



Projecte final de Màster

Victoriano Durán Alcaraz

Màster de Gestió Cultural

Any: 2008

Index

| | |
|---|-----|
| 1. Presentació. | 3 |
| 2. anàlisi i diagnòstic DAFO del context sectorial i territorial, i en el seu cas de l'organització en que s'insereix el projecte. | 5 |
| 3. Recerca teòrica comparada. | 17 |
| 4. Descripció i justificació del projecte. | 25 |
| 5. Anàlisi de les necessitats i recursos del projecte. | 44 |
| 6. Model de gestió: Estratègies i pla de viabilitat de la proposta. | 73 |
| 7. Conclusions. | 100 |
| Bibliografia. | 103 |
| Annexs. | 106 |

1- Introducció

El treball que es presenta és un projecte d'organització, gestió i realització d'un festival lúdic musical que tindria per objectiu fer una mostra de la música local amateur dins una gran festa, juntament amb uns caps de cartells professionals com a guinda de l'espectacle. Aquest projecte naixeria de la idea de fer un festival Rock a les Roquetes del Garraf, on puguin participar tothom, on s'ofereixi qualitat i sobre tot que sigui memorable. El projecte que es vol desenvolupar partiria de la idea presa de la festa major de les Roquetes on el dia de Sant Joan es tornen dues orquestres a la plaça Llobregat una en front de l'altre, de vegades rivals i que es van "picant" per donar un bon espectacle als que son al centre de la plaça, i als espectadors que son asseguts a les taules dels bars. Es va pensar per que no es podria fer el mateix amb grups rock, i per que no fer-ho dins una gran festa i a l'estil Nord-americà de Batalla de les bandes. D'aquí sorgir la idea del projecte i es va perfilar.

La metodologia emprada en aquest treball després de consultes a persones relacionades amb el món de la gestió d'esdeveniments, no va ser la que em van recomanar ni suggerir, ja que conforme vas parlant i llegint sobre aquests professionals es va veient que cadascú té la seva forma de fer, i tu com a gestor cultural has de crear-te la teva forma de fer agafant els bons consells i fent-ho teus. Per tant la metodologia que es va emprar va ser simplement la de tenir una idea en ment més o menys del que es volia fer, i començar a contactar amb gent i empreses que es dediquessin a aquest món, demanar pressuposts, consells i avaluacions. Aquesta va ser la tasca que més va durar de tot el que es el treball i la més feixuga, més que la redacció.

Dins la metodologia es va posar com a objectiu emplenar un full Excel amb pressuposts i orientacions econòmiques amb despeses e ingressos en forma de balanç i anar equilibrant les forces segons sortien les necessitats per realitzar la idea de la forma més verosímil i viable possible. El que es feia quan es contactava amb els proveïdors, era demanar el pressupost i quins serveis i de quina manera treballaven per tal de també poder emplenar els camps de com i que farien ells, amb quin temps i que hauríem de fer nosaltres per avaluar necessitats i sobre tot el més important els temps. Una vegada mig plena la taula Excel amb tots els recursos i necessitats, el que es va fer es una redacció del capítol de recursos amb les informacions recollides per acabar de tancar la comptabilitat i on van jugar les inèrcies del propi festival i tenint que tornar a contactar amb contactes per acabar d'arrodonir les xifres, ja que quan una xifra balla a la taula, la resta també, sobre tot per les variables ingressos, despeses i afluència de públic que son les tres que fan ballar totes les taules i del qual s'ha de buscar equilibrar.

Una vegada fet això i equilibrat els balanços es va fer un pla d'arrencament del festival i de gestió pressupostaria juntament amb un extracte a mode de compte de cartilla bancària per veure com i de quina manera s'hauria de contactar i com s'haurien de moure els contactes per tal de gestionar el festival, ja que l'ordre dels factors aquí es molt important, sobre tot pels temes de liquiditat econòmica, ja que cada empresa i cada servei contractat treballa de forma diferent i imposa les seves condicions, que cal tenir-les en compte i sobre tot reservar-les amb antel·lació no deixant res per l'últim dia i tot plenament planificat.

Fet això la mateixa metodologia va donar els resultats i els esquemes d'execució, com havia de ser la comunicació, com havia de ser el finançament i com havia de gestionar-se els recursos humans, amb que es contaria i quines serien les gestions dins el festival i després del festival juntament amb com deuria de fer-se l'avaluació.

També la metodologia mitjançant jugar amb els números ens va donar quin tipus d'organització seria la més idònia de cara a muntar això i quines serien les aliances per poder trobar els recursos que fan falta per l'organització.

Respecte a bibliografia referent al tema, aquesta sempre parla de com han de ser els festivals i que s'ha de fer be, que s'ha de tenir en compte, però no parlen de que cada festival es una realitat diferent i com una idea concebuda pot donar un gran tomb conforme es va avançant, i de que el primer de tot és tenir quadrats els contactes i els recursos, tenir-los davant constantment, tenir davant una planificació econòmica i a partir d'aquí redactar com es coordinarà, gestionarà, etc.

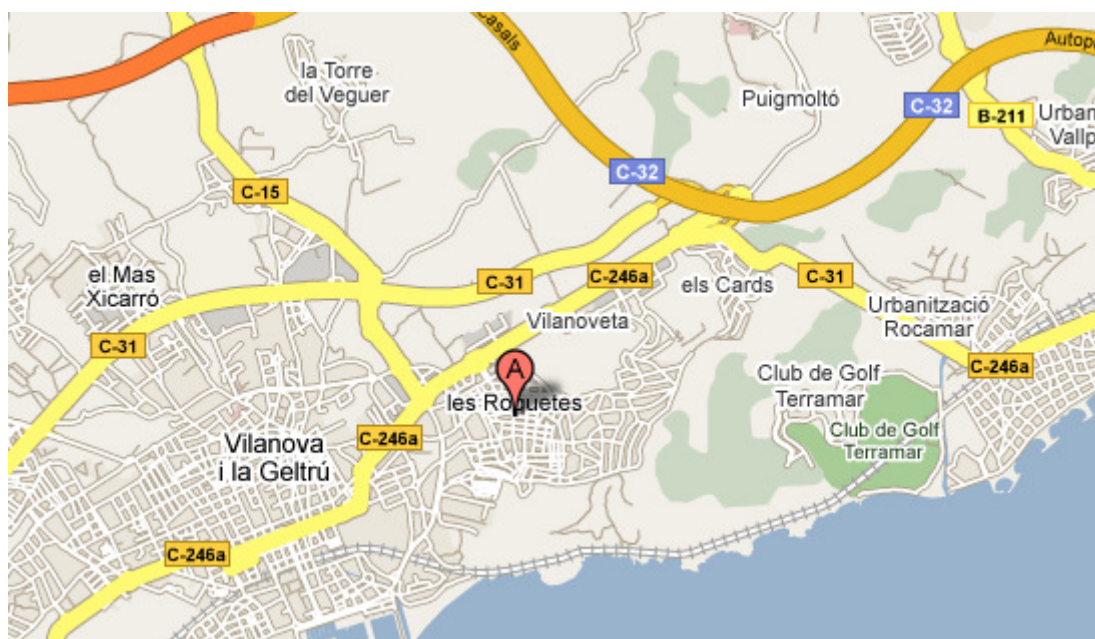
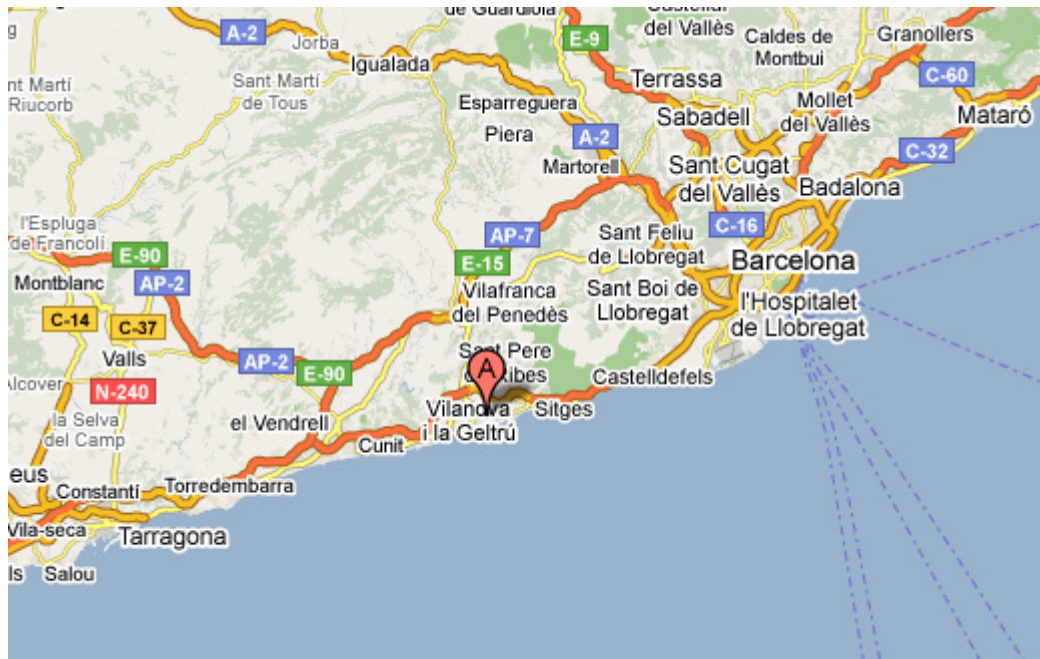
Pel que fa a la programació es la part mes senzilla, ja que dins la concepció de la idea, el gestor cultural vol portar aquell espectacle o fer tal cosa, i per tant tota la tasca consisteix en fer possible i viable aquesta idea, i fins i tot conforme es va avançant es va pensant en millorar la idea o retallar-la segons va avançant la gestió, sobre tot la pressupostaria.

En el cas del projecte que es presenta seguint aquesta metodologia particular es va voler des d'un primer moment que fos verosimil partint d'una idea de festival, tenint mes o menys clares les tres variables d' afluència de gent, despeses i ingressos, dins la gestió pressupostaria tenint esbossat que es el que voldríem al festival, i a partir d'aquí fer un modelatge del mateix fins al projecte definitiu el qual es el que es presenta a continuació.

L'estructura del treball segueix l'índex proposat pel màster de gestió cultural ja que es el requisit que es demana per presentar el projecte amb tots els capítols un per un desenvolupats segons aquest, ja que va semblar una bona manera d'encorsetar la idea de forma estructurada una vegada es tenia clar que era el que es volia i com es farà amb la comptabilitat tancada, ja que si no es tancava la redacció era impossible. Aquesta impossibilitat vindria de que es parlaria d'aspectes que ballarien al tocar-se alguna variable buscant diners o simplement fent despesa. Per tant el cor d'aquest treball radica en la comptabilitat i recerca de recursos, com s'han gestionat, i a partir d'aquí es recomana llegir-lo amb les taules a la mà per comprendre la magnitud del festival.

2. Anàlisi y diagnòstic DAFO del context sectorial i territorial, i de l'organització en què s'insereix el projecte.

El projecte de Macroconcert “ La Guerra de les bandes “ està pensat per a la seva organització dins el context territorial del terme municipal de Sant Pere de Ribes, en concret al nucli de les Roquetes del Garraf.



La idea del projecte es organitzar l'esdeveniment al camp de futbol municipal i als terrenys adjacents on es calcularia un espai suficient on per a fer tot el desplegament lúdic musical programat sense donar problemes als veïns ni al normal funcionament del nucli.



El recinte pensat per a la realització del festival es calcula que ronda les 6 hectàrees. Aquest recinte es situa al sud-est del nucli de les Roquetes del Garraf i estaria cercat pels carrers Dr. Ferran, Miquel Servet, Puig Pedrós i Pica d'estats, aquest darrer amb habitatges unifamiliars en cases separades, pel qual no representa un sector gran de població.

Debilitats: Com a debilitats pel que fa al territori on es vol fer el festival podem comentar que actualment en vista el gran creixement del nucli urbà trobem que el recinte solament es separat per dos parcs o boscos, i potser podem tenir problemes de cara a l'organització per temes de sorolls. També una debilitat pot ser que per les dates que volem fer el festival en aquest equipament es facin altres actes esportius de caire municipal i per tant s'hagi d'arribar a convenis i acords. També al ser un lloc que s'ha d'accedir pel poble i no tingui una gran carretera al costat pot dificultar el fet de poder fer arribar als transportistes amb els camions i per tant s'hauria de demanar col·laboració de la guàrdia urbana, per a definir un traçat que no pertorbi la població del nucli. Una gran debilitat es la proporció del recinte i en tant quant la zona d'escenaris, ja que el recinte podria acollir molt més aforament del que tenim previst vers la zona d'escenaris la qual l'aforament estaria força delimitat al que el camp de futbol donés de si i per tant això es podria transformar en amenaça si es desbordes la demanda per aforament i caldria tornar considerar els espais.

Amenaces: Com a amenaces la primera de tot es el tema de permisos i de relació amb l'ajuntament de Sant Pere de Ribes, ja que al voler fer-se el festival al voltant de la festa major, i demanar un sector tant gran, el tema burocràtic pot ser una gran amenaça, i la idea seria la de demanar el patrocini de l'ajuntament mitjançant la cessió temporal d'aquests espais i col·laboració amb infraestructura com la col·laboració de la guàrdia urbana i el servei de neteja. Altra amenaça podria ser el fet de que el recinte al ser envoltat de bosc podria portar problemes a l'hora de la vigilància i neteja i per tant el cost podria pujar en aquests dos aspectes.

Fortaleses: La gran fortalesa es podria dir que es el fet de ser un recinte separat mitjançant bosc i equipaments com la piscina que a principis de juny encara no funciona, les escoles que tampoc funcionen en el període per fer el festival, i el fet de tenir lluny les vivendes pròximes. També hi ha el fet d'haver carrers el suficientment desallotjats per aparcaments. I el fet de poder fer recintes el suficientment diferenciats com es el cas de camp de futbol per als concerts, el camp de futbol petit per a les actuacions i el gran bar; i la zona entre el parc i el camp de futbol on es poden muntar estands i llocs per descansar i activitats. Aquestes separacions milloren la gestió i sobre tot l'organització de l'esdeveniment. El fet de ser un territori molt delimitat millora el fet d'un millor control del perímetre.

Oportunitats: Al tenir un territori bastant delimitat i força gran en proporció a l'afluència de gent que esperem que vingui, i per tant podem augmentar en el cas que hi hagi molta afluència l'aforament del recinte molt avanç de l'organització del festival i fins i tot durant el festival. També altra oportunitat es el fet de poder programar moltes mes activitats i fins i tot diversificar-les per tot el recinte, e inclòs donar mes ma lliure a patrocinadors, i institucions o entitats que volguessin participar mitjançant activitats o altres propostes.

Ja que tenim una ubicació força gran, caldria matisar els pros i contres dels diferents recintes dins el recinte per acabar d'arrodonir l'explicació territorial de la ubicació del festival mitjançant anàlisis DAFO com a metodologia mes escaficadora. En concret cal destacar els recintes de:

- **El camp de futbol:** En aquest espai es tindria previst el gran muntatge en infraestructura pels concerts (dos escenaris grans i bar) amb l'equipament mes complicat i costós.

Debilitats: Com a debilitats d'aquest espai dins el recinte comptem a que tenim una graderia petita i amb poc allotjament, també parlem d'un camp municipal de futbol petit i rodejat al seu perímetre d'espai per tanques fixes de ferro que poden comportar accidents als espectadors i poden suposar algun impediment per al muntatge dels escenaris i per tant els escenaris han de ser mes alt que les tanques.

Amenaces: També parlem d'un equipament on hi ha al costat una escola primària dividida solament per una tanca normal de filferro i per tant caldria reforçar aquest aspecte i tapar-la ja que es a un nivell superior el camp de futbol i es pretendria que no es veies el que es fa dins el recinte, ni que es pugui colar ningú al recinte escolar. També per l'aforament es podria tenir problemes pel fet d'haver solament dos accessos i dels quals s'utilitzaria solament un amb el problema de que pugui haver massificació dins el recinte.

Fortaleses: Aquest recinte dins el recinte del festival ens beneficia pel fet que es tancat pels mateixos murs del camp, hi ha graderia per allotjar públic, hi ha espai per muntar un Bar mitjà que abasteixi al concert, hi ha els vestidors com a Back Stage per als artistes, i espai per poder muntar tot l'equip de sonorització taules, etc. El fet de ser un lloc tancat també es un punt positiu de cara a la seguretat dels equipaments per la vigilància. També cal destacar que el camp de futbol és de sorra i per tant no hi ha problemes amb el paviment.

Oportunitats: Com a oportunitat podem destacar el fet de que al ser tancat el recinte i emmurallat no es pot veure el que es fa dins des de fora. També es pot destacar que no es un equipament massa complex i per tant el fet i probabilitat que es pugui malmetre alguna cosa es bastant baix ja que parlem d'un camp de futbol en vista de ser reformat en vista de 4 o 5 anys sense elements de plàstic i totalment fet d'obra i formigó incloent les graderies.

- **Camp de futbol petit:** En aquest recinte es te pensat muntar la gran carpa Hayma Bar i un petit escenari on es farien espectacles d'animació.

Debilitats: Com a debilitat podem destacar que està cercat per una tanca i per tant podria limitar els fluxos de gent i per tant s'hauria de tenir cura a l'hora de muntar la carpa i l'escenari.

Amenaces: Com amenaça podríem destacar el fet també del tancat si augmentes considerablement l'aforament de l'esdeveniment on es tindria que optar per muntar la gran Hayma en altre espai i deixar el tancat del camp per l'escenari petit solament.

Fortaleses: El fet de ser a una elevació i estar separat de la zona de concerts fa que sigui un espai totalment diferent i bastant mes relaxat dins el recinte on es pot veure altres tipus d'activitats, essent un espai totalment visible des d'altres punts del recinte com la carretera i bosc on es pot seguir sense problemes les activitats i es pot destacar

considerablement dels altres estands i carpes del recinte, reforçant-se com un lloc central dins el festival.

Oportunitats: Com a oportunitat podem destacar el fet de ser un recinte que cridarà molt l'atenció i suposarà un ambient diferent mes relaxat del bullici del concert i per tant suposarà la segona opció al concert i per tant un gran aparador per poder programar activitats lúdic festives a mode de festes, concursos, sorteigs, etc.

- **Carrer Puigmal i Bosc:** En aquest recinte es preveu fer tot el mercat i desplegament d'estands de col·laboradors, comerciants, etc. El que es busca es fer una gran zona comercial a preu assequible per a tots els que hi accedeixin al concert, on es pugui adquirir aliments a bon preu, i tot tipus d'articles.

Debilitats: La debilitat de l'entorn principalment es el parc el qual es reservaria mes bé per activitats i sobre tot com a relaxament, pel qual no es pot muntar res allà dins. També es podria parlar de certa estretor del carrer.

Amenaces: Com amenaça tenim que es pugui malmetre algun element de mobiliari del parc, i per tant s'opta per no fer res en ell. També una possible amenaça seria un colapsament al carrer Puigmal pel qual es volguessin muntar mes comerços o que s'aglutinés molta gent en un sol punt i per tant s'hauria de col·locar i estudiar on anirien els estands que es preveuria mes afluència i distribuir-los be pel carrer i recinte.

Fortaleses: El fet de ser el carrer que és just davant del camp de futbol gran i el camp de futbol petit i és totalment recte i paral·lel, fa que sigui una fortalesa el poder concentrar tota l'activitat comercial aquí ordenadament i visiblement des de qualsevol punt, també el fet de poder disposar els estands en aquest carrer farà de mur al parc podent limitar l'accés en els punts mes vulnerables. També hi ha la fortalesa de l'espai a ocupar i la gran afluència per ser el lloc on solament passarà tot el flux de gent d'un recinte a un altre on es facin espectacles quedant aquest al mig.

Oportunitats: Al tenir molta atracció de públic casualment per ser un lloc de pas entre els dos recintes principals suposa una oportunitat de poder negociar la col·locació de certs estands i la captació de molt públic en poc temps constantment.

L'espai es disposaria de la següent manera:



- Escenaris 1, 2 i 3
- Zona de Bars, 1 Hayma gran Bar, 2 bar d'escenaris.
- Zona comercial i estands comercials
- Espais d'activitats lúdiques.
- Zones de serveis, 1 maquinaria electrògena, electricitat i manteniment, 2 zona sonorització escenari 2, 3 zona sonorització escenari 1, 4 serveis sanitaris i seguretat.

Diagnòstic de l'organització del festival i ordenació al recinte:

Aquesta organització del recinte el que busca és concentrar les activitats, però a la vegada separar-les i diferenciar-les unes de les altres per tal de poder oferir una variada oferta, per tant l'organització ha d'estar obligatòriament dividida en 3, es a dir un grup responsable d'escenaris, un grup responsable del bar i activitats, i un grup responsable de la zona comercial. A part també cal que dins l'organització per facilitar feina hi hagi un altre responsable de coordinació. Per tant parlem d'espais autònoms coordinats.

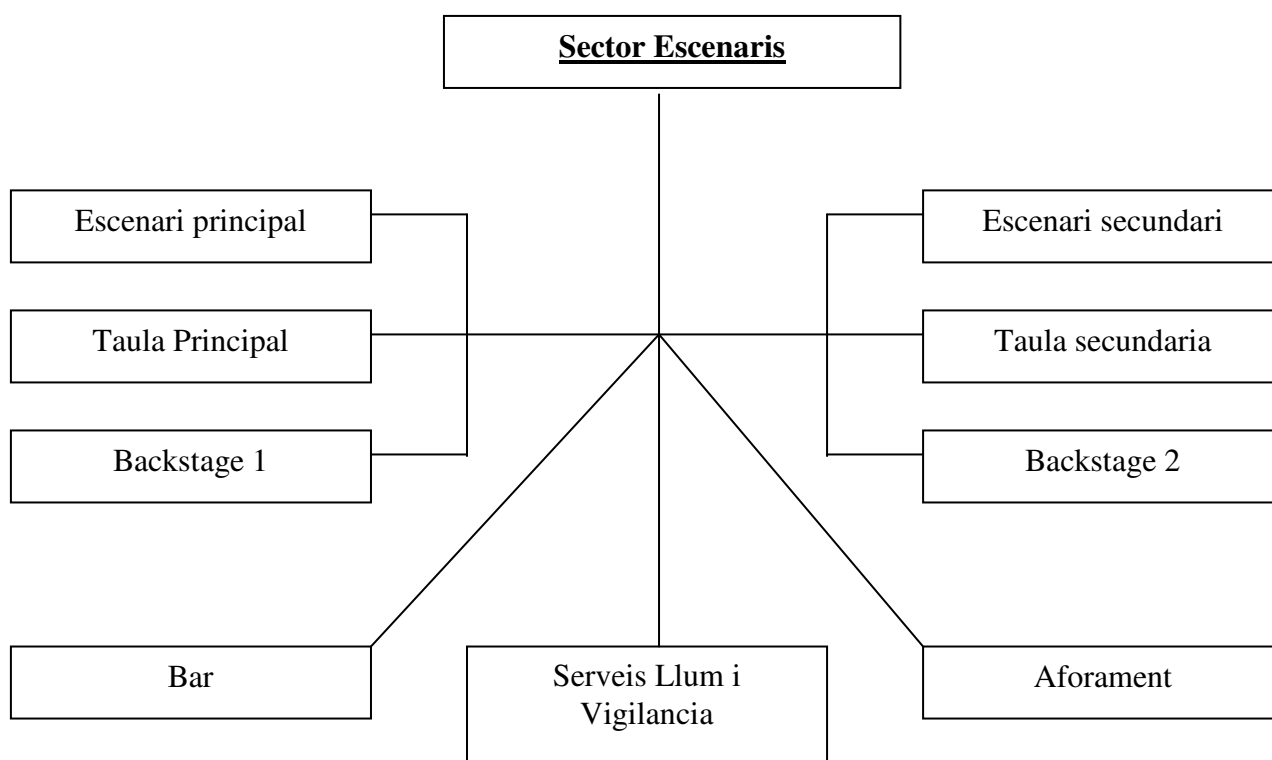
Debilitats: com a debilitats per a aquest model organitzatiu de l'espai podem dir que sense una bona coordinació podria arribar a funcionar cada recinte al seu aire i per tant no es podria oferir varietat i es podria confondre al públic, per tant s'ha de coordinar bé i destacar els plats forts separadament entre recintes per que puguin ser vistos per la majoria de gent i puguin moure's pel recinte.

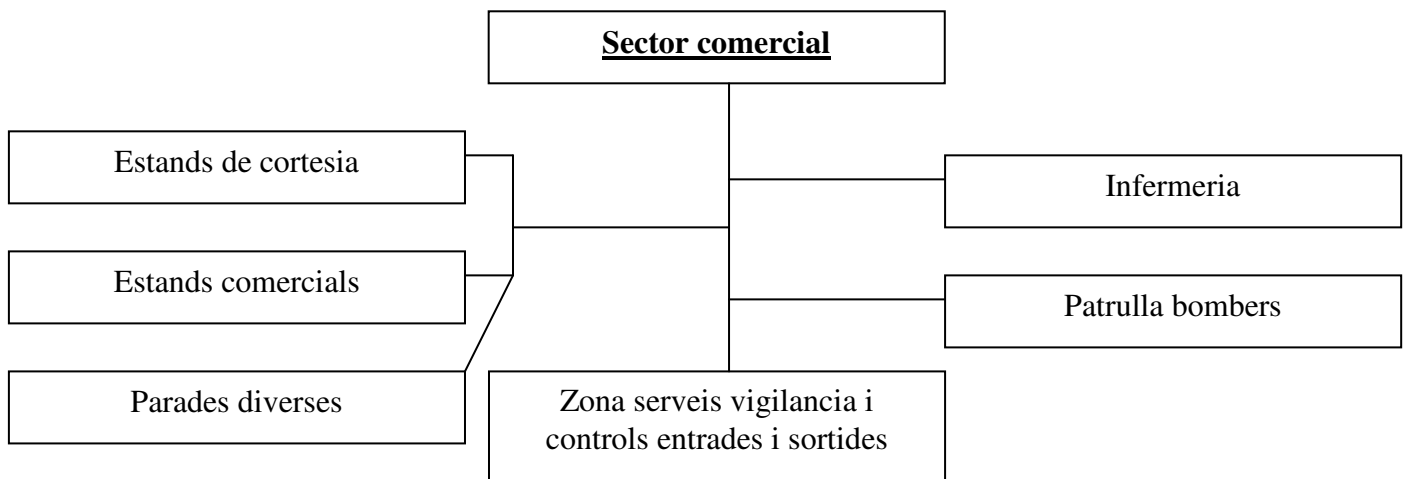
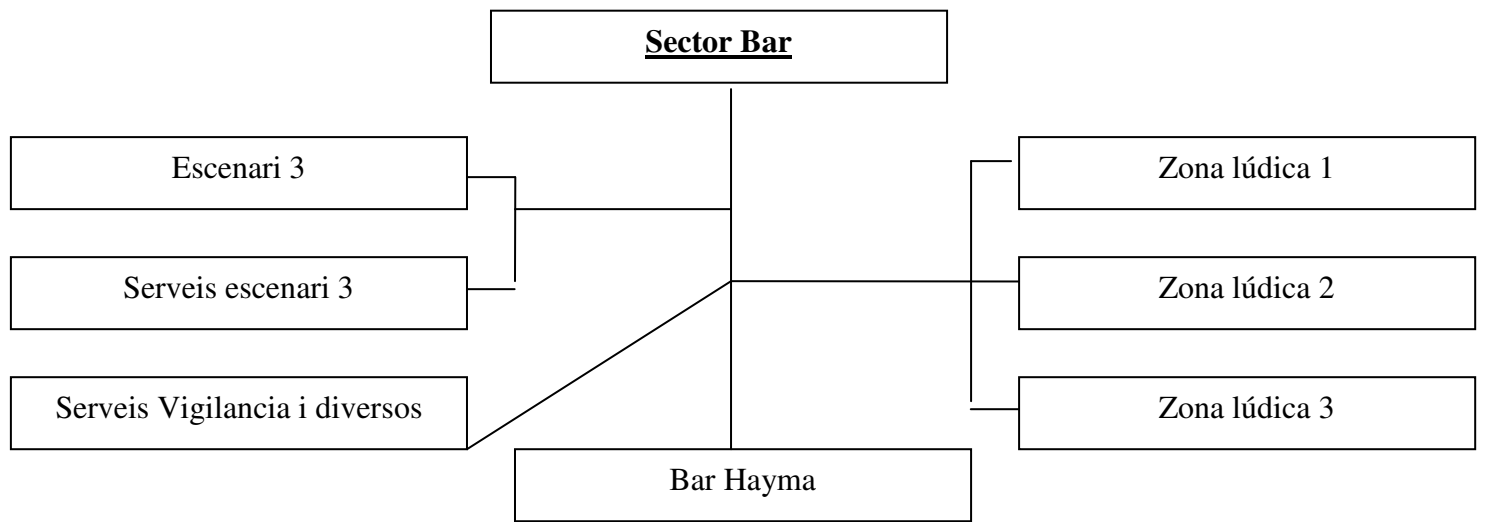
Amenaces: Com amenaces a aquest tipus d'ordenament organitzatiu podria ser en primer terme la contaminació acústica entre escenaris i recintes, per tant els tècnics de so hauran de buscar la manera de que no es trepitgin les zones acústicament. També tenim l'amenaça de que les zones lúdiques es col·lapsin de gent per a una activitat en concret, i per tant caldrà coordinar be.

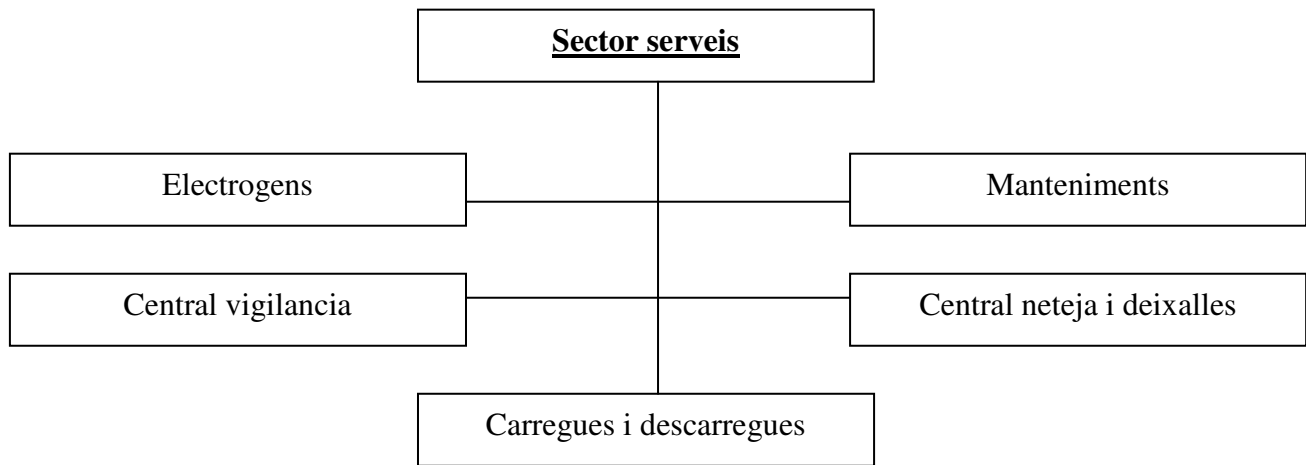
Fortaleses: Com a fortaleses trobem que el fet de ser separat la zona de maquines i serveis afavoreix a que aquests puguin ser mantinguts i treballats de forma totalment aïllada i per tant fora de la vista del públic augmentant l'atractiu del festival. També tenim com s'ha dit avanç la diferenciació d'espais amb els seus pros i contres, com a concentració d'activitats autònomes dins un recinte ampli.

Oportunitats: Com a oportunitats tenim que es podria ampliar significativament l'aforament pels recintes i sobre tot el tema comercial al haver molt espai diferenciat, però a la vegada conjunt a on es fan les activitats. Altres oportunitats serien les de poder programar moltes mes activitats i demanar mes col·laboracions ampliant el ventall pel gran espai disponible i pel fet de la separació dels dos grans espais, també pel fet de poder fer activitats diferenciades i variades sense contaminació les unes de les altres.

Per tant de cara a una millor organització al recinte es proposa diferenciar-ho en:







Diagnòstic de l'Entitat per a l'organització de “ La guerra de les Bandes “

La nostra entitat es compon per un nucli tècnic que serien els que es dedicarien a la gestió pròpiament dita i organització en termes generals de l'esdeveniment com a professionals de la cultura i gestors; i un nucli més gran i dispers que serien els col·laboradors. El fet de no ser empresa privada i ser entitat ve del fet que no es busca ànim de lucre, si no fer una entitat que es dediqui a muntar un esdeveniment lúdic musical al marge de les institucions públiques per oferir un gran esdeveniment de qualitat per als joves vers la poca oferta que ofereixen aquestes institucions al municipi, en concret a les Roquetes.

Debilitats: La gran debilitat de l'entitat es la de solament comptar amb el finançament dels socis, les subvencions públiques, i els propis recursos que pugui generar mitjançant els esdeveniments que munti per si mateixa, i els diners que pugin avançar els espònsors. També altra debilitat es el fet que al ser una nova entitat cal donar-la a conèixer, i per tant es comença sense tenir grans contactes i sense saber el públic potencial que busquem que es el que realment es vol fer.

Com a debilitats en la nostra entitat parlem de que estaríem en un context de començament i per tant trobem que primer de tot hem de recaptar socis, recaptar col·laboradors i redactar un projecte el més verosimil possible de cara a presentar-ho a tothom. Per tant tenim la debilitat de que no som coneguts com entitat, que no tenim ni socis ni col·laboradors amb els que haguem treballat avanç, i que les empreses i institucions son reacios a donar informació, pressupostos i d'altres per redaccions de projectes sense cobrar i sense establir pactes concrets.

Amenaces: Una amenaça de la nostra entitat es la davallada de socis si es produís, i el col·lapse econòmic si es fes una mala gestió. Les amenaces més grans com a entitat probablement les podríem trobar en el que a estructura jurídica suposa com a entitat de cara a rebre subvencions públiques, ja que seríem una entitat sense ànim de lucre que probablement tregui ingressos del que pugui muntar, ingressos considerables, però amb despeses considerables, per la magnitud de la comptabilitat del festival. Per tant com a entitat sense ànim de lucre tenim pensat en reinvertir en la mateixa entitat per als pròxims esdeveniments organitzats els ingressos econòmics i per tant poden denegar-nos subvencions. Encara que pal·liaríem l'amenaça mitjançant demanar subvencions en infraestructures, on també ens podrien vetar. Cal dir que la major amenaça seria la de la Junta de Govern Local en tema de permisos i organització la qual ens podria retallar el projecte i per tant fer variar molts aspectes proposats per temes diversos. La gran amenaça seria xocar amb l'ajuntament. També una altra amenaça seria el de la liquiditat econòmica ja que caldria poder tenir els 80 o 90 % dels recursos econòmics a mig any vista del projecte i per tant caldria fer una campanya gran de màrqueting, publicitat, demanar als espònsors riscos, etc. Per tant caldrà tenir cobert molt el tema diners. Es contempla el fet de demanar liquiditat a algun banc per començar a treballar i establir algun vincle amb algun.

Fortaleses: La nostra fortalesa en si es el fet d'oferir una oferta lúdica musical innovadora pel que fa al municipi i comarca, en si el projecte mateix que dona sentit a l'entitat es la gran fortalesa. També altra fortalesa es el fet de disposar de grans tècnics en gestió que son els que capitanegen el projecte de forma professional.

