

El proyecto cultural con visión de género



¿Quiénes trabajan en Gestión Cultural?

- **Es una profesión feminizada:** de la muestra estudiada, 62% se identifican como mujeres y 38% como hombres. Entre los profesionales de más de 50 años de edad, 61% son hombres, mientras que en el rango de menos de 30 años, el 80% son mujeres.
- **Un sector en el que las mujeres son más jóvenes:** la edad media de las mujeres es de 37,8 años mientras que en los hombres es de 42,2 años.
- **Un sector en el que la formación adquiere mayor importancia:** mientras que el 71% de encuestados menores de 30 años posee doctorado, máster o postgrado, solo el 25% de los mayores de 50 años posee el mismo nivel de estudios. Aportando a este dato, según el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de España para el curso 2017-2018, el 54,3% de estudiantes de Grado fueron mujeres y de Máster, el 54,1%.
- Estos datos se obtienen del estudio "*Caminos Cruzados. El perfil actual del gestor cultural en Catalunya*" pero pueden extrapolarse a toda España.

Una pequeña introducción sobre los tipos de proyectos culturales



Los proyectos culturales pueden ser a largo, mediano o corto plazo.

Un ejemplo de los primeros es la construcción de una red de bibliotecas públicas en una ciudad cualquiera, pensados para perdurar e integrarse en el contexto.

Para el segundo o tercer caso podemos mencionar la una exposición de arte o la presentación de una banda de música.

Independientemente de su realización en el tiempo, los alcances de un proyecto cultural **casi siempre se sitúan en el largo plazo.**

Es el caso de los proyectos que tienen que ver con el patrimonio, la historia o las investigaciones etnográficas o arqueológicas.

Es decir, la gran mayoría de estos proyectos tienen un efecto que perdura y, si es el caso, genera cambios de conducta en el público participante.

Las personas son, a fin de cuentas, las principales beneficiarias de la ejecución de un proyecto cultural y sin ellas su ejecución no puede considerarse plena.

Un buen número de proyectos sociales con perspectiva de género **suponen la participación directa o indirecta del grupo social en el que se desarrollan.**

¿Por qué es importante tener en mente el género en el diseño de proyectos?

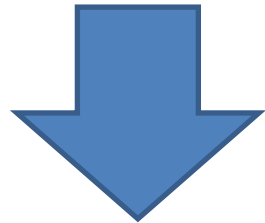
Diseñar los proyectos sin perspectiva de género, no sólo no beneficia a las mujeres, sino que por el contrario agudiza su situación de dependencia y de discriminación con respecto a los hombres.

El trabajar bajo las estructuras y formas de organización dadas, sin cuestionarlas, implica que se fortalecen las formas tradicionales de relación entre hombres y mujeres, y por lo tanto, la situación de privilegio de los primeros respecto a las segundas.

Incorporar este enfoque no sólo mejora los servicios que se prestan, sino que permite además, visibilizar situaciones, necesidades e intereses que pueden haber permanecido ocultos

