



# III JORNADA COLABORATIVA DE GERENTES DE ESPACIOS CREATIVOS

Nau Ivanow, 15 de marzo de 2018

**1. Listado asistentes**

**2. Ideas Clave**

**3. Reflexiones**

## 1. LISTADO DE ASISTENTES

Representante	Entidad/espacio	Ciudad
Cristina Riera	La Caldera de les Corts	Barcelona
Ione Hermosa	La Central del Circ	Barcelona
David Marin Morodo	Nau Ivanow	Barcelona
Edu Forte	Betahaus	Barcelona
Víctor Lobo i Sastre	EXPERIMENTEM AMB L'ART	Barcelona
Ana Monge Amorós	Red de espacios de creación y producción de Cataluña - Xarxaprod	Barcelona
Matías Verderau del Río	FabLab Barcelona	Barcelona
Lluís Nacenta Bisquert	Hangar	Barcelona
Sophie Blais	Can Serrat	Barcelona
Enric Puig	La Escocesa	Barcelona
Pepe Font de Mora	Fundació privada Foto Colectania	Barcelona
Maika Sánchez Pacheco	Tantarantana	Barcelona
Vitor Rocha Schietti Cruz	Espronceda Center for Art and Culture	Barcelona
Oriol Recasens Benito	Ayuntamiento de Barcelona	Barcelona
Nihal Mumcu	Can Serrat	Barcelona
Benjamín Álvarez	La Xina A.R.T.	Barcelona
Ruth Mayoral López	ZWAP	Bilbao
Javier Sardiñas	CEEI	Burgos
Magda Sánchez Mora	Colaborativa.eu   MODO	Córdoba
Clara Garí	Nau Còclea	Girona
Celeste Senés	CoEspai	Girona
Helga Massetani	Bitamine Faktoria	Irún
Lluís Llobet	Amics del Centre d'Art i Natura de Farrera	Lleida
Lucía Ybarra	Factoría Cultural	Madrid
Juan Pastor Bustamante	Red de Industrias Creativas	Madrid
Aleix Risco	Demium Games	Madrid
Javier Guerra	La Quinta del Sordo	Madrid
Borja Álvarez Rubio	S.G. de Industrias Culturales y Mecenazgo	Madrid
Néstor Nongo Nsala	S.G. de Industrias Culturales y Mecenazgo	Madrid
Jésica Gallego Gómez	S.G. de Industrias Culturales y Mecenazgo	Madrid
Antonio Quirós	Promálaga	Málaga
Mariano Morán	Promálaga	Málaga
Berta Álvarez-Buylla	Fundación Cidade da Cultura	Santiago de Compostela
Jesús Núñez Miranda	CADE PROYECTO LUNAR	Sevilla
María Luisa Peydro	Las Naves	Valencia
María Pilar López López	Teatro Paraíso S.A.L	Vitoria
Sara Santolaria	La Terminal	Zaragoza

## 2. IDEAS CLAVE

La Jornada celebrada el pasado 15 de marzo en Nau Ivanow de Barcelona, a la que asistieron 34 gerentes de Espacios Creativos de toda España, giró en torno a una serie de temas, introducidos la mayoría por los propios asistentes, que se consideraron relevantes para el presente y futuro de los Espacios Creativos. A continuación, se ofrece un resumen de los temas tratados tras la presentación del encuentro, que corrió a cargo de Borja Álvarez Rubio, S.G. de Industrias Culturales y Mecenazgo y David Marín Morodo, Director de Nau Ivanow.

### El Fomento de la Innovación en las ICC

La primera sesión de la mañana se destinó a reflexionar sobre cómo puede fomentarse la innovación, en el sentido más amplio de la palabra, desde el contexto de un Espacio Creativo. Para ello, las intervenciones programadas corrieron a cargo de Antonio Quirós, coordinador del Polo de Contenidos Digitales de Promálaga, María Luisa Peydro, Técnica cultural de Las Naves de Valencia y Aleix Risco, CEO de la incubadora de videojuegos Demium Games.

El **Polo de Contenidos Digitales de Málaga**, inaugurado en junio de 2017, es un centro dirigido principalmente a startups y emprendedores del sector tecnológico. Su modelo de emprendimiento se basa en la preincubación, incubación y aceleración. Gracias a la actividad del Polo, desde su inauguración se han generado 639 empleos directos e indirectos, se ha formado a 32 empresas y 45 autónomos. Muchos de los proyectos desarrollados en el Polo tienen como objetivo aunar la tecnología con otras disciplinas como la educación, el arte, la comunicación y el diseño.

