



Kulturaren Euskal Behatokia  
Observatorio Vasco de la Cultura

# Ukiezinen balorazioa, kultur agenteekin eginiko finantza eragiketetan

Finantza-entitateei begira egin beharreko  
gida baterako lehenengo hurbilketa

2012ko ABENDUA



**EUSKO JAURLARITZA**  
**GOBIERNO VASCO**

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA  
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,  
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA



# Ukiezinen balorazioa, kultur agenteekin eginiko finantza eragiketetan

Finantza-entitateei begira egin beharreko  
gida baterako lehenengo hurbilketa

2012ko ABENDUA



EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA  
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,  
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA

Lan honen bibliografia-erregistroa Eusko Jaurlaritzako Liburutegi Nagusiaren katalogoan aurki daiteke: <http://www.bibliotekak.euskadi.net/WebOpac>

Argitaraldia:  
1.a, 2013ko otsaila

© Euskal Autonomia Erkidegoko Administrazioa  
Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Saila

Internet:  
[www.euskadi.net](http://www.euskadi.net)

Argitaratzailea:  
Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia  
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco  
C/ Donostia-San Sebastián, 1 - 01010 Vitoria-Gasteiz

Diseinua eta maketazioa:  
Miren Unzurrunzaga Schmitz



## AURKIBIDEA

---

AURKEZPENA	5
1. Kulturako ukiezinaren baloraziorako lehen hurbilketa kontzeptual laburra	6
2. Balorazio-ereduaren proposamena	10
3. Kultur proiektuetako ukiezinak baloratzeko sistemaren proposamena	12
3.1. Ukiezinak identifikatzea	12
3.2. Ukiezinak ebaluatzeko beharrezkoa den informazioa	15
3.3. Ukiezinen azken ebaluazioa	17
Bibliografia	18
ERANSKINA: Aplikazio gida	19



## AURKEZPENA

---

Gero eta ohikoagoa da ekonomian adituak direnen ahotik entzutea industria sortzaileen aldeko apustua lurraldeen lehiakortasunerako etorkizuneko berme bat dela. Ekonomia sortzailearen corpus teorikoak muin-muinean jartzen ditu elementu ukiezinak, eta paradigma-aldaketa garrantzitsu bat dakar lurraldeen eta industrien hazkuntzarako gaitasunak eta aberastasuna baloratzeko unean. Paradigma berri horrek, alabaina, arazoak ditu arrisku-balorazioaren ohiko finantza-sistemetan eta eskemetan egokiro txertatzeko, enpresa sortzaileek zailtasunak baitituzte finantziario-lerroetara atxikitzeko.

Europako Batzordearen *Kultur industriren eta industria sortzaileen potentzialtasuna askatzea* Liburu Berdeak dioenez, «Kultur industriek eta industria sortzaileek finantziarioa lortzeko duten bidea mugatua da, zeren eta enpresa askok infrakapitalizazio kronikoa jasaten baitute eta arazo latzak baitituzte beren balio finantziarioa lortzeko orduan ukiezinaren estimazio egokia egiteko, esaterako, egile-eskubideen estimazioa (disko enpresa batekin kontratu bat sinatu duten artistak, kasu, edo argitaletxe batekin sinatu duten idazleak edo musika edo zinema lanen katalogoak).

Aipaturiko liburu horretan bertan esaten da inbertsiogileek eta banketxeek sentiberatasun handiagoa behar dutela kultur industriren eta industria sortzaileen balio eta potentzialtasun ekonomikoari buruz. Alor horretako finantzaketa bizkortzeko berme-sistemak eta beste finantzabide batzuk jarri beharko lirateke. Sorkuntzaren mundua eta finantzen mundua sarri egoten dira bananduta, baina bateraguneak eduki beharko lituzkete, kultur industriek eta industria sortzaileek finantzaketarako sarbide bidezkoagoa izateko.

Kulturaren Euskal Behatokiaren lanaren jomuga izan da kultur enpresen finantziario beharrak aztertzea, eta, bide horretan, Eusko Jaurlaritzak finantziario-eredu berriak sustatu ditu, horrelako enpresen bereizgarritasunak aintzat hartuta eta finantza-entitateen parte hartzeaz eta lankidetzaz bat. Hortik abiatuta, beharrezkoa da eredu berriaren aplikazioan aurrera egitea eta, zehazkiago, kultur proiektuen finantziarioak dakartzen arriskuen balorazioan sakontzea, proiektu gehienak ukiezinak diren neurrian.

Ikerketa honen helburua da gomendio praktiko sorta bat eskaintzea finantza-entitateei, kultur proiektu eta enpresetan ageri diren ukiezinaren balorazio egoki batean oinarri hartuta kreditu-eragiketen finantza-arriskuak balioetsi ahal ditzaten.

## 1. Kulturako ukiezinaren balorazioarako lehen hurbilketa kontzeptual laburra

### Ukiezinek gero eta garrantzi handiagoa izateak ba ote dakarkie aldeko testuingururik kultur enpresei?

Peter Drucker-ek honela zioen 1992an: «Jakintza bihurtu da funtsezko baliabide ekonomiko giltzarria, bai eta abantaila konparagarriaren iturri nagusia», eta handik gutxira esan zuen ezen, ekonomia berriaren esparruan, jakintza ez dela bakarrik ekoizpena osatzen duen ohiko faktoreetako bat (lurrarekin, lanaren eta kapitalarekin batera), baizik eta gaur egun balio duen baliabide bakarra dela. Jakintza bihurtzea «Baliabide», eta ez «beste baliabide bat», horrexek egiten du gaurko gizartea bakarra, apartekoa. Egileak azpimarratzen du, gainera, jakintzan oinarritutako gizarte batean erakundeentzako aktiborik nagusia «jakintzaz hornitutako langilea» dela.

Ekonomia sortzailea jaiotzean, ekoizpen-jarduerak ekonomia ikuspegitik neurtzeko parametroei izaera sinbolikoa duten beste batzuk erantsi zaizkie. Horiek horrela, Adam Smith edo David Ricardoren garaiaz geroztik indarrean egon diren erabilera eta truke balioei talentua, jakintza, berrikuntza eta abar gaineratu zaizkie.

Ekoizpen-ekonomia batetik jakintza-ekonomia eta ekonomia sortzaile batera egin den parametro-aldaketak haustura handia ekarri du espezializatutako literaturan eta jarduera ekonomikoak baloratzeko metodoetan. Horrenbestez, ukiezinek gero eta garrantzi handiagoa hartzen dute eredu berrietan<sup>1</sup>.

