

3.

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS CULTURALES

Edición General
Sistematización
Gestión de Contenidos
Diseño Editorial
Carolina Nicoletti
Villavicencio


Diseño Gráfico
Ilustraciones
Diagramación
IG: @Gelischile



Licencia Creative Commons



ROSA
ANGELINI FIGUEROA
GESTORA, PRODUCTORA, DOCENTE Y DIRECTORA
DE PROYECTOS CULTURALES.

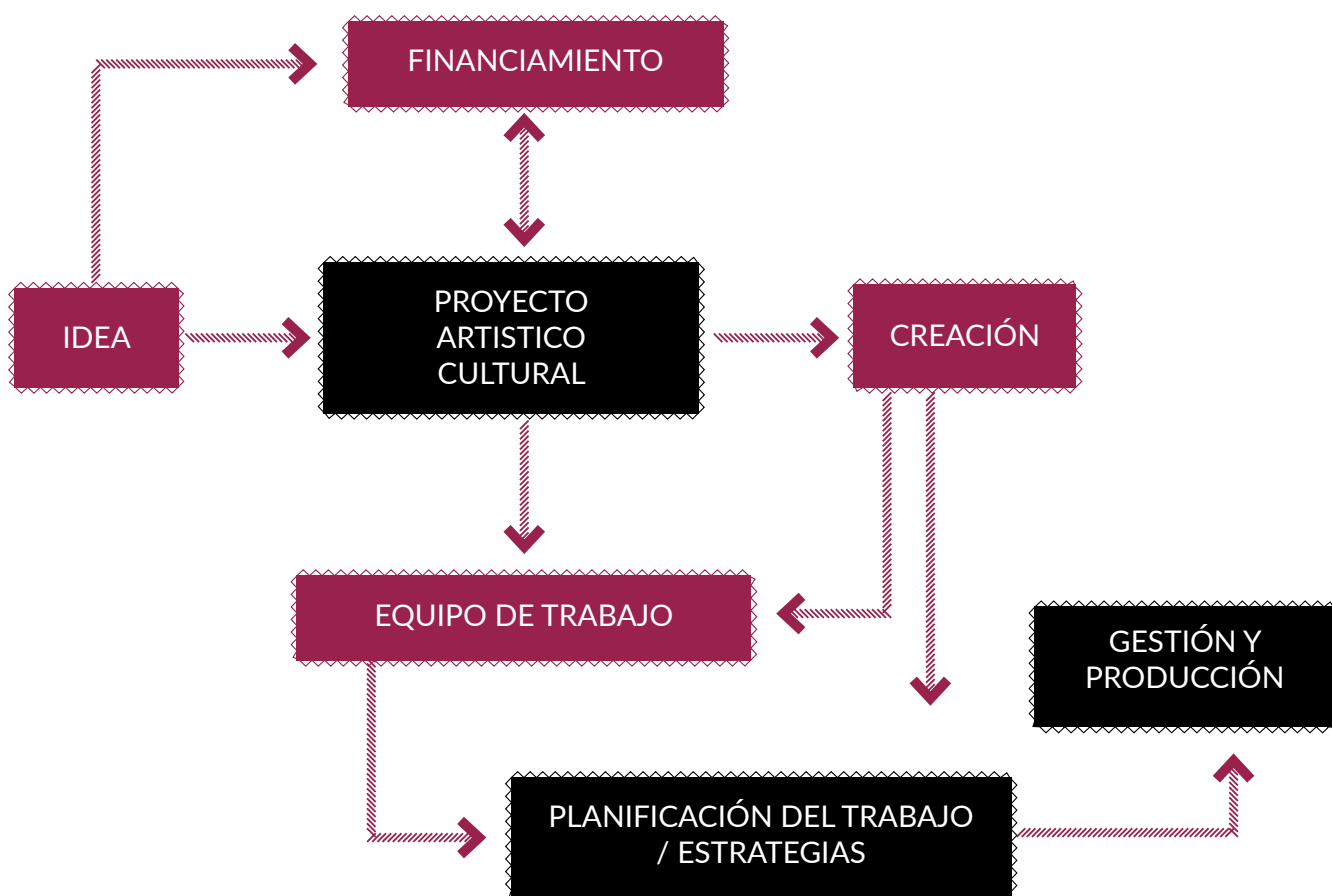
 [rosaangelini](https://www.instagram.com/rosaangelini)

 angelini.rosa@gmail.com



GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS CULTURALES

MÓDULO DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES SUSTENTABLES



Todas las diferentes áreas que componen el proyecto se vinculan estratégicamente entre sí.