El fet també de ser entitat suposa una fortalesa gran ja que al ser en constant contacte amb els socis i sobre tot amb els ciutadans del municipi tenim una bona font directa de demandes i necessitats per poder dissenyar un projecte que pugui encaixar amb aquesta demanda jove i assegurar-nos un cert èxit d'assistència i acceptació. La fortalesa radica en el fet de que partim d'una idea innovadora dins la moda dels festivals musicals que últimament s'ha establert al territori. També el fet de ser una entitat jove ens fa tenir els peus a terra i per tant poder satisfer les demandes i per tant es mes fàcil fer un estudi ja que les propostes venen directament dels interessats en què s'organitzi. També al ser una entitat independent de la vida política local ens desvincula de l'ajuntament i ens posa en una posició avantatjada com a grup local que vol muntar un festival. També altra fortalesa es el gran aparador en què es convertirà el recinte de cara als joves.

Oportunitats: Les oportunitats radiquen del fet que al ser una entitat que vol muntar un gran Show per un públic massiu, suposa ser un gran aparador i un atractiu pels comerços, entitats, institucions públiques, etc. Per tant es poden buscar grans col·laboracions que poden aportar infraestructura i ingressos al mateix projecte contribuint a poder fer mes gran l'esdeveniment i facilitant la tasca organitzadora. Altres oportunitats poden ser el fet de que aquesta entitat podria arribar a poder obtenir alguns ingressos i per tant consagrar-se i créixer en infraestructura i capital per tal de poder programar mes activitats, millors festivals, i contractar mes personal professional. També el fet de que es pugui convertir en una oferta bona per als joves i en vista que pogués tenir èxit el festival podria obrir les portes a mes subvencions i col·laboracions públiques, junt a altres col·laboracions musicals, privades, etc.

Altra oportunitat pot ser també la de consagrar el festival i trobar moltes mes col·laboracions podent créixer en personal, finançament, col·laboradors i per tant any rere any anar agafant qualitat si funciona, però sense perdre la filosofia fundacional.

L'oportunitat mes gran en cas que fos un èxit massiu sobre tot en el tema ingressos si sorgís, podria ser la de poder establir l'entitat gairebé en empresa podent arribar a establir una xarxa empresarial dedicada al foment de grups que comencen junt amb grups consagrats com poden ser altres empreses que fan festivals, però la idea seria la de no perdre les arrels i seguir essent entitat, però amb cúspide empresarial

Diagnòstic del municipi vers el projecte que es presenta:

Aquest anàlisi pretén donar breument una radiografia del municipi vers a l'oferta que es presenta com a justificació de l'entitat i el projecte.

El context del municipi de les Roquetes del Garraf, parlem d'un barri obrer que els últims 30 anys ha crescut de forma molt considerable vers al nucli central del municipi que és Sant Pere de Ribes. Actualment les Roquetes té una població bastant similar en nombre al nucli de Ribes i per tant per motiu d'haver hagut aquest creixement i aquesta separació del nucli central en 8 kilòmetres i ser pegada a Vilanova i la Geltrú ha fet que històricament hagi sigut un nucli al que els serveis els hi ha trigat en arribar i ha tingut una gestió bastant endarrerida a les demandes de la població en moments concrets.

Actualment el govern municipal va presentar una proposta de nova gestió del nucli de les Roquetes com a EMD (Entitat Municipal Descentralitzada) del nucli de Ribes al ser un nucli amb una considerable població amb un perfil bastant mes diferent de Ribes amb unes demandes pròpies i específiques diferents que històricament sempre han sigut

així. Amb la EMD es busca donar autonomia i autogestió a un territori considerat pels mateixos ciutadans com un poble diferenciats dins un altre poble i millorar la gestió que passava centralitzada a Ribes que ha de fer la feina sempre doblada, es a dir, doblar equipaments als nuclis, doblar gestions, personal, etc; i aquí el col·lapse en certs departaments de l'ajuntament com el de Cultura i Esports que son els que ens pertanyen pel que fa a activitat a proposar, ja que no poden dedicar mes recursos per tenir feines i projectes doblats i a la vegada als dos nuclis a les mateixes dates o dates molt pròximes. D'aquí el fet que una entitat independent pugui justificar-se com a una alternativa per poder donar una oferta lúdica musical bona i remarcable al marge i amb col·laboració de l'ajuntament, però gestionat per l'entitat.

Debilitats: Parlem d'un municipi amb diversos nuclis de població, en concret les Roquetes és equivalent en població al de Ribes, però molt menys equipat que Ribes, i per tant parlem que encara que es faci una EMD, parlem d'un territori sense tant dinamisme cultural com pot ser Ribes o Vilanova i per tant sempre trobarem aquesta debilitat.

Amenaces: La gran amenaça probablement sigui mitjançant la mateixa debilitat, el que sigui un territori sense molta transcendència i on mai s'hagi fet un esdeveniment molt gran, i per tant vist el col·lapse del departament de cultura probablement no vulguin complicar-se en un projecte tant gran i caldria que l'entitat sigues prou autosuficient per fer i resoldre tots els aspectes del festival, vers l'ajuntament que solament hauria de fer els permisos i donar les acceptacions. Aquest tema també seria una amenaça ja que la burocràcia normalment és lenta dins l'ajuntament i amb una entitat pot arribar a ser molt mes lent. També cal recalcar que podríem xocar amb altres entitats comarcals que es dediquen a muntar festivals, però molt mes senzills i de forma municipal.

Fortaleses: El fet de ser entitat a un territori on tothom pot tenir veu i vot, despolititzada i que es ven com l'organitzadora d'un gran sarau seria la màxima fortalesa, ja que les idees per programar espectacles i activitats lúdiques vindrien avalades pels joves del municipi, i fins i tot comarca si poguéssim créixer com a entitat, i per tant el públic i acceptació ja vindrien a priori, també el fet de ser a un lloc apartat, i a un territori on els festivals musicals organitzats no tenen molta transcendència ni passen dels grups locals.

Oportunitats: La gran oportunitat parlaríem de donar a conèixer el poble de les Roquetes del Garraf, el qual seria beneficiós per activar l'economia local, sobre tot al ser un gran aparador d'un espectacle massiu amb un públic captiu de 10.000 persones durant dos dies. També es podria derivar a altres entitats el fet de fer organitzacions similars i per tant no dependre tant de la burocràcia pública i per tant descolapsant la mateixa creant cert dinamisme. Altra oportunitat podria ser la de donar mes fama a la festa major ja que l'esdeveniment es faria una setmana avanç i per tant dins la cultura local seria un bon lloc on publicitar la festa major atraient a mes gent i fent que es millori i reinventi millor.

3 - Recerca teòrica comparada.

Literatura:

La literatura consultada de cara a la planificació de projectes ha estat diversa, ja que no hi ha cap manual concret per a la realització de festivals rock i si hi ha algú pot ser no sigui del tot adequat per la nostra finalitat, ja que cada festival i esdeveniment és radicalment diferent. El que si ha servit d'ajuda és la literatura referent a consideracions a l'hora de planificar un esdeveniment i concerts, que juntament amb la comparació i anàlisi d'altres esdeveniments similars al que volem organitzar ha portat a donar les deduccions de que i com volem fer les coses.

El primer a deduir de la bibliografia recercada, sobre tot a Internet en el que fa a organització d'esdeveniments arriba a la conclusió que l'organitzador professional d'esdeveniments, sobre tot de concerts, és un professional que crea, planifica, gestiona, organitza i produeix, esdeveniments especials que constitueixen un camp en ple desenvolupament constant.

Respecte a la realització de l'esdeveniment com a indústria en la que s'inverteix molts diners, es parla de que avanç de prendre decisions definitives sobre l'execució de l'esdeveniment s'han de considerar dues preguntes bàsiques:

- És l'esdeveniment el mitjà o recurs mes apropiat per arribar als objectius proposats, o existeix una forma mes adequada?
- És l'esdeveniment el mitjà mes adequat, quin tipus d'esdeveniment es té que considerar?

També es parla del desenvolupament de les activitats per a la realització de l'esdeveniment on tots arriben a la conclusió que cal considerar aquests termes:

- Objectiu principal.
- Nombre de participants.
- Lloc a realitzar-se.
- Duració.
- Accions del procés que condicionaran l'esdeveniment.

Una vegada clar això, la bibliografia parla de les relacions amb els proveïdors, professionals i els que presten serveis, la qual el gestor cultural o professional organitzador ha de fer una eficient gestió. Es fa especial èmfasi en la vinculació a l'esdeveniment de les estratègies de comunicació, les estratègies de comercialització i les ventes de cara a una rendibilitat i marges entre costos i efectivitat.

Altres recomanacions de la bibliografia van fer èmfasi en el tema de la logística i la planificació amb les empreses.

Respecte a la logística es fa èmfasi en què el gestor cultural no és preparat per ser un expert en logística, però que ha de ser curós amb la mateixa, ja que es un element que si surt bé l'esdeveniment ningú se'n recorda d'aquella, però si surt malament tothom li culpa. Per tant el professional ha de tenir alguna noció de logística i rodejar-se de gent que tingui bastants nocions de cara a una bona administració, contractació, etc.

També en l'aspecte amb les relacions amb les empreses a l'hora de contractar serveis es parla de primer planificar amb quines empreses s'està disposat a treballar i amb això fer un índex d'empreses i una cartera de contactes de la gent amb la que vols treballar. Una vegada fet això el que s'ha de fer es una coordinació de responsabilitats de cada persona i empresa en lo que farà i especificar les seves responsabilitats, veure amb qui ha de treballar de les altres empreses, a qui ha de demanar autorització, etc. S'ha de fer una gestió de les empreses a mode de recursos humans atorgant funcions, responsabilitats, etc. El professional ha de saber coordinar aquests serveis amb una finalitat comuna.

De cara a una coordinació i organització bona s'ha de tenir preconcebut un projecte clar, amb un cronograma d'activitats on s'especifiqui totes les coses a fer per al concert amb data. Tenir clar el pressupost amb els ingressos que hi hauran, i una descripció detallada de totes les despeses una a una tenint clar el punt d'equilibri on no hi haurien despeses, en context amb el que s'organitza.

També es recomana tenir a mà totes les informacions dels artistes i les informacions tècniques de cara a poder saber fins a on arribaran els recursos contractats, es a dir la programació.

Els elements generals a tenir en consideració per a la realització d'un concert, segons la bibliografia consultada, els quals es descriuen com necessaris per a l'organització i que poden repercutir al final i a tenir en compte serien:

- El lloc de realització: Es parla de que el poder trobar el lloc adequat com a primer terme és important, sobre tot si es un lloc en es realitzen concerts de forma habitual i amb capacitat per acollir als músics i al públic que es te pensat en què acudirà. Si l'esdeveniment el volem crear a l'aire lliure s'ha de tenir en compte que es necessitarà molta mes potencia en equipament que una sala, un escenari adequat a aquest equipament, i tenir en compte els fenòmens meteorològics ja que poden fer suspendre o posposar el festival.
- L'equipament musical: L'equipament pot ser prestat, llogat o ser de propietat, normalment aquest equipament es lloga a empreses d'equipaments les quals també proporcionen als professionals de sonorització, ocupant-se del muntatge i la sonorització del concert. Pel que fa a la potencia de l'equipament i el seu preu, depèn dels músics que toquin i de les característiques del local o zona on es vol donar el concert. Es recomana que dues hores avanç del concert tot l'equipament sigui muntat i sonoritzat per fer la prova de so amb els músics, etc.
- La convocatòria i difusió: Es fa referència a que molts concerts bons al final queden mig buit per errades de la convocatòria inicial o la publicitat per atraure al nombre de gent que s'esperava. Aquest tema es facilita molt si el públic és potencial sapient el nombre aproximat de persones que assistiran i sobre tot si ja les persones son lligades a altres activitats, etc. La majoria de vegades cal difondre el concert o esdeveniment el mes possible repartint invitacions, fent cartelleria en llocs específics, enviant notes de premsa a mitjans de comunicació, sobre tot en les ràdios i diaris locals que solen anunciar de forma gratuïts aquests esdeveniments, es a dir una bona campanya de comunicació tenint en compte que aquestes formes de difusió per si soles mai garantitzaran el ple del concert.
- Les despeses: Cal tenir controlades totes les despeses, sobre tot prèviament i comparar-ho i tenir clar quin seria el pressupost i els recursos disponibles per a

l'organització del concert o esdeveniment. A vegades es pot aconseguir prestat, equipament, cartells, lloguers, etc, gracies a la col·laboració de persones i empreses a mode de patrocinis a canvi de publicitat o altres favors els quals es recomana fer-ho clarament mitjançant convenis on s'especifiqui clarament el rol de cadascú. També es recomana que les despeses s'han de pensar anticipadament i sobre tot tenir clar i també anticipadament pensar com es pagaran les despeses, sobre tot considerant que cada col·laborador o contractat tindrà les seves pròpies polítiques de cobrament, alguns anticipadament, altres al 50 % i d'altres al final. Amb això cal tenir clar de quina liquiditat es disposa i de quina es disposarà, i negociar. Es recomana no recórrer a un possible preu de les entrades per cobrir les despeses fixes i el millor es procurar gastar el menys possible buscant financiacions alternatives per pagar-los.

- La data de l'esdeveniment i el concert: Es recomanable fer els concerts i grans esdeveniments en cap de setmana i fer que no coincideixin amb altres esdeveniments importants a la ciutat o lloc on s'organitzi, com partits de futbol, altres concerts, etc. També cal tenir en compte que els concerts que es programen fora de cap de setmana també tenen certs avantatges, però normalment tenen molta menys afluència. També cal tenir en compte les èpoques de l'any, com estiu, Nadal o Setmana Santa, els quals no son molt aconsellables ja que molta gent amb plans anticipats marxa de les ciutats, i excepte artistes que tinguin molta fama o esdeveniments amb molt renom per reunir a molta gent, es probable també esperar poca afluència de gent. Per tant cal preparar curosament la data del festival tenint en compte els factors meteorològics, els dies del calendari, les festes locals, etc; i organitzar i donar la data amb molta antelació per que no hi hagin preses, es pugui disposar de tots els recursos, i deixar que el públic pugui amb antelació pensar en l'esdeveniment.
- Motivacions i treball en grup: Es un aspecte important de cara als professionals que es dediquen a l'organització d'esdeveniments, ja que l'organització d'aquests esdeveniments comporta el suportar i superar certes dificultats organitzatives que sempre apareixien, i per tant els professionals han de saber sempre que volen fer i per que ho volen fer, amb un equip que recolzi el professional i que comparteixi les mateixes motivacions de cara a la consecució dels objectius proposats i que tinguin certes capacitats de reaccions rapidas.

Pel que fa a l'organització de festes juntament amb el que s'ha dit avanç, cal tenir en compte que per a qualsevol tipologia de festa o esdeveniment, cal fer un diagnòstic per preveure les debilitats, amenaces, fortaleses, i oportunitats que la mateixa pugui aportar. Pel que fa a les festes el que es busca e l'èxit i deixar un bon sabor de boca als assistents al final de la mateixa i s'ha de regir per la personalitat dels qui l'organitzen, les ganex i les intencions, les quals fan unes festes diferents de les altres.

- Que: Cal tenir clar el que es festeja, es a dir la raó de la festa, s'ha de pensar en com ha de ser, s'ha de fer un esquema del que passarà en cada moment i el que es voldria que pogués passar en aquella festa per part dels assistents. A tota festa hi ha d'haver un arrencament, un nus i un desenllaç de la mateixa.

- Com: Aquí s'ha de pensar no en la festa en sí, sinó en la transcendència que es busca a la festa, es a dir si serà elegant, formal, distesa, esbojarrada, etc. Es recomana fer els preparatius amb molta antelació sobre tot si son grans celebracions amb certa envergadura. Sobre tot la recomanació ve donada en què dona bons resultats una bona planificació ja que ha d'haver un temps per a cada cosa i una cosa per a cada temps. També es considera important considerar l'ajut que es pot necessitar en la festa o celebració, sobre tot per tenir clar per a la contractació de serveis i o empreses. Cal supervisar el perfil de les persones que es desitgen que assisteixen a la festa i que tinguin la possibilitat de fer-ho. També s'han de determinar horaris per a la programació, les espontaneïtats, etc.
- De que manera o forma: Les despeses en la festa han d'estar en acord amb la realitat i en consideració al nivell econòmic o pressupost, per l'alt cost que suposa l'organització de les mateixes. Cal concertar els serveis amb antelació i sobre tot tenir en compte la liquiditat i la disponibilitat dels serveis sobre tot per dates ja que hi ha temporades altes i baixes dins les contractacions d'animacions per a les festes. També es recomana demanar diversos pressuposts de cara a comparar serveis i preus demanant diferents propostes. Al final de la festivitat cal fer una avaluació crítica a mode de diagnòstic de cara a destapar errors, victòries i coses a millorar.

Anàlisi comparat amb altres projectes:

Al panorama de l'estat espanyol actualment es viu un dels millors moments dins el panorama musical en qualitat i quantitat de festivals. Pel que fa al panorama roquer cal destacar que els festivals destaquen en varietat, qualitat i formacions de bandes estatals a un nivell bastant similar a països del nord europeu com Noruega, Suècia i Alemanya entre altres.

El projecte de festival que es proposa en aquest treball seria un esdeveniment musical de "guerra de bandes" on la filosofia no seria un concurs musical plenament, sinó un festival lúdic musical de rock dur e independent on es buscaria la banda mes revelació de les participants, crear un ambient festiu, i donar una gran oferta festiva. Els objectius del projecte del nostre festival a grans trets i com a comparació amb altres festivals consultats serien:

- Crear una mostra de les bandes nacionals i o locals emergents, depenent el grau de festival que es vulgui donar (Bandes locals, Bandes nacionals, Bandes internacionals).
- Fomentar el diàleg entre músics dins el festival on cada banda dialoga amb la resta mitjançant la música en viu.
- Donar projecció a nous i emergents grups musicals amb un escenari on es puguin lluir.
- Crear un festival lúdic festiu musical que doni projecció al municipi on es realitzi.
- Atraure públic rocker, underground e independent amb una proposta d'oci memorable on hi hagi bastant capiguda.
- Crear un espai festiu distes on hi pugui tenir capiguda comerços i campanyes de conscienciació als joves i no tant joves en temes com l'alcohol, drogues,

conducció, anticoncepció, etc, oferir productes i merchandising, donar cabudes a Estands culturals i de jovent, nous comerços, comerços joves, etc.

El programa del projecte consisteix en un macroconcert rocker amb una oferta lúdica a mode de festa a un espai ampli, a ser possible urbà com a oferta d'oci musical i a la vegada cultural i festiu fora de l'oferta majoritària dels canals de distribució.

Actualment es poden veure a l'estiu una bona varietat de festivals roquers, alguns de talla internacional com seria *Leyendas del rock*¹ amb grans cartells musicals on hi convergeixen grups internacionals amb nacionals enriquint el panorama i creant noves projeccions, aquest en concret es defineix de la següent manera filosòficament:

“Para los que estáis desde el principio y para los que se van incorporando ahora, el mensaje sigue siendo el mismo; Leyendas del Rock es una celebración, un homenaje a los héroes de nuestro rock, un reconocimiento explícito, una muestra de respeto y admiración por lo que hicieron y por lo que están haciendo. También es, cómo no, una manifestación de agradecimiento a todos vosotros que con vuestra presencia hacéis posible esta hermosa ceremonia”.

Seremos viejos, pero nunca derrotados.

Aquest festival aposta pels grups en llengua castellana i grups nacionals com un festival de reunió d'un cartell amb els millors, deixant el cap de cartell sempre a un cap de grup a estil d'honorífic.

Altre festival on la filosofia es presentar grups no consagrats amb caps de cartell consagrats seria el *Viña Rock*² que se celebra a Villarobledo i podria ser un antecedent bo per a la finalitat del festival que es proposa al projecte. El festival *Viña Rock* s'autoanomena com a Festival d'art Natiu *Viña Rock*, el qual s'organitza anualment el cap de setmana previ al primer de Maig. Des de que va començar a organitzar-se a l'any 1996 s'ha anat celebrant a Villarobledo durant 11 edicions consecutives. A l'edició del 2007 es va decidir de traslladar el festival a Benicàssim, però l'audiència provincial de València va concedir a l'ajuntament de Villarobledo la titularitat de la marca *Viña Rock*. Al 2008 aquest festival es va celebrar com a *Viña rock* en Villarobledo organitzat pel seu ajuntament i com *Viña* a Paiporta per l'empresa original. Al 1996 a la primera edició va néixer com a Festival nacional de Musica Apocalíptica on van participar els grups *Platero y Tu*, *Extremoduro*, *Los Planetas*, *Los Enemigos* i *Australian Blonde*. El nom de *Viña Rock* sorgí d'una entitat de joves que es van reunir amb el departament de cultura de Villarobledo per organitzar a la zona un festival de musica Art Natiu, venint l'etimologia del nom de les grans extensions de vinya de la localitat.

Cap al 1997 i 1998 el festival va anar derivant a una combinació de Rock, mestissatge i Hip Hop ampliant la seva duració i adoptant el nom de Festival d'Art Natiu. Cap al 2006 es va arribar a congrega 86.000 Persones que van participar els tres dies.

L'any 2007 va ser l'únic any que es va celebrar a Benicàssim ja que l'organització ho justificava com a millora en instal·lacions pel gran creixement del festival en assistents i per tenir independència per escollir el cartell d'artistes acabant amb una demanda de l'ajuntament de Villarobledo per incompliment contractual de la realització de l'esdeveniment fins al 2016, guanyant l'ajuntament el judici i l'empresa organitzadora

¹ <http://www.leyendasdelrockfestival.com/>

² <http://www.vina-rock.com/>

Matarile va decidir canviar el nom a *Viña* on actualment al 2008 s'han fet dos festivals independents, un organitzat a Villarrobledo i l'altre a Paiporta.

Altre festival en què el projecte s'inspiraria i es podria analitzar comparativament seria el *Festimad*³, un festival cultural de música alternativa que se celebra a la comunitat de Madrid des de l'any 2004.

Festimad es un festival que inclou diferents festivals culturals paral·lels dins un mateix projecte, encara que la seva identificació ve com festival de música essent un dels festivals més veterans del territori espanyol. Actualment el *Festimad* porta 14 edicions amb un record de fins a 40.000 assistents per dia en alguna de les seves edicions, essent un dels festivals amb major repercussió, encara que han hagut diferents formats del mateix durant la trajectòria del mateix. Una de les característiques del festival ha sigut els cartells que han portat al llarg de la seva història centrats en rock i música independent, amb grups de la talla de *Metallica*, *System of a Down*, *Públic Enemy*, *Marilyn Manson*, etc. Cal dir que no tots els grups que participen al *Festimad* han estat de renom ja que l'organització té com a filosofia la de donar a conèixer grups locals, arribant a haver grups que van rebre projecció com *El Club de los Poetas Violentos* o *Deftones* que van acabar essent internacionals.

L'associació cultural sense ànim de lucre, actualment membre de la conselleria de Cultura i esports de la Comunitat de Madrid *CreAcción* es la que gestiona el festival des de la seva primera edició, cal dir que aquesta entitat cultural també participa activament dins altres àmbits culturals.

CreAccion primerament va concebre el festival com a aliè del sector públic, amb premisses d'independència creativa i distanciament del format comercial com a reunió i mostra de la cultura alternativa existent d'una època, on el prioritari no era portar a grups de renom internacional si no permetre que es donin a conèixer els grups locals. Respecte als beneficis del festival es va establir que aquests deurien reinvertir-se amb els fins de l'organització.

Normalment el *Festimad* es celebra a finals de maig per evitar la coincidència amb *Rock in Rio* entre altres.

Actualment a l'oferta del *Festimad* hi predomina grups Hard Rock, Metal i en algunes ocasions hi ha hagut espai per grups de Hip Hop i Pop Rock.

La programació del festival es reparteix entre dos dies i els concerts tenen lloc a algú dels 4 escenaris principals que es reparteixen els grups de rellevància, i quan a un escenari toquen a l'altre es fan espectacles que es solapen amb les de l'altre deixant als grups espai per que pugin fer proves de so mentre s'actua a l'altre.

També cal dir que dins el recinte també es donen altres festivals paral·lels com *Zona Freak*, *Festidanz*.

Normalment els concerts comencen a les 2 de la tarda amb els guanyadors del concurs Rock també gestionat per l'entitat i continuen sense interrupció fins als caps de cartell. Una vegada finalitzat els concerts es fan sessions de Djs i el festival *Festidanz*.

També amb motiu del festival es va crear el *Festimad Mercado*, un festival on s'estableixen diverses botigues que ofereixen productes i serveis relacionats amb la resta d'activitats que es realitzen al *Festimad*, però fora del recinte a altres sales i espais fora del festival..

Aquests festivals serveixen d'exemple, però cal dir que hi ha innumerables festivals que segueixen la mateixa filosofia dins el panorama roquer.

³ www.festimad.es

Festivals a destacar al 2008 son: *Bike Rock Festival*, *Choorock*, *Derrame Rock*, *Festival Mijas Rock*, *Mechero Festival*, *Atarfe Vega Rock*, *Extremusika*, *Festival Via de la Plata*, *Ripollet Rock*, *Lorca Rock*, *Metalway*, *Metalmania Festival*, Etc.⁴

Cal recordar que el panorama i el negoci del món de la música Rock tal i com s'entén dins el moviment Rock Pur, es mou amb diferents dissenys, canals i formes de negoci dels de la música Pop de llistes d'èxit, etc.

La proposta que es presenta de “Guerra de les bandes” persegueix l'objectiu de ser una mostra de la varietat de bandes musicals emergents que es presentin i la qualitat d'aquestes com a trampolí a donar-se a conèixer al públic, on toquin entrelaçadament i es pugui crear un diàleg musical.

A part la proposta del projecte miraria de poder fer una gran zona comercial que a diferència de projectes com el *Festimad* sigui dins el mateix recinte i una zona d'activitats i espectacles també dins el mateix recinte diferents a l'oferta musical, però amb relació.

En relació al *Viña Rock* el projecte miraria de buscar lligams locals per que arrelí el festival i pugui projectar el municipi, això si a diferència de *Festimad* i *Viña Rock*, intentant ésser una entitat del tot independent del consistori.

Pel que fa a altres detalls es miraria de seguir la mateixa línia que aquests festivals de projecció, etc.

Pel que fa a la filosofia de Guerra de les bandes per a la mostra de grups locals cal dir que la concepció de “Guerra de les bandes” prové de concursos de grups musicals nord Americans on el grup més votat pel públic present de la mostra de grups que es presenten a aquesta prèvia càsting, s'emporta el premi que pot ser una gravació, promoció, diners, etc.

Un exemple i del qual també s'inspiraria el projecte, va ser el Reality “camí al Ozzfest” que patrocina el canal britànic VH1, de guerra de grups musicals on el premi era talonejar al festival *Ozzfest*⁵ i el públic votava la formació musical amb criteris d'estètica, qualitat musical, espectacle, autenticitat, filosofia de grup etc; qualitats indispensables per a una banda de Rock en concepció de banda. I fins i tot anava més enllà del festival. D'aquí sorgeix la idea de que els grups al projecte es publicitin amb espectacles, cridades d'atenció al públic, etc. Es pretén buscar al grup més revelació i es voldria que fos votat pel mateix públic com el grup musical que més adeptes pot arrossegar per diferents vessants. No solament es buscava fer un concert, si no, que el públic es diverteixi dins i fora del concert amb aquest grup musical.

El projecte que es presenta beuria d'aquesta filosofia de guerra de bandes a l'estil nord americà, però seguint l'objectiu d'oferir un bon espectacle roquer i una oferta d'oci interessant per als seguidors d'aquesta música.

El festival que es proposa té com a finalitat la vanagloriació de la filosofia de la música i el que aquesta suposa per a les bandes, els músics i els que col·laboren amb ells, i tenen il·lusions per poder viure d'aquesta filosofia. No es pretén fer un concurs musical amb finalitats comercials ni com a certamen de premis als millors, sinó crear un divertiment que a la vegada sigui projecció en un escenari.

Per tant es presenta un festival lúdic musical i festiu de grups musicals Undergrounds, a ser possibles roquers i o similars, escollits pel públic que els votarà a un web i tocaran a

⁴ Guia de concerts i festivals: <http://www.rocknrock.com/>

⁵ <http://www.ozzfest.com/>

dos escenaris. Aquests grups “ competiran “ per la banda més revelació avaluats pel públic present amb els guardons de guanyador per a la millor banda, i uns guardons especials per als músics. També es proposa aprofitar l'esdeveniment per portar un grup consagrat amb bastant acceptació com a colofó als concerts, organitzar un mercat de merchandising i una zona d'oci, i oferir a les institucions públiques la col·laboració amb campanyes de conscienciació sobre l'alcohol, el sexe, i la conducció.

4 Descripció i justificació del projecte.

- Conceptualització de la proposta (Missió, Visió i Valors).

La proposta per a l'organització del festival lúdic musical de "La guerra de les Bandes" al nucli de les Roquetes del Garraf a Sant Pere de Ribes, es pot conceptualitzar com una oferta que dona una entitat municipal i en últims termes comarcals, per a un públic majoritàriament jove i aficionat a la música rock.

La missió de la nostra proposta, tindria diferents vessants.

El primer a considerar seria la de crear un festival musical on els grups locals poguessin interactuar entre ells i es puguin establir uns diàlegs musicals per tal que es puguin enriquir els uns amb els altres, amb la finalitat de fer disfrutar al públic assistent.

També altra missió es la de donar una oferta lúdica dins aquest esdeveniment musical com a alternativa i complement dins el mateix. Per tant la missió es podria resumir com una gran festa amb música, concerts, actuacions, mercat, etc.

La nostra visió com a projecte i organització es la de poder oferir una gran festa a mode de festival amb l'excusa de la música a un territori on normalment no se solen fer aquests esdeveniments i els que es fan normalment se solen veure limitats. La utopia seria el poder fer un gran festival amb grups musicals internacionals i nacionals amb una gran festa en diverses carpes a mode com es fan els festivals nacionals com Metalway, o Leyendas del Rock que pugués atreure milers de persones, però es va voler fer un festival propi amb una filosofia pròpia i per tant es va optar per poder crear mitjançant els recursos que es van creure possibles de trobar i a l'abast, un festival de mitjà format lligat al territori.

La nostra idea principal va sorgir del fet que a la festa major de les Roquetes del Garraf normalment el tema musical per a joves es fa un concert amb 3 o 4 grups locals el qual ens va semblar una festa petita ja que anava condicionada l'assistència i l'èxit al prestigi o fama local del grup musical que tocava i depenent l'ordre del cartell aquest festival no tenia l'èxit esperat. També la nostra visió de "La guerra de les bandes" va venir del fet que a la mateixa festa major l'oferta d'orquestrades és doble, ja que es contracten dues orquestrades el mateix dia de Sant Joan i toquen juntes a la Plaça de Llobregat de les Roquetes que arquitectònicament té un lloc destinat a orquestrades i un altre alt on es poden instal·lar dos escenaris petits. El fet d'aquesta arquitectura de la plaça fa que les dues orquestrades s'instal·lin una en front de l'altre i per tant es vagin tornant en actuacions i de vegades competeixin. Aquest fet si sumem que amb els joves es podria fer el mateix, oferint una oferta lúdica a la vegada i amb la idea nord Americana de les batalles de les formacions musicals, podria ser raonable i tenir èxit. No solament això, si no que si s'agafa la idea i es pretén cuinar a la Ibèrica, s'arriba a la derivació de la idea de poder fer un festival al mode dels que se celebren al nostre territori, on grups puguin tocar en escenaris paral·lels tornant-se en un non stop, podent portar un cap de cartell com a reclam, i establir una zona comercial i lúdica.

Sabent el perfil dels grups locals Rock i mes o menys els gusts locals i la filosofia de vida i festa de la gent que normalment acudeix a aquests concerts locals, es va pensar en una visió bastant mes lúdica del que seria un concert i en una certa interacció entre públic i actuant mitjançant buscar un sistema de votació, ovacions etc, per als grups locals i buscant en tot cas amb el foment d'aquests sense discriminacions entre grups.

Per tant d'aquí la visió de que amb les consumicions i participacions en activitats fomentades pels mateixos grups es voti al més popular, amb uns experts al de més qualitat, etc. Per tant el públic interactua amb els grups musicals, els músics etc.

Respecte a la idea de la zona comercial i lúdica, també es va fer una visió força particular, la visió no va ser la de fer una zona comercial i lúdica com fan a altres festivals del territori que posen un bar, alguna atracció i estands a grans preus. La nostra visió va entonar més amb el que es fan als festivals Bikers, sobre tot els de Calafell, on es posa una gran carpa bar, es fan contínuament activitats per als socis, i es posen parades d'articles exclusius, algunes a bon preu, es fa publicitat d'esdeveniments, campanyes, etc. Per tant això va suggerir una visió de poder oferir una oferta similar, però retocada. La idea seria la de poder muntar una gran carpa amb un gran bar, que tingués un escenari propi i que es facin activitats lúdiques i animacions no exclusives per socis, si no per a tothom que hi assisteixi constantment, posar algunes atraccions també, i crear un espai totalment festiu a l'estil festa. Pel que fa a l'espai comercial la idea va ser la de poder fer partícip als comerços locals, que vulguin col·laborar, fer partícip la gastronomia, les institucions amb campanyes, i a les parades de mercat de complements relacionats amb la música, la festa, etc; a preus assequibles i no abusius dins el recinte, ja que la finalitat es fer divertir-se a la gent i no escurar les butxaques.

En vista del gran cúmul d'activitats es va pensar en què es podria fer en un dia, però es va arribar a la conclusió que el públic s'estressaria i podria ser massa pesat, i per tant es va pensar en fer-ho en dues jornades festives per que la gent pugui descansar i disfrutar del màxim d'activitats possibles.

D'aquí podríem derivar els nostres valors per al festival que son el de donar una oferta divertida, única, anecdòtica i buscar al grup més autèntic. Fer que les persones assistents al festival no s'hagin de rascar molt la butxaca i preveure un esdeveniment barat on les persones no s'hagin de gastar més de 30 € per cap en tot el festival i vulguin repetir l'experiència i sigui memorable. També volem dins tot el festival és què la gent es diverteixi, però a la vegada donar certs valors dins els grans problemes dels joves com son les responsabilitats davant l'alcohol, drogues, sexualitat, i conducció, i per tant es vol fer col·laborar a les institucions públiques per que puguin establir el seu espai dins el festival i poder dialogar amb els assistents podent desplegar les seves campanyes dins aquest ambient que es el quotidià dels joves i on es troben enfront aquests problemes.

El nostre valor més gran dins el que seria el festival i el que es buscava es el de fer entendre que els grups musicals que triomfen i es fan un nom, gairebé mai son els que millor tècnica tenen, si no els que millor carisma ofereixen, el que ofereixen el millor espectacle i el que millor interactua amb el públic i per tant el gran valor d'haver guanyat el concurs o ser finalista no serà el premi si no el carisma, la diversió donada, no la tècnica que per altra banda es bastant important i també es buscava de recompensar d'alguna manera. També a recalcar que la qualitat vindria pels caps de grup que tocarien els quals serien grups bons nacionals. Per tant diversió, entreteniment, festa, qualitat i responsabilitat serien els valors del festival.

- Objectius del projecte: Culturals, socials, polítics i econòmics.

Els grans objectius del projecte cal dir que serien primer de tot poder donar aquesta oferta inèdita al terme de les Roquetes del Garraf, poder arribar a oferir una oferta de festival mitjà on puguin assistir gent de fora de la comarca i de la mateixa.

