

Smart

**Presentación de
proyectos
culturales**

17 feb. 2021

¿ Qué debemos tener en cuenta en la presentación de proyectos?

Antes de presentar cualquier tipo de proyecto deberíamos preguntarnos si responde a lo que realmente queremos presentar, si es conciso, alcanzable y pueda llegar a nuestro público de forma directa y eficaz.

Para ello os planteamos dividir la gestión de vuestros proyectos en 4 fases:

Fases de un proyecto

1. Analítica

Finalidades
Diagnóstico

2. Operativa

Definición
Objetivos
Lineas estratégicas
Acciones
Gestión

3. Productiva

Planificación
Equipo
Comunicación
Gestión económica

4. Evaluadora

Cualquier proyecto debe saber responder a ciertas preguntas básicas,
CLAVES PARA SU ÉXITO

¿QUÉ?

¿PARA QUÉ?

¿PORQUÉ?

¿CÓMO?

¿CUÁNDO?

¿CUÁNTO?

¿DÓNDE?

¿CON QUIÉN?

Fases

1. Analítica:

1.1. Finalidades

1.2. Diagnóstico

Fases:

1. Analítica:

1.2. Finalidades

La capacidad para sintetizar de forma clara cuáles son **su finalidad/ finalidades**, a partir del conocimiento de sus capacidades y del análisis de su entorno, determinará la capacidad estratégica.

En varios estudios sobre gestión de proyectos es lo que se denomina **MISIÓN** del proyecto/entidad/colectivo.

Fases:

1. Analítica

1.1. Diagnóstico

En esta primera fase es donde tenemos que saber **autoanalizarnos** y **diagnosticar** el entorno. Servirá para definir el proyecto y su finalidad.

Es hora de situarse...

¿QUÉ?

¿PARA QUÉ?

¿PORQUÉ?

Se trata de establecer las BASES de nuestro proyecto atendiendo a su justificación y **argumentación** en diferentes niveles:

Ejemplos:

- Jurídica  Se justifica por una necesidad jurídica o un imperativo legal:
- Ideológica  Se justifica por las finalidades y conceptos básicos
- Social  Se justifica necesidades de tipo social en el contexto
- Histórica  Se justifica por experiencias pasadas de éxito
- Política  Se justifica por experiencias pasadas de éxito

Métodos de análisis

En esta primera fase atenderemos a una **análisis tanto interno como externo**. Marcamos las bases para crear posteriormente las líneas estratégicas siguiendo un plan y organización consensuado.

ANALÍTICAS PARA EL PLAN ESTRATÉGICO:



INTERNAS

Finalidades
Origen y
antecedentes
Periodicidad
Recursos
Presupuesto
Distribución y
venta

...

EXTERNAS

Territorio
Sector
Público
Competencia
Necesidades

...

Métodos de análisis

El diagnóstico interno permite analizar cuáles son las capacidades de la organización cultural o proyecto. Los factores clave son aquellos que serán considerados como **diferenciales** respecto al resto, es decir, **las fortalezas y debilidades**.

INTERNAS

- **Finalidades:** misión del proyecto y su argumentación.
- **Origen y antecedentes:** origen de la propuesta como encargo, a demanda, propuestas pasadas, experiencias similares ...
- **Periodicidad** : Calendario.
- **Recursos:** infraestructura, económicos, materiales, humanos, técnicos...
- **Presupuesto:** fondos propios, subvencionables, gastos,...
- **Distribución y venta:** Difusión.

Métodos de análisis

En el **análisis del entorno**, el objetivo es definir aquellos factores que se considerarán **oportunidades y amenazas** . Las oportunidades serán aquellas características del entorno que favorezcan la consecución de las finalidades de la organización, y las amenazas aquellas que la dificulten.

EXTERNAS

- **Territorio** : entorno, espacio, tipos de población, accesos, datos demográficos, movimientos migratorios, votos,...
- **Sector** : actividad cultural, programas culturales, medios de comunicación, hábitos de consumo, agentes culturales, volumen de negocios, políticas culturales, relación con otros agentes,...
- **Público**: identificación, clasificación, situaciones laborales, uso del tiempo libre, hábitos de información...
- **Competencia**: otros agentes del sector
- **Necesidades**

...