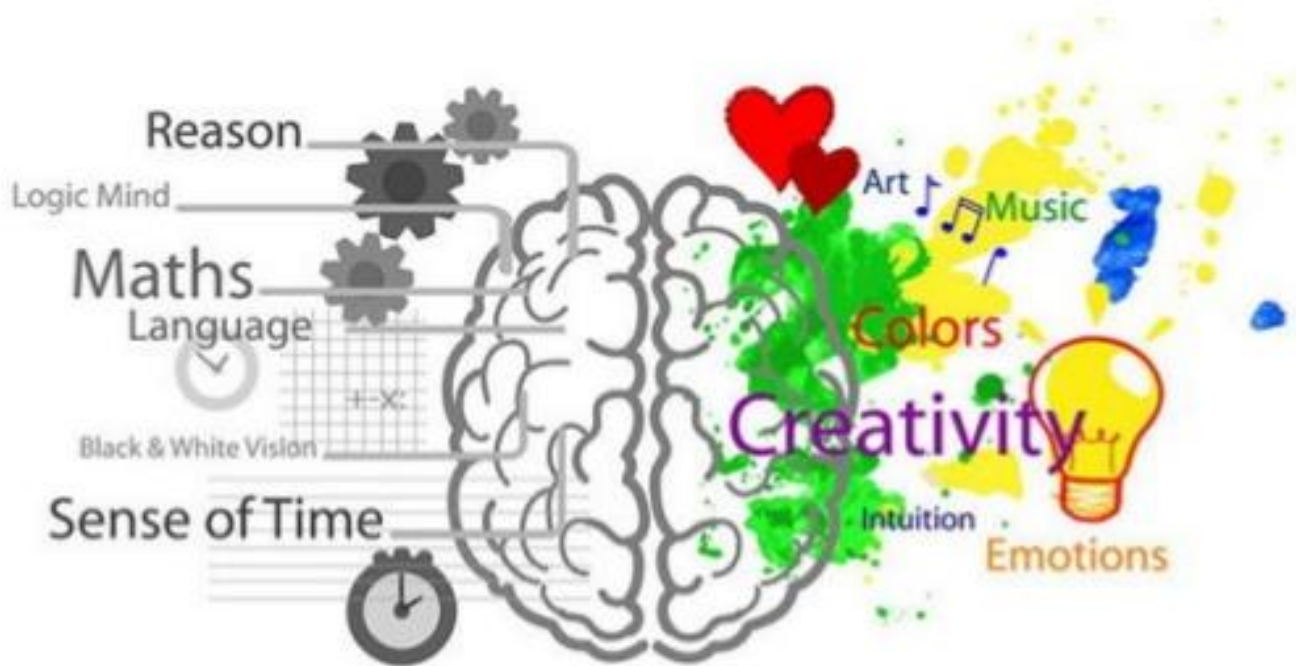


En cuanto a los costes, los proyectos cultural pueden suponen grandes costes o, por el contrario, inversiones mínimas. De hecho, en aquellos casos en que se ejecutan con la colaboración y los aportes del grupo social implicado, la inversión se reduce.



Esto dependerá del proyecto cultural y el presupuesto que requiera.

Diseño, formulación, ejecución y evaluación del proyecto cultural con visión de género



Para que un proyecto cultural sea llevado a la práctica, sus responsables deben definir aspectos como:

- La finalidad.
- Las estrategias.
- Las acciones concretas.
- La evaluación de los objetivos.
- La valoración de recursos humanos y económicos.

Todas estas cuestiones deben estar contenidas en el plan de acción del proyecto, en el que además se definen características como:

- Posibilidad de proyección.
- Sostenibilidad.
- Contextualización.
- Viabilidad de los plazos.
- Recursos disponibles.
- Participantes.
- Presupuesto destinado.

Un proyecto con visión de género implica además.....



