los espectadores, que

tienen en medio uno o más espacios delimitados (pistas) donde se ejecutan ejercicios: Ecuestres, gimnásticos, en los que pueden emplearse elementos mecánicos tales como trapecios, cables, barras y otros, se realizan juegos malabares y exhibiciones de habilidades de animales, así como, cualquier otro tipo de espectáculos de variedades.

1.3. Locales de exhibiciones:

Locales cerrados y cubiertos donde se exhiben películas en vídeo o se realizan actuaciones en directo en las que el espectador se ubica en cabinas individuales o sistema similar.

1.4. Salas de fiesta:

Son locales cerrados y cubiertos destinados principalmente, aunque disponen de servicio de bebidas, a ofrecer al público espectáculos de variedades y la actividad recreativa de baile, en los que existen para ello una o más pistas de baile.

Están dotados de camerinos y pista/s y pueden tener escenario.

Pueden ofrecer, como actividad complementaria, la de restauración.

Está prohibida la entrada a menores de dieciséis años.

1.5. Restaurante-espectáculo:

Son locales cerrados y cubiertos destinados permanentemente a ofrecer al público espectáculos de variedades. Disponer de servicio de bar y restauración.

Están dotados de camerinos y de zona destinada a las representaciones o escenario.

2. Culturales y artísticos

2.1. Auditorios:

Locales o recintos que pueden ser cubiertos, semicubiertos o descubiertos, destinados a ofrecer al público preferentemente atracciones musicales, u otras similares, en directo, a cargo de uno o más intérpretes. Estos locales o recintos disponen de escenario y camerinos. El público asistente se ubica en localidades sentadas y, en su caso, en localidades de pie, estas últimas en espacios, especialmente delimitados y acondicionados, próximos al escenario de los intérpretes.

2.2. Cines:

Locales o recintos cerrados, cubiertos, semicubiertos o descubiertos, cuya actividad es la proyección en pantalla, como espectáculo, de películas mediante cualquier medio técnico, autorizado por su normativa sectorial. En los permanentes el público ocupará localidades de asiento fijas. Asimismo, podrán disponer de servicio complementario de ambigú.

2.3. Plazas, recintos e instalaciones taurinas:

Plazas permanentes, portátiles y demás recintos taurinos: Locales, instalaciones fijas o móviles, y recintos, construidos o montados específica o preferentemente para la celebración de espectáculos taurinos ante espectadores que ocupan localidades de asiento.

Manga para encierros de reses bravas: Recorridos protegidos por un vallado para la conducción a pie y por vías públicas de reses bravas, desde el lugar de la suelta hasta la plaza de toros o recinto cerrado.

2.4. Salas de conciertos:

Locales cerrados y cubiertos destinados a ofrecer al público exclusivamente actuaciones

musicales u otras similares, en directo a cargo de uno o más intérpretes. Estos locales disponen de escenario o espacio similar y camerinos. Las localidades de estos recintos serán todas de asiento.

2.5. Salas de conferencias:

Locales cerrados y cubiertos, cuya finalidad es reunir al público para asistir a actividades exclusivamente culturales, como pronunciar conferencias, celebrar cursos, mesas redondas, debates, reuniones o congresos y otras asimilables.

Los asistentes ocupan plazas de asiento fijo. Estos locales pueden disponer de entarimado para los intervinientes.

2.6. Salas de exposiciones:

Locales cerrados y cubiertos cuyo fin es mostrar al público asistente, en espacios especialmente dispuestos para ello, pintura escultura, fotografía, libros o cualquier otra muestra artística o cultural. Estos locales podrán estar dotados de los medios audiovisuales necesarios para dicho fin, que no podrán ser utilizados para ejercer cualquier otra actividad distinta de la de sala de exposiciones.

2.7. Salas multiuso:

Locales cerrados y cubiertos dotados de espacios especialmente dispuestos para poder reunir al público a fin de realizar exclusivamente espectáculos y actividades recreativas artístico-culturales, así como fiestas populares. Pueden estar dotadas de asientos móviles.

2.8. Teatros:

Locales, recintos o instalaciones cerrados que pueden estar cubiertos, semicubiertos o descubiertos, destinados a la representación de obras teatrales u otros espectáculos públicos propios de la escena, a cargo de actores o ejecutantes, ante espectadores que ocupan localidades de asiento.

Se considerarán obras teatrales a efectos del presente Reglamento además de las dramáticas y comedias, aquellas que se acompañan en todo o en parte de música instrumental o vocal interpretada en directo o grabada previamente, como óperas, zarzuelas, ballet y similares. Disponen necesariamente de escenario y camerino, y podrán disponer de foso para orquesta.

3. Deportivos

3.1. Locales o recintos cerrados:

Lugares donde se realiza cualquier deporte cuya finalidad es el espectáculo. Están dotados de graderíos para el público asistente.

Para su definición y características específicas se estará a lo dispuesto en la Normativa Sectorial correspondiente.