Analisi DAFO

El **análisis DAFO**, es una metodología que nos obliga a crear un esquema mental coherente de la situación a la que nos enfrentamos y nos ayuda a tomar decisiones.



¿ Para qué sirve un DAFO ?

- Determina la rentabilidad de un proyecto
- Evita errores previsibles e inversiones innecesarias
- Ayuda a decidir si es necesario reorientar la compañía para buscar mejores oportunidades
- Nos da un **diagnóstico de la situación donde estamos**, tanto a nivel interno como externo.
- Identifica nuestros objetivos estratégicos
- Identifica las **amenazas** del entorno con el fin de prevenirlas y/o corregirlas.
- Mide la capacidad de respuesta
- Identifica las **fortalezas** de la empresa/proyecto
- Descubre **oportunidades** de negocio
- Identifica **debilidades** para poder ser conscientes de ellas y mejorarlas

DAFO

Externas

OPORTUNIDADES

AMENAZAS

Internas

DEBILIDADES

FORTALEZAS

DEBILIDADES

Internas

Puntos débiles, aspectos que limitan o reducen el desarrollo de una estrategia.

FORTALEZAS

Internas

Los aspectos internos de una empresa/proyecto atendiendo a las ventajas frente a la competencia, la situación financiera, el equipo...

AMENAZAS

Externas

Aquellos eventos externos que pueden impedir la implantación de una estrategia, o incrementar sus riesgos

OPORTUNIDADES

Externas

Las posibilidades exteriores que pueden suponer una ventaja competitiva.

Fases

2. Operativa:

2.1. Definición

2.2. Objetivos

2.3. Estrategias

Fases:

2. Operativa

2.1. Definición

En esta segunda fase **definimos el proyecto** teniendo en cuenta su contenido, a quién va destinado , las líneas estratégicas con sus objetivos y el modelo de gestión a seguir.

¿CÓMO?

¿CUÁNDO?

¿ CUÁNTO?

¿DÓNDE?

¿CON QUIÉN?

Fases:

2. Operativa

2.1. Definición

Debemos desarrollar de forma sintética **los contenidos** o temas del proyecto. En ocasiones se vincula con las finalidades de la fase analítica.

Deberíamos atender en su definición si podemos destacar algún valor añadido.

A modo de ejemplo si el proyecto tiene carácter innovador, experimental, tecnológico, social...

Fases:

2. Operativa

2.1. Objetivos

Descripción de los **objetivos** según niveles de ordenación tales como:

- Generales
- Específicos
- Temporales
- Concretos
- Operativos
- Internos

Si los objetivos se dividen y ordenan, podrán evaluarse mediante los indicadores que escojamos.

Fases:

2. Operativa

2.1. Objetivos

SPECIFIC – ESPECÍFICO

MEASURABLE – MEDIBLE

AGREED TO – ACEPTADO

REALISTIC - POSIBLE

TIME CONSTRAINED – LIMITADO EN EL TIEMPO

Fases:

2. Operativa

2.1. Líneas estratégicas

Las **líneas estratégicas** están orientadas a conseguir los objetivos. y pueden desarrollarse en función de :

- objetivos y finalidades
- destinatarios
- espacio
- tiempo

Es importante considerar que las estrategias NO son inamovibles si no que deben **adaptarse** a posibles cambios tanto internos como externos.

Fases: 2. Operativa

2.1. Acciones

Las acciones son aquellas detallan los contenidos y en ocasiones responden a un programa de actividades.

Estas deben definirse acorde a las acciones principales y/o complementarias.

Ejemplo:

- Título
- Breve descripción
- Lugar y horario
- Destinatario
- Recursos
- Organigrama
- Funciones
- Presupuesto

Fases: 2. Operativa

2.1. Gestión

Por gestión nos referimos a escoger el **modelo de gestión** que más se adecua a nuestro proyecto. Su forma jurídica y el modo de relacionarse con otros actores implicados.

Ejemplo:

Si se escoge Smart como modelo, se apuesta por la cooperación y el trabajo colectivo.

Los actores implicados no solo son la cooperativa, hay que tener en cuenta la relación con personas jurídicas públicas, privadas, mixtas o físicas como autónomos.

Hay que saber establecer el tiempo de los acuerdos y las funciones de cada uno.