También centrado en la innovación, **Las Naves** es una entidad pública que depende del Ayuntamiento de Valencia y que promueve la innovación urbana con una clara apuesta por las personas, poniéndolas en el centro de la acción innovadora. Su principal objetivo es mejorar directa o indirectamente la calidad de vida de todas y cada una de las personas en la ciudad de Valencia, para lo que trabajan con la implicación del sector público, sector privado, sector académico y sociedad civil con las siguientes herramientas:

- **Proyectos:** acciones experimentales con la finalidad de demostrar su viabilidad técnica, económica, social y ambiental para una mejora en la calidad de vida de la ciudadanía.
- **Co-lab:** espacio colaborativo que acelera proyectos que tengan como finalidad última una solución innovadora a los retos de la ciudad.
- **Redes:** conectar de forma continua a los principales agentes implicados.

Las Naves se ha enfrentado recientemente a un gran cambio en sus objetivos, un aspecto que no ha sido recibido de forma positiva por una parte de la ciudadanía que no ha entendido que un centro cultural consolidado se haya convertido en un centro de innovación.

Orientados al sector de los videojuegos, **Demium Games** es una incubadora de estudios de videojuegos mobile “free to play”. En Demium Games apuestan por los nuevos talentos. Por eso, cada 6 meses organizan el evento AllStartup Games, en el que durante un fin de semana organizan una “game jump” con el objetivo de captar a los mejores diseñadores, programadores, artistas y equipos, a los que invitan a formar parte de su programa de incubación de 8 meses en el que se les proporciona un espacio de trabajo, formación semanal y mentoring personalizado. El objetivo final de este programa es consolidar estudios y equipos de trabajo para que sean sostenibles, así como crear comunidad.

### Asesoramiento y formación: estrategias de Branding y Marketing cultural

Un Espacio Creativo es mucho más que un puesto de trabajo, de ahí la importancia de ofrecer a los proyectos alojados en los mismos un programa de asesoramiento y formación lo más completo posible. Para introducir este tema, contamos con las intervenciones de Sara Santolaria, Gerente de La Terminal de Zaragoza, y Lucía Ybarra, Vicepresidenta de Factoría Cultural.

**La Terminal** es el espacio de incubación y aceleración empresarial del Ayuntamiento de Zaragoza, gestionado por la consultora Hiberus Tecnología en colaboración estratégica con Ibercaja. El espacio ofrece un proceso de incubación para proyectos alojados en el área de coworking y un proceso de aceleración para startups en fase de crecimiento.

El programa de formación y mentoring de La Terminal dispone de diferentes niveles de acompañamiento en función del grado de desarrollo de la empresa. En los programas de formación, adaptados a las primeras etapas de las empresas, al desarrollo, la capacitación, la aceleración, la internalización o la especialización, se incluyen por regla general 24 horas de formación y 6 horas de mentoring de libre disposición en las que se tratan temas como innovación, planes de negocio, gestión del tiempo, financiación, marketing y ventas, gestión de equipos o liderazgo. Todos los cursos de formación son de corta duración, impartidos por un gestor del mundo empresarial y están orientados a temas muy concretos.

Aparte de esto, todos los emprendedores instalados como coworkers de La Terminal disfrutaron de un programa de orientación y acompañamiento que consiste en sesiones individuales y colectivas sobre dudas y evolución de sus proyectos. Asimismo, todas las empresas y startups instaladas en la modalidad de incubación disponen de servicio de mentorización, de desarrollo de negocio y finanzas, de asesoramiento fiscal, contable y laboral y de asesoramiento legal.

Entre todos los programas destaca el de capacitación emocional, diseñado para ofrecer a los emprendedores las herramientas para hacer frente a las dificultades a las que se enfrentan. Este programa incluye sesiones sobre desarrollo emocional, dinámicas actitudinales, liderazgo interno y de equipos, gestión de expectativas y cambio o gestión de conflictos, entre otras.

**Factoría Cultural**, por su parte, es un vivero enfocado a apoyar el emprendimiento y la innovación para la transformación de las Industrias Culturales y Creativas. Según sus propias palabras, no se trata de un espacio de co-working, ni aloja startups convencionales, sino que defienden una modalidad de “emprendimiento a fuego lento” que se basa en el fomento de un networking de calidad, en la facilitación de herramientas que fomentan la autocrítica, en la posibilidad de pivotar y en el contacto directo con la industria.