II. De actividades recreativas

Se entenderán por locales de actividades recreativas aquellos en los que se realizan actividades dirigidas al público en general cuyo fin sea el esparcimiento, ocio, recreo y diversión del mismo.

4. De baile

4.1. Discotecas y salas de baile:

Son locales destinados principalmente, aunque disponen de servicio de bebidas, a ofrecer al público la actividad recreativa de baile, en los que existen para ello una o más pistas de baile, en las que no podrá realizarse ningún otro tipo de actividad recreativa o espectáculo. Se considera pista de baile el espacio delimitado y destinado, con carácter exclusivo, a tal fin, desprovisto de elementos constructivos y mobiliarios, de dimensiones suficientes para inscribir en él un círculo de 7 metros de diámetro.

En estos locales, el soporte musical utilizado puede ser mediante actuaciones en directo (conjuntos musicales, músico-vocales, cantante y amenizador), reproducción mecánica o electrónica, o alternando ambos sistemas.

Para poder realizar actuaciones en directo tienen que estar dotados de escenario y camerinos.

Está prohibida la entrada a menores de dieciséis años.

4.2. Salas de juventud:

Locales cubiertos y cerrados destinados a celebrar sesiones de baile para jóvenes de edades superiores a catorce años y que tienen las siguientes características:

- a) El local no podrá ser destinado a actividad alguna distinta a sala de juventud.
- b) No se podrá expedir ni exhibir bebidas alcohólicas o tabaco a los asistentes.
- c) No se permitirá el consumo por parte de los menores de las sustancias mencionadas.
- d) Queda prohibida la realización de cualquier actividad propia de locales no autorizados para menores.

5. Deportivo-recreativas

5.1. Locales o recintos, sin espectadores, destinados a la práctica deportivo-recreativa de uso público, en cualquiera de sus modalidades.

6. Juegos recreativos y de azar

6.1. Casinos:

Para su definición y demás características se estará a lo dispuesto a tal efecto en la Normativa Sectorial en materia de Juego.

6.2. Establecimientos de juegos colectivos de dinero y azar:

Para su definición y demás características se estará a lo dispuesto a tal efecto en la Normativa Sectorial en materia de Juego.

6.3. Salones de juego y recreativos:

Para su definición y demás características se estará a lo dispuesto a tal efecto en la Normativa Sectorial en materia de Juego.

6.4. Salones de recreo y diversión:

Locales cerrados y cubiertos cuya finalidad es ofrecer juegos en los que a cambio del pago de un precio se puede disfrutar de un tiempo de juego, sin otro premio que, eventualmente, la repetición de dicho divertimento. Comprende tanto las mesas o máquinas meramente mecánicas (billares, futbolines y similares), como las electrónicas. No se puede instalar en estos locales

cualquier tipo de máquina cuyas características e instalación estén reguladas por la Normativa Sectorial de Juego.

6.5. Rifas y tómbolas:

Para su definición y demás características se estará a lo dispuesto a tal efecto en la Normativa Sectorial en materia de Juego.

7. Culturales y de ocio

7.1. Pabellones de Congresos:

Locales cerrados y cubiertos que reúnen público con el fin de tratar cuestiones e intereses comunes relativos a los espectáculos públicos, actividades recreativas y otros establecimientos abiertos al público. Pueden tener servicio complementario de bar y restauración.

7.2. Parques de atracciones, ferias y asimilables:

Recintos cerrados o acotados dotados de instalaciones fijas o desmontables en los que se ofrecen atracciones variadas mediante elementos mecánicos como carruseles, norias, montañas rusas y similares. Pueden realizarse actividades recreativas de baile u otros espectáculos en casetas fijas o desmontables especialmente habilitadas a tal fin.

Están dotados o no de servicios complementarios fijos o desmontables de bar y restauración. Estos recintos tienen que disponer de los reglamentarios servicios higiénicos-sanitarios.

7.3. Parques acuáticos:

Recintos cerrados dotados de instalaciones y atracciones recreativas especialmente diseñadas para ser utilizadas por el público en contacto con el agua. Pueden tener servicio complementario de bar y restauración.

7.4. Casetas de feria:

Instalaciones portátiles o desmontables, cuya finalidad es ofrecer espectáculos de variedades. Pueden ofrecer servicio de bar y comida limitada a bocadillos o similares cuya preparación no requiera la utilización de plancha, cocina o cualquier otro medio de cocinar alimentos. Tienen que disponer de servicios higiénicos-sanitarios.

7.5. Parques zoológicos:

Lugares dedicados a exhibir al público, en instalaciones adecuadas o en un medio natural animales vivos. Pueden estar dotados de servicios complementarios.

8. Recintos abiertos y vías públicas

8.1. Verbenas, desfiles y fiestas populares o manifestaciones folclóricas:

Comprenden todas las actividades de carácter festivo, lúdico o cultural, que concentra asistentes en un lugar previamente determinado, o a través de un recorrido.

III. Otros establecimientos abiertos al público

Por otra parte, se procede a clasificar y definir los recintos, instalaciones, locales y establecimientos abiertos al público, que de forma profesional y habitual, se dedican a proporcionar, a cambio de precio, comidas o bebidas a los concurrentes para ser consumidas en aquéllos.