Testuinguru horretan, nola kultur enpresen aktiboen zati bat ukiezina den, pentsa liteke paradigmaren aldaketak onura ekarriko diela kultur enpresei. Baina egoera ez da horrelakoa: oraindik gainditzeke daude kulturaren balio ekonomikoa, alde batetik, eta aktibo ukiezinak, bestetik, neurtzeko ereduak sortzeko zailtasunak. Hau da, teoria eta praktika oraindik urrun daude elkarrengandik, kultur enpresen aktiboak zuzen baloratzeko testuinguru egokia lortzeko bidean.

<sup>1</sup> Asset Equito Company enpresak enpresa-aktiboen % 50 banatu zuen 1985ean, eta hamabost urte geroago liburuaren balioak % 20 jotzen zuen, gainerako % 80<sup>a</sup> enpresaren aktibo ukiezina zena.



## Kulturaren balio ekonomikoa eta kultur enpresen ukiezinaren neurketa

Kulturaren ukiezintasunaren definizioa bi dimentsiotan mamitu ohi da: lehenengoak izaera antropologikoa du<sup>2</sup> eta bigarrenak bere baitan hartzen ditu talentua, emozionatzeko gaitasuna, hizkuntzaren berritzea, transmisioa eta abar.

Duela mende erditik hona<sup>3</sup> erruz ugaritu dira kulturaren eragin ekonomikoaren gaineko ikerketak, dela lurralde jakin batekoa, dela ekonomia alor jakin batekoa. Ikerlan hauek guztiek hurbilketa interesgarriak eskaintzen dituzte kulturaren balio ekonomikoa neurtzeko ahaleaginean<sup>4</sup>.

Lan horien zerizan orokorra kulturaren aldeko apustu estrategikoan datza, aberastasun sortzaile gisa, eta kultur jardunbidearen inpaktuan. Guztiarekin ere, ez dute sakontzen mikroegituretako elementu ukiezinak baloratzeko eta kontabilizatzeko eredu espezifikoak sortzeko bidean, esaterako kultur enpresetan.

Kultur enpresen ukiezinak baloratzeko dauden zailtasunen poderioz, finantza bideak bilatzea oztopoz beteriko lantegia da sektoreko kultur enpresen hazkunderak<sup>5</sup>. Zaila da, benetan, kultur enpresen ukiezinaren balorazioa aintzat hartzen duten finantza-arriskuen ebaluaziorako eredu falta gainditzea.

## Enpresen aktibo ukiezinak baloratzeko hurbilketak

Kultur enpresen aktibo ukiezinak baloratzeko eredurik ezean, bidezkoa dirudi planteatzeak zenbateraino egokitu daitezkeen horretarako beste enpresa mota batzuetan erabiltzen diren ereduak.

Aktibo ukiezinakiko interesak gora egin du azken urteotan, informazio teknologietan oinarritutako enpresak eta lehengaitzat jakintza duten zerbitzu eta enpresak zabaldu diren neurrian. Baina enpresen ebaluazioetan bistakoenak aktibo ukigarriak dira (lurrak, eraikinak, makinak eta ekipamendua, altzariak eta abar), eta «soft» faktoreak (hala nola giza-jakintza,

<sup>2</sup> UNESCOk honela definitzen du ondare materiagabea: «komunitateei identitate eta jarraitutasun sentimenduak damaizkieten praktika, errepresentazio, adierazpide, jakintza eta tekniken multzoa».

<sup>3</sup> Kulturaren balorazio ekonomikoa dela eta, ezin aipatu gabe utzi William Baumol y William Bowen ikertzaileen *Performing Arts – The Economic Dilemma* lana, 1966an AEBn egina.

<sup>4</sup> Espainian, kulturak ekonomiari egiten dion ekarpena baloratzeko oso tresna garrantzitsua Kultura Ministerioaren Kulturaren Kontu Satelitea da, zeinak % 3 inguruan jotzen baitu kulturak BPGari egiten dion ekarpena.

<sup>5</sup> Ikusi Europako Batzordearen eskariz Jenny Tooth-ek eginiko «Access to finance activities of the European Creative Industry Alliance» azterlan laburra, [www.europe-innova.eu/creative-industries](http://www.europe-innova.eu/creative-industries) gunean ikusgai.

talentua, harremanak, ibilbidea eta abar), aldiz, zehazten zailagoak dira. Enpresaren benetako balioa batzuen eta besteen baturak emango liguke.

Aktibo ukiezinen garrantzia ikerketa askoren aztergaia izan da<sup>6</sup> eta neurketa-eredu zenbait sorrarazi ditu. Neurketa-eredu ekonomikoen hazkundeak, ordea, talka egiten du enpresen eguneroko egoerarekin, eskas baitituzte ukiezinak baloratzeko tresnak eta, ondorioz, ereduak aplikatzekoak.

Horren erakusgarri bat Euskadin bertan dugu: ukiezinak beren benetako dimentsioan baloratzeko lan bat, «*Opciones reales en la valoración de intangibles: la percepción de los directivos en el País Vasco*» (Arregi C., Rodríguez A. eta Ballejo V.), zeinean euskal enpresen 517 finantza-zuzendari elkarrizketatu baitziren. Ikerlan horrek ondorioztatzen du ezen, nahiz eta lau enpresatik hiruk uste duten beren ukiezinetan aukera posibleak daudela, aukera horiek identifikatzeko gai lautik bat baino gutxiago direla.

Bestalde, berriki aurkeztu da Accenture aholkularitza-enpresak egindako ikerlan bat, erakusten duena enpresa txiki edo ertainak gai direla ukieziinei buruzko informazio sistematikoa lantzeko, eta halaber Kapital Intelektualaren txosten bat definitzen duena, zeinak islatzen baitu zer nolako indar berritzailea eta hazkundera izan dezakeen ukiezinen kudeaketak. Ikerlan horrek frogatu du bere balorazio-eredua baliagarria dela ikertutako kasu zehatz batzuetan, baina, aldi berean, ondorioztatu du kontsultatutako enpresa txiki edo ertain gehienek oso gutxi garatua dutela bere kapital intelektualaren kudeaketa. Beste ondorio bat da finantza-entitateetan ez dagoela ukiezinak baloratzeko adierazle bitarteko edo aurreratuak erabiltzeko ohiturarik, salbu eta arrisku-kapitaleko enpresetan. Gainera, ukiezinen gaineko adierazleak zailagoak dira objektibatzen eta baloratzen, eta beste batzueganako prestazioetan estandarizazio eta egiaztatze maila apalagoa dute, informazio ekonomiko-finantzieroaren aldean.