- El primer objectiu es la de trobar les condicions necessàries per poder crear un festival a ser possible a les Roquetes del Garraf mitjançant la redacció d'un projecte detallat i la defensa del mateix dins les institucions municipals.
- El segon objectiu es el de trobar recolzament per part d'espònsors i col·laboradors locals i de fora que els interessi crear un aparador per a un públic captiu mes o menys massiu i els interessi col·laborar.
- El tercer objectiu és el de poder atraure un públic el suficientment divers i massiu en tant quant el recinte pugui allotjar amb una oferta atractiva i accessible.
- El quart objectiu es el de poder fer que aquest públic atret es diverteixi, disfruti, estigui segur, agust i rememori el festival amb un bon sabor.

Culturalment:

Culturalment els objectius del projecte del festival de la "Guerra de les Bandes" podem destacar que son:

- Crear una mostra atractiva de grups locals on ells es puguin donar a conèixer i mostrar-se en unes bones condicions. La idea és que aquests grups locals es pugin donar a conèixer a un gran públic i no solament al públic que coneix el grup, es a dir el públic podria conèixer grups nous mitjançant l'alternança de les actuacions dels grups locals. També el factor de l'equipament, l'escenari i el recinte poden ser la clau de donar aquesta atracció amb una inversió en equip bona i professional, amb qualitat de so, en un escenari gran i en el marc d'un gran festival. Per tant es crear una mostra atractiva i un foment als grups locals i cultura musical local.
- Portar dos grups consolidats i de projecció nacional atractius pel públic que demanin i que mai s'hagin imaginat que poguessin venir a tocar al poble, saciant la set d'un bon concert en condicions, dins l'avantguarda de la musica Rock i la música dels grups locals.
- Fomentar i donar empena als grups locals i la gent que comença a tocar i tenen il·lusió en formar grups locals, sobre tot per que pugin tenir metes i mostrar i enriquir la cultura musical local en aquest aspecte i vessant.
- Crear un ambient de diàleg mitjançant la música i la diversió amb els joves i les persones assistents per tal de fomentar les diversions sanes i d'aquí la importància de la col·laboració de les institucions públiques i empreses per que puguin fer campanya dins el recinte en temes d'interès a la joventut i per tant

crear un marc educatiu dins una proposta que pot semblar de diversió desfasada a diversió responsable.

- Contribuir a un enriquiment socio cultural mitjançant una filosofia de forma de diversió mitjançant la música i l'oci.

Socialment:

- Un dels principals objectius socials dins el territori on es vol ubicar el festival, es el crear un punt d'inflexió dins la concepció de festivals musicals dirigits als joves i interessats en l'avantguarda del Rock i Rock local.
- També es vol fer aconseguir l'objectiu de que es canviï la mentalitat sobre els festivals Rock, la musica i la moguda Rock per part de gent que desestima aquesta avantguarda i la perjudica buscant altres i invertint en altres quan aquesta és suficientment rentable i sobre tot popular.
- Es vol potenciar el diàleg entre joves i la solidaritat entre generacions, tendències musicals i formes de veure la vida, d'aquí la importància de que les institucions pugin col·laborar amb campanyes ja que es un aparador excel·lent.
- Altre objectiu social es el de crear i estimular d'interès per la música com a mitjà integrador i cohesionador.
- Es vol aconseguir també l'evitar els abusos als festivals i festes amb preus ajustats i assequibles a totes les butxaques com a prioritat de cara al públic per que es pugui sentir còmode i pugui tranquil·lament consumir dins el recinte sense suposar un gran esforç.

Políticament:

Políticament els nostres objectius queden clars i podem diferenciar dues vessants polítiques, primer la definició política dins el municipi i segon la vessant política en el que es la realització del festival. Pel que fa a la primera:

- No hi ha objectius polítics ni de partit, ni com a entitat dins la política municipal, ni com a persones, ni com a forma de beneficis i o altres dins i fora del territori.

Pel que fa a la segona definició de política els nostres objectius son:

- La mobilització de col·laboradors i gent jove dins l'avantguarda musical i les relacions públiques.
- La Reducció de costos i esforços mitjançant aportacions voluntàries.
- La consagració com a entitat.
- La consagració com a professionals de la gestió cultural mitjançant el festival.

- L'organització d'un festival lúdic musical amb rerefons cultural, educatiu i social.

Econòmicament:

Els nostres objectius econòmics son:

- Poder organitzar un festival de grans dimensions amb un balanç equilibrat sense pèrdues, ja que no es disposa de molt capital inicial per poder invertir i arriscar.
- Com a entitat no tenim ànim de lucre ja que la llei així ho disposa i per tant l'única lucració permesa seria el nostre objectiu, el de poder reinvertir en el festival de l'any següent les ganancies si hi ha com a capital inicial.
- Trobar el màxim d'espònsors que col·laborin econòmicament i infraestructuralment per reduir costos i a la vegada poder ampliar el festival.
- Trobar les millors ofertes en qualitat i preu per contractar infraestructura, espectacles i serveis.
- Establir uns preus populars dins el recinte que no suposin una carrega per la butxaca del qui participi i així activar el consum dins el recinte.
- Trobar ingressos amb noves fórmules com el lloguer de parades, etc.
- Externalitzar el màxim possible els serveis de cara a no tenir que invertir en personal treballador propi pel seu alt cost econòmic vers el festival.

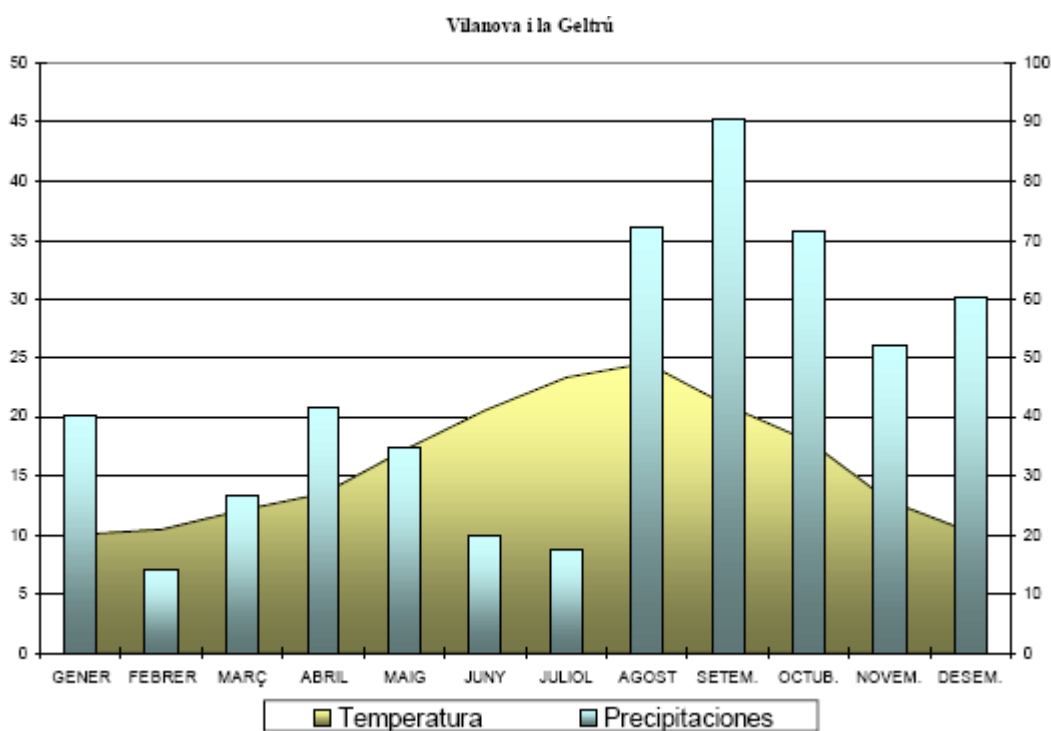
- Programa detallat del contingut, línies d'activitat, i serveis (educatius, comercials, serveis perifèrics).

Tal i com es pot veure al planning del dia del festival, les activitats del festival passen per 5 divisions on hi ha programades les activitats. Al planning es poden veure totes les activitats que es programarien hora per hora al festival.

El festival de la Guerra de les Bandes estaria pensat per a realitzar-se el divendres 18 i el dissabte 19 de juny del 2010. El per que d'aquestes dates son en primer terme per que es va pensar que per donar mes repercussió i publicitat al festival seria interessant que es pogués fer uns dies avanç de la Festa Major de les Roquetes com un complement a aquesta ja que parlem que som una entitat cultural municipal i per tant hem de col·laborar amb les festes locals. També es va pensar que al mes de juny, segons els climogrames locals ja que és dins els mesos que menys plou el tercer en consideració i justament on la temperatura en graus és moderada vers els altres dos mesos que menys plou, Juliol on la temperatura es força alta i vers Febrer on la temperatura és massa freda per espectacles a l'aire lliure.

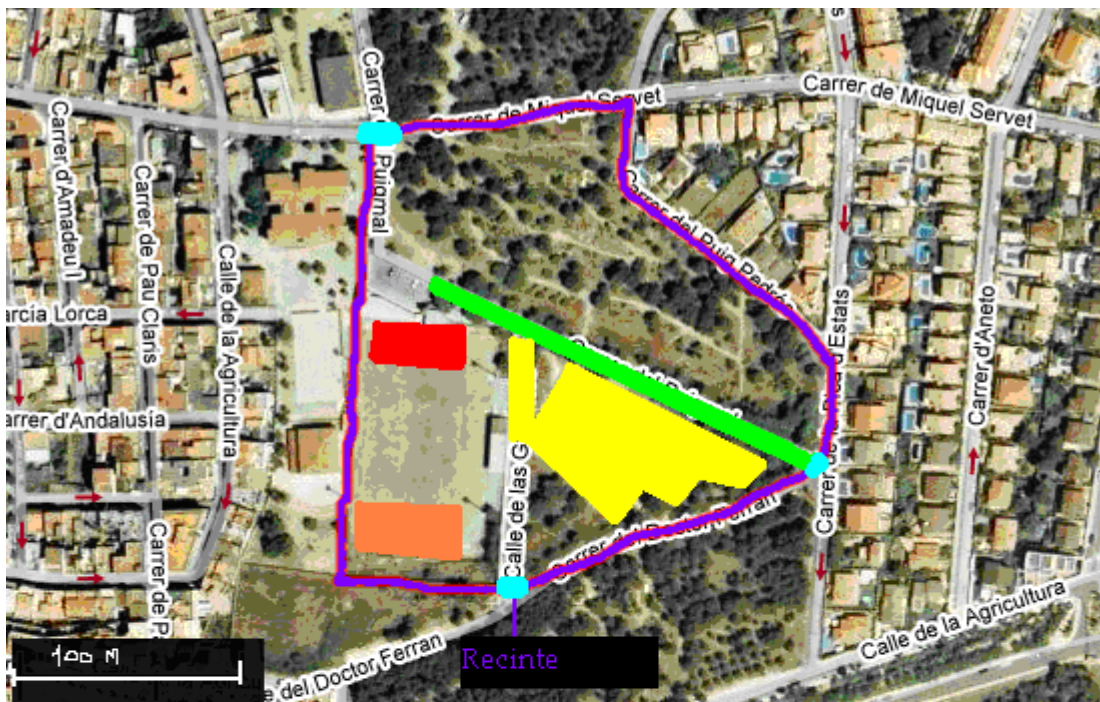
Per tant Juny climatològicament sembla el millor mes per realitzar un esdeveniment del calat del festival ja que no fa fred ni una calor molt gran i per tant hi pot haver un clima temperat i agradable per activitats a l'aire lliure, sense molt risc a pluja.

Com es pot veure en aquest climograma de Vilanova i la Geltrú, el terme municipal del costat de les Roquetes del Garraf, trobem una mitjana de la temperatura i pluja dels últims 5 anys al juny s'esperaria una temperatura mitja entre 20° i 25° , probablement es podria arribar gairebé als 30° si fes molta calor i ens arriscaríem a que refresques, però sense ser massa ja que no baixaria dels 20 °. Pel que fa a la pluja sembla ser que al juny no és massa humit encara que poden haver excepcions i s'esperaria una mitja de 20 litres per metre quadrat i per tant cal cobrir la possibilitat de pluja mitjançant una assegurança.



També cal dir que una setmana mes tard no es podria realitzar el festival ja que ens trobaríem en plena Festa Major de Sant Joan i els terrenys del camp de futbol i adjacents son utilitzats per a la realització d'esdeveniments esportius i de la festa major, i per tant seria força difícil demanar la cessió dels terrenys en aquestes dates ja que la festa major i els actes derivats es realitza normalment a les dates del 19 al 30 de juny i les instal·lacions que ens interessen solen ser utilitzades per esdeveniments esportius sobre tot al final de la festa major.

Respecte a la programació del festival, tal i com es pot veure al Planning es veu destacat els 5 sectors amb que es va dividir el festival que s'explica al capítol 2 i la derivació d'aquesta divisió organitzativa per a les activitats.



- Entrades i sortides (Públic: C/ Puigmal i Servet, Comerços: C/ Pica d'estats i Serveis C/ Guilleries).
- Zona Lúdica amb Escenari 3
- Escenari 1
- Escenari 2
- Zona comerços

La divisió respon a la sèrie d'activitats e interessos programats, i a les opcions de programació que el públic assistent pot veure i disfrutar.

Pel que fa a l'horari d'obertura del festival els dos dies es van tenir en compte tres variables.

- La primera es el fet de la reducció de costos pel que fa al lloguer del material i el muntatge del mateix, ja que es pot disposar d'un dia i mig per muntatge i desmuntatge del mateix, probes de so, assaigs, muntatge de comerços etc.
- La segona variable va ser el fet de que volíem que hi pogués disfrutar del festival el màxim de persones possibles i per tant com Divendres i Dissabte es consideren dies laborables, va semblar un reclamament obrir a partir de les 15 hores de la tarda com a consideració per les persones que treballen aquells dies, probablement la majoria, poder fer un bon guiny als que també dissabte laboren, i fins i tot poder fer descansar al públic i que el festival no sigui tan intens.
- La tercera variable es el poder tenir mig dia sense públic al festival per poder fer tasques de manteniment del recinte i una primera avaluació.

Respecte a l'horari de tancament de portes es va pensar fer a les 5:00 de la matinada, es a dir dues hores mes tard de l'últim espectacle que seria el concert del cap de cartell. El raonament per haver establert aquesta hora va ser en primer terme per poder deixar que la gent que sortís de l'espectacle podes tenir un temps de distensió i descans del concert avanç d'abandonar el festival al Bar Hayma. En segon terme va venir la idea de que seria força intens el concert de cap de cartell amb els guanyadors del dia i algun concert mes i per tant es va pensar en què seria interessant que el públic pogués sortir a la zona comercial per poder menjar alguna cosa, esmorzar a la zona comercial i fins i tot passejar després del concert pel recinte, ja que molta gent probablement pot venir reclamada solament pel cap de cartell i sembla interessant deixar obert tot una hora o dues mes.

Cal dir que a efectes organitzatius el que es pretén és què en ple apogeu del festival, es a dir en la franja horària de les 19 hores fins a les 22 hores es pugui triar activitats alternatives pensant en el sector de públic que no li agradi una activitat, actuació, o vulgui descansar d'un lloc del recinte pugui tenir alternativa.

També cal comentar que la gran afluència i massa de públic s'esperaria a partir de les 22 hores de cara al concert dels caps de cartell i per tant les activitats a la zona de Bar es va pensar en anar fent –les mes light de cara a convertir el bar en una zona de distensament i mes relaxada que el propi concert en si per la gran afluència al recinte tancat al camp de futbol.

| Horari Divendres | General | *Zona Lúdica amb escenari 3 | Escenari 1 | Escenari 2 | Zona comercial | | |
|------------------|---------------------|-----------------------------|-----------------|--------------------------|--------------------------------|---------------------|---------------------------|
| 15:00 | Obertura de portes | Bar Heavy | - | - | Obertura de comerços i estands | | |
| 16:00 | | Concursos jocs i animacions | | Desafiaments Guitar Hero | | | |
| 17:00 | | | | Prova de so | | Prova de so | |
| 18:00 | | | | 1/2 Concert de | | 1/2 Concert de | |
| 19:00 | | | | 1/2 Concert de | | 1/2 Concert de | |
| 20:00 | | | | 1/2 Concert de | | 1/2 Concert de | |
| 21:00 | | | | 1/2 Concert de | | 1/2 Concert de | |
| 22:00 | | | | - | | 1/2 Concert de | 1/2 Concert de |
| 23:00 | | | | Bar disco Heavy | | Prova de So Lujuria | Teloneig finalista en cap |
| 0:00 | | | | | | | Taloneig finalista en cap |
| 1:00 | | | Concert Lujuria | | | | |
| 2:00 | | | | | | | |
| 3:00 | | | - | | | | |
| 4:00 | | | - | | | | |
| 5:00 | Tancament de Portes | | | | Tancament comerços | | |

| Horari Dissabte | General | *Zona Lúdica amb escenari 3 | Escenari 1 | Escenari 2 | Zona comercial | | |
|-----------------|---------------------|-----------------------------|----------------|---------------------|--------------------------------|--------------------|---------------------|
| 15:00 | Obertura de portes | Bar Heavy | - | - | Obertura de comerços i estands | | |
| 16:00 | | Concursos jocs i animacions | | Desafiaments musics | | | |
| 17:00 | | | | Prova de so | | | |
| 18:00 | | | | 1/2 Concert de | | 1/2 Concert de | |
| 19:00 | | | | 1/2 Concert de | | 1/2 Concert de | |
| 20:00 | | | | 1/2 Concert de | | 1/2 Concert de | |
| 21:00 | | | | 1/2 Concert de | | 1/2 Concert de | |
| 22:00 | | | | - | | 1/2 Concert de | 1/2 Concert de |
| 23:00 | | | | Bar Heavy | | Prova de So Warcry | Entrega de Guardons |
| 0:00 | | | | | | | Teloneig Finalista |
| 1:00 | | | Concert Warcry | | | | |
| 2:00 | | | | | | | |
| 3:00 | | | - | | | | |
| 4:00 | | | - | | | | |
| 5:00 | Tancament de Portes | | | | Tancament comerços | | |

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

| Horari Divendres | Activitats amb horari de una hora de durada | Activitats constants durant tot el festival |
|------------------|---|---|
| 15:00 | | |
| 16:00 | Actuacions de Freak Famosos (Animadors vestits de famosos). | Activitats de PaintBody. |
| 17:00 | Actuacions de Freak Famosos (Animadors vestits de famosos). | Jocs amb els ulls embenats. |
| 18:00 | Jocs de parella. | Activitats de Play Station. |
| 19:00 | Karaoke | Futbolí Gegant. |
| 20:00 | Coldsplay | Toro Mecànic. |
| 21:00 | Concursos de samarretes i calçotets mullats | Altres atraccions |
| 22:00 | Estripers (No integral). | Sorteig de regals (Espònsors i comerços). |
| 23:00 | | Malabars |
| 0:00 | | |
| 1:00 | | |
| 2:00 | | |
| 3:00 | | |
| 4:00 | | |
| 5:00 | | |

| Horari Dissabte | Zona Lúdica amb escenari 3 | Activitats constants durant tot el festival |
|-----------------|---|---|
| 15:00 | | |
| 16:00 | Actuacions de Freak Famosos (Animadors vestits de famosos). | Activitats de PaintBody. |
| 17:00 | Actuacions de Freak Famosos (Animadors vestits de famosos). | Jocs amb els ulls embenats. |
| 18:00 | Concurs Air Guitar | Activitats de Play Station. |
| 19:00 | Karaoke. | Futbolí Gegant. |
| 20:00 | Concurs freaky heavy. | Toro Mecànic. |

| | | |
|-------|---|---|
| 21:00 | Concursos de samarretes i calçotets mullats | Altres atraccions |
| 22:00 | Estripers (No integral). | Sorteig de regals (Espònsors i comerços). |
| 23:00 | Confessionari | Malabars |
| 0:00 | | |
| 1:00 | | |
| 2:00 | | |
| 3:00 | | |
| 4:00 | | |
| 5:00 | | |

* Activitats de a zona lúdica i escenari 3 al camp de futbol petit i terreny colindant

* Es programarien mes activitats probablement depenent els diners i les ofertes de les empreses d'animació.instància

- Activitats Programades:

Bar Heavy:

Aquesta es l'activitat més duradora de tot el festival i consisteix en l'ambientació del bar de la carpa Hayma com a un bar Heavy Metal amb un disc jockey que punxaria música Heavy i projectaria videoclips heavy i rock. Cal dir també que juntament hi hauria activitats dins el mateix bar d'animació que podrien consistir en actuacions d'actors dels grups d'animació com de personatges, escenes, malabars amb ampolles, regals per part dels espònsors en base a consumicions, i fins i tot alguna actuació musical espontània pels grups d'animació i pels grups locals fent campanya de la seva banda.

Aquesta activitat es consideraria tranquil·la, el soroll del bar estaria bastant moderat per que les persones pugin romandre tranquil·lament prenent les seves consumicions i descansant dels altres ambients.

Concursos Jocs i animacions:

Aquestes activitats suposarien l'alternativa a les activitats musicals que es realitzarien al recinte dels escenaris al camp de futbol i es realitzarien a la zona adjacent al bar Hayma, comerços i l'escenari 3.

Les activitats serien portades a terme pels grups d'animació contractats on ells es posarien d'acord amb l'ordre d'aquestes activitats, segons la disponibilitat dels actors, l'afluència de gent a la zona, etc. Aquestes activitats d'animació consistirien a grans trets i com a exemple en:

- Concursos de samarretes i calçotets mullats.
- Concurs freaky heavy.
- Concurs Air Guitar.
- Karaoke.
- Coldsplay
- Joc de la corda.
- Jocs de parella.
- Jocs amb els ulls embenats.
- Activitats de PaintBody.
- Activitats de Play Station.
- Futbolí Gegant.
- Toro Mecànic.
- Estripers (No integral).
- Sorteig de regals (Espònsors i comerços).
- Confessionari.
- Actuacions de Freak Famosos (Animadors vestits de famosos).
- Malabars
- Etc.

Aquestes activitats vindrien contractades en diferents paquets a grups d'animació intentant fer un ambient festiu al mode festa universitària. Aquestes activitats buscarien la interactuació amb la gent que es trobi als voltants o que estiguin expectant de les mateixes. El que es busca amb aquestes activitats és divertir i animar a part de fer

participa a tothom del festival. Aquestes activitats intentarien seguir l'horari establert per l'organització

Desafiaments Guitar Hero:

Aquesta activitat es realitzaria a l'escenari 2 el divendres 18, vindria patrocinada per Sony Computer Entertainment i consistiria en desafiaments entre persones espontànies del joc Guitar Hero amb gent del públic i persones que hi juguen a aquest joc habitualment com si fos un concurs de millors guitarristes. L'activitat en si estaria composta per un animador de Sony amb una pantalla gran per que el públic pugui visualitzar be, i el so punxat a l'equip de so moderadament. Els participants que podran ser diversos participaran a l'escenari cara al públic amb una pantalla petita on podran veure les notes i seran avaluats pel mateix públic assistent. Sony també com a patrocini i col·laborador farà un concurs i els guanyadors rebran uns regals del mateix patrocinador.

Desafiaments Músics:

Aquesta activitat pretén ser un aparador als assistents a mode de reunir als millors músics de la comarca i fer-los tocar junts o fer-los donar una mostra del seu talent junts. L'activitat consisteix en posar a uns músics de cert talent a tocar i que la gent espontània que sàpiga dominar un instrument s'acopli a la banda i així també fer tocar a gent del públic fent-los quedar o anar-se depenent el nivell musical el qual s'anirà pujant conforme vagin apareixent músics bons. Al final de l'activitat es buscaria fer unes cançons amb els millors músics.

L'activitat vindria organitzada per l'organització amb col·laboració i cortesies en instruments i amplificadors, i controls de qualitat d'una botiga d'instruments musicals de la Comarca, com a espònsor.

Guerra de les Bandes:

Aquesta consisteix en l'activitat reina de tot el festival i la qual dona nom al mateix. Aquesta activitat es compon pels grups locals del municipi i la comarca que actuen i es van tornant d'un escenari a l'altre en torns de mig hora amb un total de 2 torns per grup on aquests creen un diàleg i un non Stop d'actuacions demostrant el seu virtuosisme.

Aquesta activitat es realitzaria als dos escenaris del camp de futbol un en front l'altre tornant-se sense deixar espai entre actuació d'un grup i altre, i dialogant entre ells, alguns fins i tot picant-se per donar el millor espectacle.

Cal dir que el festival gira entorn aquesta activitat, ja que al final del mateix i l'última actuació del dissabte per telonejar a Warcry serà el grup guanyador.

L'activitat no solament consisteix en l'actuació de les 8 formacions musicals locals la qual ha de centrar l'acte, si no que es pensa que hi hagin activitats relacionades dins del que seria tot el festival com les campanyes per als grups musicals, es a dir cada grup musical podrà fer propaganda del seu grup, muntar activitats dins el recinte del festival i fer campanya per recollir vots dels assistents. El grup mes votat pel públic mitjançant les consumicions fetes al recinte serà el guanyador del certamen. Aquestes votacions es té en què siguin controlades a cada lloc on s'expedeixin les butlletes o votacions i informàticament sumades, controlades i visibles en diferents pantalles dels dos bars. Cada formació es portarà un guardó assignat per un jurat competent i a part el premi de

la guerra de les Bandes consistent en un Barril de Cervesa amb una placa gravada per els tres finalistes.

La finalitat de l'activitat es el de poder donar a conèixer els grups musicals, la seva personalitat, i augmentar l'esperit de lluita d'aquests per el triomf. El que es pretén amb aquesta activitat es fer disfrutar a la gent i a la vegada donar un moment de gloria en un festival mes o menys important als grups locals, que de per si son formacions de vegades inestables i fugaces de gran qualitat.

La forma de votació dels grups musicals està pensada en el que seria butlletes de votació en consumicions al bar, les quals s'aconsegueixen escollint-les al demanar una consumició, també es poden aconseguir en les consumicions en altres establiments comercials del recinte, i en les mateixes butlletes que podran llençar els grups locals mitjançant les activitats proposades, també es guanyarà uns bonus extres de butlletes per votar al participar en les activitats i jocs d'animació del festival on al final de cada activitat que una persona es presenti voluntària, es podrà emetre un vot de qualitat, es a dir un vot important equivalent a 10 votacions o el que el jurat cregui convenient depenent l'apologia que es faci al grup al finalitzar aquesta i se li demani pel seu grup favorit.

La relació de grups que tocarien seria:

- Goodchild.
- Los p-Setas.
- Arcada.
- Los barranquillos.
- Patada al Rey.
- Enomine.
- Logica Oscura.
- Ponme un quinto.

Teloneig:

Aquesta activitat té dues vessants i se celebraria a l'escenari 2 mentre es va preparant el cap de cartell per a tocar. Cal dir que els grups locals que toquin el primer dia s'ha pensat que podrien jugar amb desavantatge ja que la gran afluència de gent probablement es concentrarà mes dissabte que diumenge i per tant es va creure que els grups en cap finalistes poguessin tocar algun tema mes i per tant poder fer campanya avanç del cap de cartell amb un tema o dos i probablement amb algun tema compartint escenari per recordar al públic les seves actuacions.

Respecte a l'últim dia i per tant la segona vessant de l'activitat de teloneig al cap de grup, s'esperaria que el grup guanyador del festival toqués dos o tres temes després de rebre el guardó com a guanyador del festival i donés pas al cap de grup i fins i tot ho pogués presentar com a colofó.

Aquesta activitat duraria mig hora mes la mig hora després de la mitja hora de l'entrega de guardons.

Concert Lujuria:

Aquesta activitat es desenvoluparia a l'escenari 1 el divendres a partir de la 1 de la matinada i consistiria en el concert del grup heavy nacional Lujuria i que tindria una duració mes o menys de dues hores depenent la comoditat del grup i el públic.

Lujuria és un grup Heavy Metal en castellà de Castella i Lleó que es va formar al 1993 per 5 segovians considerant el seu estil Heavy Eròtic Metal.

La major part de les seves lletres parlen de sexe, de vegades amb to humorístic i altres seriosament cosa que no els ha impedit implicar-se amb tota classe de causes socials. Entre aquestes causes cal destacar que es van comprometre amb la "Asociación de Asistencia a Víctimas de Agresiones Sexuales y Malos tratos" quan van editar el Single "Espinass en el Corazón" on van donar tots els drets d'autor d'aquest per demostrar que no volien lucre, arribant a una reedició del mateix pel seu gran nombre de demanda. També cal destacar l'àlbum conceptual als comuners amb una versió del cant popular de Castella i els himnes dels diferents moviments comuners actuals.

La formació de la banda es compon per:

César de Frutos, "El Oso", bateria (en les grabacions d'estudi).

Rítmica, "Julito", guitarra rítmica.

Jesús Sanz, "Chepas", guitarra solista.

Javier Gallardo, Baixista.

Nuria de la Cruz, "lilith" teclats.

Óscar Sancho, Veu.

Juan Fernando Manso, "JuanFer", bateria(als concerts)

La seva discografia es compon per:

Cuentos para mayores, 1995.

República Popular del Coito, 1997.

Sin parar de pecar, 1999.

Enemigos de la castidad, 2001.

El poder del deseo, 2003.

Espinass en el corazón, 2003. (Single)

Únete al escuadrón, 2005. (en directe)

Las maquetas, 2005.

...Y la yesca arderá,2006

Sudamérica únete al escuadrón, 2007 (Llançament a Sudamerica del seu disc en directe, primera publicació de Lujuria a Amèrica.)

Concert Warcry:

Aquesta activitat es desenvoluparia a l'escenari 1 el dissabte a partir de la 1 de la matinada i consistiria en el concert del grup heavy nacional Warcry i que tindria una duració mes o menys de dues hores depenent la comoditat del grup i el públic.

Warcry és una formació musical Heavy Metal asturiana que fou fundada per Víctor García a l'any 1996. L'any 1997 es va gravar la primera maqueta titulada "Demon 97". El primer àlbum de la banda homònim, va ser editat cap al 2002.

L'estil musical de la formació denota influències de Manowar i Iron Maiden, però l'influència que més ha marcat a la formació ha sigut la de la formació asturiana Avalanch ja que Víctor García (Cantant) i Alberto Ardines (ex Bateria) en formaven part d'aquesta i van marcar l'etapa més important etapa fins la seva escissió.

Actualment la banda ha anat canviant de formació i l'actual és composta per:

- Víctor García (Veu)
- Pablo García (Guitarra)
- José Rubio (Guitarra)
- Roberto García (Baixista)
- Rafael Yugueros (Bateria)

La discografia de la banda es compon per:

| Any | Títol | Detalls |
|-------|-------------------------|---------------------------|
| 1997 | Demon 97 | Demo |
| 97-01 | Ruptura (1997) | Reformació (2001) |
| 2002 | WarCry | Estudi |
| 2002 | El sello de los tiempos | Estudi |
| 2004 | Alea Jacta Est | Estudi |
| 2005 | ¿Dónde está la luz? | Estudi (Digipak CD + DVD) |
| 2006 | Directo a la luz | En Viu (Digipak DVD + CD) |
| 2006 | La quinta esencia | Estudi (Digipak 2 CDs) |

Altres activitats no reflexades al planning:

També es tindria pensat en altres activitats no contractades per l'organització, encara que si autoritzades per la mateixa i que estiguessin organitzades per col·laboradors i espònsors. La tipologia d'aquestes activitats podrien consistir en activitats lúdiques organitzades per els comerços, activitats gastronòmiques, activitats lúdiques organitzades pels grups locals, campanyes organitzades per les institucions i atraccions i o activitats o atraccions per cortesia de col·laboradors o institucions públiques, etc.

Un exemple d'aquestes activitats podria ser una campanya de conscienciació per a la beguda amb algun joc o dinàmica a un estand o al mateix recinte del bar, algun inflable per cortesia de l'ajuntament de Sant Pere de Ribes i la Diputació de Barcelona, o una mini actuació d'algun grup local per a promocionar-se, o campanya de grup local.

- Serveis:

Pel que fa als serveis també cal comentar la programació d'aquests. Es considera servei el fet que no és activitat, però s'ha d'oferir als assistents al festival alguns, com a millora i alguns, com a obligació sobre tot per ser un acte massiu i les persones i organització podria necessitar d'aquests. Aquests serveis necessaris els podem dividir en:

Seguretat:

Aquest servei s'oferirà durant 48 hores ininterrompudes i consistirà en el control de la seguretat privada dels artistes i seguretat del col·lectiu de les persones assistents al festival. El control d'entrada i sortida de les persones, la vigilància del recinte durant les hores de festival i no festival, la vigilància i seguretat dels equipaments, etc.

Sanitat:

Es té previst oferir un servei de sanitat dins el recinte i muntar una infermeria de campanya on qualsevol persona assistent o treballador del festival pot ser atesa. Es té previst també oferir un servei d'ambulàncies d'emergències i un servei de professionals sanitaris durant les hores de festival.

Bombers:

Es va pensar necessari que hi hagués una patrulla de bombers, ja que el festival es realitzarà a un recinte on predomina la vegetació, els arbres, etc; junt amb la sempre present probabilitat que es produeixi un incendi i per tant cal una patrulla preparada vetllant per que no hi hagin incendis.

Electrògens (Llum):

El servei basic que oferirà el festival als col·laboradors serà una font de llum provinent dels generadors electrògens que alimentarà els estands, el gran bar Hayma i sobre tot la zona d'escenaris on es necessitarà una gran força elèctrica per a fer funcionar tot l'equipament de llums i so. Tothom que tingui un estand o una parada podrà accedir a una font de llum limitada a una potència concreta en watts, segons estipuli el tècnic dels generadors electrògens.

Neteja:

També s'ofereix un servei de neteja per a tots els assistents al festival que anirà en les hores de festival mantenint net el recinte i al final de l'esdeveniment ho netejaran i retiraran les escombraries en col·laboració amb el servei municipal de recollida de deixalles per que els terrenys quedin tal i com van ser cedits i per donar una bona imatge de netedat al festival de cara al públic.

Tècnics i equipaments de so i llum:

S'ofrirà als músics participants al festival un servei de tècnics dels equipaments de so i llum, per a millorar les seves actuacions i equipaments musicals. La finalitat del servei és que els grups locals guanyin en qualitat de so i escenografia. Aquests tècnics assessoraran als músics i prestaran muntaran i sonoritzaran els equips dels grups per treure la millor qualitat sonora possible. Aquest servei és important ja que molts d'aquests grups no han tocat mai amb tanta potència i per tant també al matí avanç del festival assessoraran als grups i faran proves de sonorització en la mesura del possible.

Comerços:

El festival també oferirà al públic assistent diferents serveis, però en aquest cas de pagament a preus populars en el que fa a menjar i begudes mitjançant els col·laboradors i d'altres serveis que vindran dels mateixos negocis dels comerciants. Això sempre tenint en compte que els preus seran avaluats per l'organització i que no podran ser abusius ni mes cars que a l'exterior del recinte del festival.

Diversos:

També hi ha tot un paquet de serveis diversos de menor menció, però igualment de vital importància com els WC repartits al recinte del festival, un servei d'atenció fet per gent de l'entitat per informar al públic, un servei de carreta elevadora per muntatges, i uns serveis de coordinació per a comerciants, artistes i participants.

- Avaluació de les possibles Contradiccions del projecte.

Pel que fa a les possibles contradiccions del projecte, es pot destacar dues vessants, la primera pel que fa a la mateixa filosofia del projecte en tant guerra de les bandes vers els concerts de caps de cartell. I la segona vessant pel que fa a la filosofia educativa vers un ambient festiu i taxat de viciat.