9. De ocio y diversión

9.1. Bares especiales:

Locales cerrados y cubiertos dedicados principalmente de forma profesional y habitual a proporcionar, a cambio de precio, bebidas a los concurrentes para su consumo exclusivamente en el interior del local, teniendo como actividad especial y complementaria amenizar al público asistente mediante ambientación musical. Estos establecimientos deberán estar debidamente insonorizados evitando perturbar el entorno medioambiental.

Reúnen las siguientes características comunes:

- a) La actividad se desarrolla única y exclusivamente en el interior del local.
- b) Ausencia en los mismos de cocina, plancha o cualquier otro medio de preparación de alimentos, pudiendo ofrecer comida limitada a bocadillos o similares. Todos los alimentos deberán adquirirse a terceros.
- c) La ambientación musical se realiza mediante la reproducción o transmisión mecánica o electrónica. Se permite asimismo la existencia de monitores de televisión para la reproducción videográfica de proyecciones músico-vocales.
- d) No está permitida la existencia de pista de baile y ofrecer o permitir practicar esta última actividad recreativa.
- e) Está prohibida la entrada a menores de dieciséis años.

Presentan las características diferenciadoras siguientes:

- 9.1.1. Bares de copas sin actuaciones musicales en directo: No están permitidas las actuaciones en directo.
- 9.1.2. Bares de copas con actuaciones musicales en directo: Pueden realizarse actuaciones musicales, músico-vocales en directo con un máximo de cuatro actuantes distintos por día, así como la actuación del público en actividad de karaoke.

10. De Hostelería y restauración

10.1. Tabernas y bodegas:

Tabernas: establecimiento de pública concurrencia cerrado y cubierto, dedicado de forma profesional y habitual a proporcionar, a cambio de precio, a los concurrentes para su consumo en el interior del local, vino y otras bebidas espirituosas. No pueden tener cafetera, cocina, plancha, ni cualquier otro medio que permita preparar o calentar comidas.

Bodegas: establecimiento de pública concurrencia cerrado y cubierto, cuya actividad principal es la venta al por menor de bebidas alcohólicas para su consumo en un lugar distinto, no obstante está permitido el menudeo para su consumo en el interior del local, únicamente en mostrador o barra, como degustación de los productos almacenados. Está prohibida la venta y consumo de comida en el interior del local.

10.2. Cafeterías, bares, café-bares y asimilables:

Se definen estos establecimientos a los efectos de este Reglamento, sin perjuicio de lo establecido en otras normas sectoriales que disciplinen aspectos de los mismos distintos de los regulados en el mismo.

Cafeterías: establecimientos de pública concurrencia cerrados y cubiertos, donde se sirven al público, de manera profesional y permanente, mediante precio, principalmente en la barra o mostrador, aunque también puede servirse en mesas, bebidas y comidas a cualquier hora en las que permanezca abierto el establecimiento, confeccionados normalmente a la plancha o cualquier otro método que permita servir una comida rápida.

Bares y café-bares: establecimientos fijos o desmontables de pública concurrencia, cerrados, cubiertos, semicubiertos o descubiertos donde se sirve al público de manera profesional y permanente, mediante precio, principalmente en la barra o mostrador, aunque también puede servirse en mesas, bebidas. Se permite servir tapas, bocadillos, raciones y similares, siempre que su consumo se realice en las mismas condiciones que el de las bebidas y no implique la actividad de restauración.

10.3. Chocolaterías, heladerías, salones de té, croissanterías y asimilables:

Locales cerrados con servicio de bebidas y alimentos, que no implique la actividad de bar, cafetería o restaurante.

10.4. Restaurantes, autoservicios de restauración y asimilables:

Se definen estos establecimientos a los efectos de este Reglamento, sin perjuicio de lo establecido en otras normas sectoriales que disciplinen aspectos de los mismos distintos de los regulados en el mismo.

Restaurantes: establecimientos fijos o desmontables de pública concurrencia cerrados, cubiertos, semicubiertos o descubiertos, que sirven al público, de manera profesional y permanente, mediante precio, comidas y bebidas para ser consumidas, en servicio de mesas en el mismo local. En este epígrafe se comprende, cualesquiera que sea su denominación (asadores, pizzerías, hamburgueserías y similares) todos los locales que realicen la actividad descrita.

Los establecimientos comprendidos en este apartado podrán amenizar el servicio de comidas con música en directo, a cargo de uno o varios intérpretes sin exceder el máximo de cuatro distintos por día. No está permitida la existencia de escenario ni actuaciones que impliquen la actividad de teatro o variedades en cualquiera de sus formas.

Autoservicios de restauración: establecimientos de pública concurrencia cerrados y cubiertos, que ofrecen al público, en régimen de autoservicio, de manera profesional y permanente, mediante precio, comidas y bebidas para ser consumidas, en mesas existentes en el mismo local.