### **Ondorioak: ukiezinen balorazioa, etorkizuneko desfioa**

Alicia Guerra Guerra Extremadurako Unibertsitateko ikertzaileak La evaluación de los intangibles: una aproximación al estado de la cuestión lanean ondorioztatzen duenez, «Ez dago inbertsio ukiezin guztia hartuko duen ebaluazio orokorrerako tratamendurik. Ezta ere inbertsio-motaren arabera, mota horiek ukiezinaren izaeratzat hartuta (egiturazko kapitala,

<sup>6</sup> Alor honetako erreferentzia bat Miguel A. Palomo González irakaslearen «La evaluación de activos intangibles» lana dugu, zeinean aktibo ukiezinen eredu batzuk aurkezten baitira eta .Lev, Edvinson y Malone, A. Public eta beste batzuek ukiezinak baloratzeko kalkulu-metodologiak aztertzen baitira.



giza-kapitala eta harremanezkoa), edo ezaugarritzat (IT, fabrikazio-teknologia, marketina, giza-baliabideak...). (...) Hartara, ukiezin kategoria bakoitzean bideragarriak diren metodo askotarikoak daude, elkarren artean oso diferenteak, eta zaila gertatzen da bat aukeratzea, bataren eta bestearen alde onak eta txarrak haztatu beharra baitago (...).

Ondorio berdintsuetara iritsi da Ana Carla Fonseca Reis, zeinaren arabera «ondasun eta zerbitzu sortzaileei beren ukiezintasunak balioa ematen die eta, bidenabar, inbertsiogileek nekez baloratzen duten aktiboa da. Azken batean, gaur egungo tresna ekonomikoak ez dira egokiak eginkizun horretarako; haustura bat dago balio ukiezinaren eta balio hori era kontagarri batean adierazteko gaitasunaren artean».

Gainera, Reisek dioenari jarraikiz, balorazio-eredu baten faltari honako eragozpen hauek erantsi behar zaizkio:

- 1) merkatuari begira froga-aurrekoak egiteko zailtasunak, produktu sortzaile askorekin eta zerbitzu sortzaile gehienekin;
- 2) jabetza intelektualaren eskubideak balioztatzeke ezintasuna;
- 3) tresna falta, industria sortzaileek beste sektore ekonomikoetan duten inpaktua ebaluatzeko.

Horiek horrela, ekintza sortzaileak eskuarki arrisku handiko ekintzat hartzen dira. Baina arrisku hori analizatzeko beti erabiltzen diren parametroek ez dute deusik ikustekorik sorkuntzaren egoera ekonomikoarekin, ezta beraren funtzionamenduarekin ere. Nolabait ere, ukiezinak baloratzeko zailtasunen ondorioz arriskuak neurtzeko eredu onartu eta homologatu bat ez egoteak urrundu egiten ditu kultur enpresak bestela enpresentzat beraiantzat eta finantza-entitateentzat ere erakargarriak izan litezkeen finantza-produktuetatik.

Beharrezkoa da, beraz, erronkari aurre egitea eta gaur egungo trabak gainditzea, eta horretarako eredu berriak sortu behar dira, finantza-entitateek hobekiago atzeman dezaten kulturaren ekonomiaren errealitatea eta haren bereizgarritasunak, finantziarioari ate berriak zabaltzeko.

## 2. Kultur proiektuetan finantza-arriskua baloratzeko ereduaren proposamena

### Kultur ukiezinak aintzat hartzea finantza-eragiketa baten ebaluazioan

Finantza-entitateek beren metodo propioak dituzte arriskuak kalifikatzeko (kaudimena neurtzea), zeinek, nahiz eta elkarren artean aldeak izan beti baitituzte oinarrian enpresen kaudimenari loturiko faktoreak (zorpetzea, maniobrako funtsa, bermeak, diruzaintza, likidezia eta abar).

Proposamen honen helburua ez da finantza-entitateen ebaluazio-sisteman eragozpenak sortzea, baizik eta sistema horiek osatzeko aukera eskaintzea, aintzakotzat hartuta kultur enpresen eta haien produktuen arteko ezberdintasunak.

Alde horretatik, proposamena da finantza-entitateen balorazioetan % 25 izatea ukiezinaren balorazioaren karga, eta beste % 75a honelako eragiketetan finantza-entitateek erabili ohi duten balorazioaren karga.

$$\text{EBALUAZIO OROKORRA} = \text{ARRISKUEN EBALUAZIOA} \times 0,75 + \text{UKIEZINEN EBALUAZIOA} \times 0,25$$

### Kultur proiektu bateko ukiezinak baloratzeko egitura

Ikusi dugun bezala, aktibo ukiezinak baloratzeko metodo homologaturik ez dagoenez, eredu praktiko bat proposatzen dugu, azterturiko proposamenen arteko konbinazio batean oinarriturik eta kultur enpresen bereizgarritasunei egokituta. Bistan dena, ereduak ukiezinaren neurketaren frogari egin beharko dio aurre, eta ibilbide bat egin beharko du kultur enpresekiko finantza-eragiketak egokiro doitu arte.

Ereduaren abiaburua hauxe da: kultur enpresa proiektu batek bi izari ezberdin ditu, talentua eta sormena alde batetik, eta euskarria ematen dion enpresa-egitura bestetik. Bi izari



horietako bakoitzak hainbat aktibo ukiezin daramatza atxikita, eta horiek banan-banan baloratu beharra dago.



Beste sektore batzuetan sormena enpresa-egiturari itsatsita badago ere, alegia langileengan eta ikerketa eta garapena departamentuetan, kultur produktuen kasuan ez du zertan horrela izan. Ereduak argiago egon ohi dira zedarrituta, eta baloratu beharreko proiektuak ukiezonei egiten dien ekarpenaren balorazioa bere gain hartzen dute.

Adibidez, film baten ekoizpenean ikus-entzunezko ekoizle batek osatzen du enpresa-egitura; sorkuntza, funtsean, talde artistikoaren esku geratzen da: gidoilaria, zuzendaria eta antzezleriak. Enpresaren ukiezonek zerikusia dute enpresaren egiturarekin, sektorean duen esperientziarekin, kaudimen profesionalarekin, kontsolidazioarekin, aurreko ekoizpenek izandako arrakastarekin eta abarrekin. Sorkuntzaren aldetik, faktore eragileak dira ibilbide artistikoa, azken arrakastak, kritikak, ospea eta abar.