Pel que fa a la primera vessant cal comentar que la filosofia del festival es la de poder donar als grups locals l'oportunitat de poder tocar en un concert gran, amb un bon equipament i crear un aparador ideal per a donar-los a conèixer, ja que es creu que aquests grups locals normalment molts amb qualitat son fugaços i de vegades inestables. Per tant el que es vol fer és poder fer una mostra d'aquests i donar-los una oportunitat bona de poder fer la realitat del somni de molts grups que son tocar en un festival en un bon escenari amb molta gent.

La contradicció vindria donada pel fet que probablement el cap de cartell podria apagar el que seria en si la guerra de les bandes i una possible contradicció podria ser que es pogués veure com que els grups locals telonegen i la banda de cap dona el concert. Per tant en aquesta qüestió cal matisar bastant bé ja que l'eix central del festival no es el cap de cartell que es el reclam del festival, si no la guerra de les bandes en si mateix on el protagonisme ho han de tenir els grups locals i d'aquí on s'ha de fer l'esforç per que el cap de grup faci ombra als altres, ni a les activitats del festival. Cal dir que també podria donar-se contradiccions en el tema lúdic i musical, cal dir que les dos vessants existeixen, però l'atenció central es la guerra de les bandes amb l'alternativa lúdica.

La segona contradicció que podem trobar es la derivada del fet sobre tot del tàndem festa i Rock vist normalment com a desfasament, alcohol i derivats. En aquest cas sembla que pugui entrar en contradicció el fet de que es vulgui fer campanya d'informació sobre els temes d'alcohol, drogues, conducció, etc; quan al mateix recinte es pot comprar alcohol a preu assequible, tabac, i al ser un lloc allunyat molts poden venir conduint. Però cal dir que en un ambient així es creu el mes propici per a fer les campanyes ja que es on trobaran el públic mes receptiu. També altra contradicció en aquest aspecte pot venir derivat del fet que les votacions també es fan mitjançant les consumicions, sobre tot les del bar. En aquest cas no es fa apologia a l'alcohol, si no que s'ofereixen alternatives i votarà igual una persona que es prengui una cervesa a una que es prengui una beguda sense alcohol, o altre que prengui una beguda alta en alcohol. La responsabilitat en aquest àmbit residirà als responsables que prenguin les begudes, com a tots els bars, locals i festivals, ja que no solament es vota amb beguda, si no amb moltes altres activitats i altres consumicions. Respecte a les persones èbries descontrolades i persones consumidores de drogues si es troben, seran amonestades pels membres de seguretat i en qualsevol cas poden ser expulsades del recinte fins que no estiguin en condicions de tornar a entrar.

Altra contradicció que es podrien trobar, poden ser el fet que es vol que aquest festival sigui assequible a les butxaques dels assistents, però incita a consumir dins el mateix festival i gastar en ell. Entre altres aquesta contradicció de que sigui assequible, però a la vegada que es consumeixi bastant a dins sobre tot als bars, primer de tot ve donada pel fet que es una de les fonts de finançament del festival, i per altre d'aquí que la filosofia sigui de preus assequibles i no abusius, primer de tot per conviccions de l'organització i segon per estimular el consum el qual finança el festival en gran part, i per tant cal controlar el no abús en els preus del festival.

5 Anàlisi de les necessitats i recursos del projecte.

- Avaluació dels recursos disponibles i de les necessitats del projecte: Financers, materials, arquitectònics, humans, intangibles...

Per a l'organització del festival cal tenir en compte que fan falta una sèrie d'infraestructures, espais i recursos els quals cal gestionar per poder realitzar el projecte i dur-ho a bon port. Tota la infraestructura necessita d'una gestió i burocràcia basada en la necessitat d'aquesta, el contacte amb qui pot oferir el servei de la infraestructura, tot el tema de papers i pressupostos, llicències, etc.

A Continuació s'enumera els recursos que es creu que fan falta per a la realització del festival amb la previsió inicial dels passos a donar per poder disposar d'ella per a la realització del festival.

Per la realització del festival del segons les activitats que volem programar farà falta: (numerats i detallats a continuació els pressupostos i gestions pactades i pensades).

| | Infraestructura | Gestió |
|----|--------------------------------------|---|
| 1 | Camp de Futbol i espais adjacents | Contacte amb l'ajuntament i autoritats locals |
| 2 | 3 Escenaris: 2 de 100m2 i un de 50m2 | Contactar amb empreses que lloguen escenaris i demanar pressupostos |
| 3 | Carpes: 1 gran per Bar; Petites Bar | Contactar amb empreses que lloguen carpes i demanar si tenen carpes les cerveseres. |
| 4 | Equip de so i llums x 2 escenaris | Contactar amb empreses que lloguen equips de so i llums i demanar un pressupost |
| 5 | WC químics | Contactar amb empreses que lloguen i demanar pressupost. |
| 6 | Seguretat | Contactar amb empreses de seguretat i demanar pressupostos. |
| 7 | Assegurances | Contactar amb una asseguradora per demanar una assegurança global i recomanacions. |
| 8 | Equip sanitari | Contactar amb Creu Roja o llogar equip sanitari privat |
| 9 | Tanques per perímetre zona | Contactar amb empreses que lloguin tanques altes similars a les de les obres per fer perímetre o demanar a empreses locals de construcció com a publicitat. |
| 10 | Estands | Contactar amb ajuntament o llogar carpes. |
| 11 | Equipament Guitar Hero | Contacte amb Sony Entertainment o Nintendo per demanar com a subvenció l'equipament consistent en projector, consoles, jocs etc. |
| 12 | Equipaments consumibles per Músics | Contactar amb Fender Ibèrica, per |

| | | |
|----|-------------------------------------|--|
| | | <p>subvenció en materials com Cordes d'instruments, pues i altres consumibles.</p> <p>Contactar amb empreses de bateries (KTAMA o similars) per demanar dues bateries complertes i joc de consumibles pels dos escenaris, contactar amb comerços d'instruments musicals per demanar col·laboracions.</p> |
| 13 | Carreta elevadora | Contactar amb empreses que lloguin o demanar una com a patrocini a alguna empresa local. |
| 14 | Equipament Bar | Contacte amb cervesera i empresa de refrescos per equipar el gran bar i el bar llarg de la zona escenaris, i fer conveni amb particulars per llogar els bars i cobrar una comissió |
| 15 | Equipaments Gastronòmics i menjar | Contacte amb empreses de Fast Food per que puguin muntar el seu estand i vendre a preu normal o popular els seus productes, contactar amb bars locals, restaurants i botigues de menjar facilitant que pugin muntar el seu estand i oferir els seus productes alimentaris per a la gent a més de contactar amb comerços i entitats que vulguin oferir la seva gastronomia. |
| 16 | Servei de neteja | Contactar amb empreses de neteja per demanar els seus serveis per dos dies consecutius |
| 17 | Servei d'animació zona Bar i lúdica | Contactar amb empreses d'animació que ofereixi activitats atraccions i diverses programacions d'animació tant d'espectacle i jocs. Contactar amb persones desinteressades que vulguin fer discoteca mòbil i animacions. |
| 18 | Serveis comercials | Contacte amb comerços per que pugin instal·lar-se al recinte, estudi dels mateixos i cobrament per activitat. |
| 19 | Grups locals | Contacte amb grups locals mitjançant difusió com a crida i que es pressentin. |
| 20 | Caps de concert | Contacte amb el Management demanant pressupost disponibilitat |

| | | |
|----|--------------------------------------|--|
| | | i demandes. |
| 21 | Hotels i càtering per a grups | Pressupost d'hotel a la zona i càterings per camerinos si s'exigeix, i conveni amb bar. |
| 22 | Equip emergències | Contacte amb bombers o protecció civil i llogar serveis per dos dies |
| 23 | Publicitat | Difusió a les ràdios locals i regionals, difusió a televisions locals, difusió a diaris locals i regionals, difusió a revistes i premsa especialitzada, creació de Web, i cartelleria per regió i comarca. |
| 24 | Entrades | Compra e impressió entrades |
| 25 | Mertxandatge | Compra d'una partida de samarretes etc. |
| 26 | Premis | Pactats amb patrocinadors |
| 27 | Electrògens | Contactes amb empreses de lloguer d'equips. |
| 28 | Impost SGAE | Pagament impost |
| 29 | Espònsors | Contactes i negociació de condicions amb ells a canvi d'espais i activitats. |
| 30 | Sous de l'organització i coordinació | Sous pels 5 tècnics que durant 9 mesos han treballat 5 diàries per crear el projecte i realitzar-ho dins l'entitat. I pels coordinadors del festival pels dos dies. |
| 31 | Voluntaris | 10 Voluntaris per escenaris, altres 5 per la zona de bar, 3 per a la zona de comerços i 5 per a la zona de serveis. Voluntaris en l'organització |

- Adquisició, gestió i despeses programades derivades de les infraestructures

Els recursos a continuació descrits han sigut cercats buscant empreses que es dediquin a llogar material i a participar en esdeveniments similars al festival mitjançant recerques exhaustives i contactes via E-mail i telefònics demanant pressupostos per a un projecte de Macro festival a Sant Pere de Ribes (Les Roquetes) i per tant els preus reflecteixen en gran mesura el que realment podria costar amb un 90 % de fiabilitat si s'efectués el festival al juny del 2008.

La metodologia seguida tant en aquest capítol com en el següent ha sigut la de demanar pressupostos a empreses reals (veure annexes), segons les necessitats que s'han descrit en el capítol anterior i ordenades numèricament seguint el criteri de les necessitats del capítol anterior.

S'ha agafat el material o recurs que es creu convenient segons el pressupost (que fictíciament es contractaria), si ha fet falta s'ha desglossat, s'ha calculat el cost amb

l'IVA que ens cobrarien i sumar els costos a la taula Excel que hem creat (Veure comptabilitat). La taula Excel té la particularitat de poder fer fórmules automàtiques, i per tant mitjançant el càlcul de persones que volem que assisteixin al nostre festival com a primera financiació, podem anar sumant fins que s'equilibri, i a partir de llavors, poder anar demanant patrocinis per tal de poder programar mes, o simplement poder ser viable el projecte.

1- Camp de Futbol i espais adjacents:

La idea és muntar el festival al camp de futbol de les Roquetes del Garraf i als espais adjacents (Veure plànols) on s'instal·larien els recintes que ens farien falta i s'han programat.

El primer a fer és redactar un projecte amb cara i ulls amb pressupostos, les persones que hi assistirien, la programació, la comptabilitat, etc.

El projecte hauria de passar al departament de cultura per que fos revisat per un tècnic que ens derivaria a Governació. Una vegada a Governació el projecte podria passar pel ple Municipal o simplement per la comissió on es discutiria i hauria d'aprovar si donen llum verda o no al festival pel tema de la localització d'aquest, el tall de carrers, els dies que ho volem fer, etc.

Una vegada aprovat cal contactar amb l'ajuntament sempre via Instància per les diferents demandes que ens poguéssim trobar.

D'aquí també s'ha d'especificar que la negociació per demanar primer l'autorització per la realització del festival y després per aquests permisos seria complicada ja que l'ajuntament posaria moltes traves, i buscaríem la sortida a la negociació de que nosaltres com entitat, demanaríem la subvenció de l'ajuntament en espècies, es a dir que demanaríem una subvenció en infraestructures, els terrenys per poder ubicar el nostre festival a canvi de fer publicitat d'aquest i donar-los un esdeveniment lúdic i festiu. Governació i el ple si fluctuen les nostres negociacions ens donaria el permís per fer el festival.

Una vegada passat el projecte per governació i en el cas que no sigui retallat o desestimat cal fer les peticions finals per instància a l'oficina d'atenció al ciutadà (OAC) per fer la reserva final del camp de futbol, i els terrenys adjacents, per que sigui reservat.

Camp de futbol + camp petit + carrer del Puigmal i parc adjacent = **0€ (subvenció municipal).**

2- 3 Escenaris 2 de 50m2 i un de 20m2:

La idea es poder muntar dos escenaris un davant l'altre per poder tocar dos grups enllaçats en un Non Stop i que sigui visible per tothom i a ser possible el màxim estètic possible. També hi ha la idea de muntar un escenari petit a la zona lúdica on hi farien espectacles els animadors.

S'ha contactat amb dues empreses que lloguen escenaris i s'ha demanat pressupostos. Dels dos pressupostos que s'adjunten a l'Annex s'ha escollit el de *Brown & Palmer* ja

que surt un 30% més econòmic que l'altre i ens ofereixen dos escenaris de 100m2 que normalment és l'estàndard d'un escenari normal i espaiós per tocar un grup nacional i poder allotjar un bon equip de so, llums i escenografies tal i com ens van recomanar una altra empresa d'escenaris amb la que es va contactar.

La despesa passaria a ser segons pressupost:

- 2 Escenaris de 100 m2, (probablement l'escenari 2 sigui 10 m2 més petit) per als grups locals de la batalla i els caps de cartell.
- Un escenari de 40 m2 per a la zona de bar, lúdica i animacions.
- Escales d'accés a l'escenari.
- Possibilitat de muntar fins a 1,20 metres t'alçaria.
- Ornamentat amb faldons de color negre al seu perímetre.
- Amb superfícies antideslliscants.
- Responsable tècnic, muntatge amb personal i transport.
- 2.037,64 € per dia.

Total per dos dies: 4.727,2 (IVA inclòs) = **4.727,2€**

*El pressupost original que es demanar es la meitat del pressupostat ja que es comptava amb escenaris de 50m2 però es va veure que necessitàvem més espai i es va doblar el pressupost de cara a escenaris el doble de gran. Normalment no acostuma l'import a ser el doble y surt un 25% més barat pel fet de contractar més i abaratir-se els costos de desplaçaments, muntatges, etc.

3- Carpes: 1 gran per Bar; Petites Bar

La idea és de poder muntar una carpa gran per allotjar un gran bar a la zona lúdica on la gent pugui estar còmode resguardar-se del sol en cas que apretès i es pogués fer activitats d'animació i decorar-ho.

També hi ha la idea de ficar carpes entrelaçades a la zona d'escenaris per fer un gran bar llarg en longitud per tal que la gent no s'hagi de moure dels escenaris quan vulguin un refrigeri. També es contempla la possibilitat de ficar carpes i cobertures a zones per resguardar-se del sol i ficar estands que s'hauria de renegociar amb les empreses depenent el terreny.

D'aquí s'ha utilitzat part dels dos pressupostos que hi tenim: Un de *Eventop Carpas* i l'altre de *Team Carpes*, segons la necessitat que busquem cobrir.

El primer a tenir en compte és què el festival es realitza a l'estiu i la meitat del seu contingut en hores de bastant sol, per tant cal buscar la manera de buscar cobertures o ombres dins aquest recinte.

A *Eventop Carpas* es llogaria:

Per les carpes es llogaria un set d'il·luminació de 40 focs per a les carpes i la zona lúdica el qual consistiria en el Set de 40 llums amb les seves caixes elèctriques i el transport d'aquest que sumaria:

- Set 40 Llums amb caixes: 485 €.
- Transport i muntatge: 170 €.
- Total + IVA: **759,8 €**

A *Team Carpes* es llogaria:

Pel gran Bar ofereixen al seu catàleg una Haima, que consisteix en una carpa gran de 10 X 10 metres cobrint 100 m2 de superfície on al centre hi anirien les barres del bar formant un quadrat i deixant un gran espai per a cobertura de gent.

També ofereixen pel bar petit i pels estands que volem oferir carpes de 3 X 3 metres amb una superfície de 9 m2. aquesta mesura seria idònia per entrellaçar mes o menys 7 carpes a un lateral de la zona d'escenaris per cobrir l'altre gran bar i la resta serien per estands on mes o menys es podrien llogar unes 20 per a comerços a 100 € cadascuna recuperant part de la inversió. No es descartaria llogar grans cobertes per crear zones d'ombra per cobrir del sol i lligar entre pals etc.

Les carpes costarien:

- 1 Haima 10 X 10 m: 1800 €.
- 50 Carpes de 3 x 3 m a 97 € la unitat: 4.850 €
- Transport i muntatge: 200 €.
- Total + IVA: **7946 €**.

4- Equip de so i il·luminació pels escenaris.

En vista que es vol contractar a dos grups d'àmbit nacional com a caps de cartell per als dos dies i en vista que es vol fer una bona escenografia per als grups locals, i oferir bona qualitat al so, es va decidir demanar un pressupost per a un equip de so expressament per a rock. Es va demanar a l'empresa llogatera que tingués bastant qualitat junta amb una il·luminació bàsica ja que part del festival es farà en hores de llum.

Es va demanar un pressupost a l'empresa de lloguer de material *Diapasound* i ens van oferir un equip bastant acord al que necessitaríem i fins i tot ens rebaixaven preu al demanar els equips doblats per demanar molt material per llogar. Als annexes al pressupost es poden veure fotografies de l'equip que es llogaria.

Desglossat podem dir que van oferir per so 22.000W de potencia amb:

- Altaveus HK , fullrange y top's.
- Subgreus HK 18",15" , Diapasound, double 18".
- Etapes de potència Yamaha sèrie P , Dap professional.
- Etapes potència mon Yamaha , Dap.
- 8 Monitors HK12" , Turbosound doble 15".
- Drumfill (monitor bateria) 1200w.
- Taules de Monitors Yamaha GA 24ch , o Mackie VLZ.
- Taula principal Yamaha M2500, 40 canals , 14aux , 14buses , eq paramètrica.
- Efectes Lexicon MPX500 , Yamaha SPX900.
- Dinàmica 8 compressors Klark Teknik, Alesis , 8 portes de soroll Drawmer, Beh, dBX , Equalitzadors , Yamaha 2 x 32 bandes 1/3 oct, Gestió d'altaveus DBX digidrive.
- Microfonia AKG D112 (2) pels bombos (dos si son heavy), Shure sm57 p/resta bateria, shure sm57 guitarres, DI box LA àudio per baixos, teclats , shure sm 58 inalambriic p/veus.
- Manguera, manguera Adam Hall , 50 metres, 40 canals, sortida monitors.

Per il·luminació, van oferir 40.000w amb el consegüent equip:

- Estructura: Truss travesany trasera fins a 16metres de llargària.
- Rocket 25 par64 rgb.
- Scanner: 4 scanner DMX.
- Flash : 1 superflash.
- Caps mòbils: 4 caps mòbils.
- Efx: 2 màquines de fum pro.
- Trípodes: 2 trípodes davanters amb 8 per 64.
- Controls manipulats tots per PC en rack , amb software de gestió DMX “showsimulator”.

Dins el pressupost inclouen muntatge, retirada, tècnic i trasllat del material per 7.300 € mes IVA pels dos dies de festival.

També ofereixen la possibilitat de complementar tot l'equipament amb un pack d'estructura quadrilàtera per cada escenari amb altaveus penjats amb un import de 1.600 € per escenari els quals gustosament llogaríem.

En total So i Llums ens sortiria per: 10.500 €.

Total amb IVA: **12.180 €.**

5 – WC Químics.

Ja que estem parlant que el nostre major ingrés ve en oferir uns espectacles en un recinte tancat força ampli cal facilitar el que els assistents no surtin del recinte, a més dins la multitud de persones que hi assistirien cal tenir coberts certes necessitats i serveis com son els lavabos.

Per tant es va investigar empreses de lloguer de WC fins trobar una que llogaven cabines de WC químiques bàsiques.

Calculant que vindrien a l'esdeveniment com a mínim 7.000 persones es va mirar de fer un càlcul del servei que podrien oferir aquests WC i sobre tot el poder repartir-los dins l'amplia zona de l'esdeveniment.

Mes o menys s'ha mirat d'optimitzar el rendiment de cada lavabo i el càlcul va ser dividir de 5000 assistents allotjats per un nombre raonable per un lavabo químic, mes o menys 350 persones contant que seran buidats i mantinguts. També es pensa que es podria ampliar la comanda a 30 lavabos depenent les recomanacions de l'empresa.

El pressupost que ens va enviar *PSV Sanitarios* va ser el següent:

- Lloguer de 20 Cabines Sanitàries Autònomes Standard
- 1 Buidat de les mateixes
- Transports, entrega y recollida
- Assegurança de responsabilitat Civil.
- Total: 3.585 €
- Total amb IVA: **4.158,6 €.**

6- Seguretat.

Respecte a la seguretat al festival es va contactar amb diferents empreses de seguretat per esdeveniment on es va omplir el corresponent formulari de demanda de pressupost i no ens van contestar. També es va trucar telefònicament i ens van derivar a directors d'empreses però no ens concretaven al 100% el que ens podria costar, però si que ens van orientar que podria costar uns 10.000 € aproximadament. El que es va fer per calcular millor aquest apartat va ser mitjançant fòrums d'Internet, va ser el poder veure quant cobrava un guàrdia de seguretat i a partir d'allà mirar de fer un càlcul aproximatiu per la falta d'informació trobada.

Un guàrdia de seguretat normalment guanya entre uns 4,5 i 10 euros l'hora depenent la responsabilitat d'aquests. Si es fa una mitjana aritmètica creient que aquests son els sous mínims i màxim arribem a que podríem estipular l'hora a 7,25 € i per tant es podria dir que de 7,25 € , probablement l'empresa ens llogaria els guàrdies a 10 € l'hora quedant 2,75 € de mitja com a plusvàlua de l'empresa de seguretat. Així que afirmaríem que a l'organització ens costaria uns 10 € l'hora cada guàrdia de seguretat. Per tant el càlcul a fer seria de que necessitaríem 48 hores de seguretat i probablement algunes 12 hores mes una dia avanç i un dia després. Per tant fent un càlcul d'una partida de 10.000 € destinats a seguretat es podria afirmar el següent:

10.000 € de partida dividit entre 10 euros l'hora = 1.000 hores de vigilància.

1.000 hores de vigilància dividit entre 48 hores de vigilància del recinte = 20,8 guardes de seguretat, els quals segons l'empresa aniria renovant pels seus torns de seguretat. Nosaltres reservariem 2 guardes, es a dir 48 hores de seguretat pel dijous i el diumenge del festival per mantenir el recinte vigilat en els muntatges. Per tant hi haurien 18 guàrdies per les 48 hores del festival i 2 el dia avanç i 2 el dia després.

També cal dir que no necessitaríem la mateixa aflluència de guàrdies de seguretat a totes les hores, si no que el 80 % d'aquests estigui durant les 14 hores del festival mes dues hores avanç i dues després, per tant quedant 18 hores cobertes de gran risc i la resta com de poc risc.

En les hores de gran risc les tasques serien la de vigilar que els assistents tinguin l'entrada, controlar l'entrada, controlar l'entrada d'elements perillosos, controlar la seguretat activa i passiva dels assistents al festival, la seguretat dels elements i els artistes, mantenir el control i l'ordre del festival. En les 6 hores de menys aflluència hi hauria solament vigilància i control dels acreditats i l'empresa intentaria optimitzar la seguretat de la millor manera.

Total: **Seguretat: 10.000 €**

7- Assegurances.

Pel nostre esdeveniment lúdic festiu necessitem una assegurança de responsabilitat civil la qual el seu valor vindria depenent el nombre de persones que hi assistirien que serien entre 5000 i 9.000 persones i també caldria contractar una assegurança d'inclemències meteorològiques per si plou poder sufragar el festival en qüestió. A part es va recomanar per part de les asseguradores de contractar una assegurança per incompareixença dels artistes.

Respecte a l'assegurança de responsabilitat civil segons el perfil del nostre festival després de les sol·licituds de pressupost enviades a diferents entitats, l'empresa *Alfarisk* ens va fer dos pressupostos de responsabilitat civil, depenent el nivell econòmic cobert, es va optar per el pressupost I que inclou una cobertura de:

- 300.000 € per sinistres.
- 300.000 € per període segur.
- 151.000 € per danys personals per víctima.
- No inclou danys a peces de roba en guarda-roba (no hi haurà al festival).
- No inclou danys al local i instal·lacions. (per això vetllarà la seguretat del festival.)
- Si inclou la defensa i la fiança en cas d'actuacions judicials als membres de l'organització.

Total al Rebut: **3.407,52 €**

Respecte a l'assegurança per inclemències meteorològiques, mes costosa que la de responsabilitat civil, se ens va recomanar per l'ajuntament de contractar-la, encara que el festival és celebraria en una època de l'any on plou poc al municipi, i no es probable cap contratemps meteorològic. Pel fet que el festival porta una despesa considerable pel que fa a la seva organització i el fet de tenir contractat molts serveis i espectacles que cobren per dia, contemplar aquesta possibilitat va ser clau pel risc que suposava que aquest desplegament s'ha de pagar si el festival s'anul·la o te poca aflluència de gent per inclemències meteorològiques.

És va demanar a la mateixa empresa que ens va donar pressupost per a responsabilitat civil per aquesta assegurança amb molt mes risc en capital i el que ens van passar via correu va ser un qüestionari on es va d'haver de posar les dades del festival i buscar una entitat que ens volgués cotitzar. L'entitat que va respondre va ser el *Banc Vitalici* i ens van oferir la cotització i cobertura següent (bastant orientativa pel fet que s'hauria d'actualitzar amb la comptabilitat final tancada):

- Suspensió per fenòmens meteorològics: 70.906 € (aquesta cotització es revisaria ajustant-se a la comptabilitat final en total de despeses del festival per assegurar tot el capital invertit al festival, i s'actualitzaria).
- Indemnització per aplaçament (30% del pressupost) : 21.272 €.
- Suspensió per incompareixença: No contractat (Es va creure convenient no contractar-lo ja que els artistes estarien gairebé tots pagats i els caps de cartell i o animacions van contractats a previ mitjançant empreses de management que posen alternativa si no assisteix un artista. Respecte als grups locals hi hauria una bossa de grups per tocar si caigués algú del cartell).

La factura per l'assegurança pujaria a: **Total: 5.841,09 €.**

Total assegurances: 3.407,52 € + 5.841,09 € = **9.248,61 €**

8- Equip sanitari.

En vista de la gran aflluència de gent que hi participarà d'aquest festival, es va creure convenient la contractació d'un servei sanitari propi pel qual es reservaria un espai per poder muntar un Box pels serveis, probablement dos o tres carpes petites a un lloc

estratègic. Es va investigar si hi existien empreses que lloguessin assistència sanitària i es va trobar una que tenia experiència en festivals i ens van remetre prèvia inscripció d'un qüestionari un pressupost amb el personal que faria falta.

L'empresa *Ser Med BCN* ens va recomanar la contractació del següent personal i infraestructura pel desenvolupament del festival:

- 1 Metge.
- 1 Infermer
- 6 Tècnics sanitaris o socorristes.
- 2 Conductors d'ambulància.
- 1 Ambulància de Servei de Vitals Avançada.
- 1 Ambulància de Servei de Vitals Bàsics.
- 1 Coordinador mèdic.
- Espai per Box mèdic.

Al festival es contractaria segons les recomanacions i segons pressupost per 21 hores d'assistència sanitària:

- 1 Metge = 1.470 €
- 1 Infermer = 1.050 €
- 6 Tècnics sanitaris o socorristes = 4.116 €
- 2 Conductors d'ambulància = Inclosos en ambulàncies
- 1 Ambulància de Servei de Vitals Avançada = 3.360 €
- 1 Ambulància de Servei de Vitals Bàsics = 2.800 €
- 1 Coordinador mèdic = Inclòs
- Material mèdic Fungible = 60 €
- Material Telecomunicacions = 40 €

Total: 12.896 € + IVA = 14.959,36 – Descompte del 5% per contractació 20 dies avanç = **14.315,36 €**

La forma de pagament especificada per l'empresa seria del 60% avanç de la contractació i la resta al final del festival.

9- Tanques per perímetre zona.

Les tanques per circumval·lar la zona es va pensar de llogar-les a una empresa de lloguer de materials de construcció, es van consultar diferents empreses i mes o menys totes demanaven el mateix per lloguer de tanques. En vista del seu baix cost es va decidir calcular per alt la necessitat de tanques ja que no solament es tancarà el recinte si no que podrien fer falta per delimitar altres zones com escenaris o so.

Les tanques mes adient que vam veure que farien falta son les tanques mòbils amb peus de formigó les quals entre ells van subjectes per torques i filferros a més a més de ser difícils de trepar i saltar. També es va decidir dins la partida el de comprar plàstic negre per tapar que no es vegi el que hi ha dins i de baix cost també. De la partida per tapar i per no deixar veure es va destinar un pressupost de 600 € amb els quals per les característiques de les tanques (veure pressupost) 3,50 X 1,90 metres es pot circumdar fins a 8,5 Kilòmetres, i es calcula que el perímetre del recinte ronda els 7 kilòmetres i per tant no queda de més algunes tanques per protegir alguns equipaments o

dependències o zones delicades depenent com es vegi l'avenç del festival i la compra del plàstic negre o obscur per tapar.

També s'ha cregut convenient comprar plàstic de més per crear zones d'ombra entre carpes i entre zones amb focus i arbres amb cordes per protegir del sol equipaments i persones i per tant es va pensar en una despesa de 600 € per dos factors: 1 La nostra primera font d'ingressos es la venda d'entrades i per tant hem de tapar les tanques per que no es vegi que hi ha dins. 2 Moltes activitats es faran a ple sol i per tant cal fer de la zona lúdica que es la que volem que sigui de distensió del concert una zona ombrejada agradable i fresca i per tant es mirarà de crear zones d'ombres.

- 2.400 Tanques a 0,25 € cadascuna = 600 €
- Plàstics obscurs 600 €

Totals plàstics i tanques: **1.200 €**

10- Estands.

Els estands estarien compostos per les 53 carpes sobrants les quals es llogarien pels dos dies del festival a comerços i entitats per 100 per que puguin desplegar campanyes, i les seves activitats comercials a part dels que ja hi puguin venir i muntar la seva carpa o estand. 3 estands quedarien disponibles per muntar una infermeria de campanya per al servei d'assistència sanitària. Per tant entren dins el pressupost de *Team Carpes* i es trauria un ingrés de 4000 € aproximadament pel lloguer d'aquestes recuperant part de l'inversió.

- 50 Carpes – 7 del bar = 43 carpes – 3 d'infermeria = 40.
- 40 X 100 € = **4.000 €** ingrés.

També es tindria previst que poguessin instal·lar estands l'ajuntament, i o algun patrocinador per que pogués desplegar qualsevol campanya publicitària, però la carpa i o coberta aniria a càrrec dels mateixos.

Respecte als comerços hi hauria una tarifa de 50 € o 100 € depenent del que vulguin muntar al recinte, per exemple un vehicle (xurreria) gravaria amb 100 € i una parada tipus mercat es gravaria amb 50 € quedant limitat el personal del comerç a 5 passis per poder entrar al recinte i desplegar el seu comerç a l'igual que les carpes a excepció de peticions personals dels llogaters per condicions especials comercials.

Es preveuria (o buscaria) una aflluència de comerços de:

- Mercat a 50 € : 20 parades = 1.000 €
- Mercat a 100 €: 10 parades = 1.000 €

Total: **2.000 €** Ingressos per espais.

2.000 + 4.000 = **6.000 € Ingrés d'estands.**

11- Equipament Guitar Hero.

Es va contactar amb *Sony Entertainment* que es la branca de *Sony* que gestiona el tema de videojocs i en concret de la *Play Station*. Es va contactar per demanar patrocinament en tema infraestructures i es va tenir la sort de que son en plena promoció de la nova consola *Play Station III*. Es va proposar de que es fes una mostra de *Guitar Hero* dins el

festival i van acceptar amb les condicions de publicitar-se dins el festival de posar la infraestructura i equipament per l'esdeveniment, i no solament això, també es van oferir a conduir un concurs amb regals dins el festival dels duets de Guitar Hero III com a promoció dels seus productes.

L'organització del festival va oferir un escenari amb so de concert, llums i un aparador de mes de 7.000 persones.

Infraestructura:

- 3 Pantalles Plasma gran 50" i o videoprojectors
- 2 Play Station 3
- 1 Regal Play Station 3 (Guanyadors)
- 1 Regal Psp (Guanyadors)
- 1 Càmera digital (Guanyadors)
- Estand lúdic de jocs i consoles play Station.
- Total: **0 € (Patrocini)**.

12- Equipaments consumibles per Músics.

Es va contactar amb *Fender Ibèrica* per demanar patrocini de cara al concurs de la guerra de Bandes, després d'exposar el projecte als responsables de màrqueting de l'empresa a Espanya, van oferir a canvi de publicitat per l'esdeveniment un joc de cordes de guitarra per cada guitarrista, i un joc de cordes de baix pels baixistes de l'esdeveniment com a regal per participar a part d'una Fender Telecaster mexican Standard al guitarrista revelació i un baix.

- Consumibles per músics i recordatoris.
- Premi músic revelació.
- Total = **0 € (Patrocini)**

13- Carreta elevadora.

Es va creure convenient llogar una carreta elevadora per a 3 dies, es a dir per 12 hores avanç del dia del festival, el festival i 12 hores després del festival per si fes falta muntar elements pesats i algun muntador no portes o si s'hagués de carregar alguna cosa, la qual seria de molta utilitat per qualsevol imprevist.

Una empresa de construcció lloga per dies les carretes elevadores, i en el nostre cas es llogaria un parell d'elevadors, a 15 euros cadascú i un elevador de persones a 70 euros per dia.

En total:

- Carretes elevadores: 15 € x 2 unitats x 3 dies = 90 € iva inclòs.
- Elevador de persones: 70 € x 3 dies = 210 € iva inclòs.
- Total: **300 €**.

14- Equipament Bar.

L'equipament de bar vindria donat per la cervesera com a patrocini, juntament amb una ajuda econòmica de 6.000 euros.

Pel que fa als serveis del bar el que es faria és adjudicar-lo a un particular per que porti la barra a canvi d'una quantitat econòmica o percentatge que cobraria l'organització i on el llogater portaria al personal, assegurat etc; com a externalitat.

En el nostre cas es va trucar a un comercial d'una cervesera per demanar pressupost en aquest cas va ser un cap de ventes de *Heineken* que treballava per *Santa Euladia Distribucions S.L.* i el que ens va indicar va ser el següent:

La marca ens proporcionaria l'equipament del bar com els botellers i els tiradors, com a patrocini probablement fins i tot ens podrien arribar a muntar el bar sencer dins el que podria ser la carpa Hayma.

Pel que fa a la distribució de les begudes, es a dir el transport seria gratuït ja que així ha de ser sempre i si ens ho cobren ens estafen.

Normalment dins el que son els esdeveniments si fa una comanda bastant important en quantitat arriben a fer descomptes del 10% al 20% per preu del barril.

Pel que fa a refrescs probablement els marges podrien ser els mateixos i per tant es va generalitzar per arribar a fer un càlcul orientatiu.

Es va calcular que cada got de tirador conté 33 cl de beguda i que cada barril de beguda es compostat per 50 litres. Per tant es va dividir i ens va donar una xifra de 151,5 begudes per barril.

Per tant de cada barril que ens costaria 97,16 amb el seu descompte mitja prop el 20% ens quedaria el barril a 78,16 €. Per tant de cada barril de beguda per got ens costa pagar a la distribuïdora 0,5 €.

En vista de que es preveu una afluència de mes de 7.000 persones en un festival llarg i volent proposar preus no abusius i a la vegada trobar una font de finançament amb el bar, es va decidir de fer la formula següent per cada consumició de begudes:

0,5 € a pagar a distribuïdora + 0,5 € per concessionaris del bar, 1 € per organització.

Per tant guanyaríem 1 € per consumició, i sabent l'afluència i que el festival serà llarg es va estipular mes o menys la mitja de consumició per persona cada dia en 3 consumicions diàries per trobar un marge mínim, sabent que probablement la consumició podria arribar a 4 o 5 per persona per dia, però es va mirar pel risc que suposava el negoci en buscar xifres mínimes.

El raonament va ser el següent:

$7.000 \text{ persones} \times 1 \text{ €} = 7.000 \times 3 = 21.000 \text{ €}$ per organització per 2 dies 42.000 €.