10.5. Bares-restaurante:

Establecimientos de pública concurrencia cerrados, cubiertos, semicubiertos, o descubiertos, en los que se ejerce, de manera diferenciada las actividades de bar y de restaurante. En estos establecimientos el servicio de mesas de restauración tiene que estar claramente delimitado de la zona del mismo destinada a bar.

10.6. Bares y restaurantes de hoteles:

Se definen estos establecimientos a los efectos de este Reglamento, sin perjuicio de lo establecido en otras normas sectoriales que disciplinen aspectos de los mismos distintos de los regulados en el mismo.

Dependencia del hotel donde se presta a los residentes en el mismo y acompañantes

servicios que consisten en ofrecer las actividades definidas en los apartados 10.2 y 10.4 anteriores. Estas dependencias no tendrán acceso directo a la vía pública.

10.7. Salones de banquetes:

Locales cerrados y cubiertos que sirvan a grupos determinados de público, de manera profesional y permanente, mediante precio, comidas y bebidas, que no impliquen la actividad de bar, para ser consumidas en servicio de mesas en el mismo local. En estos locales puede realizarse la actividad de baile, siempre que sea única y exclusivamente para el público que ha asistido al banquete.

10.8. Terrazas:

Son recintos o instalaciones al aire libre, anexas o accesorias a establecimientos de cafeterías, bares, restaurantes y asimilables.

Se practican las mismas actividades que en el establecimiento de que dependen.



Comunidad de Madrid

ANEXO III

FICHA TECNICA DE LOCALES Y OTROS ESTABLECIMIENTOS ABIERTOS AL PUBLICO

AYUNTAMIENTO DE:	Número de identificación. (Rellenar por la CM.)
------------------	---

DATOS DEL LOCAL O ESTABLECIMIENTO

Nombre Comercial		
Calle o Plaza	Número	Local
Localidad	Código postal	

DATOS DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Tipo de Actividad		
Fecha de la concesión	Aforo máximo total	Seguros: RC <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/>

DATOS DEL TITULAR

Nombre o razón social	NIF o CIF
Calle o Plaza	Número
Localidad	Código postal
Teléfono	Fax

REPRESENTANTE (Sólo en caso de persona jurídica)

Nombre	NIF o CIF
Calle o Plaza	Número
Localidad	Código postal
Teléfono	Fax

MOTIVO DE LA PRESENTACION

Primera presentación <input type="checkbox"/>	Variación de datos <input type="checkbox"/>
---	---

En, a de de 199.....

ANEXO IV
Cartel identificativo

Características

Tamaño: Cuadrado de 300 mm de lado.

Colores:

Espectáculos Públicos: Violeta, número 265 de Pantone.

Actividades recreativas: Rojo, número 485 de Pantone.

Otros establecimientos abiertos al público: Verde, número 348 de Pantone.

Letra identificativa

Color: Blanco.

Tipo: Bodoni.

Medida en milímetros: 140.

Textos en blanco sobre el color que se indica en el Pantone.

Contenido del cartel

1. Letra identificativa de la actividad que se ejerce en el establecimiento:

- Espectáculos Públicos:
 1. Esparcimiento y diversión: Letra D.
 2. Culturales y artísticos: Letra C.
 3. Deportivos: Letra A.

- Actividades Recreativas:
 4. De baile: Letra B.
 5. Deportivo-recreativas: Letra R.
 6. De juegos recreativos y de azar: Letra J.
 7. Culturales y de ocio: Letra O.

- Otros establecimientos abiertos al público:
 9. De ocio y diversión: Letra E.
 10. De hostelería y restauración: Letra H.

2. Aforo total del local y, en su caso, por sectores diferenciados.

3. Horario de apertura, funcionamiento y cierre del local.

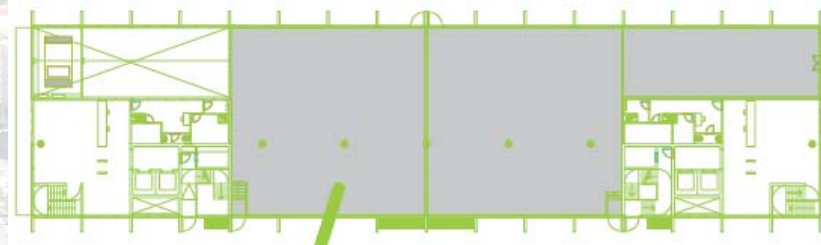
4. Prohibición de entrada a menores, cuando fuera procedente.

5. Número identificativo del local.

Real value in a changing world

- El Ensanche de Vallecas es uno de los desarrollos urbanísticos de Madrid diseñados en la década de los 90 para ampliar la ciudad.
- Está situado en el distrito de Villa de Vallecas, en el sureste del término municipal de Madrid.
- El ensanche albergará más de 26.000 viviendas con sus correspondientes equipamientos, ocupando más de siete millones de metros cuadrados.
- En el ensanche se construirá la nueva ciudad deportiva del equipo de fútbol Rayo Vallecano con una superficie de 75.934 m².
- Próximo al Centro Lúdico Comercial La Gavia, el mayor del municipio de Madrid, con 5.350 plazas de aparcamiento, una tienda de Carrefour, otra de IKEA y más de 60.000 m² destinados a tiendas, cines, restaurantes, etc.