Adibidearekin jarraikiz, arrazoibide horretatik tiraka, zuzendari eta aktore ospetsu eta entzute handikoekin lan egiten duen ekoizle kontsolidatu baten filmak aterabide komertzial hobea eta errentagarritasun ekonomiko handiagoa izan dezake, nahiz eta film «hobea» izan ukiezin horiek baliatzen ez dituen beste film batek baino.

## 3. Kultur proiektuetako ukiezinak baloratzeko sistemaren proposamena

### 3.1. Ukiezinak identifikatzea

Ukiezinek kultur proiektuen balorazioan duten garrantzia ikusita, finantza-entitateei proposatzen diegu ezen, arriskuak ebaluatzeko informazio ekonomikoa egiten dutenean, horrekin batera egin dezatela atxikitako elementu ukiezinakiko hurbilketa bat. Lehen aipaturiko bi dimentsioen argitan, enpresa-egitura eta sorkuntza alegia, honako hauek dira aktibo ukiezintzat hartu behar direnak:

#### ENPRESA EGITURA

- **Ibilbidea**

Merkatu guztien moduan, funtzionamendua eta joerak ondo ezagutzea erabakigarria da enpresak emaitza onak izateko. Kultur merkatuaren kasuan bereziki, zeren eta bereizgarritasun propioak baititu, argiro zehazten dutenak. Hori dela eta, ibilbide nahikoa duten enpresatzat hartzen dira merkatu horretan operatzeko adinako jakintza metatu dutenak.

- **Kokagunea merkatuan**

Merkatuko kokagunea ez da bakarrik enpresak sektorean duen gaitasun ekonomikoa eta negozioan duen papera; horretaz gainera, aintzat hartzeko da joerak sortzeko duen gaitasuna edota joerotara erraz egokitzeko gaitasuna. Kultur merkatuan enpresek duten eragina datza, baita ere, betetzen duten eginkizun sinbolikoan, joeretara egokitzeaz landa joera-sortzaile ere bai baitira. Beste kultur enpresa batzuekin duten mendekotasuna edo lotura ere garrantzi handiko kontuak dira, eta enpresa horiekin ehundutako sarea balio handiko ukiezina da. Izan ere, ekoizpena bideratutako enpresek banaketa-zirkuitu fidagarri bat behar dute, konplizitate harremanean lan eginez, kontratu bidezko harreman soilaz haratago.

- **Langileen egitura**

Kultur enpresa askotan langile-egiturak ez dira egonkorrak izaten, proiektuka lan egiten dutelako. Horrenbestez, nolako beharrak halako egiturak osatzen dira. Horrek, baina, zaildu egiten du enpresan know-how sendo bat sortzea. Horiek horrela, positiboki baloratu beharra dago enpresek batez besteko egitura egonkorra izatea, eskuratutako jakintzak ez dezan ihes egin eta proiektu berrietarako akuilu izan dadin.

- **Harremanetarako gaitasuna**

Kulturaren merkatua aski mugatua da, berez, agenteen kopuruari dagokionez; enpresek beren tokia aurkitu behar dute bertan, eta beste enpresen onarpena lortu behar dute. Alderdi horretatik, kulturaren sektoreko enpresek harremanetarako duten gaitasuna azpimarratu beharra dago, garrantzitsua baita agente-sarearekin ehundu beharreko konplizitatearen aldetik. Bigarren mailako federazioetan parte hartzea edo herri-administrazioak solaskide gisa onartua izatea esanguratsua izan daiteke, balio ukiezin handiagoa eman diezaiokeelako halako enpresa jakin bati, lehiakorrago bihurtuz, gainerakoetatik bakartuta dagoen beste enpresekin konparatuta.

- **Produktuen arrakasta**

Nahiz eta kausalitate logiko baten ikuspuntutik zaila izan arrazoitzen, kulturaren alorreko enpresa batzuek badute halako gaitasun intuitibo bat merkatuan kultur produktu arrakastatsua plazaratzeko. Horrek enpresa batzuk nabarmendu egiten ditu. Balio hori, jakina, zaila da ekonomikoki kuantifikatzen, baina kontuan hartu beharra dago.

## SORMENA

- **Talentua**

Kultur produktu bat merkaturatzeari ekiten dion enpresak produktuaren sortzailearen aldeko apustua egiten du; sorkuntzaren kalitatea neurtzea, ordea, lantegi zaila da. Horregatik, egokiena da proiektuaren sortzaile arduraduna argi identifikatzea, beraren ibilbidea eta entzutea aztertzea, bai eta berarekin batera parte hartzen duen talde osoarena ere. Sortzaile arduradunek eta gainerako taldekideek egindako azken sorkuntza-lanen ibilbidea eta, batez ere, haien onarpena edozein kultur proposamenen aktibo ukiezin garrantzitsuenetarako bat da.

- **Preskripzioa**

Talentuaren ebaluazioa ez datza bakarrik ibilbidean edo sortzaile hasi berrien gaitasunaren gaineko halako intuizio batean; horretaz gainera kontuan hartu behar da talentua aurkitzeko lanean eta haien gaineko iritzi-sortzaile gisa adituak diren agente espezializatuek egiten duten preskripzioa. Hedabideetako kazetariak eta kritikariek sortzaileei buruzko aktibo ukiezinak sortzen dituzte, iritzi-emaile diren neurrian eta haien balorazioak joera bat markatzen duen neurrian, arrakastaren giltza, hein handi batean, iritzi eta balorazio horien baitan baitatza.

- **Ospea**

Kulturaren alorrean, espezialisten iritziek ez ezik sortzaileen ospeak ere zerikusi handia du produktu sortzaileek arrakasta izateko. Zenbat eta presentzia handiagoa izan hedabideetan, sare sozialetan eta abarretan, handiagoa izango da sortzailearen gaineko ezagutza, eta halaber haren lanarekiko interesa.