Dentro del plan de formación y asesoramiento que ofrece Factoría Cultural, destacan diversas acciones relacionadas con el Branding y Marketing Cultural, que incluyen cursos como “Marketing de guerrilla”, “Marketing estratégico para industrias audiovisuales”, “Campaña de marketing digital” o “vídeos virales Low Cost”.

### El marco jurídico de los Espacios Creativos: problemas frecuentes

Tanto los espacios Creativos como los proyectos que alojan tienen que tener en cuenta una serie de aspectos jurídicos, de fiscalidad, tributación y propiedad intelectual. Para tratar de dar luz sobre los problemas que afrontan los espacios creativos en esta materia, contamos con la presencia de tres expertas: Montserrat Casanellas, Coordinadora del Máster en Gestoría Administrativa de la Universidad de Barcelona, Arantxa Hernández, Socia del Bufete AddVANTE y Carmen Álvarez, Fundadora de Art&lure abogados.

**Montserrat Casanellas** centró su intervención en las formas jurídicas más comunes para los proyectos culturales y las ventajas y desventajas de cada uno de ellos, así como en los distintos elementos a considerar a la hora de lanzar un proyecto de este tipo:

- Existencia de las diversas modalidades organizativas.
- Gastos de constitución y capital a aportar.
- Implicaciones fiscales y obligaciones tributarias formales.
- Responsabilidad por deudas asumidas ante terceros.

Seguidamente, intervino **Arantxa Hernández**, que resolvió algunas dudas relacionadas con la tributación en el mundo creativo. La legislación vigente no prevé un régimen específico aplicable al sector cultural en general. No obstante, dado que sí existen regulaciones específicas en los distintos impuestos que pueden beneficiar a entidades o actividades culturales, se trataron temas como las categorías de exención total o parcial en el Impuesto de Sociedades, las implicaciones de la Ley 49/2002 de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo y las exenciones en el IVA para actividades culturales, con especial atención a la base imponible de las subvenciones.

Para terminar con esta mesa, **Carmen Álvarez** nos introdujo algunos de los aspectos más importantes a tener en cuenta sobre la propiedad intelectual, recomendaciones especialmente sensibles para colectivos como el de los artistas, sea cual sea su disciplina. Entre los temas tratados destacan:

- La importancia de los acuerdos de confidencialidad, los contratos y de las actas notariales.
- Distintas formas de acreditación de la autoría de una obra.
- Derechos de los autores: materiales, morales y tramitados por distintas organizaciones.
- Retos de la era digital en materia de propiedad intelectual: derechos de reproducción digital a través de internet.

### La sostenibilidad de los proyectos alojados

Tras la pausa para comer, la sesión se retomó analizando las distintas formas de fomentar la sostenibilidad de los proyectos alojados en los Espacios Creativos. Para ello, se contó con la presencia de Juan Pastor Bustamante, director de Red de Industrias Creativas, Jesús Núñez Miranda, coordinador de Proyecto Lunar Sevilla y Lluís Nacenta, director de Hangar Barcelona.

Juan Pastor nos habla de su visión en cuanto a sostenibilidad desde la **Red de Industrias Creativas**, laboratorio de empresas de la Fundación Santillana, IED Madrid y Repensadores, que centra su labor en ayudar al crecimiento de empresarios y autónomos del sector cultural y creativo español con una metodología basada en la creación de alianzas.

Para ello, llevan a cabo iniciativas como el Programa Ejecutivo, en el que los participantes desarrollan un plan estratégico para implementar en su empresa, o el primer foro especializado de inversión de la industria cultural y creativa en español, cuyo objetivo principal es facilitar la relación entre emprendedores, empresarios e inversores para promocionar, dinamizar y potenciar la inversión en la Industria Creativa creando un ecosistema creativo. Bajo su experiencia, las principales dificultades para los emprendedores del sector creativo son:

- Profesionales con una alta cualificación técnica pero bajos conocimientos en gestión empresarial.
- Excesiva precarización del sector.
- Los equipos suelen estar formados por perfiles muy homogéneos, fundamentalmente creativos.
- Suelen ser empresas 100% vocacionales.
- Se les forma para ser empleados o funcionarios pero la gran mayoría está abocado a trabajar por cuenta propia sin herramientas ni asesoramiento para ello.
- Existe una desconexión entre el mundo empresarial y los centros de formación.
- Visión de mercado demasiado local y escasa internacionalización.