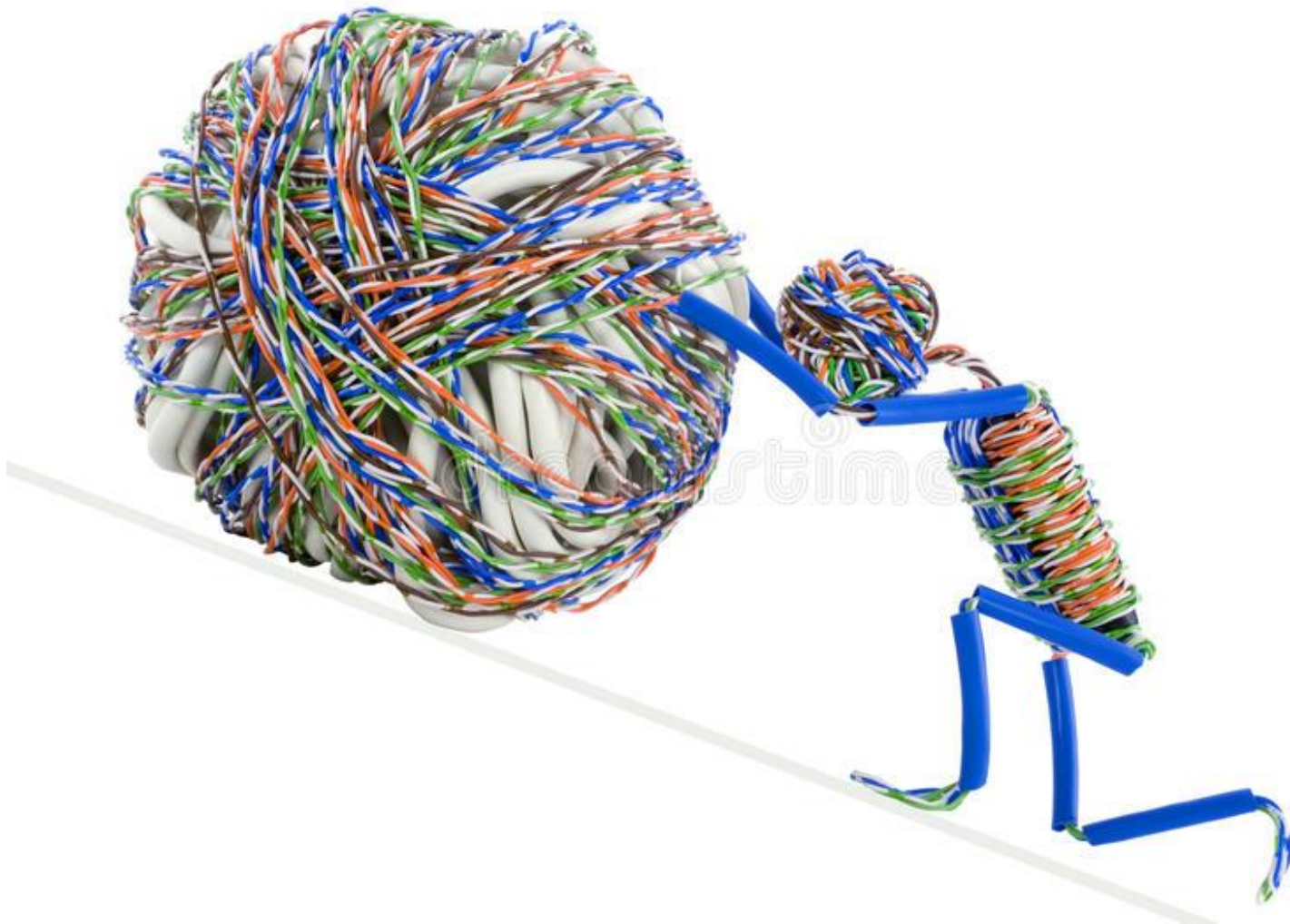
- Determinar las **necesidades de las mujeres** para darles voz en todas las fases del proyecto y para lograr así su empoderamiento y a partir de ahí, el de la comunidad en su conjunto.
- Analizar las **prácticas de las organizaciones y las relaciones de género** que se dan a lo interno de las mismas
- Analizar los **recursos** (humanos, materiales y financieros) **a los que acceden las mujeres** en el momento inicial y a cuáles lo hacen al final del mismo.
- Definir con claridad los **resultados esperados** para hombres y mujeres específicamente, teniendo en cuenta la satisfacción de necesidades prácticas e intereses estratégicos.

En la formulación de proyectos, deberemos **definir claramente cuál será nuestro objetivo** y cuáles las estrategias que utilizaremos para lograrlo, estableciendo ordenadamente las actividades necesarias para ello, las personas con que trabajaremos, sus tareas, los tiempos y los recursos necesarios para realizarlas.

Una idea sin un objetivo
que la impulse no tiene
sentido



¿Cuáles son las dificultades para convertir las ideas en proyecto?



- No se conoce claramente el ambiente externo al proyecto o no se lo toma debidamente en cuenta.
- El diseño del proyecto se lleva a cabo con poca participación de los niveles operativos.
- No se les da consideración debida a las soluciones alternativas.
- El proyecto es interminable, dura demasiado.
- La programación y los procedimientos de ejecución tienen muy poca flexibilidad.

- Los objetivos están mal definidos, son abstractos y no están cuantificados.
- Las actividades programadas no responden a los objetivos del proyecto.
- Los criterios de evaluación no se fijan con claridad.
- Los presupuestos no se calculan adecuadamente ni se refieren a las actividades programadas.
- Las unidades ejecutoras no están identificadas con claridad.

El Diseño del Proyecto Cultural



Diseñar un proyecto no es
tarea fácil, pero una forma
de comenzar es preguntarse
una y otra vez lo que
queremos hacer

No existe un lugar donde se
encuentren todas las respuestas y
eso es positivo, ya que nuestra
imaginación y creatividad tiene un
espacio propio.