DIAGNÓSTICO INFORMACIÓN PREVIA

Un buen diagnóstico debe integrar las características más importantes en especial donde queremos realizar nuestra idea, iniciativa, sueño o proyecto

a) Territorial

Ubicación geográfica, región, provincia, barrio, número de habitantes, composición de la población, sexo, edad, características socioeconómicas, empresas, personas empleadas, nivel de ingresos, etc.

c) Dinámica Social

Saber si existen organizaciones sociales o culturales: Agrupaciones de músicos, clubes de adulto mayor, centros culturales, juntas de vecinos, agrupaciones de artistas, etc.
Conocer cuál es el grado de vinculación entre éstas instituciones u organizaciones.Cuál es el grado de participación o de gestión de estas Instituciones, gestores o productores.

b) Histórico - Cultural

La historia del territorio, de la comuna del barrio o sector, distinguir músicos, artistas, gestores, animadores, que es lo que hacen, donde están, si existe infraestructura cultural, escuelas de música, salas de concierto, si existe una oferta cultural (concierto acceso a obras de teatro, cine, con que frecuencia, a que costo, etc). Quién es nuestra institución o proyecto en este contexto cultural.

d) Problemática Social

Qué es lo que queremos resolver. Principales problemas que afectan al territorio.
Cuál es el problema o situación que queremos resolver con nuestro proyecto o iniciativa.
Causas que lo originan, a quienes afectan, de qué forma.

CUERPO DEL PROYECTO

OBJETIVO

CUANDO YA HEMOS DESARROLLADO EL DIAGNÓSTICO Y CONOCIDO LA REALIDAD MÁS INMEDIATA, DEFINIMOS EL OBJETIVO. ES LO QUE PROYECTAMOS A FUTURO, ES DECIR, EL SENTIDO DE NUESTRA ACCIÓN.

- **EL OBJETIVO TIENE QUE RESPONDER A LA REALIDAD O AL DIAGNÓSTICO QUE HEMOS CONOCIDO**
- **EL OBJETIVO DEBE SER PERMANENTE Y TENER RELACIÓN CON LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZARÁN EN LA ETAPA DE ELABORACIÓN**

★ OBJETIVO GENERAL

Responde la pregunta

¿QUÉ? ¿Qué queremos hacer?

Responder el ¿Qué? abrirá la puerta de la definición de nuestro objetivo, con él podremos ordenar nuestra idea y darle sentido a lo que buscamos con nuestra acción.

¿Qué deseamos lograr? ¿Qué buscamos?, ¿Qué queremos crear? ¿Qué queremos entregar?

Por ejemplo: Promover - Difundir - Generar, - Desarrollar - Incentivar - Conocer - Crear - Motivar - Buscar.

- **EJEMPLO DE OBJETIVO GENERAL:**

Capacitar y fortalecer el desarrollo profesional de las trabajadoras de las artes, brindando herramientas de gestión cultural y sustentabilidad, desarrollando habilidades que pongan en práctica la creatividad y la visión de una planificación estratégica de sus trabajos y carreras profesionales, para mejorar su situación laboral en el medio artístico cultural de su país (o bien focalizar en el territorio a trabajar)

★ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Responde a la pregunta

¿CÓMO? Son aquellas que nos darán las pautas de desarrollo, mediante las cuales guiaremos nuestro objetivo, conformando los objetivos específicos de nuestro proyecto.

- **EJEMPLO OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**
 - 1. Implementar** talleres de gestión de proyectos culturales, marketing cultural, asociatividad y legalidad y comunicaciones.
 - 2. Generar** una escuela de trabajadoras de las artes on line, libre y gratuita para desarrollar seminarios de profesionalización artística cultural a las mujeres y disidencias trabajadoras de las artes.