- **Berrikuntza**

Gaur egun, hizkuntza artistikoaren berrikuntzari halako balio erantsi bat esleitzen zaio, ezagunenak edo erabilienak diren hizkuntzen aldean. Baina, bestalde, esperimentazio artistikoak emaitza ekonomiko eskasagoak lortzen ditu, askotan, produktu ezagunagoek edo egitura sortzaile klasikoagoetan oinarritutakoek baino. Berrikuntzaren eta klasizismoaren arteko tirabira horretan ontzen dira sorkuntza-lan guztiak, eta zaila da, benetan, atxikitako balio ukiezina bereiztea egon dagoen kokagunetik. Soluzioa da sorkuntza-lan bakoitza baloratzea sortzaileak berak sortzen dituen igurikimenen bahetik. Hots, merkatuak aitortutako eta espero izateko betiko kode sortzaile bera erabiltzen duen sortzailearengandik arriskutsuak izan daitezke berrikuntzaren aldeko saioak; aitzitik, berrikuntzaren aldeko lorratza egina duten sortzaileek lan-ildo horri uzten diotelarik igurikimena zapuztu ditzakete eta arriskua dago haien lanbideak amaitutzat har daitezen.

- **Kultur produktuaren formatua edo euskarria**

Gaur egun, kultur sorkuntza bat zer formatutan edo euskarritan merkaturatzen den, auzi erabakigarria da. Hortaz, formatuaren aukeraketa lotuta dago baita ere atxikitako zenbait ukiezinen aldeko apustuarekin. Digitala beti lotu ohi da sarbide errazagoarekin, baina baita ere egile-eskubideei muzin eginda zirkulatzeko arriskuarekin. Sorkuntza-lanen balorazioa bi zutoinetan bermatzen da: haren zerizan sortzailean, eta publikoaren

aurrean aurkezteko moduan. Sormenaren eta publikoaren arteko esteka horretan, euskarria funts-funtsezkoa da, eta atxikitako ukiezinak ere bai.

### 3.2. Ebaluazioa egiteko behar den informazioa

Ukiezinak baloratzeko ereduetan ikusi ohi den arazoetako bat izaten da ereduok ez daudela behar beste egokituta enpresek eskura duten informaziora. Alde horretatik, proposamen honen oinarria praktikotasuna da, eta ereduaren benetan aplikatzea ahalbidetzen duen informazioa jasotzeko aukera. Horrenbestez, hauxe da behar dugun informazioa:

ENPRESA EGITURA	
Ukiezinen dimentsioa	Beharrezko informazioa
Ibilbidea	Enpresa sortu den urtea
	Enpresan izandako aldaketa edo eraldaketak eta horien justifikazioa
Kokagunea merkatuan	Presentzia/parte hartzea kulturaren balio-katean
	Enpresak merkatuaren aldaketetan izandako eragina
	Merkaturatutako azken produktuen ezaugarriak eta aldaketetara egokitzeko gaitasuna
Langileen egitura	Langileen egitura
	Langileen prestakuntza (enpresan sartu aurretikoa eta sartu ondotikoa)
	Enpresaren antzintasuna
Harremanetarako gaitasuna	Enpresak jasotako aitortpenak
	Enpresa-sare edo -elkarteetan izandako parte hartzea
	Herri-administrazioak gidaturiko proiektuetan izandako parte hartzea
Produktuen arrakasta	Merkaturatutako azken produktuen errendimendua
	Merkaturatutako produktuen arrakasta edo porrota aztertzeko tresnak



SORMENA	
Ukiezinen dimentsioa	Beharrezko informazioa
Talentua	Proiektuan parte hartzen duen talde sortzaile/ artistikoko kide bakoitzaren curriculuma, eta ibilbide sortzailearen arrakasta edo mugarri nagusiak
Preskripzioa	Talde sortzailearen azken proposamenen gainean jasotako kritikak
	Talde sortzailearen azken jarduera sortzaileek hedabideetan izan duten inpaktua
Ospea	Talde sortzaileak hedabideetan izandako parte hartzea
	Sare sozialetan izandako presentzia
Berrikuntza	Berrikuntzaren aldetik talde sortzaileak dituen ezaugarriak
	Garatu beharreko identitate sortzailea eratuko duten jarduera-adibideak
Kultur produktuaren formatua edo euskarria	Sorkuntzarako euskarri mota eta haren erabileraren justifikazioa



### 3.3. Ukiezinen azken ebaluazioa

Beharrezko informazioa jaso ondoren, balorazioa egiten da, ereduaz ezarritako parametroetatik abiatuta. Kulturaren sektoreek ezaugarri ezberdinak dituztenez gero, eta bertako agenteen tipologia ere diferentea denez, balorazio orokorrerako sistema bat diseinatu da, analisia egiteko unean sektorean sektoreari egokitzen zaiona<sup>7</sup>.

Irizpide orokor gisa, esan behar da aktibo ukiezin bakoitzak pisu diferentea duela proiektuaren balorazio globalean. Hori dela eta, gure proposamena da sektore bakoitzean ebaluazio-elementu bakoitzaren pisu-banaketa egitea:

ENPRESA EGITURA	Tarteak	CREATIVIDAD	Intervalos de puntuación máxima
Gehienezko puntuazioa	SORMENA	Tarteak	20-30
Gehienezko puntuazioa	10-20	Prescripción	5-10
Ibilbidea	10-20	Talentua	20-30
Kokagunea merkatuan	10-20	Preskripzioa	5-10
Langileen egitura	5-10	Ospea	5-10
Harremanetarako gaitasuna	5-10	Berrikuntza	5-10
Produktuen arrakasta	5-10	Kultur produktuaren formatua edo euskarria	5-10
<b>GUZTIRA</b>	<b>50</b>	<b>GUZTIRA</b>	<b>50</b>

Azkenik, gogoratu beharra dago gure iradokizuna dela finantza-entitateek proiektuen gainean egin behar duten balorazioan % 75 esleitzea arriskuen ohiko balorazioari.

<sup>7</sup> Eranskinean azaltzen dira argialetxeen sektorean eta ikus-entzunezkoarenean aplikatu beharreko gidak.

## BIBLIOGRAFIA

---

ARREGUI C., RODRÍGUEZ-CASTELLANOS A., VALLEJO B., *Opciones reales en la valoración de intangibles: la percepción de los directivos en el país vasco* Universidad, Sociedad y Mercados Globales / coord. Por Emilio José de Castro Silva, José Díaz de Castro, 2008, 191-208 or.

ASSETS EQUITY COMPANY. *Measuring Intangible Equity*. 2002.

BAURMOL W. y BOWEN W. *El dilema económico de las artes escénicas*. EEUU, 1966.

DRUCKER P.F. *Managing for the Future*. Butterworth-Heinemann, Oxford, 1992.