Un proyecto cultural involucra factores que muchas veces se creen intangibles pero que, por el contrario, los podemos identificar, planificar, diseñar, organizar, implementar, ejecutar y evaluar, según los objetivos y actividades establecidas en un comienzo.

DESARROLLO DE UN PROYECTO



¿CÓMO LO VOY A HACER?

(DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA)

La metodología de proyectos para el trabajo cultural será siempre un medio, no un fin.



Ninguna metodología puede asegurar el éxito absoluto dado que es imposible lograr un conocimiento cabal de todas las variables y todos los factores que entran en juego.

¿CON QUÉ RECURSOS LO VOY A HACER?



¿Por qué lo tengo que hacer?

Como primera parte del proceso de formulación de proyectos, el diagnóstico es fundamental.

- caracterizar en términos de su ubicación social y cultural a los beneficiarios o sujetos de un proyecto
- determinar con claridad el problema a superar y las causas que lo han originado o que lo mantienen en la situación en que se encuentra
- y, finalmente, el contexto global en el que se inscriben los beneficiarios y los problemas que los afectan.

JUSTIFICACIÓN

OBJETIVO →

presentar la argumentación y o las razones que justifican la realización del mismo.

A la hora de elaborar esta parte del proyecto, se deberá:

- explicar la prioridad y urgencia del problema para el que se busca solución;
- justificar porqué este proyecto que se formula es la propuesta de solución más adecuada o posible para resolver ese problema

- La justificación del proyecto debe basarse en razones lógicas que den cuenta del diagnóstico y de los condicionantes externos.
- Lo principal dentro de la justificación es explicitar el por qué se hace y que sucedería con la situación si no hubiera intervención.
- El justificar o fundamentar nuestro proyecto tiene que ver con el sentido en el que orientemos los esfuerzos conjuntos, y la relación entre lo propuesto y la realidad en la que nos situemos.

¿a quiénes está dirigido?

La respuesta nos presentará el “**grupo objetivo**” con el cual desarrollaremos la propuesta, es decir, sus beneficiarios.

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

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

Es necesario caracterizar la población objetivo.



No se trata de un estudio exhaustivo, pero sí de obtener un conocimiento que evite el riesgo de inventar actividades desconectadas con la realidad.

¿Dónde se va a ubicar este proyecto?

LOCALIZAR EL PROYECTO →

Determinar el emplazamiento o área donde se ubicará.

Esta localización puede hacerse a un doble nivel:

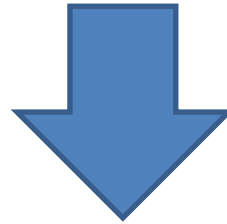
- a) Macro - localización: esto es la ubicación geográfica del proyecto dentro del área.
- b) Micro - localización: identificando dentro de un conjunto menor, el lugar o zona en que se desarrollará el proyecto.

- Una vez observada la realidad más inmediata, debemos definir el objetivo que proyectamos a futuro, es decir, el sentido de nuestra acción.
- Junto a él sumaremos los contenidos del proyecto, que determinaremos para alcanzar el propósito que nos hemos planteado como logro (imagen futura).

Es el objetivo y sus contenidos los que movilizan y dan sentido a nuestras acciones conjuntas.

Objetivo General

- 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.



- Estos objetivos deben relacionarse directamente con el problema detectado y que intenta solucionarse a través del proyecto.

Algunas preguntas que pueden ayudarnos con el enfoque de género

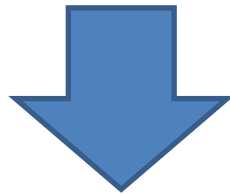
Los objetivos más amplios

- ¿responden a las necesidades de mujeres y de hombres?
- ¿influye la selección de objetivos específicos en la división de funciones y responsabilidades entre hombres y mujeres?
- ¿Podrán las personas participantes organizadas a nivel nacional proporcionar datos si se requieren?
- ¿qué fuentes alternativas de datos pueden ser utilizadas?