42.000 seria la xifra mínima a arribar pel que fa a guanys per consumició i a consumicions al bar.

També cal dir que com sabem que l'afluència al festival no serà els dos dies al 50%, es va pensar en dividir les consumicions en la proporció de gent que es pensa que assistiria al festival el dia sencer, pensant que el 70% es facturaria al dissabte ja que seria el dia mes fort del festival amb molta més afluència de gent que en divendres al ser el primer dia on hi assistiria la resta, un 30% aproximatiu.

També es va tenir en compte que els dos bars no facturarien el mateix en consumicions i es va fer la mateixa proporció de 70 % de carrega de consumicions a la Hayma i 30 % a la zona d'escenaris quedant de la següent manera els càlculs de les 42.000 consumicions repartides en les proporcions.

Divendres: 30% afluència del festival el dia sencer.

- Bar Escenaris: Consumicions i guanys per organització: **3.780**.
- Bar Hayma: Consumicions i guanys per organització: **8.820**.

Dissabte: 70 % afluència del festival el dia sencer.

- Bar Escenaris: Consumicions i guanys per organització: **8.892**.
- Bar Hayma: Consumicions i guanys per organització: **20.508**.

Total en el festival: **42.000 Consumicions i Euros per organització de guanys.**

Respecte a les begudes cal dir que l'organització hauria de fer una inversió per tal de poder adquirir i fer una comanda en begudes. Sabent que mes o menys es farien 42.000 consumicions a 33 cl, si es fa una multiplicació sabem que es demanaran 13.860 litres en beguda que dividit en barrils de 50 son: 277,2 barrils com a mínim, podent arribar-se a reservar uns 350 o mes barrils depenent la venta d'entrades que es vagi fent. Per tant l'organització hauria de fer una inversió en el bar de:

- **21.650,32 € inversió Bar.**

15- Equipaments Gastronòmics i menjar + 18- Serveis comercials.

Es va pensar que seria millor que els equipaments gastronòmics i de menjar seguissin la mateixa política que els serveis comercials, encara que pels equipaments gastronòmics hi hauria una norma i o prohibició que seria el poder vendre begudes, a excepció que donin una comissió del 50 % per begudes facturades.

Respecte a gastronomia es va pensar en contactar amb empreses de menjar de la comarca, com Bars, Restaurants, Xurreries i empreses de Fast Food com pizzeries i hamburguesseries per que poguessin instal·lar-se a un espai o estand depenent com volguessin muntar el seu negoci dins el recinte i l'aportació per poder muntar la parada amb la mateixa política que els serveis comercials. La política seria de 100 € per Estand o espai Gran i de 50 € per parada simple petita, també depenent el volum de negoci que pugui generar la tarifa es rectificaria a l'alça si l'estand es mes gran del normal, etc.

Dins aquest espai es gravaria un import de 0,5 € per venta de menjar i 1 € per venta de beguda si venen tal i com ho fa el bar. Pel que fa al control d'aquest gravamen es faria mitjançant la presentació d'una copia de la facturació a l'organització al final de l'esdeveniment tal i com s'acordaria dins el conveni establert amb l'empresa de menjars.

Es calcula que probablement les persones que assisteixin a l'esdeveniment hi faran com a mínim un àpat i per tant l'organització en guanyaria similar al bar de la següent forma:

$$7.000 \times 0,5 \text{ €} = 3.500 \times 2 \text{ dies} = 7.000 \text{ €}$$

A l'igual que al bar sabem que la majoria de afluència de gent serà dissabte i per tant es calcularia una proporció ajustada del 30% de afluència de gent per divendres i del 70% per dissabte i els càlculs serien de:

- Divendres: 2.100 € de gravament de 4.200 consumicions.
- Dissabte: 4.900 € de gravament per 9.800 consumicions.
- **Total 7.000 € ingressos gravaments.**

L'organització buscaria negociar amb aquestes empreses per convèncer-los que s'instal·lin al recinte deixant espais publicitaris, etc.

Respecte als serveis comercials serien tractats amb la mateixa política que els equipaments gastronòmics respecte als gravaments i a la cessió d'espais i en un primer moment l'organització contactaria amb botigues i comerços oferint la possibilitat de que puguin ser al festival presents oferint els seus productes dins un aparador de mes de 7.000 persones.

També cal comentar que l'organització deixaria un contacte obert, visible i difós entre els empresaris de la comarca per que pugin contactar i es puguin interessar per instal·lar-se al recinte del festival.

També cal dir que els comerços que es vulguin instal·lar han de ser comerços relacionats amb els joves, que no venguin articles ofensius i o articles del que es pugin derivar actes violents, armes, etc.

16- Servei de neteja.

El servei de neteja estaria contractat a una empresa especialitzada. En aquest cas com no s'ha pogut contactar amb cap empresa, ni ens han facilitat cap pressupost, es fa un càlcul aproximatiu.

En aquest cas parlem d'un festival que dura 15 hores cada dia i per tant durant les 15 hores s'ha de mantenir. La resta d'hores cal fer neteja en general del recinte i per tant cal fer un càlcul de quan costaria pagar torns de neteja i quantes persones hi podrien treballar.

Normalment un treballador de la neteja cobra uns 10 a 15 euros l'hora i mes o menys si es redondeja a 15 es pot fer un càlcul aproximatiu.

Durant el festival (15 hores): hi haurien tres torns de neteja de 5 hores on hi treballarien 10 persones fent les tasques de manteniment.

En un total sortiria:

$15 \text{ h} \times 10 = 150 \times 10 \text{ persones} = 1.500 \text{ Euros} \times 2 \text{ dies de festival} = 3.000 \text{ €}$ mantenir net el recinte durant el festival.

Respecte a la neteja general del recinte cal dir que es faria un torn intensiu de 5 hores amb 30 persones i per tant el càlcul rondaria per:

$5 \text{ h} \times 15 = 75 \times 30 \text{ persones} = 2.250 \text{ €} \times 2 \text{ dies} = 4500 \text{ €}$ neteja general de recinte.

A més també cal calcular la despesa en productes de neteja la qual pujaria mes o menys a 500 €.

La suma total per netejar el recinte s'estimaria de la següent manera:

3.000 € manteniment + 4.500 € de neteja general + 500 € en productes = 8.000 €.

Probablement s'estimaria un pressupost que pogués variar en mil euros depenent els marges de les empreses encarregades. En el cas que fossin treballadors autònoms sortiria pel preu de l'estimació.

- Total: **8.000 € de neteja del recinte durant el festival.**

17- Servei d'animació zona Bar i lúdica.

Respecte a les animacions es va contactar amb diferents empreses que lloguen els seus serveis i tenien catàlegs d'activitats. Com la nostra idea es la de fer la zona del bar Hayma una zona de curiositats i petits espectacles contínuament el que es va fer va fer una selecció d'idees per animar la zona el mes variat possible per als dos dies de duració de festival i durant aquest.

Les empreses a les que es va demanar pressupost i van contestar no van voler facilitar els honoraris pels espectacles ja que es dediquen a contractar actors d'una bossa de contactes. Per tant es va optar per deixar una partida gran de diners per contractar espectacles, en aquest cas parlem d'una partida de 10.000 Euros amb la qual es calcula que es podria programar aproximadament per als dos dies aquests espectacles on els actors podrien variar, etc. També cal dir que empreses d'animacions treballen sobre un pressupost aproximat el qual et demanen i per tant la idea seria invertir els diners en les següents activitats. Cal dir que hi hauria programat unes tal i com es veu al capítol 4, però tot dependria del pressupost fins que s'esgotés i probablement es programaria més depenent les ofertes de les empreses d'animació i per tant probablement hi haguessin mes activitats de les prèviament programades en dit capítol ja que es llogarien en paquet.

- Espectacle de foc.
- Body Paint.
- Go Gos.
- Performances
- Boys & Girls.
- Actors i actors espontanis d'Hollywood.
- Gàngsters.
- Toro Mecànic
- Discoteca mòbil
- Karaoke.
- Animadors en general activitats jocs.
- Animadors Jocs universitaris Bar (Samarretes i calçotets mullats, etc.).
- Casino clandestí
- Cocteleria acrobàtica.
- Altres.
- Total: **10.000 €**

També a tot això cal sumar dos tipologies de col·laboracions, una col·laboració en arrel al departament de cultura de l'ajuntament de Sant Pere de Ribes i la Diputació de

Barcelona a canvi d'un estand. També cal parlar de les activitats que podran muntar els grups locals per publicitar-se les quals no s'especificarien fins a últim moment.

Respecte a les activitats de col·laboració amb la diputació de Barcelona i el departament de Cultura de l'ajuntament de Sant Pere de Ribes cal dir que aquestes vindrien prestades per la diputació mitjançant l'ajuntament. La diputació de Barcelona té un apartat a esports amb material de préstec per als municipis i sol·licitants. Aquest material dins un catàleg no té cost per al sol·licitant i ve a ser una subvenció a canvi de publicitat per la diputació. En el nostre cas en conveni amb l'ajuntament podríem optar a tenir dues o tres activitats de la diputació. En aquest cas es demanaria segons existències les activitats de:

- Escacs gegants.
- Futbolí inflable.
- Total: **0€. Subvenció.**

19- Grups locals.

Dins el festival es vol primar per aquests grups per que es llueixin, i d'aquí el fet d'haver llogat dos escenaris grans amb un equip potent de so i llum, la recerca d'espònsor a Fender per donar qualitat a l'esdeveniment, etc. Els grups locals són la clau del festival i la batalla entre grups musicals vol ser la clau i el plat fort de l'esdeveniment que anirà amb les postres del cap de cartell.

S'ha calculat amb l'horari i la programació el fet que hi assisteixin i toquin al festival 8 grups locals. S'ha decidit pagar als grups locals una quantitat moderada com a catxet i per les seves despeses per acondicionar-se al festival amb una quantitat de 600 € a cadascú a part del passi especial que tenen i el fet de poder tocar a un bon escenari dins un aparador força gran i bo en comptes de pagar per participar ells.

Dels grups locals es faria un estudi i dins el departament de relacions públiques amb les enquestes i dels membres honorífics es decidiria els grups que tocarien dins el festival. En el cas de trobar massa aflluència de grups que es presentessin s'interessessin, es faria una selecció mitjançant votacions al web per part dels visitants.

Els grups locals seleccionats en aquest cas per la 1ª Edició de la Guerra de les bandes serien (els grups són autèntics grups locals Amateurs famosos a la comarca, però no s'ha contactat amb ells, encara que han participat en concursos i esdeveniments musicals comarcals i hi participen anualment en esdeveniments locals, per tant es pressuposaria que acceptarien l'oferta de tocar a la Guerra de les Bandes, també a dir que podrien ser altres ja que aniria per votació al web el top 8 dels grups):

- *Los p-Seta.*
- *Arcada.*
- *Goodchild.*
- *Barranquillos*
- *Patada al Rey.*
- *Enomine.*
- *Logica Oscura.*
- *Ponme un quinto.*

- 8 Grups locals X 600 euros de catxet = Total: **4.800 €.**

20- Caps de concert.

Els caps de concert en aquest cas es va voler contractar a dos grups nacionals Heavy Metal i la manera de poder contactar amb ells va ser amb el contacte de Management. En aquest cas els grups que es va pensar portar al concert, segons una suposada enquesta feta pel que seria la branca de relacions públiques i investigació de l'organització serien Lujuria i Warcry.

Pel que fa a Lujuria es va contactar amb el management que s'ocupa del grup que es l'empresa *Alacran* que gestiona el catxet del grup i el tema concerts. Pel que fa a Lujuria (veure pressupostos) s'ha de pagar el seu catxet i s'ha de posar l'equip musical, i per tant utilitzarien el que ja tenim contractat que es força potent, encara que es negociaria que portessin part del seu equip, es a dir amplificadors, etc.

Lujuria costaria:

- *Lujuria*: 4.800 € + IVA = 5568 € (Podria variar uns 2000 € de més depenent si son molt exigents amb l'equip de so, i caldria contractar mes material, en aquest cas al ser difícil el contacte amb el management i que no van especificar no el contemplem a la comptabilitat final però es tindria present dins d'imprevists a la comptabilitat).

Total: **5.568 €**

Pel que fa al grup musical Warcry no es va rebre resposta alguna per part del management i en vista de que no van voler facilitar informació de catxets de grups diversos managements per ser informació confidencial, es va decidir fer una estimació de costos mitjançant el pressupost rebut per *Alacran* de forma filtrada i confidencial. Vist els diferents catxets de grups Rock nacional Heavy Metal i de la repercussió mediàtica de Warcry es va estimar en 8000 € el seu possible catxet amb IVA inclòs el qual a l'igual que Lujuria podria variar en funció de les demandes del grup tal i com s'exposa a l'apartat de Lujuria.

- *Warcry*: 8:000 € amb IVA = 8000 € (estimats) (Podria variar uns 2000 € de més depenent si son molt exigents amb l'equip de so, i caldria contractar mes material, en aquest cas al ser difícil el contacte amb el management i que no van especificar no el contemplem a la comptabilitat final però es tindria present dins d'imprevists a la comptabilitat).

Total: **8:000 €**

21- Hotels i càtering per a grups.

Normalment quan es contracten grups mitjançant management el tema hotel i càterings ja ve dins el pressupost que ells ens donen quan accepten el fet de venir a tocar al festival, i per tant l'organització del festival es desentén d'aquest tema.

El que si oferirà l'organització serà refrigeris als músics sense limitació.

- Despesa dins els imprevists o sufragada pels Espònsors.

22- Equip emergències.

Pel que fa a un equip d'emergències pel festival, cal dir que es miraria de fer venir una patrulla de bombers per si s'incendiés alguna cosa, també cal dir que al tenir seguretat aquest risc estaria vigilat i per tant si els bombers no actuen no caldria falta fer una despesa. També cal dir que com a patrocini per tenir al festival la seva parada de campanya de foc a l'estiu, ens ofereixen una camioneta de bombers i una parella per si s'incendia alguna cosa.

Total: **Equip bombers: 0 o ? € depenent els imprevists si sorgeixen.**

23- Publicitat.

La publicitat es contractaria a una empresa publicitària, en concret es va demanar publicitat a l'empresa *Galvés* i ens van comentar que no podien pressupostar res ja que cobraven per buscar idees per publicitari, però ens van donar una xifra orientativa. En concret es parlaria de publicitat a Internet, publicitat als mitjans de comunicació la qual vindria molta patrocinada i seria difosa per la persona responsable de comunicació, cartelleria, i presència a bars i esdeveniments musicals per donar-nos a conèixer i repartint mertextandatge.

Respecte a la publicitat a Internet, es podria fer una difusió per 4 mesos ja que en l'orientació donada entrava els dissenys web i per tant al fer-ho l'entitat és estalvi i es pot invertir en temps a Internet.

Respecte a la cartelleria, es faria una tirada gran de cartells en concret es preveuria uns 2.000 o 3.000 cartells i es difondrien per tota la comarca, bars, zones d'oci, etc. Caldria negociar amb els ajuntaments per tal de que ens patrocinin els espais de publicitat, i per tant caldria calcular els costos que farien allargar o escurçar el temps de certs cartells en llocs. Probablement hi hauria un marge de 3.000 euros amb que podria pujar la campanya pel fet del tema de lloguer d'espais, encara que l'entitat es la que faria la gran difusió en temes de relacions públiques i màrqueting.

En concret:

- Lloc Web i publicitat a Internet: 6.000 € (No inclou el disseny web ja que ho faria l'entitat).
- Cartelleria i difusió 4.000 €.
- Difusió i publicitat en mitjans de comunicació, bars i llocs públics: 0 €, a càrrec dels socis de l'entitat.
- Total: **10.000 € campanya de publicitat (Variable a l'alça).**

24- Entrades.

Pel que fa a les entrades cal tenir en compte la impressió i sobre tot la bona distribució de les entrades. En aquest cas cal dir que la distribució i impressió es contracta a una empresa que distribueix i imprimeix entrades. En aquest cas l'exemple de quant podria costar econòmicament ve reflexat en l'exemple de l'empresa *Ticktackticket* que cobra per distribució i impressió d'entrada 2 €.

En el nostre cas cal dir que hi ha tres tipus d'entrada, la general per dos dies, la general per un dia i les entrades especials que no necessiten distribució, però si impressió i per tant es calcula que ens podria costar 1 €.

En total es faria imprimir com a màxim un total de 10.000 entrades, i com a mínim unes 7.000, i l'èxit vindria en poder vendre el màxim per endavant. El mínim de venda vindria en 7000 localitats i per tant es podria fer un càlcul orientatiu i especulatiu de:

- Entrades 2 dies: 20 euros la localitat. Previsió mínima = 5.000
- Entrades 1 dia: 15 euros la localitat. Previsió mínima = 1.850
- Entrades especials: 5 euros la localitat. Previsió mínima = 100
- Cost de distribució per la previsió: $5.000 + 1.850 = 6.850$ localitats x 2 € de cost per entrada de distribució: 13.700 € + 100 localitats amb cost de 1 € distribució i impressió = 13.800 €
- Total: **13.800 € per Impressió i distribució d'entrades.**

També cal dir que la llei en espectacles estipula que per venda d'entrades s'ha de pagar un 7 % d'IVA. Per tant cal sumar aquest gravament al final del festival i satisfer-ho amb Hisenda, a part de donar comptes cada 3 mesos a hisenda del mateix. Aquest gravament suposaria:

De 128.750 € en venda entrades del festival, el 7 % suposa: 9012,5 €.

Total: **9012,5 €. A satisfer amb Hisenda.**

25- Mertsxandatge.

Es tindria previst fer un tiratge de mertsxandatge pel que fa a diferents complements per regalar, vendre i publicitar el festival avanç i durant el mateix. Aquest mertsxandatge estaria compostat per Samarretes i Gorres.

Pel que fa aquest el que es faria seria contactar amb una empresa d'impressió de samarretes i gorres industrials. En el nostre cas el tema samarreta ens sortiria cadascuna per 3 € amb el logotip senzill en vinil blanc del festival en samarretes negres. Pel que fa a les gorres ens costaria uns 4 € cadascuna.

Pel que fa al mertsxandatge cal dir que es farà una tirada de 1.000 unitats per cada de les 200 per cadascuna serviran com a publicitat. La resta es sortejaran i regalaran al mateix festival, per tant 1.600 persones del festival rebran regals i publicitat del festival per haver participat en activitats del mateix espontàniament. La resta es repartiran entre els participants i col·laboradors, a més d'usar-se de publicitat pel festival.

- Samarretes: 3 € x 1.000 unitats = 3.000 €
- Gorres: 4 € x 1000 unitats= 4.000 €
- Total: **7.000 € en mertsxandatge.**

26- Premis.

La relació de premis del festival ve per part dels nostres patrocinadors i per tant per l'organització del festival te un cost 0 i per tant els podem dividir per diferents modalitats de concursos en:

- Músics Revelació:
 - Guitarra Fender Telecaster Mexican estandard (Cortesia de *Fender Iberica*).

- Baix Fender BassMann Mexican estandard (Cortesia de *Fender Ibèrica*).
 - Bateria Ktama (Cortesia de *Ktama*).
- Músics participants al festival:
- Joc de cordes per baix i guitarra per cada grup (Cortesia de *Fender Ibèrica*).
 - Joc de baquetes per bateria (Cortesia de *Ktama*).
- Duets de Guitar Hero III i Play Station III.
- Play Station III (1er guanyador), (Cortesia de *Sony entertainment*).
 - Psp (2on guanyador), (Cortesia de *Sony entertainment*).
 - Càmera Digital (3er guanyador), (cortesia de *Sony*).
- Guerra de les bandes: (Barrils de Cervesa autèntics amb un logotip soldat).
- Barril de Cervesa daurat en forma de trofeu. (Guanyadors) (Cortesia de l'empresa cervesera).
 - Barril de Cervesa platejat en forma de trofeu. (Finalistes 1 dia) (Cortesia de l'empresa cervesera).
 - Barril de Cervesa normal en forma de trofeu. (Finalistes 2 dia) (Cortesia de l'empresa cervesera).
 - També la Cervesera ens posa les butlletes per votar als campions.
- Total: **0 € (Patrocinis)**

27- Electrògens.

Es calcula que el nostre festival solament sumant llums i so 62.000 Watts de potència que farien falta, si sumem el fet de la il·luminació al·lògena dels estands, la il·luminació del bar i l'alimentació de l'escenari petit, es podria arribar prop dels 75.000 W.

En vista dels càlculs es va mirar catàlegs d'alimentadors electrògens per l'alimentació del festival i dins els catàlegs vam poder veure que el que més s'ajustaria a nosaltres seria una alimentació de 80 KW o el que seria equivalent a 80.000 W. Per tant una vegada calculada la potència d'energia que es necessitarà consumir es va contactar amb una empresa de lloguer de generadors electrògens per demanar pressupost. En concret es va contactar amb *Ficat Lloguers* que segons les nostres especificacions van arribar a la mateixa conclusió que nosaltres respecte a l'aparell que necessitaríem.

Respecte al cost de l'electrogen l'empresa factura en jornades de 8 hores de treball d'aquests i per tant caldria llogar dos unitats electrògenes per alternar i fer un càlcul estimatiu del que podria costar.

- Unitat electrògena 8 H = 59,60 €. (48 hores de necessitat d'electricitat del festival / 8 hores = 6) x 6 jornades = 357,6 €. X 2 aparells = 715,2 €
- Assegurança diària del material: 2,75 x 2 dies = 5,5 € x 2 aparells = 11 €.

- 715,2 € Lloguer + 11 € assegurança = 726,2 €
- Total: **726,2 € subministrament electricitat.**

28 Impost SGAE

La llei imposa que s'ha de pagar un impost a la SGAE on hi hagi difusió musical, per tant hauríem de pagar un impost econòmic en concepte primer de drets d'autor de la música que es posi a la discoteca mòbil, Bar, vídeos, Etc; i pels drets d'autor dels diferents grups musicals que hi actuarà.

Segons la Societat General d'Autors s'ha de pagar un impost en funció del tipus d'esdeveniment i de difusió musical o escènica que es faci en base a un barem que cada any actualitzen. Aquest barem són unes taules i taxes a pagar que es van actualitzant amb l'increment del IPC anual i amb unes taxes que graven als diferents llocs on es difonen àudio – visuals.

En el nostre cas la SGAE classifica el nostre esdeveniment com un concert amb taquilla sense ànim de lucre, però amb venda d'entrades, també al haver Bar i projeccions, etc ja entra dins aquest conjunt de festival. Per tant segons el Barem de la SGAE s'ha de pagar un impost del 10 % dels ingressos de taquilla del festival com a drets d'autor. (Consultar Barem a annexos). Per tant no es un import fix i s'ha de tenir present dins la comptabilitat amb formules per no derivar a un estat de pèrdues de diners al quadrar la comptabilitat i després pagar la taxa, ja s'ha de comptar amb ella des d'un principi.

Pàg: 26 de les taxes de SGAE:

“ Espectaculos en teatros, cines, plazas de toros, pabellones deportivos, y cualesquiera otros recintos que se habiliten para tal fin:

- *Conciertos (M0210100): Por derechos de Autor, el 10% de los ingresos en taquilla por cada concierto que se celebre, previa deducción del I.V.A.*
- *Espectaculos de Variedades (M0210100) Por derechos de Autor, el 10% de los ingresos en taquilla por cada concierto que se celebre, previa deducción del I.V.A. “*

Total: **Taxa Variable.**

29 Espònsors.

Pel que fa als espònsors cal dir que el responsable de buscar recursos contactaria amb comerços de la zona i s'establirien convenis.

El conveni estàndard seria el de que els comerços paguessin els grans 100 € per poder establir la seva parada i els petits 50 €, intentant estimular que joves pugin establir parades i gent afermada al festival mirant que els preus no siguin abusius.

El conveni especial pel contrari es faria pel que fa a aliments i begudes, ja que es gravaria per unitat de menjar per persona venut 0,5 € i 1 € per beguda venuda.

També es gravaria similar a altres comerços que tinguessin una venuda massiva al festival per tal de poder aconseguir ingressos per l'organització.

També cal dir que dins els espònsors l'organització als que hi col·laborin amb infraestructura i amb aportacions econòmiques no es gravarà excepte si venen

massivament i per tant simplement l'organització deixa d'ingressar. Exemples serien els espònsors que farien campanya als estands cedits per l'organització.

Total: **0 € de costos, Ingressos Variables.**

30 Sous organització.

Pel que fa als sous de l'organització cal dir que cal pagar la tasca dels professionals que treballarien redactant el projecte de festival durant els 6 o mes mesos previs, es a dir premiar als professionals de gestió cultural, publicitat, relacions públiques, recerca de patrocinis i comptabilitat amb un sou al final del festival. Cal dir que el sou estaria molt per baix del que podria cobrar un professional que es dediques a organitzar esdeveniments en altres sectors, però com el projecte vindria a arrel de ser una entitat, els recursos serien mes limitats. En concret es pagaria el mateix sou als 5 components per aquest període de gestació del festival fent un càlcul de 600 euros aproximats al mes per unes 4 o 5 hores diàries, que en concret al ser gestió cultural no es podrien justificar i per tant es calcularia el pagament per tasques en 4 o 5 hores diàries per 6 o mes mesos. Al final del festival si tot surt perfecte la cúpula organitzativa cobraria 6.000 € cadascú pels seus serveis, també el sou podria variar en funció de beneficis.

També cobrarien els coordinadors del festival voluntaris amb un sou de 500 € cadascú per les tasques fetes.

- Sou de Gestor Cultural: 6.000 €
- Sou de Comptabilitat: 6.000 €
- Sou de Relacions públiques: 6.000 €
- Sou de Publicitat: 6.000 €
- Sou de Recercador de recursos i espònsors: 6.000 €
- Sous coordinadors: $600 \times 4 = 2.400$ €
- Total: **32.400 € en sous per la cúpula organitzativa i coordinació.**

Respecte a altre personal que treballi dins la coordinació, venta d'entrades, i tasques diverses el mateix dia del festival, cal dir que els membres de l'entitat com a tal ho farien sense cobrar.

31 Voluntaris.

Tal com es va pensar al capítol 2 en el tema organitzatiu dels espais es va pensar en què aquesta organització espacial tingués certs voluntaris i responsables de que tot sigui ben coordinat i els professionals i necessitats siguin be ateses. També cal dir que en la campanya de màrqueting que es proposaria per al festival, la part mes important de difusió estaria entre altes composta per mes voluntaris que difondrien boca orella el festival i ajudarien també en altres tasques. Aquests voluntaris serien gent de l'entitat que col.laborarien desinteressadament en el festival en les diferents tasques i en un primer terme no es tindria previst que tinguessin un sou, però si alguna remuneració, en aquest cas es va pensar en remunerar-los amb 300 € per voluntari per les hores del

festival. Es comptaria amb 33 voluntaris pel dia del festival els quals serien remunerats i es repartirien de la següent manera, i anirien en ple contacte amb el coordinador.

Sector Escenaris (Escenari 1):

- 2 Voluntaris en Backstage.
- 2 Voluntaris en escenari.
- 1 Voluntari en taules de so.
- 2 Voluntaris pels serveis de llum i vigilància.
- 2 Voluntaris per control d'aforament.

Sector Escenaris (Escenari 1):

- 2 Voluntaris en Backstage.
- 2 Voluntaris en escenari.
- 1 Voluntari en taules de so.
- 2 Voluntaris pels serveis, llum i vigilància.
- 2 Voluntaris per control d'aforament.

Sector Bars i zones lúdiques:

- 2 Voluntaris per escenari 3
- 2 Voluntaris per serveis a l'escenari
- 2 Voluntaris pels serveis, llum i vigilància
- 6 Voluntaris per les zones lúdiques.

Sector Comercial:

- 3 Voluntaris per estands i parades comercials.
- 6 Voluntaris per venda d'entrades, entrades i sortides de gent.

Sector Serveis:

- 2 Voluntaris per control de maquinaries i manteniments.

Total: 33 Voluntaris per 300 € = 9.900 €

Ingressos, Finançament i Espònsors

(Segons comptabilitat)

1-Entrades:

Inicialment partim del punt de referència de l'assistència que pugui tenir el festival com a principal font d'ingressos. En un principi s'ha pensat en un aforament per a 7.000 persones, pel qual serà important reunir aquest aforament.

S'ha pensat en posar a la venta tres tipologies d'entrades amb uns preus mes o menys que es creurien ajustats, però que al final del projecte podrien variar per fer quadrar la comptabilitat:

- 1- **Entrada General per als dos dies de festival** a un preu de 20 Euros. D'aquestes el tiratge dependria de l'empresa distribuïdora per vendre anticipadament i a taquilla. S'esperaria vendre 5.000 d'aquest tipus. Depenent l'acceptació es deixaria un nombre d'entrades per taquilla el dia del festival mes o menys elevat. Amb aquesta entrada es te dret a tots els esdeveniments del recinte durant tota la durada del festival.
- 2- **Entrada General per a un dia de festival** a un preu de 15 euros. D'aquestes el tiratge dependria també de la empresa distribuïdora i s'esperaria vendre 1850 amb dret a tots els esdeveniments del recinte durant un dia.
- 3- **Entrada especial per a un dia** a un preu de 5 Euros. Aquestes entrades estarien destinades als amics i acompanyants dels grups musicals locals que ajudin a aquests a muntar qualsevol escenografia, ajudar, etc. Aquesta entrada es limitada a un tiratge de 100 i ha de ser justificada la seva demanda per part dels grups locals tot especificant la vinculació de la persona amb el grup (Familiars i o conjugues, amics, etc.). Aquesta entrada dona dret a tots els esdeveniments del festival i a poder ser als llocs reservats per als grups locals com camerinos, etc. Aquestes entrades les distribuïríem l'entitat.
- 4- **Entrades de cortesia:** Aquests passis estarien destinats a premsa, músics, grups participants al festival, personalitats, etc; la tirada seria indeterminada depenent les persones convidades.

Cal dir que les entrades de la tipologia 1 i 2 tindrien una gravació de 2 euros per entrada per distribució i impressió per l'empresa distribuïdora. Les entrades de tipus 3 solament tindrien la gravació de 1 euro per entrada com a impressió.

Els ingressos en entrades cal dir que podrien variar depenent si hi ha mes demanda, el qual l'aforament s'ampliaria substancialment a un màxim de 10 o 11 mil entrades. Es pretendria vendre el 80 % de les entrades avanç de l'esdeveniment per endavant per poder finançar els costos dels avançaments per lloguer de material i contractacions.

Ingressos:

- Entrada General dos dies: 20 € x 5.000 Persones = 10.000 € - distribució = 90.000 €.
- Entrada General un dia: 15 € x 1.850 persones = 27.750 € - distribució = 24.050 €.
- Entrada especial: 5 € x 100 persones = 1.000 € - distribució = 400 €.

Total: **114.450 € ingressos per entrades.**

Respecte a finançament per l'esdeveniment ens podríem imposar vendre un mínim del 40 % de les entrades, es a dir haver venut aproximadament al voltant de 3.500 entrades a uns 4,5 mesos o 3 mesos avanç de l'esdeveniment, pel qual podríem disposar de:

$$40 \% \text{ de } 114.450 \text{ €} = \underline{\underline{45.780 \text{ €}}}$$

2 - Lloguer de Carpes:

De les 50 carpes llogades a *Team Carpes*, es miraria de llogar unes 40 carpes deixant 10 a disposició dels espònsors i patrocinadors per que pugin muntar un estand a l'esdeveniment. Les carpes com s'ha dit en el capítol anterior farien 3 x 3 metres i les llogaríem a un preu de 100 € cadascuna. Quedant els ingressos de la següent manera:

$$- 40 \text{ Carpes} \times 100 \text{ €} = 4.000 \text{ €} - \text{lloguer de 50 carpes a } 4.850 = \underline{\underline{- 850 \text{ € (Recuperació de 4.000 € d'inversió en carpes)}}}$$

Respecte al pla de finançament cal dir que també es buscaria a tres o quatre mesos vista el poder llogar el 30 % dels estands als comerços i apretant gairebé es podria llogar al 50 %, encara que la idea és pensar a la baixa.

$$30 \% \text{ de } 4.000 = \underline{\underline{1.200 \text{ €}}}$$

3 - Lloguer d'espais:

El festival també com a via de finançament tindria reservat un gran espai comercial per a estands i comerços. La tipologia d'aquest seria la de parades comercials de roba i complements, merchandising, música, menjars, etc. Del lloguer d'espais es va contabilitzar un mínim de 30 parades, es a dir 20 parades petites a 50 € i 10 parades grans a 100 €, podent-se ampliar el nombre de parades a 50 com a màxim depenent la tipologia, el que es vol pretendre amb aquest baix preu és què hi puguin haver parades de joves i estimular als comerciants a muntar la seva parada i sobre tot als joves.

Per tant del lloguer de parades si s'arribés al mínim s'aconseguiria uns ingressos de : 2.000 €.

- Lloguer espais parades Gran: 10 parades x 100 € = 1.000 €
- Lloguer espais parades petites: 20 parades x 50 € = 1.000 €.
- Total: **2.000 €.**

Respecte al pla de finançament cal dir que es podria ja concertar un 30 % dels espais a tres o quatre mesos vista, es a dir els ingressos i espais quedarien de la següent manera:

- Lloguer espais parades Gran: 3 parades x 100 € = 300 €
- Lloguer espais parades petites: 6 parades x 50 € = 300 €.
- Total: **600 €.**

4 Crèdit al banc:

Es va pensar que al ser el primer festival que es muntarà per l'entitat, ens faltaria cert diner líquid per poder contractar i pagar la meitat i concertar els serveis, equipaments, artistes, etc. Per tant feta una previsió a 3 o 4 mesos vista calculant que es podria aconseguir un 30 % dels recursos, es va voler demanar un crèdit en aquesta etapa per igualar-los al 50 % dels recursos per pagar la meitat a tots els que s'han de pagar i contractar-los, sobre tot als artistes que cobren per endavant. També cal dir que en aquesta etapa podria ser que hi haguessin mes recursos per una bona acollida del festival i per tant el préstec a demanar seria menor, o si en el cas que no tingués molta acceptació es podria repensar el festival i demanar un crèdit o mes gran o mes petit depenent com es pogués veure en aquest punt l'acollida. En aquest cas es pensa que aniria força bé i podríem tenir el 30 % dels Recursos i per tant per poder seguir pagant les contractacions es demanaria un crèdit a una caixa que ens esponsoritzaria amb diners i amb un crèdit al 5 % d'interès a canvi de publicitat amb un import de 30.000 €, si ho tornem una vegada acabat el festival com a condició. Es creuria que tot sortiria bé per no pagar un interès mes alt.

Préstec del Banc: 30.000 € - 5 % interès = **28.500 €.**

Pel que fa a la previsió econòmica ingressaríem del préstec: **30.000 €.**

5 – Lloguer de Bars.

La font mes important d'ingressos del festival serà el conveni amb els bars que seran cedits mitjançant conveni i vindran equipats com a patrocini per marques de beguda i distribuïdors. El conveni mitjançant el càlcul mitjà del preu del barril de beguda i el que costaria pagar a la distribuïdora per la beguda per got va fer estipular aquest en 0,5 € de cost per got de 33 cl. Per tant es va pensar en estipular el preu de les begudes en 2 € on per cada got de beguda venut els que arrendessin el bar cobrarien 0,5, i l'organització ingressaria 1 €. Si les previsions mínimes es compleixen tal i com s'assenyala a la comptabilitat, per que cada persona al dia prengués 3 begudes, per dos dies, per 7.000 assistents mínims parlariem de 42.000 begudes a 2 €, ingressant els llogaters del bar **21.000** euros (Hayma 70 % = 14.700 €; Escenaris: 6.300 €) i l'organització **42.000 €.** També cal dir que com el sistema de vots per als grups locals és mitjançant les consumicions i el concurs funciona amb consumicions probablement aquesta xifra es podria arribar a doblar o triplicar depenent el festival i per tant ens oferiria per l'any següent un marge econòmic per poder fer un festival mes gran i pagar sous a mes professionals.