FONSECA REIS, AC. *Economía creativa : como estrategia de desarrollo : una visión de los países en desarrollo*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

GUERRA GUERRA A. *Evaluación de las inversiones en intangibles, una aproximación al estado de la cuestión*. Estableciendo puentes en una economía global / coord. Por Julio Pindado García, Gregory Payne, 2. liburukia, 2008 (Comunicaciones), 37. or.

PALOMO GONZÁLEZ, MIGUEL A. *La evaluación de activos intangibles* Ingenierías, Julio-Septiembre 2003, VI. liburukia, 20 zk.

SÁNCHEZ P. *El valor de los intangibles para la financiación de las PyMES* Cátedra UAM-Accenture en Economía y Gestión de la Innovación. 2012.

TOOTH J. *Access to finance activities of the European Creative Industry Alliance*. Europako Batzordea. 2010.

UNESCO. *Kultur ondare materiagabea babesteko Hitzarmena*, París, 2003.



## ERANSKINA. APLIKATZEKO GIDA

### ARGITALETXEAK

ARGITALPEN ENPRESA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehieneko puntuazioa
Ibilbidea	Enpresa sortu den urtea	Antzintasuna elementu positibo bat da, sektoreko jakintza eta esperientzia islatzen baititu : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hamar urte edo gehiago dituzten argitaletxeak: 12 puntu</li> <li>- Bost urte baino gehiago eta hamar baino gutxiago dituzten argitaletxeak: 6 puntu</li> <li>- Bi urte eta erdi baino gehiago eta bost baino gutxiago dituzten argitaletxeak: 3 puntu</li> <li>- Bi urte eta erdi baino gutxiago dituzten argitaletxeak: 0 puntu</li> </ul>	12
	Enpresan izandako aldaketa edo eraldaketak eta horien justifikazioa	Argitaletxeak izandako aldaketa nagusiei buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa. Positiboa izango da, hazkunde potentzialei begira edo merkatuaren ezaugarri berriei begira (eduki berriak, formatu berriak . . .) egitura aldatu duten argitaletxeen kasuan	3
Kokagunea merkatuan	Presentzia/parte hartzea balio-kate kulturean	Balio-katean argitaletxeak duen kokaguneari buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa. Positiboa izango da, enpresak kontrol zuzena edo zeharkakoa erakusten badu bere produktua merkaturatzeko fase guztietan (sorkuntza, ekoizpena, banaketa eta salmenta). Positiboa izango da, aliantza estrategikoak edo harreman sendoak badaude produktuak banatzeko arduradunekin.	10
	Enpresak merkatuaren aldaketetan izandako eragina	Argitaletxeak merkatuan joerak sortzeko duen gaitasunari buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa. Berritzeko gaitasuna eta produktu arrakastatsuak eskaintzeko gaitasuna.	2,5
	Merkaturatutako azken kultur produktuen ezaugarriak eta haien eragina merkatuan.	Azken bi urteotan kaleratutako produktuei buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa, argitaletxeak egokitzeko duen gaitasuna analizatzeko, ez bakarrik bere ibilbide osoan baizik eta plazaratutako azken produktuei dagokienez.	2,5

.../...



.../...

ARGITALPEN ENPRESA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehienezko puntuazioa
Langileen egitura	Langileak	Enpresan langile-egitura finkoari eustea positiboki baloratu behar da, horrek enpresaren dimentsioa islatzen duelako eta erakusten duelako gaitasuna duela ekoizpen editorialeko talde bat sortzeko, ekoizpenaren hobekuntzari begira. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hamar langile edo gehiago dituzten argitaletxeak: 3 puntu</li> <li>- Bost langile baino gehiago eta hamar baino gutxiago dituzten argitaletxeak: 2 puntu</li> <li>- Hiru langile baino gehiago eta bost baino gutxiago dituzten argitaletxeak: 1 puntu</li> </ul>	3
	Langileen prestakuntza (enpresan sartu aurretikoa eta sartu ondotikoa)	Langileen gaitasuna enpresaren giza-kapitalaren balio bat da. Hori dela eta, langileen prestakuntza baloratu behar da, bai eta langileen etengabeko gaitasunari begira enpresak egiten duen jardueraren ere.	2,5
	Enpresaren antzintasuna	Langileek enpresan duten antzintasunak talentuari eusteko gaitasunaren neurria ematen du. Horrela, baloraziorik altuena jasoko da langileen % 50ek baino gehiagok enpresan bost urtetik gora baditu.	2
Capacidad relacional	Enpresak jasotako aitortpenak	Argitaletxeak jasotako aitortpen publikoei buruz (enpresa gisa, ez ekoizpenaren aldetik) aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa. Jarduerari emandako sariak/aitortpenak gaitasunari buruz egindako balorazio positibo eta objektiboa erakusten du.	3
	Enpresa-sare edo -elkarteetan izandako parte hartzea	Argitaletxea beste argitaletxe batzuekin elkartuta edo atxikita badago, sektorearekin harremanetan dagoela ondorioztatuko da, bertan parte hartzen duela, eta bigarren mailako egiturak baliatzen dituela hobekuntzarako.	1
	Herri-administrazioak gidaturiko proiektuetan izandako parte hartzea	Argitaletxeak merkatuan duen kokagunearen neurgailu bat, harremanen ikuspuntutik begiraturik, herri-administrazioak gidaturiko proiektuetan duen parte hartzea da. Argitaletxea sektorean aitortuta badago, administrazioak proposatutako lan-jardunaldietan parte hartuko du, ikerketetan, gogoeta-saioetan eta abarretan.	1

.../...



.../...