* FUNDAMENTACIÓN

Detectamos una necesidad y proponemos una solución que se plantea como solución a lo diagnosticado. Cuando fundamentamos nuestro proyecto, damos un sentido a nuestro esfuerzo, y relacionamos nuestra propuesta (objetivo) con la realidad en la que nos situamos (diagnóstico).

Responde a las preguntas:

¿POR QUÉ QUIERO HACER ESTO? ¿POR QUÉ LO QUIERO HACER EN ESTE LUGAR? ¿

POR QUÉ ES IMPORTANTE? para la comuna; los vecinos; o la familia; para el desarrollo de la música, el arte y la cultura del país o para los gestores culturales, los músicos, etc.

* FOCALIZACIÓN / IMPACTO:

Responde a la pregunta:

¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO NUESTRO PROYECTO? BENEFICIARIOS Y AUDIENCIAS.

Grupo Objetivo en el cual desarrollaremos las propuestas.

Cuando determinamos los BENEFICIARIOS distinguimos a:

Beneficiarios Directos: aquellos a los que va dirigido específicamente nuestro proyecto.

Beneficiarios Indirectos: aquellos a los que el proyecto se dirige en segunda instancia.

EJEMPLO:

En un Taller de Música para jóvenes de 15 a 29 años de una comuna, con una presentación final de sus trabajos, los beneficiarios directos serán los jóvenes que participaron directamente de este y los beneficiarios indirectos serán el público asistente a la muestra final y los familiares de los jóvenes

*** DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

Responde a la pregunta:

¿CUÁLES? CUALES SON LAS ACTIVIDADES QUE DEBEMOS LLEVAR A CABO PARA LA REALIZACIÓN DE NUESTRO PROYECTO?

De las respuestas obtenemos las acciones que llevaré a cabo para cumplir con los objetivos específicos. Las acciones determinan las actividades que deberemos realizar para cumplir con nuestros objetivos.

Tendremos que priorizar y obtener las características de las acciones que llevaremos a cabo, las cuales definiremos en los objetivos específicos.

Aquí pondremos las actividades concretas que debemos realizar, ordenándolas según la importancia que tengan para nosotros, su función y coherencia dentro del proceso.

“LA DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SON LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS ESCRITOS COMO ACTIVIDADES PARA LOGRAR EL OBJETIVO GENERAL”

Ejemplo de Objetivo Específico transformados a actividades:

Aquí pondremos las actividades concretas que debemos realizar, ordenándolas según la importancia que tengan para nosotros, su función y coherencia dentro del proceso.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Qué acción / acciones debo realizar para cumplir con este objetivo?
<p>1.1 Implementar talleres de gestión de proyectos culturales, marketing cultural, asociatividad y legalidad y comunicaciones a través de una escuela digital para las trabajadoras de las artes.</p>	<p>1. Concretar el uso del espacio o plataforma por el periodo de tiempo requerido en que se realicen los talleres</p>
	<p>2. Definir el programa, los días y horarios, además de la oferta de talleres</p>
	<p>3. Diseñar la comunicación apropiada para promocionar los talleres.</p>
	<p>4. Coordinar reuniones con docentes para la puesta en marcha del proyecto. Etc.</p>

* CRONOGRAMA O CARTA GANTT

¿QUÉ VOY A HACER, CÓMO LO VOY A HACER Y EN QUÉ ORDEN LO VOY A HACER?

Ejemplo: Seminarios de Gestión Cultural:

ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	RESPONSABLE
Convocatoria para talleres (afiches, redes sociales, medios comunicación)	X	X			Ximena
Compra de plataforma digital y administración	X				Trinidad
Diseño de contenidos docentes	X				Ximena
Realización talleres		X	X		Cristina
Publicación talleres en página web				X	Ximena
Difusión cápsulas audiovisuales talleres en medio				X	Ximena