EDIFICIO	LOCAL	SUP CONSTRUIDA	ALTURA LIBRE	SALIDA DE HUMOS	DOTACIÓN DE PLAZAS
Entrepeñas 27	7	312,75	4,10	NO	4
	8	312,75	4,10	SI	4
	9	119,50	3,70	NO	2



Plano Entrepeñas 27. Locales 7, 8 y 9

DISPONIBILIDAD: Inmediata

Condiciones económicas:

• Precio de alquiler: 22 €/m²/mes

• Parking: 80 €/plaza/mes



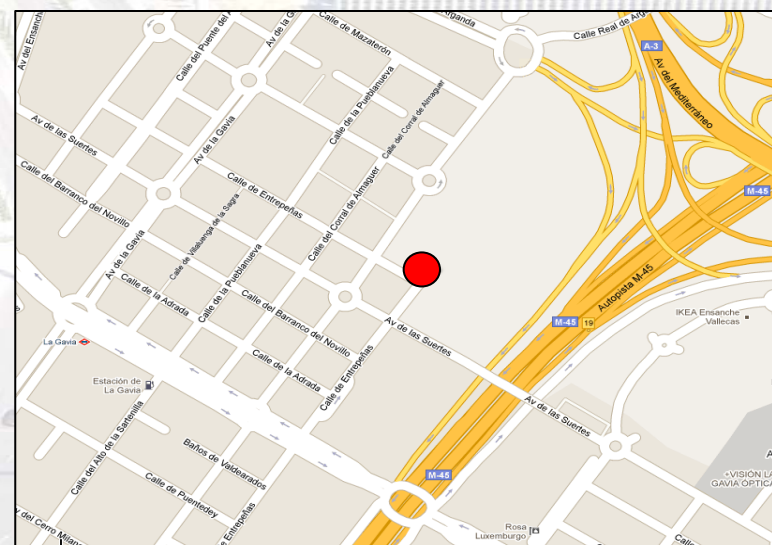
Líneas: 142 (Pavones- Ensanche de Vallecas),
145 (Pza Conde de Casal - Ensanche Vallecas).



Línea 1: La Gavia



Santa Eugenia + EMT 145
Y Atocha + Metro (L-1).





DATOS PERSONALES

Nombre: Maria del Mar Montoro Sena .
Fecha de Nacimiento: 13-1-1985
Dirección: Calle Mazaterón,8. Madrid C.P: 28051
Teléfono: 629 07 25 69

FORMACIÓN

- 1994-2003 **Formación en interpretación y música** en diferentes centros como Sala Escalante Valencia, Escola de Teatre Juan Alabau Alaquàs, Escuela del Actor Valencia, Academia ECIMAGE València.
- **3º de canto y solfeo impartido** por la Escuela Superior de Música “El Musical” Alaquàs.
- 2003 Curso intensivo de verano mes de Julio en la Academia Arte 4 en Madrid
- 2003 Técnica vocal (20 horas) VIII Escuela de verano de teatro y expresión en Ciudad Real ÑAQUE
- 2003 Interpretación en el espacio escénico (15 horas) VIII " "
- 2004 Interpretación corporal (20 horas) IX " "
- 2004 Teatro gestual (15 horas) IX " "
- 2004 Teatro de Creación Taller de investigación sobre las relaciones existentes entre arqueología, teatro y narración oral.
- 2005-2006 **Clases de canto con Carolina Masseti**
- 2003-2007 **Licenciada en Arte Dramático por “University of Kent”**
- 2007 Interpretación ante la cámara en Plot Point, de 60 horas, con Carlos de Matties
- 2008 Interpretación ante la cámara, 258 h, La central de Cine.
- 2009-2011 **Master en Gestión Cultural impartido por la Universidad de Valencia**
- 2011 **Clases de canto con Paloma Berganza**

OTRAS APTITUDES

- Inglés, nivel medio escrito y oral.
- Catalá, nivel alto escrito y oral.
- Castellano, nivel alto escrito y oral.
- Habilidades de comunicación y organización - Rapidez en la solución de problemas y toma de decisiones
- Conocimiento en Windows Office

EXPERIENCIA EN DIFERENTES AREAS

- 2011 Cantante soprano acompañante en los conciertos de **Jazz de Javier Elorrieta**
 - **Julio 2010-Abril 2011 Encargada del departamento de distribución y Asistente en producción y giras en Secuencia3 Artes y Comunicación** (productora de artes escénicas) www.secuenciatres.es
 - Enero 2007-Diciembre 2009 **Directora ejecutiva y Actriz de la compañía de teatro 7Lobos teatro.**
 - 2009 Ayudante de distribución en la Feria Internacional de Teatro y Danza en Huesca para ANA SALA.
- ### DISTRIBUCIÓ I COMUNICACIÓ EN ARTS ESCÈNIQUES

- Curso escolar 2008“Teatro Infantil”, profesora de teatro infantil en horario extraescolar, 1h 30min diarias, de lunes a viernes para Aula Joven.
- **2006-2007, Encargada de la galería de arte y decoración, AB-ORIGINE.**

- Verano 2006, Auxiliar administrativa para el ayuntamiento de Madrid.
- Junio 2006, Monitora de niños en el Colegio Madre Campos de Parla, fiesta de verano.
- Verano del 2004, Animadora y Camarera en L´oceanogràfic de Valencia.