- Ingressos Bar: **42.000 €.**

- Els bars no podrien pagar per endavant.

6 – Venta de menjars:

Respecte a la venta de menjars, es té previst que una important marca de pizzas a domicili i que una hamburguesseria també de nom a la comarca pogués muntar un estand al recinte al qual no se li demanaria llogar l'espai. També es pensaria de que alguns bars de la comarca o comerços pogués instal·lar-se, per poder vendre tapeig i fins i tot particulars i alguna xurreria, que poguessin vendre menjar a uns preus no

abusius per les butxaques dels assistents al festival. També cal dir del fet de que els preus deuriem de ser una mica més baixos pel fet que l'organització gravaria també els preus dels aliments amb 0,50 € per persona per ració, i sobre tot les begudes amb 1 €. Segons la previsió mínima es va pensar que seria d'un àpat per dia per persona a l'esdeveniment podent ser molt més com a màxim calculant uns ingressos de 14.000 sense cost algun per a l'organització.

Ingressos per expedició de menjar: **14.000 €**

Els expedidors de menjar no podrien pagar per endavant.

7 - Espònsors

Pel que fa als espònsors cal dir que buscaríem dos tipologies d'espònsors:

Espònsors amb aportació econòmica:

Aquest espònsor aportaria una quantitat de diners a l'organització del festival a canvi de poder posar la seva publicitat a l'esdeveniment o a canvi d'espais o estands per poder instal·lar-se.

Dins aquests espònsors trobaríem el mínim que s'ha reflexat a la comptabilitat, ja que al tenir una persona responsable en patrocinis s'arribaria a doblar els espònsors. Per tant els espònsors mínims serien:

- **Cervesera**: La qual a part de patrocinar-nos amb l'equipament complert del bar i activitats lúdiques que ells podrien portar, ens ajudarien a canvi de publicitat amb **6.000 €**.
 - **Caixes**: El banc el qual ens deixaria un préstec també voldria un lloc per a poder posar un estand al festival i posar publicitat a la zona d'escenaris i bar, i a part d'arreglar-nos l'interès del préstec, ens aportaria **1.000 €**.
 - **Venta de Publicitat**: Mitjançant la venda d'espais publicitaris a 50 o 100 euros depenent l'espai i mesures publicitàries amb els quals vendríem uns 15 espais publicitaris amb comerços de la comarca amb uns ingressos de **1.000 €**.
 - **Altres**: Rebríem uns 19.000 € d'altres aportacions, patrocinis i publicitats més petites, indirectes o donacions municipals d'altres col·laboradors, gracies a la bona feina del recercador de patrocinis.
-
- Cervesera: 6.000 €
 - Caixes: 1.000 €
 - Venta de publicitat: 1.000 €
 - Altres: 19.000 €
 - Total: **27.000 €**

Espònsors sense aportació econòmica.

Aquests espònsors col·laborarien mitjançant infraestructura, serveis, i presència, aquests no aportarien diners, però si altres mitjans equivalents.

- Botigues musicals: Aquestes aportarien préstec de material, instruments musicals, tècnics i persones expertes en el món de la música.
- Cervesera: Aquesta aportaria tota la infraestructura per muntar el bar a la carpa Hayma.
- Fender Ibèrica: Aquesta aportaria els guardons als millors músics, i aportaria com a record i guardons del festival als músics material com cordes, pues, cables, etc.
- Sony Computer Entertainment inc: Aquest patrocinador aportaria tot un gran estand de jocs i mostra de consoles i videojocs, aportaria l'espectacle dels duels de Guitar Hero, i ens aportaria pantalles per als bars i escenaris. Ells utilitzarien el festival per poder publicitar-se. A part aportarien alguns premis per als concursos.
- Diputació de Barcelona: La diputació ens aportaria com a patrocini mitjançant mediació de l'ajuntament de Sant Pere de Ribes dos inflables, del seu departament d'esports, per a fer activitats a la zona lúdica les quals no tindrien costos, a canvi de publicitat i probablement a canvi d'un espai per muntar un estand seu.
- Ajuntament de Sant Pere de Ribes: L'ajuntament de Sant Pere de Ribes ens patrocinaria probablement amb els que seria els permisos i cessions d'espais per poder muntar tot el festival, i probablement ajudant-nos amb els tràmits legals per poder muntar-ho a canvi de publicitat a l'esdeveniment, un estand i de la subvenció anual que es dona a les entitats locals.

Competidors i possibles aliances:

Cal també fer una pinzellada ràpida al fet de possibles competidors una vegada comentades les aliances amb els que col·laboraran i les possibles aliances que es podrien fer amb els competidors.

Pel que fa a festivals com el que es projectaria, no trobaríem competidors dins l'àmbit municipal. A la comarca hi trobaríem dos o tres festivals competidors, com el Faraday, el Fimpt i el Manani rock com a grans festivals municipals a Vilanova i la Geltrú, però amb filosofies diferents de música i tendències, excepte el Manani de grups locals i gratuït, però amb poca qualitat i sense cap de cartells i zona lúdica. Per tant les aliances que es podrien fer amb aquests serien del tipus publicitari o fins i tot cedint algun espai o estand per que es pugin publicitar, fins i tot es podria col·laborar amb algú com entitat de cara a contactes i organització, a canvi de posar algun espectacle al nostre festival i sobre tot publicitat nostra i difusió.

També un competidor més seriós ja podria els festivals comarcals de la Reunió Harley Davidson a Calafell o Vendrell, la qual a part de ser lluny és difícil accedir i és similar al nostre festival, on es podria arribar a fer col·laboracions del tipus publicitari, compartir recursos i contactes, i fins i tot deixar que vinguin a col·laborar amb nosaltres amb espectacles, estands, parades de mertextatge, etc, estant la nostra organització oberta a qualsevol recomanació o demanda d'aquests. Encara que ens diferenciariem bastant en el que fa a filosofia, ja que la d'ells es la filosofia motera, i la nostra seria la filosofia de la música i diversió.

Altres competidors menors serien els festivals espontanis que es munten a l'estiu de grups locals, amb els quals podríem establir certes aliances de col·laboració i cooperació, però aquests no tindrien tants recursos com nosaltres i per tant seria difícil que poguessin competir molt per la nostra filosofia de preus reduïts.

6 – Model de gestió: estratègies i pla de viabilitat de la proposta.

Estructura Jurídica.

El projecte de la “*Guerra de les bandes*” estaria emmarcat dins una entitat cultural local amb identificació jurídica “*Entitat per al festival de la Guerra de les Bandes*”. La nostra persona jurídica de l'organització ens fa funcionar com un tot únic per establir relacions jurídiques amb altres entitats, empreses i persones.

La importància de les associacions culturals a l'àmbit local és àmpliament coneguda. Molts són els arguments que avalen la importància d'un teixit associatiu fort i actiu per al desenvolupament de la convivència i d'un major protagonisme dels ciutadans en la vida cultural. No obstant això, la consolidació de l'entramat associatiu no depèn únicament de l'esforç de renovació o modernització que han d'emprendre les entitats, sinó que també està estretament vinculada i condicionada pel marc normatiu sobre el qual s'assenta i es regula la capacitat d'actuació del sector, especialment a la llum de la Llei Orgànica 1/2002, de 22 de març, reguladora del Dret d'Associacions.

L'entitat per a l'organització del festival de la guerra de les bandes es una associació sense ànim de lucre encara que persegueix treure alguns beneficis econòmics del festival per poder reinvertir-los en el de l'any següent i així consecutivament al marge de les ajudes públiques.

La nostra associació es una agrupació de persones constituïdes per a realitzar una activitat col·lectiva de forma estable, organitzada democràticament, sense ànim de lucre e independent formalment de partits polítics, empreses i de l'estat.

Els termes associatius son regulats per la Llei Orgànica 1/2002, de 22 de març, reguladora del Dret d'Associació. Per tant les característiques de l'entitat serien:

- Grup de persones interessades per la música en directe, en concret la música Rock dura.
- El principal objectiu es l'organització anual del festival “La guerra de les Bandes”, la col·laboració amb altres associacions locals, l'organització de concerts i de viatges a concerts.
- El funcionament de la nostra entitat és democràtic.
- No tenim ànim de lucre, encara que guanyaríem diners del festival que revertirien per l'any següent i les activitats de la mateixa. Cal aclarir que no tenir ànim de lucre significa que no es poden repartir els beneficis o excedents econòmics anuals entre els socis.
- Som una entitat o associació cultural local independent.

Respecte als ingressos anuals cal dir que probablement hi hauran excedents al finalitzar l'any, amb els quals es sufraguen els contractats laborals de l'Associació i les diverses activitats d'aquesta. Cal dir que l'organització del festival de la Guerra de les bandes es una activitat que genera excedent econòmic, lògicament els excedents segons la llei han de ser reinvertits en el compliment de les finalitats de l'entitat.

Pel que fa als estatuts de l'associació per l'organització del festival la guerra de les bandes, cal dir que son les normes fonamentals del funcionament de l'associació i no posseeixen el caràcter de norma jurídica, i solament son vinculats pels socis, que voluntàriament les assumeixen al entrar a formar part de l'entitat.

Dins els estatuts hi ha els continguts establerts democràticament pels socis amb continguts obligatoris i drets dels que formen part de l'associació. Una breu pinzellada del que serien els estatuts de l'associació serien:

- La denominació de l'entitat seria: *Entitat per a l'organització del festival de la Guerra de les Bandes*.
- Domicili social al carrer Antoni Gaudi " Hotel d'entitats " a les Roquetes, Sant Pere de Ribes, amb cobertura per a les seves activitats a tota la comarca del Garraf.
- La finalitat de l'entitat es l'organització del festival "La guerra de les Bandes" i col·laboracions i activitats relacionades amb el món de la música i lleure.
- Per entrar a formar part de l'entitat cal associar-se i pagar la taxa de 60 € anuals, la quota del qual si no es paga fa que sigui baixa el soci de l'entitat, podent ser renovat. Altres requisits per entrar a formar part de l'entitat es la de tenir un comportament correcte i cívic, tenir la música com afinitat, etc.
- Els drets dels associats són, el de poder assistir a les conferències, poder programar activitats relacionades amb la música, poder utilitzar els espais de l'entitat o demanar espais en nom de l'entitat per activitats musicals i associatives relacionades, rebre el butlletí mensual consistent en informacions de l'entitat i la revista Metal Hammer, i poder participar de l'organització del festival " La guerra de les bandes ". Com a obligacions els socis tenen, el pagament de la subscripció anual de 60 € , l'obligació de realitzar les tasques en les quals s'ofereixi voluntari amb transparència i total professionalitat i ser a les juntes generals.
- Els criteris que garanteixen el funcionament democràtic de l'entitat són el que cada soci té veu i vot i per tant per majoria simple es poden escollir els càrrecs de l'entitat els quals amb responsabilitats s'escollixen cada any i poden ser apartats del seu càrrec amb tres terços de votació negativa o moció, a l'igual que en els casos especials.
- El representant de l'entitat es el President el qual es el responsable del bon funcionament de l'entitat junt amb el secretari i el tresorer. Aquests són escollits per majoria simple i en el cas de controvèrsies o més candidats per tres terços del quòrum. Els representants han de respectar i dur amb transparència l'entitat, organitzar periòdicament activitats i informar als socis de qualsevol tema transcendent, demanar col·laboracions, buscar recursos, etc. També el president ha d'estar al dia amb l'evolució de l'organització del festival " La guerra de les Bandes ". Altres càrrecs són els professionals que són contractats anualment a 5 gestors de confiança que porten tot el pes del festival amb un sou. Qualsevol associat pot proposar qualsevol tema per a les juntes, etc.
- El tema comptabilitat, gestió i documentació de l'entitat seria portat per l'equip professional que seria l'òrgan actiu i administratiu amb gran pes dins l'entitat al ser un equip de gestió cultural actiu, membres honorífics de l'entitat que fan possible el festival demanat per l'entitat, i algunes activitats petites que es proposin.
- L'exercici anual es tancaria a finals de juliol un mes després de finalitzat el festival i pagat tots els deutes, començant l'any, l'agost.
- El patrimoni inicial de l'entitat és format pel pagament dels socis que no entra dins el festival, solament manté l'entitat, i el gran patrimoni ve generat pels ingressos dels esdeveniments creats i sobre tot de l'esdeveniment central que es

l'organització de la Guerra de les Bandes, també recursos provenen de particulars i subvencions públiques.

- Pot ser causa de dissolució de l'entitat la insolvència de la mateixa econòmicament, la no transparència, la mala gestió de la mateixa, o per votació de tres terços dels socis destinant-se el patrimoni a un esdeveniment musical rock.

L'associació elaboraria l'acte fundacional, elaboraria els estatuts democràticament, i es registraria com a associació o entitat al registre de la Generalitat de Catalunya pagant les taxes, i comprometent-se a portar al dia els llibres d'actes, els de socis i els de comptabilitat juntament amb les obligacions amb hisenda.

La nostra entitat també podria ser declarada d'utilitat pública ja que beneficiaria amb el festival a molta més gent que l'associada, promou valors educatius, cívics i cooperatius, com establiria l'article 32 de la Llei orgànica 1/2002, de 22 de març, reguladora del dret d'associació.

Aliances i lideratge.

El lideratge de l'entitat en si vindria pel president de la mateixa, encara que en vistes que es necessiten professionals per portar a bon terme el festival, l'autèntic lideratge en el tema de la Guerra de les bandes vindria pel gestor cultural contractat per la mateixa entitat com a professional, i l'equip d'aquest, assessorat pel president de la mateixa entitat.

Per tant es parlaria d'un tàndem entre president i professional d'on a cadascú li penjarien responsabilitats, al president la responsabilitat amb els socis i el gestor cultural la responsabilitat de que tiri endavant el festival.

El lideratge del gestor cultural com a responsable professional vindria en la lideració de l'equip professional i funcionaria autònomament del president de l'entitat que seria el que encarregaria el festival en base les demandes dels associats.

També es pot parlar de l'entitat i l'entorn on s'emmarcaria. L'entitat dins el terme municipal de les Roquetes del Garraf i dins el municipi de Sant Pere de Ribes seria única en l'aspecte d'associació de joves per a la creació d'un gran esdeveniment. Suposant que l'esdeveniment sortís bé, l'entitat agafaria rellevància dins el panorama comarcal i podria arribar a liderar el rànquing de festivals de la comarca competint amb el Faraday, festival de música independent de Vilanova i la Geltrú i el Fimpt, el festival internacional de musica popular i tradicional. També cal dir que en comparació amb els altres dos festivals el que els diferencia son les tendències musicals i per tant se situaria en un bon lloc al donar l'opció de la música rock la qual l'oferta d'esdeveniments comarcals és pobre.

Aliances generals a l'entorn del municipi

Com Aliances caldria parlar d'aliances amb altres entitats del municipi, sobre tot entitats de joves i els mateixos joves que encara no associats puguin participar, junt amb altres persones. Cal dir que es farien aliances amb altres entitats municipals sobre tot de joves per atreure'ls al festival, ja que ens podrien publicitar el mateix en diversos escenaris on una campanya de màrqueting no podria arribar.

També es farien aliances amb les entitats de la festa major de les Roquetes, sobre tot amb la comissió de festes populars de cara a que ens poguessin recolzar el projecte per poder presentar-ho a la junta de govern de l'ajuntament de Sant Pere de Ribes i ens ho deixi tirar endavant.

Altra aliança important i sobre tot com a entitat, seria amb el departament de cultura del mateix ajuntament de Sant Pere de Ribes com a òrgan que gestiona la cultura al municipi, ja que amb el festival els oferim una oferta ja treballada i gestionada que pot enriquir molt la festa major i sobre tot dirigida als joves, on ells solament haurien de donar el vist i plau cedint-nos els espais adients per muntar-ho.

Altres aliances no menys importants serien amb les entitats esportives que s'allotgen al camp de futbol de cara a poder aconseguir mes facilitats per la cessió dels terrenys una setmana avanç de la festa major, gairebé fent-los anar a jugar a un altre terreny durant dos dies.

Una aliança bastant important seria la que es podria fer amb l'associació de Veïns de les Roquetes del Garraf de cara a que ens respaldessin la proposta, sobre tot pel fet que el nostre festival podria reportar soroll al barri els dos dies a les dues franges on hi ha cases, transit i gran moviment de gent, amb la qual cosa caldria tenir als veïns contents i segurs de la bona marxa del festival, i la mateixa associació ens podria ajudar a demanar policia municipal que s'encarregués de vigilar els carrers que puguen a les instal·lacions i d'encarregar-se de la seguretat al casc urbà referent al transit que pogués anar al concert i a les persones que es desplaçarien a peu.

També es podria plantejar el projecte al mateix consell comarcal del Garraf de cara a buscar també recolzament en la creació d'un festival rock, el qual de les dimensions dissenyades del projecte no existeix a la comarca, i que com associació i entitat per a joves i per a la difusió d'una avantguarda els oferim una activitat de nivell que pot donar bastant renom a la comarca del Garraf i posar en el punt de mira de la gent el nucli de les Roquetes del Garraf, municipi del qual no te la projecció que deuria de tenir, i això les inèrcies del nostre festival ho donarien.

Una aliança de les mes importants és la que es podria establir amb l'associació de comerciants de les Roquetes del Garraf de cara a que poguessin projectar els seus comerços de cara al festival i fins i tot que puguen col·laborar al festival, ja que el fet de que la gent vingui al festival suposarà atraure uns quants mils de persones que per inèrcia poden consumir i comprar al municipi.

Aliances concretes amb empreses, entitats, i d'altres per a l'organització del festival.

Al capítol 5 es detalla concretament cada recurs que faria falta per a la realització del festival i el tipus de negociació que es faria amb cada empresa per que ens deixessin un bon preu i per que ens donessin certs serveis. En concret aquí es fan unes pinzellades de les principals aliances amb empreses, entitats i altres per a l'organització del festival en termes generals i no en termes concrets com al citat capítol.

Aliances amb comerços de la comarca:

Es farien aliances amb comerços i comerciants concrets tal i com es parla al capítol 5 del projecte per tal que poguessin participar al festival podent muntar la seva parada o

estand al recinte i poder oferir els seus productes dins un aparador de mes de 7.000 persones.

La tipologia d'aliança amb el comerciant vindria donada i dependria del tipus d'activitat que desenvolupes, ja que no seria el mateix un que vengui samarretes a un altre que vengui menjar, ja que serien dos models diferents, i també cal tenir en compte que segons quins productes no relacionats amb els joves no ens interessaria que fossin exposats, ja que parlem d'un festival lúdic i no d'una fira o mostra comercial. Per tant aquestes aliances s'han de controlar be i gestionar be els convenis entre empreses i organització.

El conveni consistiria en que el comerciant com a tal es compromet a col·laborar amb el festival oferint els seus productes a preus no abusius dins el recinte, i pagaria la taxa pel seu comerç o espai (estand, espai gran, espai petit, diversos espais, etc.) que depèn de la tipologia d'espai a ocupar dins el recinte independentment de les seves ventes.

Si el comerciant ven menjar i begudes, el conveni estipularia altres obligacions per al comerciant, que serien les de en els preus del menjar per ració per persona augmentar 0,5 €, i en el cas de les begudes 1 € sense arribar a preus abusius. El que es pretén amb això, es augmentar els ingressos per a l'organització i que no hi hagi competència amb la mateixa dins el festival amb comercials, ja que entre altres coses un gran pilar del pressupost del festival vindrà derivat de d'ingrés per els gravement d'aliments i begudes.

Aliança amb distribuïdor de begudes:

Pel que fa a l'aliança amb el distribuïdor de begudes simplement passa per el tema comercial, es a dir que l'organització i el distribuïdor ens aliem per fer negoci amb l'expedició de begudes. Nosaltres ens comprometem a vendre un nombre elevat de begudes en dos dies de festival i ells s'alien amb nosaltres, primer de tot rebaixant-nos substancialment el preu dels barrils de beguda i compromentent-se a tenir constantment els bars aprovisionats de begudes a part de la comanda que faria l'organització pel que fa a les begudes. També el distribuïdor es compromet a deixar-nos infraestructures per al bar, etc.

Aliança amb un banc:

Al ser el primer festival que volem muntar, l'entitat no compta amb diners efectius per poder començar a treballar, fent contractacions, demanant serveis, etc. Per tant com moltes empreses que es contractaran cobren meitat per adelantat i algunes fins i tot per adelantat, cal tenir cert marge econòmic per començar a reservar els serveis.

Pel que fa als bancs molts ofereixen serveis de patrocini per a esdeveniments culturals i altres ofereixen serveis per a negocis innovadors amb crèdits amb condicions especials per a joves empresaris o empreses avantguardistes. En aquest cas la nostra entitat podria encabir-se dins aquests factors. A canvi de poder fer molta publicitat el banc i situar-se dins dels col·laboradors en una situació privilegiada en quant a publicitat, ens donarien un patrocini econòmic i es faria una aliança econòmica mitjançant la qual ens deixarien optar a una modalitat de préstec amb un integrés baix amb la condició d'una vegada acabat el festival retornar-ho. En el cas que no es pogués retornar llavors ens establirien altres condicions de retorn amb integrés variable que hauria de pagar l'entitat mes a mes fins exhaurir el deute.

Aliança amb els arrendants del bar:

Pel que fa als bars ja s'ha dit que es deixaria arrendar per un particular empresa o entitat per que ho portes ja que l'entitat no podria costejar i gestionar els sous i assegurances del personal del bar. També es va creure mes adient deixar el bar a persones que realment sàpiguen dur un bar i tinguin certa experiència i carisma. Un exemple de la tipologia d'aliança per dur el bar seria amb l'ama d'un bar heavy de Vilanova i la Geltrú, la qual amb el seu carisma, personal i clientela, podria dur el bar, a canvi del 25 % de les ventes del mateix amb les condicions que l'organització ja li deixaria muntat, i solament hauria de preocupar-se (per l'aliança amb la distribuïdora de cerveses) de les existències de begudes, d'atendre a la clientela efectivament i dels seus treballadors que tindran que estar en acord en nombre amb les persones a atendre.

Per aquest tema es faria o una aliança gran amb alguna persona o empresa per que portes els dos bars o es farien dos aliances una per cada bar.

Aliances amb espònsors:

- *Sony*: Les aliances amb Sony Computer Entertainment, la qual es la part departamental de la companyia que comercialitza la Play Station, ve a ser una aliança de mútua ajuda, es a dir a nosaltres ens interessa que els seus videojocs siguin presents al nostre festival, sobre tot ens interessa que vinguin a muntar una activitat dels duets de Guitar Hero. També ens interessa que muntin un estand on ofereixin i deixin provar els seus jocs i consoles de cara a fer activitats lúdiques dins el recinte. Per altre banda a la companyia els interessa fer publicitat de les seves consoles i jocs, muntar un estand i poder donar a provar-los.
- *Fender*: Fender Iberica es el departament de l'empresa d'instruments musicals. En un primer moment les aliances podrien haver sigut difícils pel tema de que el seu principal competidor Gibson es present dins els jocs de Guitar Hero, però al final sembla ser que acceptarien l'oferta de patrocini. L'aliança amb Fender passaria primer de tot mirant de que la seva marca no es trobes junta amb els seus competidors, després també cal dir que a l'organització li interessa que aquesta marca sigui present ja que dona al festival un toc de distinció musical al ser una marca molt famosa. També ens interessava que la marca pogués ajudar als musics i assessorar, sobre tot als locals. A l'empresa els interessava poder publicitar-se i donar a conèixer certs productes. D'aquí les aliances amb Fender ja que busca publicitar-se i nosaltres busquem que es publiciti al nostre festival i un possible patrocini.
- *Botigues de musica*: Ja que el que es pretén es un festival elogi a la música entre altres coses, es va mirar de buscar aliances amb experts en música i que entenguessin i poguessin parlar el mateix idioma que els musics i fins i tot introduir als mateixos musics en aquest idioma. La idea va ser primer de tot per que l'organització necessitaria que es prestes algun equipament o instrument musical per a activitats com els duets de musics, entre altres. Les botigues de musica es buscarien publicitari d'alguna manera, sobre tot al festival essent casi obligades a publicitar-se ja que els assistents al festival podrien ser possibles clients, sobre tot els que després somiïn tocar en un festival com aquest. Per tant es va arribar a les aliances de que ells ens deixarien instruments musicals, i

muntarien certes activitats com a patrocini a canvi de publicitat i certa projecció dins el festival.

Aliances amb els grups locals.

Amb els grups locals també es farien aliances, ja que nosaltres l'organització voldríem treure tot el suc del que aquest ens poden oferir com a espectacle dins el festival, I no es persegueix solament el concurs de grups locals I la música, si no també l'espectacle, el que sigui mediatic. Per tant es va pensar en fer aliances amb els grups locals oferint-los tot el recolzament i els mitjans necessaris per que ells poguessin publicitar-se dins el festival, muntar els seus espectacles i animacions, etc; ja que el festival avalua als grups musicals no solament per la seva actuació, sinó per també el fet de ser recordats i per la seva revelació dins el festival. Per tant ells podrien programar algunes activitats fora del concert en les zones lúdiques i nosaltres deixaríem a canvi d'espectacle. Ells perseguirien els vots i nosaltres els ingressos mitjançant els vots consumició.

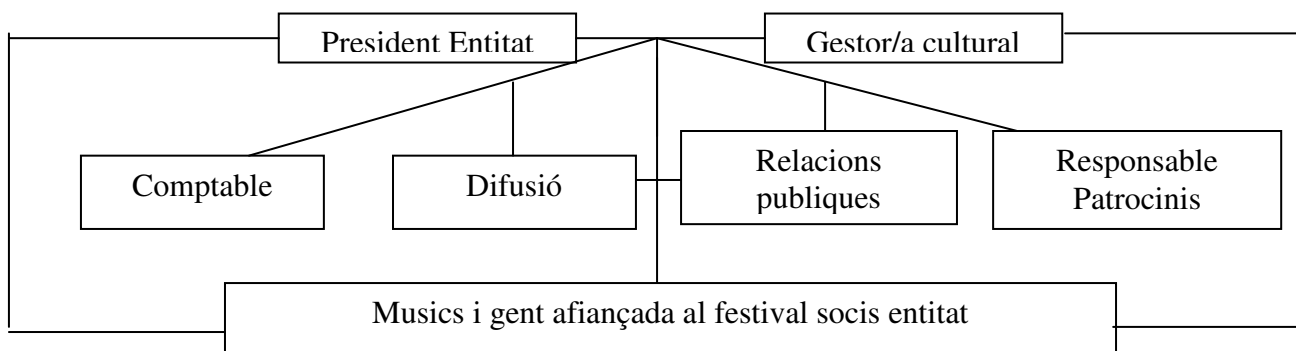
Cal dir que hi haurien moltes mes aliances, però en línies generals aquestes serien les més importants.

Estructura organitzativa (Organigrama), distribució de responsabilitats, i gestió de recursos humans.

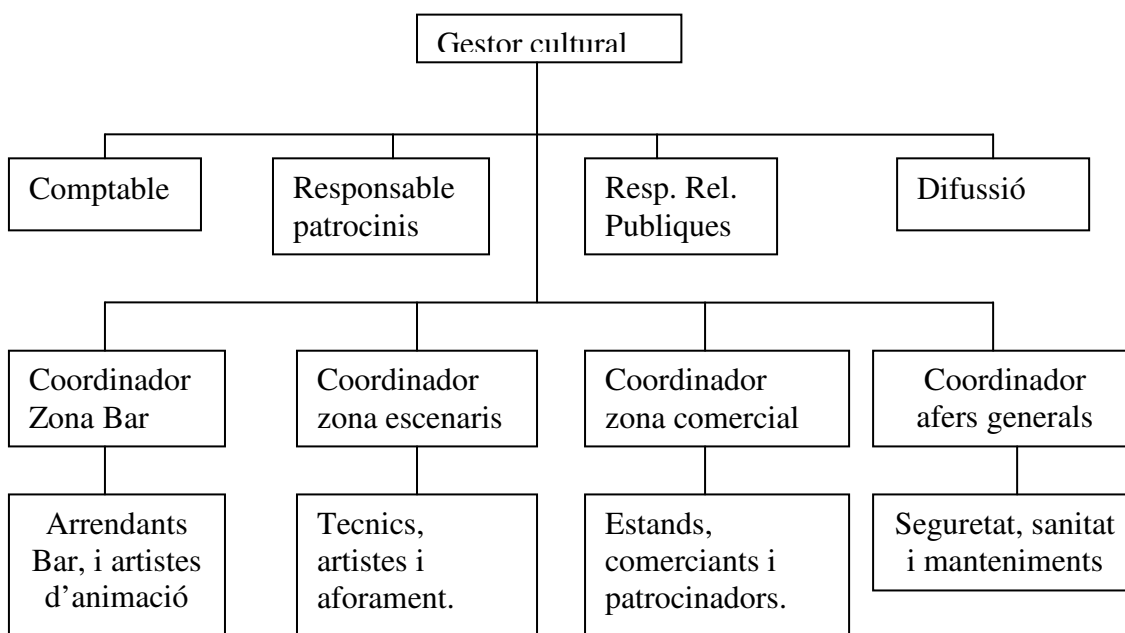
FITXA DE L'ORGANITZACIÓ

| | |
|--|--|
| Nom: | Entitat per a la creació del festival de la Guerra de les Bandes. |
| Sector | Organització d'esdeveniments musicals i culturals. |
| Productes o serveis que presta: | Organització de festivals lúdic musicals Rock i altres activitats relacionades amb la música Rock. |
| Àmbit territorial en el que opera: | Comarca del Garraf i territori estatal |
| Capital (estranger/espanyol; privat/públic; subvencionat) | Capital privat. |
| Nombre d'empleats | 5 persones en nomina, 3 càrrecs electes i voluntaris. |

Organigrama de l'entitat.:



Organigrama del festival:



Som una entitat encarregada de l'organització del festival de la guerra de les bandes a les Roquetes del Garraf. La nostra filosofia es la de la vanagloriació de la musica Rock i la filosofia que aquesta es una avantguarda molt important que cal cultivar-la i cuidar-la, per això creiem que els grups locals i emergents tenen una gran qualitat i cal donar-los l'oportunitat de poder tenir el seu moment de gloria i donar-los una oportunitat per catapultar-los.

La nostra missió de l'entitat tenint en compte els productes o serveis que oferim segons el sector i les característiques de la zona i els nostres clients son la de ser una entitat productora d'oci musical i festiu, de qualitat, amb una programació bona de festival i

capaç de buscar i projectar els talents musicals locals i la musica rock mitjançant un diàleg musical, festiu, etc. També la de poder portar artistes consagrats i altres proposicions demanades pels joves del municipi.

Dos aspectes que distingeixen la nostra entitat de les altres pel que fa en aspectes positius son en primer lloc el que organitza un festival de gran calat i de gran envergadura vers les altres i que aglutina al jovent de tota la comarca en aquest festival i molts dins l'entitat com a socis. També caldria comentar dos aspectes negatius, com el gran risc que suposa l'organització del mateix festival, i el dependre del resultat del festival per saber el futur de l'entitat mateixa.

Segons la teoria de les organitzacions de Mintberg la nostra entitat tindria una estructura professional (veure organigrama) ja que tenim una organització burocràtica, però descentralitzada a la vegada, fortament tecnoestructurada i amb un gran staff de recolzament maquinal.

Els trets que defineixen la cultura de l'entitat son l'originalitat, el treball dedicat, el sentiment d'equip i germandat de cara als postres objectius lúdics musicals.

Respecte a la nostra estratègia, estructura i cultura podríem canviar en buscar una estructura plana i molt mes compromesa per part dels departaments i o responsables, però al ser una entitat i tenir tots interessos comuns es busca un ambient fraternal.

La política general de Recursos Humans ideal per a la nostra entitat seria una política de coordinació de totes les parts i departaments per part de la direcció composta per president i el gestor cultural per a la nostra finalitat comú, la creació, organització i realització del festival “ La guerra de les Bandes “.

El profesiograma de l'entitat per a la creació del festival “ La guerra de les bandes “ seria el següent:

| | |
|---|--|
| <p>Perfil del lloc de treball</p> <p>Funcions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinació de departaments. - Redacció del projecte “ La guerra de les Bandes “. - Gestió de l'entitat per a l'organització de la Guerra de les bandes. - Gestió, producció i realització del Festival “ La guerra de les Bandes “. <p>Organització: situació en l'organigrama</p> | <p>Nom del lloc de treball: Gestor cultural</p> <p>Coneixements tècnics</p> <p>Ofimàtica (Word, Excel, bases de dades ...).</p> <p>Experiència administrativa.</p> <p>Titulació en Gestió Cultural.</p> <p>Característiques personals</p> <p>Disponibilitat horària.</p> <p>Dotacions per a la negociació.</p> <p>Creativitat i originalitat.</p> <p>Experiència en Gestió de concerts i esdeveniments musicals..</p> <p>Condicions de treball</p> |
|---|--|

| | |
|---|---|
| <p>Lloc de treball de director tècnic (Gestor cultural) dins l'entitat per l'organització del festival la Guerra de les bandes.</p> | <p>Treball en despatx i In Itinere. Treball a deshores (5 diàries Dilluns a Divendres). Reunions y negociacions constants amb el president de l'entitat i els responsables dels altres departaments.</p> |
| <p>Perfil de l'Ocupant</p> | |
| <p>Formació</p> <ul style="list-style-type: none"> - Llicenciat o diplomad amb titulació superior en gestió cultural. - Formació administrativa. | <p>Requisits de formació o experiència</p> <p>Dotacions com gerent i administrador. Experiència en organització d'esdeveniments Musicals i festivals. Màster gestió cultural.</p> <p>Altres requisits</p> <p>Coneixements de musica Rock i o Heavy metal. Assistència a festivals rock.</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Perfil del lloc de treball</p> | |
| <p>Funcions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portar al dia la comptabilitat de l'entitat. - Portar al dia la comptabilitat del festival la guerra de les Bandes. - Portat tota l'administració econòmica amb clients i l'entitat. | <p>Nom del lloc de treball: <u>Comptable</u></p> <p>Coneixements tècnics</p> <p>Ofimàtica (Word, Excel, bases de dades ...). Experiència administrativa. Experiència en Comptabilitat i finances.</p> <p>Característiques personals</p> <p>Disponibilitat Horària Persona endreçada. Dotacions de negociació. Retribucions mensuals o a final de projecte.</p> |
| <p>Organització: situació en l'organigrama</p> <p>Responsable de la comptabilitat de l'entitat per l'organització del festival la guerra de les bandes.</p> | <p>Condicions de treball</p> <p>Treball en despatx. Jornada de 5 hores diàries de Dilluns a Divendres a deshores.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>Perfil de l'Ocupant</p> | |
| <p>Formació</p> <p>Llicenciat en ciències econòmiques i empresarials. Titulació de comptable.</p> | <p>Requisit de formació o experiència</p> <p>Llicenciat en ciències econòmiques. Experiència en comptabilitat.</p> <p>Altres requisits</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>Coneixements de musica Rock i o Heavy metal. Assistència a festivals rock. Coneixement d'empreses relacionades.</p> |
|--|--|

| | |
|---|---|
| <p>Perfil del lloc de treball</p> <p>Funcions</p> <p>Difondre el festival “ La Guerra de les bandes “ als mitjans de comunicació. Crear la publicitat del festival. Fer arribar al públic el que s'està organitzant. Fer tasques de comunicació i màrqueting.</p> | <p>Nom del lloc de treball: <u>Difusor d'esdeveniments.</u></p> <p>Coneixements tècnics</p> <p>Ofimàtica (Word, Excel, bases de dades ...). Experiència administrativa. Coneixements en màrqueting i publicitat.</p> <p>Característiques personals</p> <p>Vehicle propi Disponibilitat horària. Comunicador. Creativitat i originalitat. Experiència en tasques de màrqueting i publicitat.</p> |
| <p>Organització: situació en l'organigrama</p> <p>Lloc de treball de responsable de publicitat i màrqueting per a la organització del festival “ La guerra de les bandes “ organitzat per l'entitat per a l'organització del festival la Guerra de les Bandes.</p> | <p>Condicions de treball</p> <p>Treball en despatx i in Itinere. Reunions. Treball a deshores de 25 hores setmanals sense horari fix juntament amb el departament de relacions públiques. Retribució mensual o al final del projecte.</p> |
| <p>Perfil de l'Ocupant</p> <p>Formació</p> <p>Llicenciat o diplomad en publicitat. Títol i experiència en màrqueting, publicitat, difusió i comunicació.</p> | <p>Requisit de formació o experiència</p> <p>Experiència en treballs publicitaris Creativitat. Persona comunicadora.</p> <p>Altres requisits</p> <p>Coneixements de musica Rock i o Heavy metal. Assistència a festivals rock. Disponibilitat per fer campanyes a qualsevol lloc i hora.</p> |

Perfil del lloc de treball

Funcions

Recerca de ofertes per al festival
Estar al dia dels moviments musicals locals.
Fer estudis de demandes per al festival.
Recerca de contactes
Difusió del festival i publicitat als llocs massius de joves, bars, entitats, etc.
Comunicació.