Fases

3. Productiva:

- 3.1. Planificación
- 3.2. Equipo
- 3.3. Comunicación
- 3.4. Gestión económica

Fases:

3.Productiva

3.1. Planificación

En esta fase llega el momento de pasar a la ACCIÓN.

En ella se planifica el trabajo acorde a :

- Funciones
- Calendario
- Tiempos máximos y mínimos establecidos
- Responsabilidades según experiencia y tiempo

El diagrama de Gantt es una herramienta para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado

Fases:

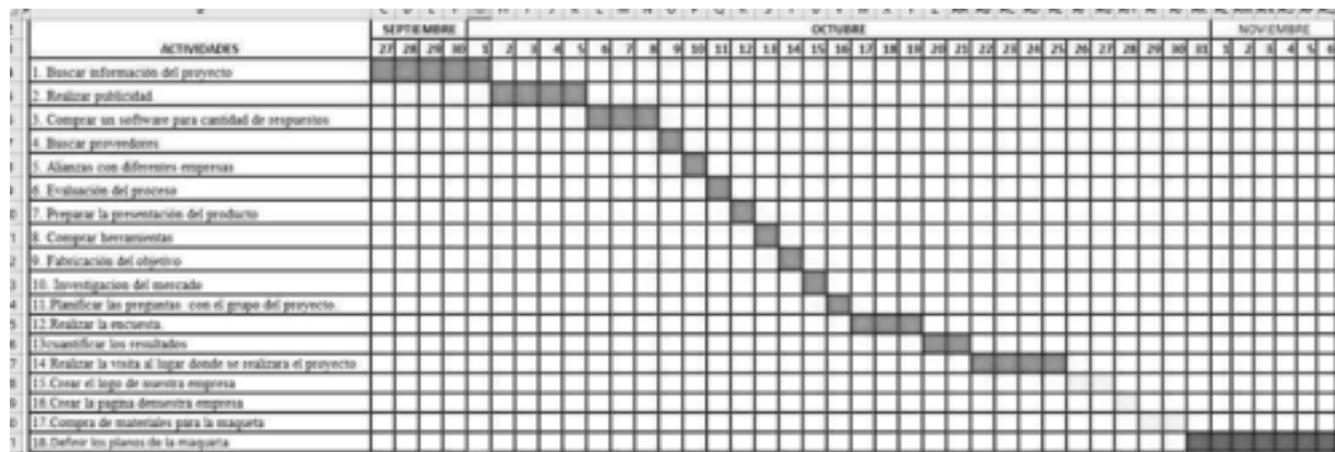
3.Productiva

3.1. Planificación

El DIAGRAMA DE GANTT es una herramienta para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado y nos puede ayudar en el momento de planificar el trabajo.

Es un sistema de coordenadas con dos ejes esenciales:

- eje vertical = tareas
- horizontal = tiempos



Fases:

3.Productiva

3.2. Equipo

Con que equipo contamos a la hora de iniciar el proceso de planificación es primordial para repartir el trabajo.

Tiene que estar bien delimitado en funciones y tiempos, así como estar coordinado con el máximo liderazgo y control para evaluarlo en su proceso.

Fases:

3.Productiva

3.3. Comunicación

Un plan de comunicación establece de forma clara **cómo, cuándo y de qué forma** se va a comunicar el proyecto a su público.

Debemos tener en cuenta:

- Realizar un análisis interno y externo.
- Definir los objetivos.
- Conocer al público a quien va dirigido
- Definir el mensaje.
- Seleccionar los canales.
- Planificar el tiempo y los recursos.
- Evaluar los resultados obtenidos.

Fases:

3.Productiva

3.3. Gestión económica

La gestión económica incluye el control y evaluación del presupuesto y debe ser estudiada por todo el equipo. En este apartado tendremos en cuenta lo deseado (hasta dónde podemos aportar económicamente) y lo demandado (precios de mercado).

Ingresos

- Fondos propios
- Previsión
- Otras fuentes de ingresos (subvenciones, patrocinios, donaciones ...).

En esta línea próximamente lanzaremos una convocatoria de crowdfunding a través de Goteo.