TEATRO como actriz

- " El Bosque Brillante" con la compañía 7Lobos teatro, en gira desde jul 08 hasta diciembre 09.
- "El Pájaro Azul" de M. Maeterlink, dir. por Jesús Salgado para el Teatro Bulevar. 07
- "Hécuba y las Troyanas" por Vicente León para el teatro Bulevar.06
- "Jacobo y la sumisión" por Vicente León para el teatro Bulevar.06
- "Historia del Zoo" para el teatro de la Resad.05 • Teatro de calle contra las drogas.05

Beatriz Afonso Santos

Información Personal

Dirección: Juan Álvarez Mendizábal. 28008 Madrid

Fecha de nacimiento: 29/01/1986

Nacionalidad: Española

Teléfono: 686145094

afonsobeatriz@yahoo.com

www.beatrizmaquillaje.mye.name



Empleo deseado/ familia profesional: Maquillaje y Caracterización. Dirección creativa y de arte. Atrezzo. Asistencia en dirección de actores.

Formación Académica

2007-2003 -Licenciatura en Dirección Escénica, ESADT, Universidad de Kent at Canterbury. (Inglaterra) sede Madrid.

2006-2005 -Master de Maquillaje, Escuela Mar Díaz. Madrid .

2003- 2002- Año Lectivo Universidad central de Venezuela, Idiomas Modernos (Francés y Alemán). Caracas.

Formación Complementaria

2010-2009 -Taller de Clown con Alain Vigneau. Alicante. (80 horas).

2009 -Taller de Clown con Pablo Gomis. Alicante. (16 horas).

2009 -Taller de Antropología del movimiento Cómico, con Claudia Contín. Vigo. (30 horas).

2009 -Taller de Efectos Especiales, con David Ambit (Inside FX) Madrid. (90 horas).

2005-2004 - Taller de Caracterización impartido por Lola Barroso. Madrid (80 horas).

2004 - Francés Intensivo Alianza Francesa, París. Francia (80 horas).

2001- Verano Inglés Intensivo “Prince of Wales” Canadá (90 horas), “Saint Mary’s College” EEUU (120 horas).

Experiencia de trabajo:

Dirección Creativa y de Empresa:

2007-Actualidad- **Dirección de la “Compañía Áncora”** Creación, producción y realización de espectáculos escénicos.

Dirección de Arte:

2010 Nov.- Atrezzo editorial navidad revista online “Weandyou”. Madrid

2010 Nov.- Ayudante de Arte Cortometraje “Free Kick” Dirección: Bernabé Rico. Madrid

2010 Julio – Dir. Arte Vídeo Corporativo Grupo INDITEX. Productora Iblomedia. Alicante.

2010 Junio- Dir. Arte Cortometraje “Escuchar” Dirección: José Manuel Muñoz. Valencia.

2010 Abril- Dir. Arte Serie Online “Rulos”. Dirección: Patrick Jackson. Madrid.

2010 Marzo- Atrezzo Sesión fotográfica “En la Cama”. Fotografía Sara Curina. Madrid.

Maquillaje y Caracterización:

2011- Encargada Caracterización Rodaje Ópera Evento Mahon Fallas 2011. Productora Rumor. Madrid.

2011- Enero-Febrero Asistente de Maquillaje y Peluquería. Encargada de vestuario. Publicidad Productora Blackstone Film. Tenerife.

2010- Octubre- Diciembre: Maquilladora en campaña de Max factor. Madrid.

2010-2006 Diseño y caracterización obras de teatro, fiestas temáticas, cortometrajes, book de actores, publicidad y caracterización FX para eventos. Madrid y Alicante.

2009 -Maquilladora campaña navidad para la firma L’Oréal París. Valencia.

2009 -Profesora de Curso de Auto-maquillaje Peluquería Laigos, Benissa. Alicante.

2009 -Encargada del departamento de caracterización Zarzuela fiestas de San Isidro 2009 Alcaldía de Madrid.

2008-2007 -Profesora de maquillaje Escuela de Formación Mar Díaz. Master de maquillaje (belleza, moda, medios audiovisuales y caracterización), y Auto-maquillaje. Madrid.

Teatro y Animación

2008-2007- Profesora del club de teatro de la Universidad Antonio de Nebrija. Madrid.

2008-2007 -Dirección y creación del espacio escénico de los montajes “**Psicosis 4.48**” y “**Cabaret Diphuso**”. Cía Áncora. Madrid.