Teniendo en cuenta estos problemas, los principales retos a los que nos enfrentamos en los próximos años son los siguientes:

- Consolidación de empresas de + de 5 trabajadores.
- Creación de asociaciones empresariales conectadas estatal e internacionalmente.
- Repensar la relación con las administraciones públicas.
- Abrir mercados estatales e internacionales.
- Atraer mecenas especializados en el sector.

Un proyecto diferente, pero orientado igualmente al desarrollo de proyectos y empresas del sector cultural es **CADE Sevilla -Proyecto Lunar-**, el primer programa público de apoyo a emprendedores de la industria creativo-cultural andaluza. En él se ofrecen múltiples servicios como asesoramiento y formación de expertos para la elaboración de planes de negocios individualizados, ayuda en la búsqueda de oportunidades de negocio y de vías de financiación, asesoramiento en los trámites de constitución de empresas, alojamiento empresarial, redes de contactos, etc., destinados a ayudar a los emprendedores de este sector a convertir sus ideas en proyectos empresariales reales y también para apoyar a las empresas existentes en la búsqueda de nuevas líneas de negocio que contribuyan a su desarrollo y consolidación.



Bajo la opinión de Jesús Nuñez, un aspecto de vital importancia a la hora de dinamizar las ICCs es el fomento de la cooperación entre los distintos proyectos, algo que en muchos casos no se hace por la falta de conocimiento del resto de empresas y de los beneficios que ello puede aportar. Nos presenta además esta visión a través de un ejemplo práctico, la experiencia de dos empresas a priori poco relacionadas que han conseguido que sus proyectos evolucionen a través de la cooperación y que señalan como principales beneficios de la misma aspectos como el poder actuar a una mayor escala, la transversalidad y el enriquecimiento a nivel personal y de conocimientos.

Debido a ello, desde el CADE Proyecto Lunar se cree que los Espacios Creativos deben ser catalizadores a la hora de acentuar la cooperación entre las empresas.

Por último, Lluís Nacenta nos ofrece una reflexión sobre los modelos de remuneración del trabajo creativo. En **Hangar** no creen en el concepto tradicional de carrera artística, por eso ayudan a los creadores a que puedan vivir de su trabajo con una estrategia de 4 caras: la primera es la sostenibilidad, la segunda es la autonomía, la tercera es la apertura de un margen libre de la necesidad de monetarizar su actividad y, la cuarta, es que todo arte debe ir acompañado de una reflexión crítica. La clave de esta reflexión es si la sostenibilidad económica de un artista debe fundarse sobre la monetarización de los resultados de su obra, sean cuales sean, o por el contrario, en una monetarización de las labores, los servicios y los saberes que las personas creativas atesoran y de las que hacen uso diariamente. En Hangar están interesados principalmente en aquellas prácticas que se benefician de lo artístico pero que no necesitan ser presentadas necesariamente como “arte” ni quedar limitadas al contexto de la galería o el museo.

Para ejemplificar esto nos presenta un proyecto artístico desarrollado en base a la distribución y venta de café por canales no oficiales, lo que demuestra que no hay un único canal para la sostenibilidad. En la etiqueta de estos paquetes de café desarrollados por una creadora, además, se desglosa el precio final en todas las etapas hasta llegar a su venta y se especifica qué porcentaje del precio final va a cada una de ellas.

### Terminología y creación de una Red en torno a los Espacios Creativos

La última sesión del encuentro, titulada “Terminología en torno a los Espacios Creativos: ¿en qué se diferencia un coworking de un hub o una incubadora?”, pretendía ser un debate abierto en el que se pusiera de manifiesto a través del uso que se da a la terminología las diferencias y semejanzas de todos los espacios allí presentes con el fin de encontrar vías de colaboración.

Conducida por los gerentes de tres espacios que se identifican con terminologías muy diferentes, véase Edu Forte del coworking Betahaus, David Marín de la Fábrica de Creación Nau Ivanow y Javier Sardiñas de Centro Europeo de Empresas e Innovación de Burgos, en la sesión se plantearon de nuevo temas y preguntas que quedaron sin resolver en la anterior jornada y otros nuevos que no vienen sino a señalar la disparidad de opiniones presente en la sala:

- La evolución de los espacios de coworking desde elementos generadores de un cambio social hacia empresas asociadas con inmobiliarias y grandes compañías cotizadas en bolsa.
- ¿Puede considerarse a todos los coworking como Espacios Creativos o, por el contrario, deben ser espacios que cree comunidad a través de unos recursos compartidos independientemente de si se cobra una tarifa por el uso del espacio de trabajo?
- ¿Qué características debería tener un Espacio Creativo? Se citaron, entre otras:
  - Espacios en los que se reúna a un mix profesional.
  - Tendencia a compartir recursos.
  - Tendencia a crear comunidad.
  - Debe estar gestionado por un tercero, es decir, alguien ajeno a los emprendedores.
- ¿Deben los espacios centrarse solamente en la rentabilidad económica? ¿es excluyente el valor social y cultural del valor económico?
- ¿Sería conveniente articular una red formal de Espacios Creativos españoles? A este respecto conviene prestar atención a algunas de las redes que ya están presentes en nuestro país. Una de ellas es **Xarxaprod**, que agrupa a espacios de creación y producción de toda Cataluña. Xarxaprod inició un mapeo de espacios catalanes en 2016 para el que siguieron la siguiente metodología:
  - Consenso en torno a una definición que se elaboró desde un proceso participativo en una Jornada de 8 horas. Dicha definición debe estar en constante revisión, ya que las etiquetas son para jugar y trabajar con ellas.
  - La definición de Espacio de creación y producción a la que se llegó fue la siguiente: **“son estructuras organizadas con voluntad de servicio público y que tienen objetivo de dar apoyo a la creación de proyectos transdisciplinares con una voluntad de permanencia en el tiempo”**.
  - Establecimiento de ciertos criterios excluyentes sin los que no se podía formar parte del mapeo.
  - Realización del Mapeo y selección de espacios.

- El otro mapeo destacado a nivel autonómico es el Mapeo de Espacios de Creación realizado por el Observatorio Vasco de la Cultura, en el que se recoge una definición algo más amplia que la anterior: **“a lo largo de estos años han surgido experiencias de diferente naturaleza en torno a las denominadas fábricas de creación. Los espacios de creación cuentan con infraestructuras y dotaciones adecuadas para proporcionar recursos y acompañamiento dirigidos a personas o colectivos creativos para que puedan llevar a cabo sus procesos de creación y producción. Se caracterizan por su carácter experimental, renovador, interdisciplinar y abierto, en el que la creatividad y la investigación son centrales”**.

### 3. REFLEXIONES FINALES Y PERSPECTIVA DE FUTURO

A raíz de las opiniones expuestas durante la Jornada, queda patente la existencia de al menos dos realidades en los Espacios Creativos, en función de su grado de orientación hacia el emprendimiento y la sostenibilidad en el mercado de sus proyectos, o bien hacia la innovación cultural por su valor en sí misma.

Como se ha señalado, existen dos definiciones que se han utilizado para poner en marcha redes de espacios creativos en Cataluña y País Vasco:

- “Estructuras organizadas con voluntad de servicio público y que tienen objetivo de dar apoyo a la creación de proyectos transdisciplinares con una voluntad de permanencia en el tiempo” (definición de Xarxaprod).
- “A lo largo de estos años han surgido experiencias de diferente naturaleza en torno a las denominadas fábricas de creación. Los espacios de creación cuentan con infraestructuras y dotaciones adecuadas para proporcionar recursos y acompañamiento dirigidos a personas o colectivos creativos para que puedan llevar a cabo sus procesos de creación y producción. Se caracterizan por su carácter experimental, renovador, interdisciplinar y abierto, en el que la creatividad y la investigación son centrales” (definición del Mapeo de Espacios de Creación realizado por el Observatorio Vasco de la Cultura).

Para el futuro, se plantea como reto la búsqueda de una definición amplia que pueda dar cabida a todos los tipos de Espacios Creativos en una red de Espacios Creativos estatal, tenga ésta carácter formal o informal.

Más allá de su formalización o no, el objetivo prioritario es que, gracias a estos encuentros, los espacios creativos puedan aprender unos de otros en la búsqueda de la innovación, así como generar sinergias de colaboración que les sean útiles para su trabajo diario. Todo ello, con el fin último de dinamizar la actividad cultural y de promover la sostenibilidad, modernización y profesionalización de los proyectos alojados.

Otros retos para reflexiones futuras serán, entre otros, los siguientes:

- La colaboración público-privada en los Espacios Creativos.
- La dificultad de las entidades culturales para acceder a la financiación de las grandes empresas.
- La importancia de la comunidad.
- La posibilidad de apoyar a las redes ya existentes en vez de creación de una propia o estatal.
- La posibilidad de promover colaboraciones concretas entre los espacios en futuros encuentros.
- Favorecer la rotación física de las Jornadas con la celebración de las mismas en distintos Espacios Creativos españoles.