* COSTOS DEL PROYECTO

ITEM	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
HONORARIOS					
Responsable (Productor General)	100.000	100.000	100.000	100.000	400.000
Asistente de producción				100.000	100.000
Profesor de Música	120.000	120.000	120.000	120.000	480.000
GASTOS DE OPERACIÓN					
Arriendo del Local (clases)	30.000	30.000	30.000	30.000	120.000
Arriendo de equipos				150.000	150.000
Arriendo teatro (presentación final)				100.000	100.000
DIFUSIÓN					
1000 afiches 4/0 colores (convocatoria)	100.000				100.000
1000 afiches 4/0 color (present. final)				200.000	200.000
GASTOS DE INVERSIÓN					
Compra de instrumentos					250.000
TOTAL					1.720.000

** Considerar incluir en el valor final los impuestos y leyes laborales de cada país.

Recursos humanos:

Contrataciones a honorarios

Contrataciones artes del espectáculo

Contrataciones ley trabajadores Otros.

Operaciones o inversión

Impuestos.

LOS RECURSOS DEL PROYECTO

* PLAN DE FINANCIAMIENTO

Los aportes que nosotras como artistas o como parte del equipo estamos damos al proyecto (equipos, rrss, etc.) que deben valorizarse en dinero en el costo total del proyecto.

APORTES PROPIOS	Nombre de la Institución o Persona	En qué consiste el aporte	Valorización en dinero
	Gestoras en red	Community manager Difusión en redes sociales	400.000

APORTES DE TERCEROS	Nombre de la Institución o Persona	En qué consiste el aporte	Valorización en dinero
	Centro Cultural	Salas para realizar talleres	200.000
	Almacén la cabaña	Alimentación coffes	300.000
	Radio xx	Apoyo en comunicación	200.000

FORMULACIÓN DE PROYECTO

✓ PRESENTACIÓN

Breve presentación, de la persona , artista, grupo, institución o organización que describa en pocas palabras el perfil artístico o profesional, según corresponda.

- ✦ Identificar territorio
- ✦ Tipo de actividad

***capacidad de síntesis (máximo 150 caracteres)**

✓ RESUMEN EJECUTIVO

Breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, que describa la(s) actividad(es), las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales. También podemos sumar el objetivo general y los específicos.

✓ ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

● Plan de comunicaciones

Cómo realizaremos la convocatoria del público objetivo.

Se incluyen la descripción general, medios a utilizar, frecuencia y/o cobertura y toda la información que consideres relevante para la definición de tu estrategia.

EL DIAGRAMA CONTINUA EN PÁGINA SIGUIENTE

✓ **ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN**

Indica cómo vas a comercializar esta actividad incluyendo descripción general, definición de público objetivo, estructura de costos, beneficio(s) para el público, convenios con instituciones y toda la información que consideres relevante para la definición de tu estrategia.

✓ **PLAN DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

Especificar la estrategia de distribución y comercialización que se pretende. Se sugiere considerar diferentes ventanas de explotación tales como salas de concierto, discos, DVD, Televisión pagada, televisión abierta, internet, entre otras.

Incluir el público objetivo y específico.

VENTANA DE EXPLOTACIÓN	DESCRIPCIÓN	FECHAS	PÚBLICO	RESPONSABLE

✓ **PLAN DE FINANCIAMIENTO**

Detallar la forma en que se tiene planificado financiar la película, incluyendo detalles tales como terceros participantes en la financiación, compromisos de venta, televisión, fondos y otros.

***TODO CON CARTAS DE COMPROMISO DE VENTAS Y APORTES (FIRMADAS)**

✓ RESULTADOS ESPERADOS

Cantidad de público esperado.

Cuantificable por capacidad de sala o espacio en donde se desarrolla la actividad Web, número aproximado de visitas

✓ PROPUESTA DE TRATAMIENTO ARTÍSTICO O DESCRIPCIÓN DE LA OBRA

Breve descripción de la obra a realizar en términos artístico

Desarrolla la visión del director del artista, o músicos, indicando los elementos de originalidad y estilo esenciales que serán el sello de tu proyecto.

✓ ACTIVIDADES

- Planificación de Actividades - Proyecto
- Por orden cronológico se describe brevemente las actividades del proyecto.
- Ciudad donde se realiza
- Tiempo que dura la actividad