Gastos

Gastos fijos, estructurales y variables

Fases:

3.Productiva

3.3. Gestión económica

CONCEPTO	OO.CC.
PRODUCCIÓN:	
Aportación a la producción CDN	
TOTAL	0,00
CACHÉ REPRESENTACIONES (representaciones):	
Caché representaciones	
TOTAL	0,00

VIAJES Y ALOJAMIENTOS:
Viajes
Alojamientos
DERECHOS:
Derechos de autor: Taquilla
OTROS GASTOS PRODUCCIÓN:
Estudios grabación, sonido e instrumentación
Alquileres instrumentación, semoviente
COMUNICACIÓN:
Publicidad y prensa
Desayuno prensa
MONTAJE O.T.:
Montaje O.T
Alquileres O.T.
Varios (fungibles, reparación limpieza decorados y vestuario)
TOTAL:

Flujo de Caja

Proyecto: Muestra artística y cultural de la comuna

INGRESOS	Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Total
1.Ingresos propios	4.540.000	4.540.000	0	0	0	0	0	4.540.000
1.1 Presupuesto propio (municipal, u otro)	4.540.000	4.540.000						4.540.000
2. Otros aportes	8.000.000	0	5.000.000	0	3.000.000	0	0	8.000.000
2.1 Auspicios	3.000.000				3.000.000			3.000.000
2.2 Proyecto FONDART	5.000.000		5.000.000					5.000.000
Total Ingresos	12.540.000	4.540.000	5.000.000	0	3.000.000	0	0	12.540.000
GASTOS								
1. Honorarios	4.930.000	500.000	0	65.000	565.000	400.000	3.400.000	4.930.000
1.1 Diseñador	130.000			65.000	65.000			130.000
1.2 Encargado de gestión	1.000.000	500.000			500.000			1.000.000
1.3 Honorarios conjuntos artísticos	3.000.000						3.000.000	3.000.000
1.4 Asistente de producción	800.000					400.000	400.000	800.000
2. Gastos de operación	3.920.000	120.000	0	0	0	2.000.000	1.800.000	3.920.000
2.1 Arriendo de estructuras para escenario y graderías	1.200.000						1.200.000	1.200.000
2.2 Arriendo equipo de amplificación	300.000						300.000	300.000
2.3 Arriendo equipo de iluminación	300.000						300.000	300.000
2.5 Materiales de oficina	120.000	120.000						120.000
2.4 Impresión afiches, dípticos, pendones	2.000.000					2.000.000		2.000.000
3. Gastos de inversión	2.550.000	0	550.000	0	2.000.000	0	0	2.550.000
3.1 Cámara de video	800.000				800.000			800.000
3.2 Equipo Data Show	1.200.000				1.200.000			1.200.000
3.3 Tarpas para complementar escenarios	550.000		550.000					550.000
Subtotal gastos	11.400.000	620.000	550.000	65.000	2.565.000	2.400.000	5.200.000	11.400.000
Imprevistos 10%	1.140.000							1.140.000
Total gastos	12.540.000	620.000	550.000	65.000	2.565.000	2.400.000	5.200.000	12.540.000
Saldo	0							0

Fases

4. Evaluadora:

Fases:

4. Evaluadora

La última de las fases se refiere a las razones y métodos de Evaluación.

La razón principal para evaluar un proyecto,
es para mejorarlo
ya sea en su desarrollo actual,
ya sea en el futuro.

Fases:

4. Evaluadora

En nuestro sector, la evaluación es muy importante y sin embargo **no es muy común** encontrar informes de evaluación completos.

Algunas de las razones podrían ser:

- Realizamos una actividad sin ir más allá
- Desconocemos los métodos de evaluación
- No se considera urgente
- Pocos interlocutores la piden

Fases:

4. Evaluadora

Debemos adaptar los tipos de evaluación en función de la eficacia y la eficiencia **en todas sus fases: previa, durante y posterior.**

Nos ayudará en la evaluación poder seguir el mismo **guión por fases** que hemos ido desarrollando en cada uno de nuestros proyectos. Desde la evaluación del contexto inicial hasta la producción en si, destacando por apartados los **aspectos positivos y negativos** así como los **cuantitativos y cualitativos** de todos ellos.