2008- Intérprete Cía Áncora en “**El Amor de Don Perlimplín con Belisa en su jardín**”. Madrid.

Otra Experiencia:

2010 Marzo- Mayo- Encargada Departamento de Comunicación y Logística Festival de Cine Documental Cinestrat. Finestrat/ Alicante.

Lengua Materna: Castellano.

Otros Idiomas: Inglés (nivel alto), Francés (nivel medio)

Capacidad y Aptitudes Sociales: buen desempeño en entornos multiculturales, facilidades de comunicación en lengua materna y extranjera.

Capacidades y aptitudes organizativas: dotes de liderazgo y organización, ideas confitadas, desarrollo y coordinación de proyectos culturales o de concienciación social.

Capacidades y aptitudes técnicas: Manejo informático a nivel de usuario de Words, Power Point, e Internet.

Capacidades y aptitudes artísticas: escritura narrativa y poesía, nociones de baile y buena expresión corporal.

Permiso de conducción: B

Otros: Disponibilidad para desplazamiento geográfico.

JUANJO TORRES

653118636

915703924

tyltyl06@hotmail.com

EXPERIENCIA

AUDIOVISUAL

- “Justicia Sangrienta” Papel: Julio de Gregorio. Dir: Pablo Morales de los Ríos. Serie para Internet. (09)
- “El Mariscal Pardo de Ceta: Mito, Leyenda y Realidad” documental dirigido por Damián Varela. (06)

TEATRO

- “Poema de amor” basado en “Las Criadas” de J. Genet. Fándula Al-Habima. (09/10)
- “El Bosque Brillante”, espectáculo infantil de títeres. Con 7 LOBOS Teatro. (08/10)
- “La Boda”, basada en la obra de B. Brecht, con Fándula Al-Habima. Dir. David Vélez. Gira por Castilla-La Mancha. (07)
- “El vuelo de un millón de pájaros”, Teatro de calle. Cía Guirigai. Dir: Agustín Iglesias. (07)
- “Medeasspiel” (Trilogía de Medea Material) de H. Müller, dir. por Daniela Castellanos para Teatro Bulevar y Sala Tarambana. (07/08)
- “El Pájaro Azul” de M. Maeterlink, dir. por Jesús Salgado para el Teatro Bulevar. (07)
- “Historia del Zoo” de E. Albee, con Fándula Teatro, dir. por David Vélez. (06/07)
- “Untitled” performance creada y dirigida por Miguel A. Camacho para Escena Contemporánea y Sala Pradillo. (06)
- “Las Ferias de Madrid” de Lope de Vega Dir. por José Luis Tutor. Estrenada en la Plaza de Sánchez Bustillo (Museo Reina Sofía). Con M^a José Cantudo, Marisa Segovia y Rafael Ramos Castro entre otros. (05)

DANZA

- “Esto no es pa mí” Cor. Marta Gómez. **3º Premio Ciudad de Alcobendas a la mejor coreografía 2010**. (09/11)
- “De Súpeto” Cor. Irene Sequeiros. Festival “Miradas al cuerpo” Sala Lagrada (09) En gira.
- “Caótico” Cor: Marta Gómez. Estreno Maratón Danza. Teatro Madrid. (09)
- “Mara”, danza aérea. Con Marian Arriaga y Akelarre. Estrenado en el Festival de Teatro Clásico de Almagro (08).

CREADOR DE MOVIMIENTO ESCÉNICO

- “Liedenschaft” Dir. David Vélez. Fándula Teatro. (09) En gira.
- “Je t’aime” Dir. David Vélez. Fándula Teatro. (07/08) Festival Off Avignon.

DIRECTOR

- “Pecados de Lobo” de Clara Martín, con 7LOBOS Teatro (07)

PROFESOR

- “El entrenamiento del actor” para la Casa da Xuventude de Ourense. (06)

FORMACIÓN

TEATRO

- **Licenciado en Arte Dramático** por la **Universidad de Kent** (Torrelodones). (07)
 - “**Actor’s training**” y “**Vocal training**” con **Piesn Kozla Teatr** (Song of the Goat) con **Grzegorz Bral** y **Anna Zubrzycki**, Wroclaw, Polonia (11)
 - “**Breathing actor**” con **Awake Project**, con **Christopher Sivertsen** y **Oliviero Papi** Madrid (11)
 - “**Interpretar a Chejov**”, “**Interpretar a Shakespeare**”, “**El proceso de encarnación de un personaje**” e “**Investigación en las herramientas del actor**” con **Charo Amador** (RESAD) en el Centro de Investigación y Pedagogía del Actor, “CIPA”. (04/06)
 - Entrenamiento regular sobre la voz, laboratorio actoral y los talleres: “**La Voz**” y “**El trabajo orgánico del actor**” con **Alfonso Romera** en CIPA. (04/11)
 - **Festival de Edimburgo (Fringe)**. Cursos de Voz, fitness y Pilates con **Slàva Teatr** (04)
 - “**El mundo del clown**” con **Paca López** en La Nave. (03)
 - “**Taller de investigación sobre la voz**” dir. por **Yolanda Ulloa** en La Nave. (03)
 - Interpretación en el Taller Permanente de Teatro de la Universidad Complutense dirigido por **Luis D’Ors**. (02/03) e Interpretación en Ensayo 100 con **Pilar Romera**. (00/02)