ARGITALPEN ENPRESA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehienezko puntuazioa
Produktuen arrakasta	Merkaturatutako azken produktuen errendimendua	Merkaturatutako produktuen arrakasta/errendimenduaren ehunekoa. Argitalpengintzan titulu ugari kaleratu ohi dira; hartara arrakasta lortzen dutenek orekatu egiten dute harrera eskasagoa dutenen emaitza. Argitaratutako produktuen bigarren eta geroagoko edizioek aditzera ematen dute produktu batzuek ezarpen-maila aski egokia dutela merkatuan.	5
	Merkaturatutako produktuen arrakasta edo porrota analizatzeko tresnak	Kaleratutako produktuen arrakasta edo porrota analizatzeko argitaletxeak eskura dituen jarraipen-tresnei buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa. Harreman zuzena irakurleekin eta liburu-dendekin, merkatu-analisiak eta abar.	2,5

ARGITALPEN PROIEKTUA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehienezko puntuazioa
Talentua	Proiektuan parte hartzen duen talde sortzaile/artistikoko kide bakoitzaren curriculumak, eta ibilbide sortzailearen arrakasta edo mugarri nagusiak	Argitalpen proiektu batean, talentua nagusiki egilearengan datza. Hala, ospe handiko egile batek aukera gehiago dauka arrakasta lortzeko, egile hasi berri batek baino, aurrez jada aitortzen zaiolako talentua. Hortaz, proiektuaren balorazioan muinean egileen ibilbidea eta gizartean duen onespina (sariak edo argitalpen arrakastatsuak) jarri behar dira. Orobat baloratu behar da argitalpen proiektua. Eta editatu beharreko lana bilduma ospetsu, arrakastatsu eta ibilbide luzeko batean txertatzen den.	30
Preskripzioa	Talde sortzaileak azken proposamenen gainean jasotako kritikak	Aurretik merkaturatutako egilearen produktuek izan duten arrakastan oinarritutako ibilbide profesionala eta sortzailea ez ezik, kontuan hartu behar da baita ere egilearen lanaren gainean iritzi-emaile espezializatuek eman duten iritzia.	2,5
	Talde sortzailearen azken jardueraren sortzaileek hedabideetan izan duten inpaktua	Egileek jasotako aitortpena eta kritikak ez ezik, baloratu behar da baita ere hedabideen artean interesa pizteko duen gaitasuna eta berari buruz sortu diren kronikak.	2,5

.../...



.../...

ARGITALPEN PROIEKTUA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehienezko puntuazioa
Ospea	Talde sortzaileak hedabideetan izandako parte hartzea	Egileen onarpen profesionalaz landa, pertsonaia publiko gisa duten eginkizuna ere aintzat hartzekoa da. Telebistan edo irratan duen parte hartzeak, adibidez, ospea areagotzeko eta lanean arrakasta izateko aukera handitzeko balio dezake.	5
	Sare sozialetan izandako presentzia	Ospea neurtzeko, gaur egun, ezinbestekoa da kontuan hartzea egileek irakurleekin harreman zuzenak izateko erakusten duen gaitasuna, esaterako sare sozialen bidez. Sareotan egotea, beraren jarraipena eta bertan jardutea positiboki baloratzen da.	2,5
Berrikuntza	Berrikuntzaren aldetik talde sortzaileak dituen ezaugarriak	Gaur egun, berritzeko gaitasuna positiboki baloratzen da; halaxe egin behar da egileak baloratzekoan ere, eta proiektu berrietan berrikuntzak duen isla.	5
	Garatu beharreko identitate sortzailea eratuko duten jarduera-adibideak	Proiektu sortzailea bat baldin badator egilearen ibilbide sortzailearekin, arrakasta seguruagoa da. Bestela, arriskua dago igurikimenak ez betetzeko.	2,5
Kultur produktuaren formatua edo euskarria	Sorkuntzarako euskarri mota	Kultur kontsumoak euskarrien dibertsifikazioa bilatzen du. Horregatik, kontuan hartzekoa da argitalpen proiektuaren euskarriari buruz egiten den justifikazioa (liburu fisikoa, e-book...).	7,5



## AUDIOVISUAL

IKUS-ENTZUNEZKOEN EKOIZPEN-ETXEA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehieneko puntuazioa
Ibilbidea	Año de creación de la empresa	Antzinasuna elementu positibo bat da, sektoreko jakintza eta esperientzia islatzen baititu. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hamar urte edo gehiago dituzten ekoizpen-etxeak: 12 puntu</li> <li>- Bost urte baino gehiago eta hamar baino gutxiago dituzten ekoizpen-etxeak: 6 puntu</li> <li>- Bi urte eta erdi baino gehiago eta bost baino gutxiago dituzten ekoizpen-etxeak: 3 puntu</li> <li>- Bi urte eta erdi baino gutxiago dituzten ekoizpen-etxeak: 0 puntu</li> </ul>	12
	Enpresan izandako aldaketa edo eraldaketak eta horien justifikazioa	Ekoizpen-etxeak izandako aldaketa nagusiei buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa. Positiboa izango da, hazkunde potentzialesi begira edo merkatuaren ezaugarri berriei begira (eduki berriak, formatu berriak... ) egitura aldatu duten ekoizpen-etxeen kasuan.	3
Kokagunea merkatuan	Presentzia/parte hartzea balio-kate kulturalen	Balio-katean ekoizpen-etxeak duen kokaguneari buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa. Positiboa izango da, enpresak kontrol zuzena edo zeharkakoa erakusten badu bere produktua merkaturatzeko fase guztietan (sorkuntza, ekoizpena, banaketa eta salmenta). Positiboa izango da, aliantza estrategikoak edo harreman sendoak badaude plataforma banatzaileekin.	10
	Enpresak merkatuaren aldaketetan izandako eragina	Ekoizpen-etxeak merkatuan joerak sortzeko duen gaitasunari buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa. Berritzeko gaitasuna eta produktu arrakastatsuek eskaintzeko gaitasuna.	2
	Merkaturatutako azken kultur produktuen ezaugarriak eta haien eragina merkatuan.	Azken bi urteotan kaleratutako produktuei buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa, ekoizpen-etxeak egokitze duen gaitasuna analizatzeko, ez bakarrik bere ibilbide osoan baizik eta plazaratutako azken produktuei dagokienez.	2,5

.../...



.../...