Enlaces relacionados en RECURSOS SMART

www.smart-ib.coop/marketing/redes-sociales/

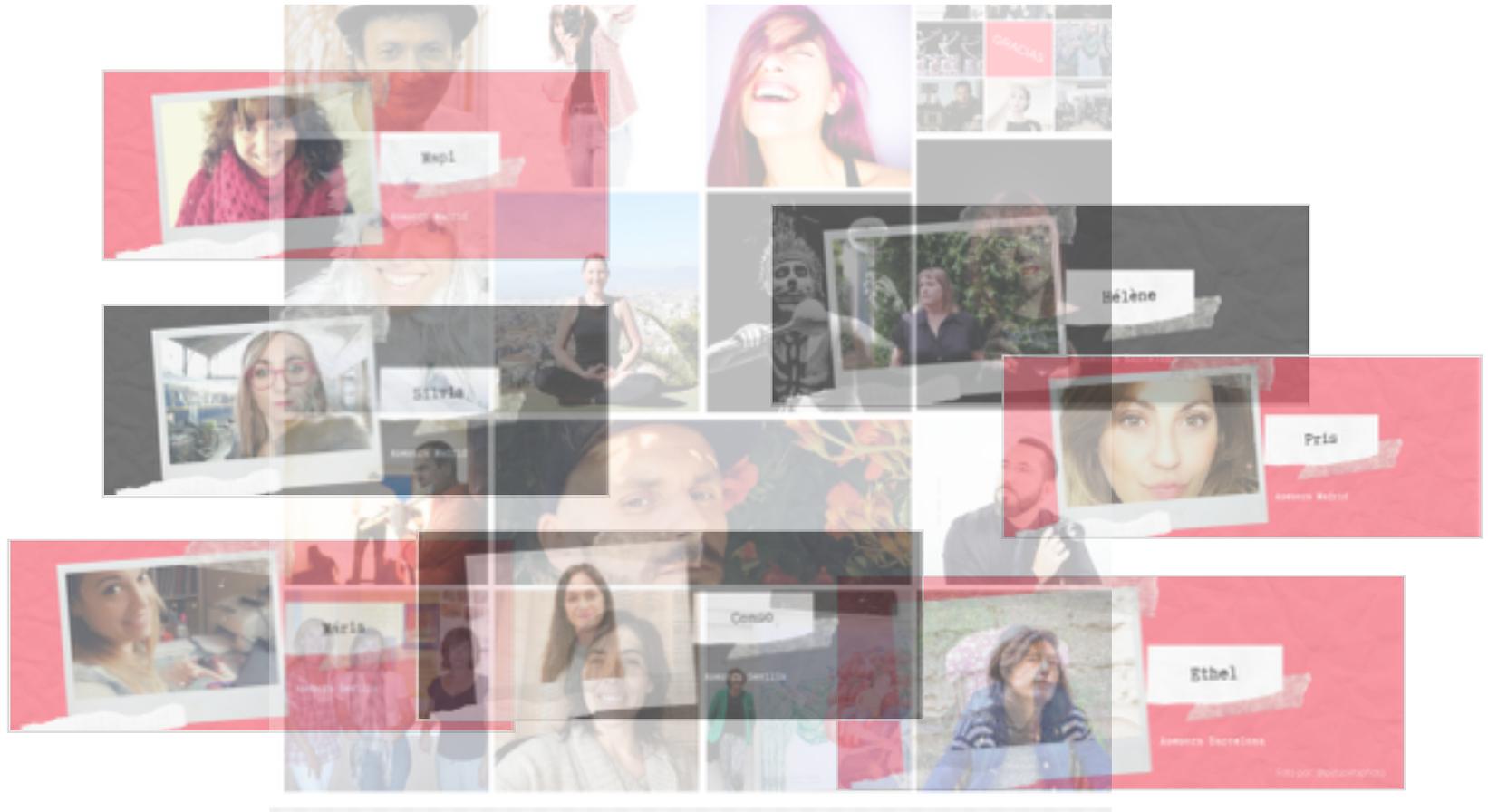
www.smart-ib.coop/marketing/marca/

www.smart-ib.coop/taller-de-audiovisuales-para-internet/

www.smart-ib.coop/financiacion-alternativa/

www.smart-ib.coop/introduccion-a-las-subsenciones/

¿ APRENDEMOS JUNTXS?



GRACIAS!