Organització: situació en l'organigrama

Responsable de relacions públiques.

Nom del lloc de treball: **Relacions públiques**

Coneixements tècnics

Ofimàtica (Word, Excel, bases de dades ...).
Experiència en relacions públiques.
Coneixements en Gestió Cultural.
Coneixements de les últimes tendències i moviments comarcals i regionals en temes de festivals temes Rock.

Característiques personals

Vehicle propi.
Disponibilitat Horària
Dotacions d'oratoría
Originalitat.
Experiència en Relacions públiques i publicitat.

Condicions de treball

Treball in itinere 25 hores setmanals, sobre tot caps de setmana.
Assistència a festes, bars, i concentracions de possibles assistents al festival.
Anar amb merchandasing del festival sempre i publicitari en hores de treball el mateix.
Retribució al final del festival.

Perfil de l'Ocupant

Formació

Titulació en Relacions públiques.
Titulació en publicitat o comunicació.

Requisit de formació o experiència

Dotaments d'oratoría.
Experiència en relacions públiques i campanyes publicitàries.
Estar al dia de concerts i concentracions relacionades amb la musica i els joves per anar a publicitari el festival, vendre entrades i donar a conèixer el mateix.

Altres requisits

Coneixements de musica Rock i o Heavy metal.
Assistència a festivals rock.
Persona molt dinàmica.

Perfil del lloc de treball

Funcions

Recerca de patrocinadors.
Recerca de subvencions.
Recerca de recursos econòmics.

Organització: situació en l'organigrama

Lloc de treball de responsable de patrocinis de l'entitat per a l'organització del festival de La guerra de les Bandes, sota la supervisió de la direcció i coordinat amb la resta dels departaments.

Nom del lloc de treball: **Responsable patrocinis**

Coneixements tècnics

Ofimàtica (Word, Excel, bases de dades ...).
Experiència administrativa.
Coneixements en gestió cultural

Característiques personals

Vehicle propi.
Disponibilitat horària.
Dotacions de negociació
Creativitat i originalitat.
Experiència en recerca recursos.

Condicions de treball

Treball en despatx i in Itinere.
Treball de 25 hores setmanals sense horari fix.
Reunions i negociacions constants amb possibles patrocinadors relacionats amb els projectes.
Retribució mensual o a final del projecte.

Perfil de l'Ocupant

Formació

Llicenciat o diplomad en ciències econòmiques i empresarials.
Màster en gestió cultural o formació equivalent.

Requisit de formació o experiència

Dotacions de negociació.
Experiència en llocs de recerca de recursos econòmics.

Altres requisits

Coneixements de musica Rock i o Heavy metal.
Coneixement d'empreses relacionades amb el mon de la musica, comarcals, regionals i estatals.
Assistència a festivals rock.

Perfil del lloc de treball

Funcions

Coordinar amb la direcció i les empreses contractades al festival.
Vigilar el bon funcionament del departament del festival.

Nom del lloc de treball: **Coordinadors de departaments de festival (5).**

Coneixements tècnics

Coneixements de l'àrea a coordinar (So, tècnic, comercial, lúdic, etc.).
Coneixements en Gestió Cultural.

Característiques personals

| | |
|---|---|
| <p>Detectar anomalies. Coordinar amb els altres coordinadors les activitats del festival programades.</p> | <p>Disponibilitat horària a tot el festival. Persona dinàmica. Voluntariat.</p> |
| <p>Organització: situació en l'organigrama</p> <p>Lloc de responsable de l'àrea a cobrir per a dur la coordinació sota els criteris de la direcció.</p> | <p>Condicions de treball</p> <p>Total contacte amb la cúpula directiva. Treball in itinere al festival durant la seva duració de 48 hores. Negociació constant amb els coordinats. Retribució de 600 euros per tasques de voluntariat.</p> |
| <p>Perfil de l'Ocupant</p> | |
| <p>Formació</p> <p>Coneixements en gestió cultural Formació relacionada amb el departament a coordinar: Coordinador afers generals: Seguretat i manteniment. Coordinació escenaris: Sò i música. Coordinació Zona Bars: Relacions públiques i lleure. Coordinació zona comercial: Comerç</p> | <p>Requisit de formació o experiència</p> <p>Dotacions de negociació. Experiència en coordinació d'espectacles. Coneixements de gestió cultural i tècnics.</p> <p>Altres requisits</p> <p>Coneixements de musica Rock i o Heavy metal. Assistència a festivals rock.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Perfil del lloc de treball</p> <p>Funcions</p> <p>Funcions diverses: Venta d'entrades i control entrades. Tasques de recolzament als coordinadors Tasques d'animació. Afers generals al festival.</p> | <p>Nom del lloc de treball: <u>Voluntari per tasques a festival (33).</u></p> <p>Coneixements tècnics</p> <p>Ofimàtica (Word, Excel, bases de dades ...). Experiència administrativa. (dependent el lloc de treball)</p> <p>Característiques personals</p> <p>Ser soci de l'entitat. Depenen el lloc a cobrir.</p> |
| <p>Organització: situació en l'organigrama</p> <p>Voluntaris per a tasques diverses dins el festival, coordinats pel coordinador d'àrea.</p> | <p>Condicions de treball</p> <p>Total contacte amb el coordinador. Treball in itinere al festival durant la seva duració de 48 hores, en coordinació voluntària amb altres. Gratificació amb 300 €</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Perfil de l'Ocupant</p> <p>Formació</p> | <p>Requisit de formació o experiència</p> |
|---|---|

| | |
|------------------|---|
| Formació bàsica. | Depenent el lloc. |
| | Altres requisits Coneixements de musica Rock i o Heavy metal. Assistència a festivals rock. |

Pel que fa al pla de selecció del personal la font de reclutament per al director seria feta per la presidència de l'entitat de bosses de treball o simplement de persones conegudes i amb experiència en gestió cultural.

Pel que fa a la cúpula sota la direcció la font de reclutament seria externa en bosses de treball, INEM i boca orella.

Pel que fa als coordinadors serien escollits i buscats pels departaments també de la mateixa manera d'avanç o escollits entre membres de l'entitat.

Respecte als voluntaris s'oferirien ells mateixos i es buscarien entre els membres de l'entitat.

El disseny de la selecció dels càrrecs que cobren en la cúpula directiva i en la coordinació seria previ estudi del currículum vitae, les seves candidatures, els seus mèrits, una entrevista amb la direcció, probablement algun supòsit pràctic i una entrevista final. Amb l'estudi dels currículums i candidatures es seleccionen als que es creu que poden tenir l'experiència i el perfil que es busca, a continuació es citen els seleccionats i se'ls entrevista, una vegada passada l'entrevista i corroborat el seu currículum, es faria un supòsit pràctic relacionat amb el lloc de treball i es faria la selecció final.

La forma de retribució dels llocs de treball i del personal com ja s'explica a la fitxa seria fixa encara que a mesura que avanci el projecte depenent la feina que aquest comporti pot ser que els sous es rectificuin a l'alça. També cal dir que no estem parlant d'una empresa que compleixi un horari establert d'oficina, si no d'una entitat on el tema horaris i sous seria més flexible. Respecte a les persones que treballin al festival com a voluntaris amb sou i voluntaris sense sou cal dir que els sense sou podrien rebre alguna retribució però caldria revisar la comptabilitat i veure que es pot aconseguir més diners. Cal dir que aquests llocs de treball s'avaluarien al final del festival i durant la gestió avanç mitjançant el poder arribar als objectius proposats per la direcció en el calendari. Respecte als voluntaris l'avaluació la faria la mateixa entitat després del concert amb la coordinació feta.

Pla de finançament i gestió pressupostaria (Veure extracte)

Al ser el primer any que es celebraria el festival, es deduiria que amb els diners dels socis de l'entitat no es podria començar a organitzar el festival i per tant caldria certs diners líquids per començar a treballar. Per tant el primer pas que es faria es trobar recolzaments mitjançant un projecte ja escrit buscant espònsors i patrocinis.

En aquest cas trobaríem que es podria aconseguir fins a 8.000 € mitjançant espònsors, i caldria demanar un préstec a un banc demanant també que ens esponsoritzi. Aquest pas seria el mes difícil de aconseguir de tot el que seria el projecte, ja que podria durar bastant temps trobar els diners adequats per començar a treballar. Dins el calendari aquest pas es faria 7 o 8 mesos avanç del festival. En el nostre cas parlem de que el festival es celebraria al juny per tant aquestes operacions caldria anar fent-les cap al setembre del 2009.

Com es veu a la comptabilitat caldria un 30 o 40 % dels recursos per poder reservar la majoria d'infraestructures i serveis a contractar pel festival, per pagar reserves, pagues i senyals i fins i tot alguns que cobrarien per adavançat com les asseguradores, la sanitat, etc. (veure capítol 5).

Cal dir que molts serveis i externs que ens fan falta voldran cobrar per endavant i per tant cal dir que es farien contractes bilaterals entre l'organització del festival i entitat amb les diferents empreses, on si es pagaria per endavant però a canvi d'uns serveis molt especificats dins el contracte, pels quals si s'incomplís el contractat assumiria la responsabilitat de retornar els diners si es avanç del festival o la responsabilitat de compensar el mal fet econòmicament a l'entitat.

Una vegada es pugui disposar dels diners del banc i els esponsoritzats ja es podria començar a negociar amb els artistes cap de cartell que serien els mes cars i difícils de concertar. En el nostre cas negociariem amb el grup Warcry la seva actuació i es pagaria el catxet com a reserva d'actuació es prendria nota de les demandes del grup, etc.

Probablement el banc podria demorar-se una mica en fer-nos efectiu el préstec, per tant amb els diners dels espònsors podríem contractar a Warcry directament sense cap cost per l'entitat i en el cas que el préstec fos denegat ja tindríem el cap de cartell reservat i pagat, podent fer un festival alternatiu reduint-lo a la meitat del que es tindria calculat, es a dir ja tindríem les esques cobertes per fer un festival alternatiu en casos que ens sigues denegat els diners.

Una vegada efectius els diners del préstec, que serien en aquest cas sumat als espònsors i al que es preveuria vendre en entrades 6 mesos avanç el 30 % del pressupost, ja es podria també reservar el segon cap de cartell, en aquest cas Lujuria, al igual que es va fer amb Warcry. Cal pensar que al tenir un préstec cal contar que tenim en el nostre cas uns 30.000 euros de risc que cal tornar i per tant s'haurà de buscar atraure a la gent i mirar de anar concertant coses per al projecte, però a la vegada pensant en que pot sortir alguna cosa malament i el festival tindria que reconvertir-se per no haver pèrdues. Per tant cal dir que d'aquest ingrés gran caldrà fer una inversió gran, es a dir invertir en els artistes d'animació i sobre tot en la campanya de publicitat per atraure gent des d'aquest moment i animar a la gent de l'entitat i gent atreta per la publicitat a comprar l'entrada avanç. Amb aquesta campanya i sent com seria el cartell, a mesos del festival

s'esperaria vendre el 40 % de les entrades gracies a la gent de l'entitat i a la bona acollida i difusió per aquesta i la publicitat, retornant-nos d'inversió dels diners prestats pel banc, en concret 51.700 €, es a dir , no solament recuperariem els diners, si no que hi guanyariem, si en tres o quatre mesos avanç del festival hi aconseguim vendre el 40 %. Cal també parlar que les entrades van gravades a 2 € cadascuna per la distribució i impressió d'aquestes i per tant per cada entrada venuda caldria pagar a la distribuïdora i impressora 2 €. També cal tenir en compte amb la venda d'entrades que al final del festival caldrà rendir comptes a hisenda pel IVA de les entrades.

Una vegada solucionat el tema entrades i haver tingut aquests guanys es pot tornar a invertir en fer rentable aquests diners de cara a millorar el festival i per tant, sapiguent les demandes dels caps de cartell i les necessitats del nostre festival, ja es pot anar demanant pressupost per a escenaris i sonorització a empreses que lloguen. En el nostre cas es va demanar dos escenaris antilliscants, alts i de 100 m2 que es el mínim que fa falta per a un bon cap de grup on pugui ficar tot el seu equip, sonoritzar-lo i a la vegada poder-se utilitzar l'escenari per als teloners o en aquest cas per a la guerra de les bandes. Respecte a la sonorització es va buscar un bon equip sota les especificacions per a musica bastant potent i dura com a requisits per l'equipament i que sigui a la vegada versàtil i adaptable a diferents formats de formacions musicals.

A quatre mesos vista del festival i tenint clar mitjançant la redacció d'un projecte de les necessitats que farien falta, es pot afirmar que el millor a fer es demanar molts pressupostos a les empreses que ofereixen serveis que ens poden interessar.

En aquest cas enviant pressupostos i calculant l'aforament, es va veure necessari contractar un equip d'emergències, sobre tot per la gran afluència de gent i la gran probabilitat que es necessiti assistències mèdiques o d'urgència. Per tant es va demanar pressupost a una empresa i es va veure que dins els costos en infraestructura seria dels que mes pesarien i per tant amb la condició de pagar el 60 % avanç i al final del festival la resta pels seus serveis, es va decidir en aquest moment ja reservar-los, també per que exigeixen cert temps i a tres o quatre mesos vista es el millor moment per reservar serveis. També es contractarien els electrògens on el cost seria petit, però es un element indispensable pel festival. Es buscaria l'empresa que ens donés millor oferta. També al igual es faria amb les carpes, les petites per estands i la gran Hayma per a bar.

Respecte a les inversions cal dir que en tot moment cal anar buscant el màxim rendiment i la forma de que aquest diners puguin retornar a l'organització.

Dins aquests rendiments cal parlar de les carpes per estands que retornaria part de d'inversió llogant-les als comerciants, entitats, etc. També es miraria de buscar diners mitjançant el lloguer d'espais per comerciants a preus mòdics. A tres mesos vista del festival cal dir que podríem tenir el 30 % també dels estands llogats i dels espais dins el recinte, els quals sumarien diners i retornarien la inversió en la zona comercial.

Respecte als espectacles de Guitar Hero cal dir que *Sony Computer Entertainment* com a patrocinador i reclam per al festival posaria el seu estand i ens faria l'espectacle sense cobrar i aportant infraestructura, per tant ja a tres mesos podríem ja tenir els elements bàsics del festival, els artistes grans, les animacions, les carpes, escenaris i so i una prometedora zona comercial. Per aquest fet i per assegurar la gran inversió feta en aquests elements cal anar pensant en assegurar-lo, sobre tot pel fet que pogués caure algú del cartell, poguessin haver inclemències meteorològiques, etc. Per això a tres o dos mesos vista del festival cal contractar una assegurança que cobreixi la inversió feta

en els elements bàsics del festival, Artistes i equipament. En el nostre cas ja que dins la majoria de pressupostos ja porten els equipaments assegurats, es va optar per una assegurança senzilla que cobrés el pressupost invertit, en aquest cas es parlaria rondant uns 50.000 euros invertits aproximadament. L'assegurança a contractar cobriria la responsabilitat civil, d'incompareixença d'artistes i sobre tot les inclemències meteorològiques.

A 2 mesos vista la campanya de publicitat i els moviments de l'entitat van donant més fruits i probablement en vista de l'èxit en vendre les entrades anticipades, caldria tornar a fer balanç de les vendes. En el nostre cas s'haurien venut a 2 mesos vista unes 3.000 entrades més aportant uns ingressos de 55.000 € que juntament amb el que no s'havia gastat ens trobaríem amb un capital per tornar a fer grans inversions de 72.195 €, i amb una bona acceptació per part del públic del festival.

A dos mesos vista ja caldria anar definint i contractant empreses per temes puntuals i transcendents dins el recinte com poden ser els elements com tanques i maquinaries per facilitar els muntatges com els elevadors, etc. Si no contractar-los ja tenir-los apalabrats, els lavabos, tema clau, on en el nostre cas caldria dir que es va mirar a la baixa pel manteniment que probablement hi hauria i per que probablement altres empreses pel preu contractat ens oferirien més serveis.

També cal dir que a dos mesos del esdeveniment i amb la bona gestió de pressupost que s'estaria portant caldria invertir més en publicitat, sobre tot en cartells i marxandatge del festival per publicitar-nos més i arribar més lluny per poder fer un últim esforç i com a mínim arribar a la xifra de 7000 localitats venudes per que el nostre projecte sigui rendible econòmicament i pugui reportar ingressos. Cal dir que amb 1000 persones menys i fins i tot moltes menys probablement per altres elements com serien el bar que es va calcular a la baixa el festival no obtindria pèrdues. Però com això es més un tema de probabilística cal jugar amb xifres absolutes i justes, per després donar-les de si i obtenir guanys si hi ha bona resposta.

També una vegada definit tot el festival i calculant ja tot l'aforament previst cal anar pensant en la seguretat i sobre tot en la neteja i manteniment del recinte. A partir d'aquest punt cal anar pensant en la comoditat i en el benestar del públic que assistirà. També cal dir que a partir d'aquest punt ja el festival es va magnificant per inèrcia pròpia i amb grans inversions com en la seguretat i cal anar pensant en guardar una xifra per imprevistos del festival. En el nostre cas es va pensar en una xifra de 6.000 euros per arribar on l'assegurança no pogués arribar i per si s'hagués de contractar algun servei extra, o caigués algú del cartell, etc. En el cas que no es gastés aquesta xifra quedaria ingressada a l'entitat com a guanys, però el més probable es que surti algun imprevist i cal poder tenir un cert marge per poder actuar econòmicament, sobre tot pensant en els artistes que són els que més riscos comportarien; sobre tot els de les animacions per la varietat i quantitat.

També com es comenta a 2 mesos gairebé a un mes del festival ja tot va per inèrcia, sobre tot en el que es a necessitats i serveis, la publicitat es en el seu moment més àlgid i al tenir ja la forma el projecte es atractiu, sobre tot per a col·laboradors. En aquest moment ja podríem disposar del 100 % de comerços i de lloguers d'estands que es va preveure reportant alguns ingressos extres, preveient que vindrien més i donant per amortitzada la inversió en la zona comercial, que més que despeses ens donaria beneficis solament pel fet de ser allà.

Ja a un mes vista del festival i tot amb forma ja es passaria a la fase d'anar tancant tots els acords i acabar de tancar tots els serveis. També pel que fa a patrocinis per inèrcia estaríem en un bon moment per trobar col·laboradors per la gran magnitud que s'espera i al tenir ja xifres absolutes de persones que participaran acordades mitjançant la venda d'entrades. En aquest cas en el nostre projecte s'ha pensat en patrocinadors que podrien donar al festival certa distinció com seria Fender, i probablement d'altres, podent aconseguir infraestructures i altres patrocinis. També voldrien col·laborar les entitats locals com l'ajuntament i fins i tot pactant amb aquest es podria fer que la diputació ens prestés material i col·labores al festival. En aquest moment ja es buscarien col·laboracions més distintives. També hi haurien altres col·laboracions més presents com serien les botigues de música, etc. En aquest moment per inèrcia sortirien col·laboracions a cabassos. En el projecte es reflexen solament algunes a mode d'exemple.

També a un mes del festival i probablement ja raonat des del principi caldria anar reservant l'equipament per als bars, els quals serien el tercer eix i la segona font d'ingressos del festival, després de la gran despesa feta, ja que amb les entrades solament el festival acabaria amb pèrdues i s'han de buscar financeracions alternatives per acabar de sufragar tots els serveis que per inèrcia farien falta.

El bar es miraria de cedir a alguna empresa a canvi d'un percentatge en relació a les vendes de begudes, aquest conveni ja s'hauria fet a 6 mesos vista quan ja es perfilava el tipus de festival, però es faria efectiu ara on les xifres ja serien gairebé casi absolutes i el bar seria un caramel per qualsevol empresari. També es contactaria amb la cervesera, també espònsor del festival des del principi per que ens orientes cap a una distribuïdora i poder fer una reserva de begudes calculada per l'aforament. La cervesera ens donaria avantatges i fins i tot ens reservaria mes barrils de beguda del compte per si es dispara la demanda ja que com es diu avanç s'ha calculat a la baixa i no a l'alça, i el bar podria magnificar els beneficis del festival, sobre tot al ser el lloc actiu del festival on es fan les dinàmiques i activitats de votació de grups tal i com s'explica a altre capítol.

Es va pensar en posar les begudes a preu assequible però que a la vegada reportés beneficis, i es pensar en posar-se a 2 €, per tant, el 25% seria per la distribuïdora, el altre 25 % per als arrendataris del bar i el 50 % per a l'organització. En vista de la bona predicció es donaria una paga per reservar certa quantitat de barrils i assegurar la col·laboració amb la distribuïdora, acordant pagar la resta al final de l'esdeveniment amb la promesa que serà una xifra bastant mes gran.

Els dies de festival, son els dies en que es veuria si la inversió ha valgut la pena i seria la prova de foc. Cal dir que següent previsors i havent calculat xifres a la baixa podríem trobar-nos a que les entrades es vendrien bé totes i fins i tot caldria treure mes a la venda, pel qual trauríem el màxim d'ingressos. Els dies de festivals serien dies d'ingressos i sobre tot de ser mes centrats en la organització coordinació etc. El dia de festival seria la meta aconseguida.

Cal parlar dels protagonistes del festival, els grups locals, els quals podrien cobrar per endavant una setmana o dues avanç el festival o fins i tot el mateix dia, essent mes lògic que ho fessin avanç amb temps per que puguin amb aquest diners invertir en millor so, escenografies, etc.

Una vegada acabat el festival es passaria a fer balanç del mateix i sobre tot a rendir comptes amb els que resten per cobrar. En el nostre cas es pagarien la resta d'honoraris

al servei d'emergències mèdiques, es pagaria als arrendataris del bar, es pagaria al distribuïdor de begudes; a tots segons conveni.

En els dies posteriors al festival i en la setmana posterior es passaria a fer avaluació del mateix i sobre tot a també rendir comptes amb temes legals com serien el tema de Hisenda i la Societat General d'autors que cobrarien en funció de les entrades venudes i l'aforament aconseguit.

L'últim tràmit a fer seria i en vista la bona comptabilitat feta i els beneficis obtinguts es retornaria el préstec al banc amb els interessos, es pagarien els honoraris als organitzadors de l'esdeveniment prèvia avaluació i els ingressos del festival junt amb el projecte i la documentació serien arxivats de cara al any següent. Sobre tot si hi han de rendir comptes a qualsevol inspecció, etc.

Contractes i convenis:

Qualsevol relació que tingui l'entitat i l'organització amb un tercer, es farà mitjançant contractes per establir els rols entre les dues persones, i sobre tot per establir una normativa dins el que seria el festival i la forma d'execució. Cal dir que moltes empreses volen cobrar per avançat i per tant cal tenir controlada la situació i tenir controlats on s'han ficat els diners i rendibilitzar la inversió. El normal que es buscaria i del qual no hi tenim molta informació dins la recerca, es que es cobres un tant per cent per endavant i un tant per cent al finalitzar el festival, però probablement molts prefereixin per avançat i per tant el contracte estableix un vincle sòlid.

Pel que fa a contractes trobarien: un model per comerços, un model per empreses de serveis i un model per a particulars, amb condicions individuals per cada contractant.

- Comerços: El contracte establiria les normes pel que fa a comerç just a no preus abusius, s'especificaria el NIF de l'empresa, les dades personals, especificaria que es el que ha de vendre cada comerç, en el cas de vendre menjar es faria un altre tipus de contracte sobre tot pels gravaments, el qual demanaria la facturació de tot el dia i controlaria les vendes. També s'especificaria la persona responsable, l'horari, les persones autoritzades per entrar al recinte, l'espai que ocupa, la satisfacció de les taxes per endavant, l'horari de treball, i afers generals relacionats amb aquests, etc.
- Serveis: Les empreses de serveis cadascuna diferents, el contracte establiria primer de tot les dades de l'empresa i entitat, el servei que prestarà, i a partir d'aquí les condicions pel qual es fa pagament i la data i hora de començament i acabament del servei prestat, el nombre de persones que treballaran, les tasques d'aquestes, i es donaria la normativa del festival pel que fa a treballadors, adaptada al servei que oferirà.
- Particulars: Seria un tipus de contracte similar al de serveis, però en aquest cas entre persones per tractes unilaterals amb aquestes i que participin al festival, la normativa, horaris, tasques, obligacions, etc.

Aquests contractes servrien d'assegurança de serveis i de responsabilitats marcant els rols, funcions i tasques. També servrien de normativa, i d'organització.

Respecte als convenis cal dir que aquests es farien amb empreses, patrocinadors, col·laboradors, etc. Els convenis serien totalment diferents, i s'establiria en que

col·labora l'entitat i en que col·labora l'altre persona, si aporta diners, quines son les obligacions de l'entitat vers a la col·laboració de l'altre persona, la duració, les dades, etc; tot dependria de la col·laboració de l'empresa o entitat i de la magnitud d'aquesta. (Veure model general de contracte als annexes)

Pla de comunicació.

El pla de comunicació i el màrqueting del festival seria un dels eixos centrals de cara a l'èxit del festival, sobre tot pel que fa a atraure gent a aquest producte cultural titulat "La guerra de les Bandes".

La primera reflexió de cara a plantejar el pla de comunicació es la de tenir clar quina es la missió del reducte que volem treure al mercat, i després l'objectiu del negoci. En el cas del projecte queda ben clar que la missió es fer una gran festa lúdica musical i fer una gran mostra musical comarcal amb l'objectiu de que la gent disfruti, ja que cal recordar que el negoci es enfocat des d'una entitat i no una empresa.

A partir d'aquí el Màrqueting ofereix un conjunt d'eines d'acció i de ventes per el mercat que volem treballar, les eines d'estudi de mercat i la filosofia de negocis. El que es pretén es trobar les necessitats i satisfer-les.

També cal fer un enfocament del producte mitjançant unes formules.

- Menys oferta que demanda fa que es tingui que fer una orientació a producció ja que es vendria tot.
- Si la oferta es igual a la demanda, caldria una orientació a ventes.
- Si la oferta es mes gran que la demanda, caldria una orientació a les persones.

En el nostre cas ens trobarien amb un híbrid, ja que trobem que no hi ha oferta pel que fa festivals a la comarca i per tant caldria orientar-se mes en el festival, però a la vegada trobem que cal orientar-nos a les persones ja que hi poden haver altres ofertes atractives, sobre tot si volem aconseguir un gran èxit de festival.

En temes culturals cal veure i segmentar el que demana el mercat i orientar el producte amb màrqueting mix, mixejar les variables per tenir resposta.

Les variables comercials son: Preu, Distribució i Promoció, ja que el producte ja el tenim, el festival.

Per arribar als consumidors del nostre festival, es a dir al públic cal tenir en compte la tipologia de persones que vindrien i sobre tot el comportament del consumidor, el procés de decisió de compra que haurà de passar i els factors que influenciaran el comportament del consumidor.

Dins això entren diferents factors, els fisiològics, la seguretat, els factors socials, els factors de estimacions, i els factors de autorealització.

A partir d'aquí la nostra comunicació ha d'estar orientada al perfils:

- El perfil demogràfic que busquem seria gent jove, musics i gent amant de la musica.
- El perfil psicografic seria de persones amb activitats, interessos, motivacions i estils de vida relacionats amb la musica roquera, la musica dura i la musica local.

Cal fer atractiva la percepció del nostre festival de cara a aquesta gent per atraure-la.

També cal donar a conèixer les atribucions del nostre producte amb les característiques, es a dir donar a conèixer el festival i les característiques d'aquest per fer-ho atractiu. Cal fer èmfasi en els caps de cartell, en la guerra de les bandes, i en les activitats lúdiques i diverses que es faran, on som forts com a festival.

Respecte al preu del festival des del primer moment es va buscar que fos assequible de cara a poder vendre molt i ràpid al ser el primer any i necessitar ràpidament de diners líquids per poder seguir programant.

Molts festivals en la línia del nostre els preus normalment solen ser el triple del que aquí cobraríem pel que oferim. La filosofia va ser la de crear un producte cultural complex assequible per a totes les butxaques, sobre tot la dels joves, i això suposaria un atractiu afegit junt amb la facilitat de poder vendre les localitats anticipadament, i també per poder competir amb altres ofertes culturals similars que es pugin fer a la comarca on per preu la nostra sigui la mes atractiva en qualitat i quantitat.

Pel que fa al nostre pla de màrqueting es va decidir no esperar a que la publicitat fes i que els assistents fossin a comprar les localitats, si no que a part de la distribució es va decidir que caldria anar a buscar als possibles assistents al festival fent campanyes amb voluntaris i gent de l'entitat en zones calentes on freqüentes gent del perfil que busquem i parlar-los en primera persona del que s'organitza i fer-los particeps del festival.

Els punts calents on trobar aquesta gent seria a bars i comerços relacionats amb la musica heavy, rock, llocs culturals, grans esdeveniments, festes, etc. Allà sempre hi hauria una comitiva de l'organització i es vendrien les entrades a la gent de tu a tu, explicant el festival, etc, com es feia antigament per vendre la loteria entre altres coses, convidant a la gent dels punts calents a venir al festival, explicant en que consisteix, etc. També la campanya passaria pels canals de distribució de la distribuïdora d'entrades i per tant tindríem mes possibilitats de poder fer arribar les entrades a la gent i mes lluny ja que la distribuïdora d'entrades ja te els canals muntats i ens promocionaria a llocs com grans locals comercials, botigues musicals, etc; on molt públic interessat ens podria veure i decidir venir al festival.

Els nostres objectius publicitaris vindrien a arrel de tot l'anterior dit en:

- Crear una imatge de marca del festival "La guerra de les Bandes" com a gran festival musical i lúdic.
- Intensificar la venta de localitats.
- Influenciar dins el moviment de grups locals, concerts i festivals de cara a atraure públics.
- Millorar la imatge de marca mitjançant altres activitats, com son els comerços i les campanyes que es faran dins el recinte.
- I modificar l'hàbit dels concerts a la comarca.

Altre punt del pla de comunicació seria el de les eines a utilitzar per a la comunicació i els mitjans per arribar al públic a part de tot l'exposat.

Els medis per a la nostra campanya serien convencionals ja que estar presents a mitjans molt massius ens donaria molta publicitat, sobre tot en llocs massius especialitzats en la tipologia de musica i gent que volem. Per tant ens situaríem mitjans massius com les revistes i publicacions locals, les revistes especialitzades musicals com la Heavy Rock, Kerrang, Metal Hammer, etc; i sobre tot Internet a llocs dedicats a la música Rock, musica local, etc. A internet es on es faria el gran desplegament publicitari i d'atracció mitjançant la creació d'un Web i sobre tot mitjançant la difusió a llocs molt visitats i

llocs locals. A exteriors amb publicitats de carrer amb cartells, en bars i zones calents amb presència i cartells, esdeveniments, i sobre tot proposant activitats de cara publicitari el festival. Diaris locals, etc. Cal dir que faríem un híbrid entre tracte personal i mitjans massius per tal d'arribar al nostre públic. Les relacions públiques serien el gran colofó dins el que seria aquests tractes personals de cara a donar a conèixer el festival, amb presència mediàtica i presència a llocs freqüentats per persones amb els perfils que busquem.

Probablement com a entitat es miraria de col·laborar en esdeveniments, festes, concerts, etc; faria presència pública per tal també de publicitar-ho i vendre com el fruit d'una alternativa popular, lúdica i musical.

El nostre objectiu es arribar a atraure 7.000 persones. Intentaríem atreure el 40 % a quatre mesos vista del festival, a dos i un mes del festival intentaríem atreure unes 3000 persones mes, es a dir un altre 40 % amb una publicitat mes mediatica, i intentaríem vendre la resta d'entrades a taquilla i fins i tot treure mes localitats a la venta, amb un màxim de 9.000

Projecte educatiu i pla d'integració comunitària.

Dins el festival de la Guerra de les bandes, cal parlar del subprojecte educatiu i d'integració comunitària que en ell es va pensar en donar. Aquest projecte radica en el fet de fer particeps en el mateix festival a entitats diverses, privades i publiques per que pugin fer les seves campanyes de conscienciació, orientació, etc. Sapiguent el perfil de persones que poden assistir al festival, es va pensar sobre tot en que institucions públiques poguessin instal·lar-se en algun estand per tal de poder fer campanyes. Es va pensar en que participes l'oficina d'orientació als joves podent posar la seva publicitat, la diputació de Barcelona oferint els seus serveis, el mateix ajuntament, etc; on poguessin fer campanyes sobre l'alcohol dins un recinte on molts voldran fer apologia del mateix, sobre el sexe, convidant a alguna associació que vulgui dinamitzar sobre el tema, i sobre la conducció. El fet de tenir un públic massiu captiu dins un espai tancat on hi ha molta llibertat es interessant que puguin engegar-se iniciatives d'aquesta índole ja que moltes campanyes no son efectives ja que no arriben o no saben arribar als afectats o al seu públic potencial. En aquest aspecte l'organització vol conciliar festa lúdica i concert amb conscienciació.

També el fet de ser un gran aparador a 7.000 assistents i recercar ajudes i vendre als comerciants locals el fet de que instal·lar-se al recinte pot comportar una projecció del seu negoci, ja que no solament vindrà gent del municipi, si no que vindrà de tota la comarca. La integració del festival sobre tot amb l'associació de comerciants, l'associació de veïns i el mateix ajuntament de Sant Pere de Ribes tal i com demostren festivals com el Viña Rock suposen a nuclis de població mitjans o petits una injecció econòmica brutal i sobre tot una projecció i publicitat impagable. Per tant el buscar aliances i col·laboracions en aquesta direcció pot donar grans resultats.

Respecte als veïns que tenen el seu domicili al costat del festival probablement trobin que durant dos dies hi haurà molt soroll i moviment, però caldrà donar a conèixer el festival a aquesta gent i mostrar-lo com a bo per a la zona on viuen, per demanar paciència durant els dos dies de duració del mateix, i convidar-los a participar en l'esdeveniment.

Pla operatiu i de producció del projecte (calendari).

El projecte per a la creació del festival de la Guerra de les Bandes estaria pensat per a realitzar-se hipotèticament al juny del 2010, però caldria començar a treballar-se des del juny i setembre del 2009, sobre tot al ser el primer any que es voldria fer.