IKUS-ENTZUNEZKOEN EKOIZPEN-ETXEA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehienezko puntuazioa
Langileen egitura	Langileak	Enpresan langile-egitura finkoari eustea positiboki baloratu behar da, horrek enpresaren dimentsioa islatzen duelako eta erakusten duelako gaitasuna duela ekoizpen talde bat sortzeko, ekoizpenaren hobekuntzari begira. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hogei langile edo gehiago dituzten ekoizpen-etxeak: 3 puntu</li> <li>- Hamar langile baino gehiago eta hogeitau gutxiago dituzten ekoizpen-etxeak: 2 puntu</li> <li>- Bost langile baino gehiago eta hamar baino gutxiago dituzten ekoizpen-etxeak: 1 puntu</li> </ul>	3
	Langileen prestakuntza (enpresan sartu aurretikoa eta sartu ondutikoa)	Langileen gaitasuna enpresaren giza-kapitalaren balio bat da. Hori dela eta, langileen prestakuntza baloratu behar da, bai eta langileen etengabeko gaitasunari begira enpresak egiten duen jardueraren ere.	2,5
	Enpresaren antzintasuna	Langileek enpresan duten antzintasunak talentuari eusteko gaitasunaren neurria ematen du. Horrela, baloraziorik altuena jasoko da langileen % 50ek baino gehiagok enpresan bost urtetik gora baditu.	2
Harremanetarako gaitasuna	Enpresak jasotako aitortpenak	Ekoizpen-etxeak jasotako aitortpen publikoei buruz (enpresa gisa, ez ekoizpenaren aldetik) aurkeztutako informazioaren arabera balorazioa. Jarduerari emandako sariak/aitortpenek gaitasunari buruz egindako balorazio positibo eta objektiboa erakusten du.	3
	Enpresa-sare edo -elkarteetan izandako parte hartzea	Ekoizpen-etxea beste ekoizpen-etxe batzuekin elkartuta edo atxikita badago, sektorearekin harremanetan dagoela ondorioztatuko da, bertan parte hartzen duela, eta bigarren mailako egiturak baliatzen dituela hobekuntzarako.	1
	Herri-administrazioak gidaturiko proiektuetan izandako parte hartzea	Ekoizpen-etxeak merkatuan duen kokagunearen neurgailu bat, harremanen ikuspuntutik begiratuta, herri-administrazioak gidaturiko proiektuetan duen parte hartzea da. Ekoizpen-etxea sektorean aitortuta badago, administrazioak proposatutako lan-jardunaldietan parte hartuko du, ikerketetan, gogoeta-saioetan eta abarretan.	1

.../...





.../...

IKUS-ENTZUNEZKOEN EKOIZPEN-ETXEA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehienezko puntuazioa
Produktuen arrakasta	Merkaturatutako azken produktuen errendimendua	Merkaturatutako produktuen arrakasta/errendimenduaren ehunekoa. Ekoizpen-etxeek ekoizpen gutxi bultzatu ohi dituzte, garestiak dira eta. Hortaz, garrantzitsua da plazaratutako produktuek ibilbide luzea izatea eta gaitasuna erakustea errentagarriak izateko, hori ekoizleen ikuspegi komertzialaren erakusgarria delako.	7,5
	Merkaturatutako produktuen arrakasta edo porrota analizatzeko tresnak	Kaleratutako produktuen arrakasta edo porrota analizatzeko ekoizpen-etxeak eskura dituen jarraipen-tresnei buruz aurkeztutako informazioaren araberako balorazioa.	2,5

IKUS-ENTZUNEZKOEN EKOIZPENA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehienezko puntuazioa
Talentua	Proiektuan parte hartzen duen talde sortzaile/artistikoko kide bakoitzaren curriculum, eta ibilbide sortzailearen arrakasta edo mugarrak nagusiak	Talentua, ikus-entzunezkoen ekoizpenetan, oso sakabanatuta dago, talde sortzaileko kideei eta interpreteei lotua ageri delako. Hori dela eta, komeni da, lehenik eta behin, taldekideak argi eta garbi identifikatzea eta banan-banan baloratzea honako hauen ibilbideak: gidoilariak, zuzendaria eta aktoreak. Nahiz eta beste espezialista batzuek ere parte hartu (muntatzaileak, musikariak, efektu bereziak, argazkilariak...), gune sortzailearen balorazioa gomendatzen dugu, bestela zailtasunak ugarituko lirakeelako.	20

.../...



.../...

IKUS-ENTZUNEZKOEN EKOIZPENA			
Ukiezinen dimentsioa	Analizatu beharreko informazioa	Analizatzeko gakoak	Gehienezko puntuazioa
Preskripzioa	Talde sortzaileak azken proposamenen gainean jasotako kritikak	Aurretik merkaturatutako talde sortzaile/artistikoaren produktuek izan duten arrakastan oinarritutako ibilbide profesionala eta sortzailea ez ezik, kontuan hartu behar da baita ere egilearen lanaren gainean iritzi-emaile espezializatuek eman duten iritzia. Horrela atzematen dira gorabidean dauden zuzendariak, kontsolidatuta daudenak, trabatuta geratu direnak. . . Halaber egin daiteke gainerako taldekideekin.	2,5
	Talde sortzailearen azken jarduera sortzaileek hedabideetan izan duten inpaktua	Jasotako aitorpena eta kritikak ez ezik, baloratu behar da baita ere talde sortzaileak hedabideen artean interesa pizteko duen gaitasuna eta berari buruz sortu diren kronikak Alegia, baloratu ea taldearen jarduera sortzaileak eta artistikoak interesik pizten duen eta hedabideetan horren oihartzuna jasotzen den.	2,5
Ospea	Talde sortzaileak hedabideetan izandako parte hartzea	Ikus-entzunezkoen munduan, onarpen profesionalaz gainera, oso garrantzitsua da aktore eta zuzendariak pertsonaia publiko gisa betetzen duten papera. Artisten multzoak telebistan edo irratian duen parte hartzeak, adibidez, ospea areagotzeko eta lanean arrakasta izateko aukera handitzeko balio dezake.	7,5
	Sare sozialetan izandako presentzia	Ospea neurtzeko, gaur egun, ezinbestekoa da kontuan hartzea pertsonaia publikoek haien jarraitzaileekin harreman zuzenak izateko erakusten duen gaitasuna, esaterako sare sozialen bidez. Sareotan egotea, beraren jarraipena eta bertan jardutea positiboki baloratzen da.	2,5
Berrikuntza	Berrikuntzaren aldetik talde sortzaileak dituen ezaugarriak	Gaur egun, berritzeko gaitasuna positiboki baloratzen da; halaxe egin behar da talde sortzailea baloratzerakoan ere, eta proiektu berrietan berrikuntzak duen isla.	5
	Garatu beharreko identitate sortzailea eratuko duten jarduera-adibideak	Proiektu sortzailea bat baldin badator zuzendari/gidoilarien ibilbide sortzailearekin, arrakasta seguruagoa da. Bestela, arriskua dago igurikimenak ez betetzeko.	2,5
Kultur produktuaren formatua edo euskarria	Sorkuntzarako euskarri mota	Ikus-entzunezkoen kontsumoak euskarrien dibertsifikazioa bilatzen du. Horregatik, kontuan hartzekoa da ikus-entzunezkoen proiektuaren euskarriari buruz egiten den justifikazioa.	7,5