DANZA

- **Licenciatura en Coreografía e Interpretación de Danza Contemporánea** en el **Conservatorio Superior de Danza María de Ávila (CSDMA)** (08/12)
 - Entrenamiento intensivo en Danza contemporánea con **Marian Arriaga**. (07/08)
 - Curso regular de Danza para Actores, nivel avanzado, con **Arnold Taraborrelli**. (05/07)
 - “**Danzas Africanas**” en la **Escuela de Cristina Rota**. (03)

OTROS

- **Socio fundador de 7 LOBOS Teatro S.L.**

Iguarina García

Color ojos: marrones
Color pelo: castaño claro
Color piel: blanca
Estatura: 1'73 m
Talla: 38 – 40

Teléfono: 686 799 163
Correo: iguarina@telefonica.net
C/ Canarias, 16 6º B
28045 Madrid

Perfil de edad: 20 a 30 años

Lugar de nacimiento: Las Palmas de Gran Canaria

FORMACIÓN ACADÉMICA

2003-2007, Licenciada en Arte Dramático, Universidad Kent at Canterbury (Sede Madrid).

2001-2003, Técnico Superior en Animación Sociocultural, I.E.S. "Pérez Galdós"

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

2009, **Entrenamiento de cámara**, Macarena Pombo.

2009, **"Mi voz ante la cámara"**, Marina Urgel.

2008, **"Ser y estar ante la cámara"**, Daniel Brofman-Aguilar.

2007, **Lucha escénica**, Miguel Del Ama.

2006, **Verso**, Quique Silva.

2005, **Caracterización**, Lola Barroso.

2004, **Acrobacia**, Karol Wisniesvki.

2003, **Canto lírico**, Lola Guerra.

2003, **Danza Contemporánea**, Aida Lustres.

2003, Teoría y Práctica del **método William Layton**, José Del Río.

2002, **Comedia del Arte Contemporánea**, Carlo Bosso, Escuela Actores de Canarias.

2001, **Respiración** abdominal, vocalización y relajación, M^a Isabel Ojeda Frías.

2001, **Expresión corporal**, Elizabeth Mateo.

2000-2002, **Canto y voz**, Carolina Alcaide.

1999-2003, **Interpretación**, Escuelas Artísticas Municipales Arucas, Rafael Rodríguez.

TEATRO

2009, **"El Bosque Brillante"**, Mar Montoro, 7Lobos Teatro.

2008, **"Amor de Don Perlimplin con Belisa en su Jardín"**, Federico García Lorca, Áncora Teatro

2008, **"Psicosis 4.48"**, Sarah Khane. Áncora Teatro

2007, Trilogía **"Medea Material"**, Heiner Müller. Teatro del Ich

2007, **"El Pájaro Azul"**, Maurice Maeterlinck dirigido por Jesús Salgado.

2006, **"Hécuba"**, Eurípides dirigido por Vicente León.

2006, **"El porvenir está en los huevos"**, Eugène Ionesco dirigido por Vicente León.

2005, **"Esperando al Zurdo"**, Clifford Odetts.

2005, **"Un Tranvía llamado Deseo"**, Tennessee Williams. (Interpretación y dirección)

2005, **"Casa de Muñecas"**, Henrik Ibsen.

2004, **"Malena es un Nombre de Tango"** Almudena Grandes.

2004, **"Las Ubárry"**, Oscar Liéra. Compañía Fusionarte (México D.F.):

2002, **"Mal Dormir"**, Sanchís Sinisterra dirigido por Rafael Rodríguez. Compañía T-Eama.

2001, **"Malditas sean Coronada y sus hijas"**, Francisco Nieva dirigido por Rafael Rodríguez.

2003, **"Homenaje a García Lorca"**

2003, Pregón del Carnaval de Arucas.

2002, **"Nostalgias de una Diva"**, espectáculo musical de cabaret.

2001, **"Grease"**, Escuelas Artísticas Municipales de Arucas.

2000, **"El Encuentro"**, Lluisa Cunillé dirigido por Rafael Rodríguez.

2000, **"El cascabel al gato"**, Lourdes Ortiz.

2000, **"Paula.doc"**, Nora Adriana Rodríguez.

1999, **"Yo, Ulrike grito"**, Darío Fo.

1999, **"Bajarse al moro"**, José Luís Alonso de Santos.

CORTOMETRAJE

2010, **"Crónica de una Plaza"**, Christophe Marsat, MYCie Producciones SL.

2003, Cortometraje, Facultad Comunicación Audiovisual, Univ. Europea de Madrid

2001, Cortometraje, Escuela de Audiovisuales, Las Palmas de G.C.

RADIO

1999-2002, Dramatizaciones radiofónicas. Radio Municipal Arucas