- **Juny del 2009:** En aquest mes s'acabaria de redactar el projecte per a la creació del festival amb les orientacions del mateix, el perfil de la idea, els pressuposts i les accions orientatives, etc. Una vegada acabat el projecte, mitjançant instància es demanaria al departament de cultura de l'ajuntament de Sant Pere de Ribes que acceptessin una invitació per presentar-los el projecte i demanar-los col·laboració en el fet de demanar els terrenys per a poder fer el festival i que ens puguin agilitzar la burocràcia. En aquest mes també es presentaria la documentació necessària per demanar els permisos i per l'envergadura del projecte hauria de passar per una comissió de governament de l'ajuntament de Sant Pere de Ribes per que ens avaluin el projecte i sobre tot per que ens donin llum verda o ens ho deneguin, cosa que comportaria anar a un altre municipi o altres terrenys i adaptar-nos.

- **Juliol del 2009:** El projecte passarà per la junta de govern local, la qual requereix més documentació i sobre tot del tècnic que ha redactat el projecte i els responsables de l'entitat per que sigui presentat de primera mà pels creadors i es negocia junt amb els responsables de cultura de l'ajuntament un patrocini en forma de infraestructures en comptes de diners que es el que persegueix la nostra entitat. A la vegada que el projecte esta passant per la junta local, es buscarien recolzaments dins el nucli que evidenciiïn la necessitat i el bon acolliment que hi tendria mitjançant els comerciants, altres entitats, etc.

- **Agost del 2009:** El projecte seria en fase d'aprovació i deliberació per la junta de govern local, a part mig ajuntament fa vacances i es demoraria fins a mitjans de setembre.

- **Setembre del 2009:** El projecte a mitjans de mes es aprovaria per la junta de govern local de l'ajuntament, donant-nos llum verda per a poder realitzar dites activitats del projecte als terrenys demanats, pels quals habriem de fer petició formal mitjançant instancies. També es faria un conveni amb l'ajuntament pel qual es faria col·laboració mútua entre l'entitat i el departament de cultura de l'ajuntament de Sant Pere de Ribes, demanant-nos al final del projecte una memòria. A partir d'aquest fet el que es faria es començar a buscar patrocinadors i espònsors per aconseguir diners per al festival.

- **Octubre del 2009:** S'aconseguirien suficients patrocinadors com per a començar a reservar material i començar a contactar amb el cap de cartell del festival, el grup Warcry. Es començaria a contactar amb bancs i entitats de crèdit per demanar un crèdit de 30.000 € amb condicions especials per tenir liquidesa per començar a operar pel nostre projecte. La deliberació podria trigar tot el mes i al final aconseguiríem que ens fessin el préstec. Mentre ens farien efectiu aquest es seguirien buscant més espònsors i començarien les negociacions amb el grup Warcry per fer-los venir a tocar al nostre festival

- **Novembre del 2009:** Una vegada sent efectiu els diners del préstec es començaria la fase de començar a invertir, es negociaria amb el grup castellà Lujuria, per que vinguessin a tocar al nostre festival junt amb Warcry, es començaria a demanar pressupostos per als artistes i per animacions dins el que seria una futura zona lúdica , i conforme arribessin els pressuposts es aniria contractant. Es perfilaria un projecte publicitari.

- **Desembre del 2009:** Es continuaria la tasca d'anar demanant pressupostos, sobre tot pel que fa a tema d'equipaments com escenaris, i equips d'il·luminació i so. S'acabaria de perfilar el pla de comunicació, màrqueting i publicitat, i a finals de desembre i principis de gener el pla començaria a funcionar venent les primeres localitats per al festival amb l'objectiu de recaptar fons per al mateix.

- **Gener del 2010:** Continuaria la campanya publicitària i de venda, i conforme arribés efectiu s'aniria ingressant. També dins aquest mes ja es començaria a contractar el tema escenaris i el tema só i llums, electrògens i carpes, conforme arribés efectiu de la venda de localitats. A finals de gener i principi de febrer la fita seria aconseguir vendre el 40% de les 7.000 localitats previstes pel festival. Es començaria a contactar amb els grups locals i es faria una votació al web del festival i es començarien a publicitari amb el nom del festival. En aquest mes caldria revisar els temes d'IVA

- **Febrer del 2010:** S'aconseguiria la fita de poder vendre el nombre d'entrades per la bona campanya de comunicació i màrqueting iniciada des de Nadal i en continua expansió, i es començaria a plantejar el tema de llogar estands i espais. Per tant es començaria a contactar amb comerciants, particular i entitats per oferir-los instal·lar-se al nostre festival a canvi del valor del lloguer de l'estand i la parcel·la d'espai que pugui ocupar la seva parada a uns preus populars, arribant a concedir el 30% dels lloguers i compromisos amb els comerciants, etc.

- **Març del 2010:** En aquest mes la liquiditat estaria bastant controlada i començaríem a tenir beneficis de les vendes d'entrades i lloguers, per tant en aquest mes el que es faria seria buscar una bona assegurança pel festival, per a protegir la inversió i es començaria pensar i buscar infraestructures per enriquir, decorar i millorar els espais dins el festival. També s'apalabraria i llogaria maquinaria per muntar i desmuntar ràpidament, ajudar als que hagin de portar materials, etc. Aquest mes començarien els contactes amb la distribuïdora de cerveses i s'acabaria de tancar tot l'equipament per al bar i l'equipament patrocinat com les butlletes de votació etc. En aquest mes es començaria a buscar mes exhaustivament les persones a qui es podria llogar el bar a canvi del 25 € de les ganancies en barra. També s'acabaria de perfilar els material i espectacles patrocinats per patrocinadors com Sony i els seus desplegaments al festival.

- **Abril del 2010:** En aquest mes s'acabaria de tancar els temes serveis per al festival com serien la contractació de seguretat i de neteja, es buscarien mes activitats lúdiques per al festival i es tancarien aquest mes reservant-les pel festival. Es tornaria a fer una revisió del IVA

- **Maig del 2010:** Per inèrcia del festival i el que suposarà, molts col·laboradors volen entrar a formar part del festival i per tant ens podríem dedicar a buscar espònsors mes qualitatius i que donin valor afegit al nostre festival a canvi d'activitats, publicitat,

diners, etc. Es farien aliances amb botigues i s'acabaria de tancar el capítol d'infraestructures amb tot contractat i preparat pel dia del festival. Es contactaria amb els grups locals, i es mantindria un contacte mes estret de cara a estimular-los a fer espectacle i se'ls hi pagaria per adavançat per que puguin preparar equipacions i espectacles. Se'ls oferiria infraestructures, etc. Es faria la reserva formal de les begudes del bar i es faria una paga i senyal per que ens reservessin una gran quantitat de barrils de beguda, vista la proximitat del festival es faria un fons per imprevistos i s'acabarien de tancar els contractes de tot el festival.

- **Juny del 2010:** S'acabarien de vendre totes les entrades sobre tot el dies previs al festival. Es prendria possessió dels terrenys on es faria el festival i es començaria el muntatge dos dies avanç del tancat del mateix i s'establirien els espais. Un dia avanç ja tindriem seguretat i es deixaria que vinguessin a muntar els equips coordinadament amb un coordinador per cada àrea. Es muntaria escenari, equips de sonorització, les carpes i estands, portarien els electrògens, i es muntarien els bars equipats, seguretat establiria els seus plans, es muntaria l'equip mèdic, etc. El matí avanç del festival s'acabaria de muntar tot, els grups locals podrien anar a fer proves de sonorització i Lujuria faria les seves proves de sonorització també. S'acabarien d'ultimar detalls, els artistes animadors farien assaigs generals, i les parades de mercat acabarien d'instal·lar-se dins el recinte. Amb la policia municipal i mossos d'esquadra es faria un pla per fer arribar a la gent al recinte.

A les 15h de la tarda obriríem portes al públic i el festival seguiria segons la programació fins a les 5 de la matinada que tancaríem portes i el servei de neteja començaria a treballar per deixar-ho tot net, desmuntaria Lujuria tot el seu equipament i a les 8 del matí vindria el de Warcry. Es miraria de fer una reunió entre tots els coordinadors, direcció i contractats per a ultimar detalls i corregir errors que hagin pogut sortir el primer dia i s'esperaria que el dia fort fos dissabte. Farien proves de so els grups locals, provaria so Warcry i a les 15 h obriríem portes fins a les 5 de la matinada que tancaríem. I es començaria a desmuntar tot el recinte excepte l'enreixat. Cada empresa recolliria el seu material, l'empresa de neteja ho netejaria tot, i hi hauria vigilància fins a final del dia després per que puguin endurse-ho tot amb seguretat. Una vegada buit es desmantellaria el enreixat quedant els terrenys tal i com ens ho van deixar.

La setmana que ve darrera el festival s'acabaria de pagar els serveis que quedarien per cobrar com son el mèdic, les begudes, els percentatges del bar i sobre tot es miraria de tornar el préstec amb l'interès acumulat. I es començaria a preparar l'avaluació del festival de cara a fer una radiografia del mateix, es faria balanç d'ingressos i despeses i es tancaria la comptabilitat.

- **Juliol del 2010:** Es ingressaria els diners en concepte de sou de la cúpula organitzadora, coordinadors, es pagarien els impostos de la SGAE i IVA, i es tancaria l'exercici de l'any 2009 – 2010.

Proposta d'avaluació del projecte.

La proposta d'avaluació del projecte en aquest cas no es faria al final com s'esperaria en tot projecte, tal i com s'ha comentat sobre tot al tema de la gestió pressupostària i el tema de calendari, s'establirien fites i objectius sobre tot econòmics que caldria arribar a trobar i després de l'arribada a cada objectiu es miraria de fer una petita avaluació de la

situació en que es trobaria l'organització del festival de cara a encarar altres objectius, sempre mirant de tenir les esques cobertes per si fallés el festival poder oferir una cosa similar a la que ofertavem però no perdre diners ja que això suposaria acabar amb l'entitat organitzadora.

S'avaluaria de la següent forma:

- Objectiu assolit:
- Estat contable:
- Objectiu a assolir:
- Context extern que ens afavoreix:
- Inèrcies:
- Recursos a buscar:
- Altres.
- Objectius assolits per ara.
- Percentatge d'objectius per al festival.

Al final del projecte el que es faria seria una avaluació general dels dos dies en el que fa a l'organització practica, a l'organització anterior i a la filosofia del festival.

Es miraria primer de tot valorar els següents items:

- Valoració del públic (Caldria fer enquestes o demanar opinions recollides al festival).
- Acolliment del festival.
- Afluència d'assistents.
- Activitats que mes han cridat l'atenció.
- Activitats que han sigut un èxit.
- Activitats fracassades.
- Diagnòstic del primer dia.
- Diagnòstic del segon dia.
- Valoració per part de l'entitat.
- Estat contable.
- Estat administratiu.
- Imatge i valoració de marca.
- Aspectes a millorar.
- Aspectes a suprimir.
- Balanç del treball fet
- Connexió amb l'entorn i públic
- Valoració de l'esforç de cara a una segona realització.

Una vegada feta aquesta valoració es faria una memòria amb el projecte inicial i tota la documentació administrativa que s'ha fet durant els mesos de gestació del festival, durant el festival i al final del festival, com a document per a ser revisat per altres institucions, com a guia per l'any següent, per ser valorat per altres persones, i com arxiu documental de l'entitat.

7 Conclusions.

Resum festival:

El festival tal i com es veu al projecte presentat consisteix en una oferta cultural lúdica pel que fa a espectacles i jocs, i una oferta cultural musical de qualitat on grups locals i dos caps de grup tocarien en dos escenaris ben equipats. A part d'això també hi hauria una part de comerços i una part d'ambientació. Tot això dins un espai tancat del que es vol que sigui autosuficient o com una bombolla temporal que doni aquesta oferta a baix preu als assistents al festival.

Cal dir que per 20 € i probablement 15 € mes en despeses de begudes i menjar com a mínim es te dret a participar en les activitats programades, ser espectador de les mateixes activitats d'animació, veure als grups locals i votar-los, veure a un grup cap de cartell o grup nacional, participar en concursos, rebre regals, i un llarg etc. Tot això durant dos dies seguits a un espai acollidor a les Roquetes del Garraf.

Per tant tot el procés que s'ha fet al projecte ha estat orientat en aquesta finalitat de poder oferir un bon festival i una bona oferta que sigues atractiva i a la vegada que molta gent pogués aprofitar-la, per omplir el buit de festivals d'aquest gènere, sobre tot a la localitat de Sant Pere de Ribes. Tot això es faria a un cap de setmana de juny, es a dir quant els joves han acabat els estudis i comencen l'estiu, els comerços comencen la temporada d'estiu, no fa excessivament calor, i comença la temporada de festivals.

Síntesis:

El projecte de creació d'un festival lúdic musical com el que es presenta comporta a passar per un procés de raonament d'una idea esbossada a construir tot un projecte el qual per inèrcia es magnifica conforme es van especificant els detalls un per un.

En aquest cas la primera idea va ser la de fer un festival musical com apologia a la musica, la guerra de les bandes. A partir d'aquí una idea inicial va anar derivant i prenent forma. Cal dir que encara que es tingui ben clara la idea del que es vol fer, aquesta va prenent forma conforme es va treballant en ella, sobre tot amb el tema recursos, pressuposts, i necessitats, les quals van prenent una forta inèrcia conforme es van descrivint els detalls del projecte.

En el cas del projecte de la Guerra de les bandes es va pensar en fer un petit festival local, però la primera trava va ser que es pràcticament impossible fer i redactar un projecte de la creació, producció i gestió d'un festival, sense tenir informació externa del tipus el que pot costar els recursos necessaris, es a dir simplement el que pot costar bàsicament els grups i la sonorització. A partir d'aquí conforme es van rebent els pressupostos vas veient per on van els trets del festival i per tant ja no treballes amb un projecte preconcebut, si no amb una idea, però que va prenent forma conforme vas trobant bones ofertes, algunes bones y d'altres dolentes, però les quals has d'anar contractant i van generant mes despesa i sobre tot necessitats, fent que el gestor hagi de prendre decisions arriscades. Dins aquest projecte es partir d'un festival senzill amb un pressupost de 30.000 € on es volia un cap de cartell i un festival d'un dia, però per les inèrcies que es van comentant el tema es va anar disparant de pressupost i la idea va anar prenent formes ja que conforme prens aquestes decisions apareixen bones ofertes i “ xollos “ que pots aprofitar i incloure en un ¿ per que no? I de vegades per necessitat com a reclam, etc.

Sobre tot el més complicat és l'administració del pressupost ja que molt freqüentment vas trobant que es queda massa curt i dins la idea, la nostra era fer un festival barat i assequible a les butxaques, es van buscant idees per finançar-ho, però de cop molt sovint el gestor es troba que aquests ingressos de vegades es poden magnificar i es poden reinvertir, en altres elements pel projecte els quals reportarien més qualitat i espectacle, amb el consegüent de magnificar les inèrcies.

Per tant el treball més que de redactat de projecte ha estat més de treball amb fulls de càlcul Excel on el bon gestor tal i com vaig poder comprovar per recomanacions de persones i tècnics en cultura que treballen en esdeveniments, has de fer un full amb les fórmules fetes per que quant canvia un factor, tota la taula balla substancialment, i com els recursos són limitats, cal tenir ma dura per la comptabilitat, administració i gestió dels recursos.

També altre element important és el tema de les relacions amb els proveïdors, sobre tot a l'hora de fer projectes, ja que aquests volen treballar i cobrar ràpidament o es van amb un altre, i per tant a l'hora de redactar un projecte es força difícil ja que ells treballen d'un dia per altre i no es volen molestar en fer pressupostos si no els hi garanteixes que treballaran en un curt període de temps. Per tant part del treball del projecte i sobre tot el 70 % del treball en aquest projecte ha estat davant Internet buscant empreses, per buscar els contactes i demanar pressupostos i consells, no com a estudiant de gestió cultural o persona que vol redactar un projecte, ja que no es molesten ni a despenjar-te el telèfon i els E-mails els esborren sense obrir, sinó com a gestor cultural que te un projecte de concert per tal data i necessita uns bens i serveis, un " chollo " de contracte o si no em busco a un altre que em faci la feina millor. Aquí es on radica l'agressivitat de la gestió ja que arriba un punt on són les mateixes empreses que et suggereixen i per tant porta més inèrcies al gestor ambiciós, sobre tot quan hi ha competències entre empreses.

Aprenentatge del procés:

La conclusió és que el treball de gestor cultural sobre tot en organització producció i realització de festivals, cal dir que es un dels treballs més arriscats i tensos que hi ha, conforme es va apropant el dia D, i sobre tot el mateix dia del festival ja que dur la programació i coordinar es la tasca més dura i s'ha de tenir molta capacitat de reacció en poc temps i saber administrar bé els recursos humans i poder donar i rebre de cadascú el que ens interessa de cara a poder arribar a les expectatives marcades.

Cal dir que fer un projecte d'aquesta envergadura suposa el fet de ser un conjunt de petites fites que s'han d'anar aconseguint i amb la gran al final que es la realització.

Cal dir que es un treball en el qual es depèn sempre dels altres, sobre tot per la diversitat d'activitats i cal comptar amb gent que inspire confiança i mirar de portar el tema monetari a ralla, ja sempre s'ha de preveure com cobrir-se les esquenes en cas que el pitjor pugui succeir. Això també vindria en el fet de que encara que es faci un treball perfecte i a la gent no li interessa el que els estàs oferent es pot arribar a perdre molts diners, prestigi, etc. Per tant cal sempre tenir els peus a terra i com es va fer a la comptabilitat del festival a l'extracte, has de tenir certes previsions solides de cara a muntar castells al cel per al festival i arriscar-se en decisions.

Per altra part cal dir que el treball en si estaria pensat per fer amb un bon equip estable que pogués cobrir diferents àmbits, per obrir portes, trobar recursos, noves tendències i millorar la idea.

També el que es molt recomanable és l'avaluació, s'ha de fer avaluacions fita a fita i objectiu a objectiu aconseguit sempre considerant els pros i contres, les debilitats, les fortaleces, les amenaces i les oportunitats, etc, ja que així es pot minimitzar una mica el risc i poder fer canvis ràpids i girs al projecte amb capacitat de reacció en vista dels possibles factors i variables que poden fer que el festival sigui un èxit o un fracàs, no solament per l'espectacle, programació o fins i tot mal treball, si no per qui esta arriscant, ja que pot acabar cremat del tot o el.logiat.

Pel que fa a la programació i organització de projectes similars al presentat cal dir que es bastant difícil començar, sobre tot quan es fa des del principi per la necessitat d'un gran potencial econòmic amb gran risc, per això moltes d'aquestes iniciatives solen ser privades, encara que quan rutllen i donen ingressos acaben essent absorbides per les administracions locals amb motius de vincles etc. Per tant dur una iniciativa d'aquestes portaria treballar-se els elements molt durant molt de temps per aconseguir recursos, gent de confiança i col·laboradors, a més de poder convèncer que la teva proposta es una bona proposta, i poder tirar endavant aquesta sense enganxar-se els dits, que es el mes freqüent en aquesta professió.

Per tant per ser gestor cultural d'esdeveniments, primer de tot s'ha de ser ordenat, tenir molt clar una idea modelable que probablement acabarà modelada d'una manera diferent a la concebuda, però que no ha de perdre la filosofia que es el que perdura en la idea; tenir mà ferma amb la comptabilitat i sobre tot tenir capacitat de trobar el que bastament es podrien dir "chollos". També cal dir que es una professió que s'aprèn no a un aula, sinó treballant projectes, a mes projectes mes experiència i aprenentatge, sobre tot en el tema relacions, i sobre tot també en el tema que s'acaba trobant gent amb la que treballar i es minimitzen riscos conforme saps amb qui treballes com treballa i segons el que vols que et pot aportar.

El projecte de creació del festival " La guerra de les Bandes " suposaria una mobilització brutal de persones, recursos i sobre tot de temps, els quals haurien de tenir un bon equip professional per a la gestió, sobre tot per al primer festival caldria treballar molt dur en busca de recursos i sobre tot per presentar una novetat en un territori on no es fan aquests tipus de festival, amb la filosofia de vanagloriar la música, però no la musica en general, si no el que els bons musics reconeixen com a autèntic esperit musical, aquella música en gestació i autentica de les persones que comencen amb il·lusió i que estan purs i no contaminats d'encorsetaments musicals, que toquen per divertir-se i creen ambients agradables i sobre tot fugaços que es poden compartir en una gran festa on es convidaria als seus ídols per que els vegin tocar. En conclusió es buscaria que el dia de demà per la fugacitat dels grups per la seva inestabilitat i els problemes d'encallament d'aquests per la industria musical, aquesta gent pugui dir que tenien un grup, que tenien fans i que van viure el seu somni de Rock Star dins un gran festival, afinant la seva empolsada guitarra i trucant a vells amics, i qui sap si el dia de demà si es pogués fer aquests tipus de festivals, es pogués fer un altre tipologia de retrobaments entre amics, ja que la musica sobre tot els grups musicals es un gran plaer retrobar-se i sentir-se poderós darrere un instrument i fer una cosa gran que es la musica i só entre uns quants, i que sigui únic e irrepètible.

Bibliografia:

Argano, J.L., La gestione di progetti di spettacolo. Elementi di project management culturale, Milán, 1997.

Medina Laverón, M., Estructura y gestión de empresas audiovisuales, Eunsa, Pamplona, 2005

Pardo, A. (ed.), The audiovisual management handbook, Media Business School, 2002

Pereña Brand, J., Dirección y gestión de Proyectos, Madrid, Ed. Díaz de Santos, 1996

Pérez, M.A., Gestión de Proyectos Escénicos, Ñaque Ed., 2002

Vogel, H., La industria del ocio y la cultura, Fundación Autor, Madrid, 2004

METEOROLOGÍA Y CLIMA EN LA COMARCA DEL GARRAF
2º TRABAJO CONJUNTO DE INVESTIGACIÓN IES / EUPVG
Spartacus Gomáriz¹, Joaquim del Río¹, Marta Alarcón² y Mariano López¹
¹ Dep. Electrònica. EUPVG. Universitat Politècnica de Catalunya
² Dep. Física i Enginyeria Nuclear. EUPVG. Universitat Politècnica de Catalunya
<http://www-fen.upc.es/weupvg/projectes/r0095.pdf>

Pàgina oficial del Grup Warcry.
<http://www.warcry.as/>

Pàgina Oficial del Grup Lujuria
www.lujuriarock.com

Informació referent a la seguretat.
<http://www.buscaoposiciones.com/foro/Oposiciones-Cuerpos-y-Fuerzas-de-Seguridad-fmen-33-833637.htm>

Pàgina de lloguer de materials i màquines de la construcció i derivats.
<http://www.alkitodo.net/alquiler.htm>

Pàgina sobre gestió cultural i opinions.
http://www.romanart.es/romanart_v10_007.htm

Catàleg de l'empresa d'animacions Sankara
<http://www.sankara.es/Catalogo%20Night%20&%20Party.pdf>

Pàgines oficial de la Diputació de Barcelona.
http://www.diba.es/esports/material_prestec/

Pàgina del CERC referent a festivals.
www.diba.es/cerc.

Pàgina oficial de la productora Hydra.

<http://www.hydraproducciones.com/>

Pàgina de l'asseguradora Alfarisk.
www.alfarisk.es

Empresa de marketing
www.pymemarketing.net www.movilmarketing.net

Empresa d'organització d'esdeveniments i animacions.
www.bacuseventos.com

Aseguradora.
www.mapfre.com

Empresa de lloguer de lavabos químics.
info@psvsanitarios.com
www.psvsanitarios.com

Empresa de lloguer d'escenaris.
www.brownpalmer.4t.com
brown_palmer@yahoo.es

Empresa de lloguer de carpes.
eventopcarpas@eventopcarpas.com
www.eventopcarpas.com

Empresa de sonorització.
www.diapasound.com

Fundació Caixa Catalunya
www.fundacioaixacatalunya.org

Cervesera Estrella Damm.
info@estrelladamm.es
DAMM-patrocinios@damm.es

Empresa de lloguer de WC químics.
info@cabirent.com

Empresa d'espectacles i animacions.
espectaculos@erotic-dreams.es

Empresa de management de grups Rock, entre ells Lujuria.
alacran@alacran.org

Empresa de sonorització de concerts.
sonostudi@sonostudi.com

Contacte de premsa del festival Extremusica.
prensa@extremusika.com

Contacte del Lagarto Festival.
info@lagartofestival.org

Contacte de l'empresa de management RGB.
info@rgbmanagement.com

Productora musical Vallekas.
noticias@avallekasproducciones.com

Contacte del festival Leyendas del Rock
info@leyendasdelrockfestival.com

Contacte amb el departament de cultura i educació del ajuntament de Mazarron.
educacionycultura@mazarron.es

Contacte amb el festival Viña Rock
cultura@mazarron.es

Contacte amb el festival Marea Rock.
info@marearock.com

Contacte amb el festival Rock in Rio
susanagato@rockinrio-lisboa.com

Notícies sobre la crisi i els concerts a Espanya.
esdiferente.eu/category/gestion-de-eventos-y-conciertos/

Pàgina aragonesa sobre gestió d'esdeveniments.
inaem.aragon.es/portal/page/portal/940179A1BDF34E34935B557D598B73A6

Pàgines de monografies entre les quals sobre gestió d'esdeveniments.
esdiferente.eu/2008/05/20/gestionar-tus-propias-entradas-cada-dia-mas-facil/

Article sobre la propietat intel·lectual, concerts, i la gestió.
mosaic.uoc.edu/cronicas/cronica1005.html

B.O.E i lleis.
www.boe.es

Societat d'autors i productors.
www.sgae.es

Annexes

| concepte | detall | preu unitat | nombre |
|----------------------------|--|----------------------|---------------|
| Escenaris | Pack escenaris contractat a Brown & Palmer | 4.727,20 | 1 |
| Carpes | Set 40 Llums alogenes + caixes | 759,80 | 1 |
| | 1 Haima 10 X 10 i 50 carpes 3 X 3 | 7.946,00 | 1 |
| Equip de So i il.luminació | Pack de So i Pack de il.luminació amb extres | 12.180,00 | 1 |
| WC | 20 Cabines WC químics amb buidat i extres | 4.158,60 | 1 |
| Equip Sanitari 21 Hores | Metje, enfermer, 6 socorristes, 2 cond Amb. 1 Amb. SVA, 1 Amb SVB, Coordinador, Material | 14.315,36 | 1 |
| Electrogens | 2 Equips electrògens de 80 Kvats | 59,60 | 12 |
| | 2 Assegurances diàries | 2,75 | 4 |
| Assegurances | Responsabilitat Civil | 3.407,52 | 1 |
| | Inclèmencies i incompareixença | 5.841,09 | 1 |
| Tanques | Lloguer de tanques mòvils amb peu de formigó 8,3 | 0,25 | 2400 |
| | Plàstics | 600,00 | 1 |
| Neteja | Manteniment recinte 10 persones | 1.500,00 | 2 |
| | Neteja general 30 persones | 2.250,00 | 2 |
| | Productes | 500,00 | 1 |
| Seguretat | Empresa de seguretat | 10.000,00 | 1 |
| IVA | | 9.012,50 | 1 |
| SGAE | Equivalent al 10% de ingressos taquilla del Festival | 12.875,00 | 1 |
| Artistes | Cap de cartell Lujuria | 5.568,00 | 1 |
| | Cap de cartell Warcry | 8.000,00 | 1 |
| | Grups locals | 600,00 | 8 |
| | Animacions | 10.000,00 | 1 |
| Difussió i Marketing | Cartelleria | 6.000,00 | 1 |
| | Publicitat a Radios Publicitat a Internet Lloc Web | 10.000,00 | 1 |
| Concursos | Guitar Hero | 0,00 | 1 |
| Imprevistos | Imprevistos per So, Llum, Incompareixença, etc Guanys o deutes (Veure Balanç) | 6.000,00 Variable | 1 Variable |
| Sous Organització | Sous per la cupula organitzativa de 5 membres | 6.000,00 | 5 |
| | Sous Coordinadors | 600,00 | 4 |
| Entrades | Distribució i impressió de les entrades 2 dies | 2,00 | 5.000 |
| | Distribució i impressió de les entrades 1 dia | 2,00 | 1.850 |
| | Distribució i impressió de les entrades especials | 1,00 | 100 |

| | | | |
|----------------|---|-----------|------|
| Merchandatge | Samarretes negres estampades amb vinil | 3,00 | 1000 |
| | Gorres negres estampades amb vinil | 4,00 | 1000 |
| Elevadors | Carreta elevadora de fins a 300 Kg. | 15,00 | 3 |
| | Carreta elevadora de fins a 300 Kg. | 15,00 | 3 |
| | Elevador de persones | 70,00 | 3 |
| Voluntaris | Sou voluntaris | 300,00 | 33 |
| Crèdit banc. | Pagament crèdit Banc amb un 5 % d'interés | 31.500,00 | 1 |
| Total despeses | | | |

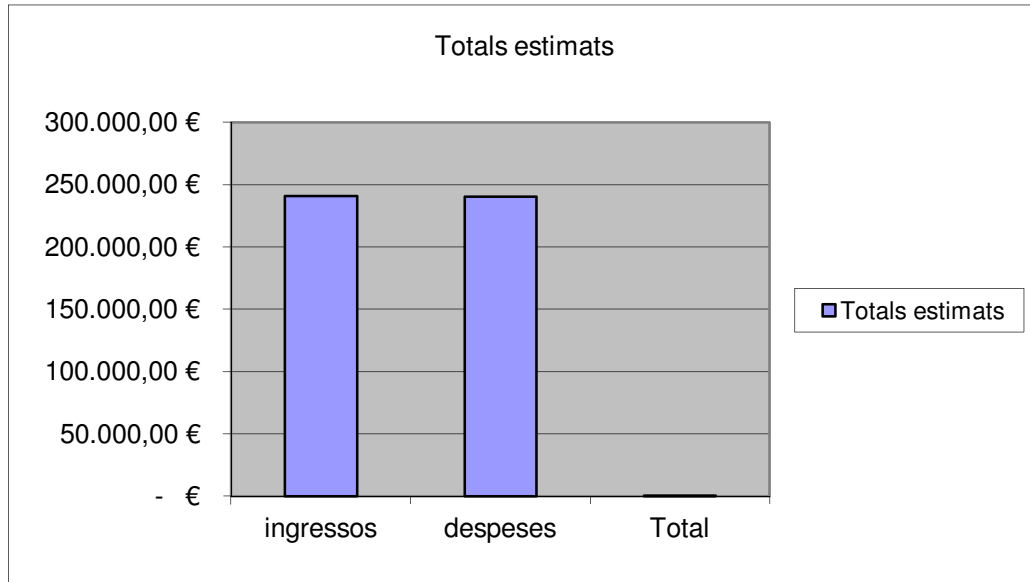
| |
|-----------|
| total |
| 4.727,20 |
| 0,00 |
| 759,80 |
| 7.946,00 |
| 0,00 |
| 12.180,00 |
| 0,00 |
| 4.158,60 |
| 0,00 |
| 0,00 |
| 0,00 |
| 14.315,36 |
| 0,00 |
| 715,20 |
| 11,00 |
| 3.407,52 |
| 5.841,09 |
| 0,00 |
| 600,00 |
| 600,00 |
| 3.000,00 |
| 4.500,00 |
| 500,00 |
| 10.000,00 |
| 0,00 |
| 9.012,50 |
| 0,00 |
| 0,00 |
| 12.875,00 |
| 0,00 |
| 5.568,00 |
| 8.000,00 |
| 4.800,00 |
| 10.000,00 |
| 0,00 |
| 6.000,00 |
| 0,00 |
| 0,00 |
| 0,00 |
| 0,00 |
| 0,00 |
| 10.000,00 |
| 0,00 |
| 0,00 |
| 0,00 |
| 6.000,00 |
| Variable |
| 30.000,00 |
| 2.400,00 |
| 10.000,00 |
| 3.700,00 |
| 100,00 |
| 0,00 |

| |
|--------------|
| 3.000,00 |
| 4.000,00 |
| 0,00 |
| 45,00 |
| 45,00 |
| 210,00 |
| 9.900,00 |
| 31.500,00 |
| 240.417,27 € |

| infraestructura | detall | preu unitat | nombre | total |
|-------------------|---|-------------|--------|-----------|
| Assistents | Entrada general dos dies | 20 € | 5.000 | 100.000 € |
| | Entrada general un dia | 15 € | 1.850 | 27.750 € |
| | Entrada amics grup | 10 € | 100 | 1.000 € |
| | | | | 0 € |
| | | | | 0 € |
| Lloguer de carpes | Carpes de 3 X 3 | 100 € | 40 | 4.000 € |
| | | | | 0 € |
| Lloguer espais | Parades mercat 50 € | 50 € | 20 | 1.000 € |
| | Parades mercat 100 € | 100 € | 10 | 1.000 € |
| | | | | 0 € |
| Crèdit Banc | Crèdit al banc amb un interès del 5 % a tornar a dos mesos del fe | 30.000 € | 1 | 30.000 € |
| | | | | 0 € |
| Lloguer Bars | Bars llogats. Begudes a 2€ | | | 0 € |
| | De una veguda de 33 Cl. (0,5 distr; 0,5 Bar, 1 Organitzacio). | | | 0 € |
| | Bar Hayma | | | 0 € |
| | Divendres: Venta de Begudes. | 1 € | 8.820 | 8.820 € |
| | Disabte: Venta de Begudes | 1 € | 20.508 | 20.508 € |
| | | | | 0 € |
| | Bar escenaris | | | 0 € |
| | Divendres: Venta de Begudes | 1 € | 3.780 | 3.780 € |
| | Disabte: Venta de Begudes | 1 € | 8.892 | 8.892 € |
| | | | 0 € | |
| Venta de menjars | Diversos comerciants i empreses que venen menjar al recinte. | | | 0 € |
| | Divendres. | 0,50 € | 4.200 | 2.100 € |
| | Dissabte. | 0,50 € | 9.800 | 4.900 € |
| | | | | 0 € |
| | | | | 0 € |
| | | | | 0 € |
| | | | | 0 € |
| | | | | 0 € |
| Esponsors: | Patrocinis: | | | 0 € |
| | Sony computer entertainment (Concursos animació i premis) | 0 € | 1 | 0 € |
| | Fender Ibèrica (Consumibles músics i premis) | 0 € | 1 | 0 € |
| | Akustic instruments musicals (Prèstec material) | 0 € | 1 | 0 € |
| | | | | 0 € |

Taquilla: 128.750 €

| Punt 0 | Totals estimats |
|-----------|-----------------|
| ingressos | 240.750,00 € |
| despeses | 240.417,27 € |
| Total | 332,73 € |



| concepte | detall | preu unitat | nombre |
|---|---|----------------------|--------|
| Venta entrades | 40% venta entrades Aprox. 3.500 entrades | 45.780,00 € | 1 |
| Lloguer carpes Estands | 30 % de lloguers Aprox. 12 carpes | 1.200,00 € | 1 |
| Lloguer espais comercials | 30 % de lloguer espais 3 espais grans 6 espais petits | 300,00 € 300,00 € | 1 1 |
| Esponsors | Cervesera | 6.000,00 € | 1 |
| | Caixes | 1.000,00 € | 1 |
| | Publicitat | 1.000,00 € | 1 |
| | Altres | 500,00 € | 1 |
| Credit banc: | Credit al banc amb un 5% interes | 30.000,00 € | 1 |
| Total a disposar per finançar previ festival a 3 o 4 mesos vista. | | | |

| |
|----------|
| total |
| 45.780 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 1.200 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 300 € |
| 300 € |
| 0 € |
| 6.000 € |
| 1.000 € |
| 1.000 € |
| 500 € |
| 30.000 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 1.000 € |
| 0 € |
| 0 € |
| 86.080 € |