- ¿Permite el marco político y legislativo la participación de mujeres y hombres para alcanzar los objetivos?
- ¿es el clima político favorable a un enfoque participativo? ¿el contexto político e institucional representan un apoyo para las actividades del sector?

Objetivos Específicos

- Intentaremos responder el ¿cómo? , que nos ayudará a conformar los objetivos específicos de nuestro proyecto.



Los objetivos específicos serán aquellos que nos darán las pautas de desarrollo, mediante las cuales guiaremos nuestro objetivo general.

- Determinar un objetivo no es tarea fácil, debemos formularlo y reformularlo antes de establecerlo.
- Recordemos que es un orientador de nuestras acciones, por lo que un objetivo mal formulado puede convertirse en un condicionante previo que desde el comienzo del proyecto nos limitará.
- Un objetivo mal definido nos alejará de lo que intentamos realmente lograr

Para definir metas realistas debemos estar atentos a:

- La **correspondencia** con el **objetivo específico**.
- La **coherencia** con los **recursos** y el **tiempo** disponibles.
- La **adecuación** de los **objetivos específicos** con los **objetivos generales**.
- La **adecuación** de los **objetivos generales** con el **problema o necesidad diagnosticada**.

Algunas preguntas que pueden ayudarnos con el enfoque de género

- ¿especifican los objetivos: a quién va dirigido y quién se espera que se beneficie del proyecto, estableciendo una distinción entre mujeres y hombres?
- ¿Quién participa en la selección de la variedad de necesidades a las que debe atenderse?
- ¿qué necesidades prácticas y estratégicas de mujeres y hombres responde el proyecto?

La planificación del proyecto

- Conjunto de procedimientos que usamos para alcanzar el objetivo que queremos lograr, en forma flexible, propositiva, creativa, participativa y dinámica, dándole viabilidad y sustentabilidad a nuestro proyecto.



Ejecución o Acciones

Lo que materializa la realización de un proyecto es la **ejecución secuencial e integrada de diversas actividades**.

Esto implica que en el diseño del proyecto se ha de indicar de manera precisa y concreta cuáles son las **actividades** que hay que ejecutar para alcanzar las metas y objetivos propuestos.

Para cada actividad deberán **definirse una serie de tareas** concretas que involucren su realización.

Las acciones a realizar para incorporar la perspectiva de género han de tener en cuenta lo siguiente:

- Responder a las **necesidades e intereses** que identificamos en mujeres y hombres en la etapa de definición de la situación de diagnóstico.
- Definir con claridad y de manera específica los **públicos** al que irá dirigida nuestra iniciativa.
- Definir los **resultados esperados** de nuestra iniciativa.
- Identificar de qué manera esta iniciativa responde y es coherente a la **planificación estratégica** de nuestro proyecto cultural.

CRONOGRAMA

Al definir las diferentes actividades y tareas de nuestros objetivos, lo ideal ahora es acercarnos aún más al proyecto preguntándonos **¿cuándo?** de esta forma podremos ordenarlas en el tiempo

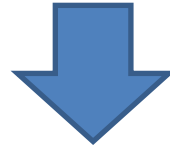


Algunos ejemplos....

[illegible]

Actividad	Abril				Mayo				Junio				Julio			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planeación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
Vinculación con instituciones oficiales		X	X	X	X											
Diseño de la imagen del evento			X	X	X											
Difusión impresa							X	X	X	X						
Difusión en medios									X	X	X					
Montaje de exposiciones										X						
2do Encuentro de Contracultura											X					
Diseño e impresión de constancias											X	X				
Entrega de reconocimientos													X			

Hay que tener claro que podemos tener algunos **imprevistos** que pueden afectar las actividades que teníamos planificadas.

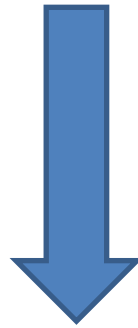


Por ello, es necesario entender que lo principal será nuestro objetivo y que las actividades que planifiquemos ayudarán a lograrlo, pero éstas pueden tener modificaciones que intentaremos siempre poner en positivo, buscando las oportunidades y tomando las dificultades como nuevos caminos a recorrer y no como finales anticipados.

ROLES Y FUNCIONES DEL EQUIPO HUMANO



¿quiénes serán los encargados de cada una de las tareas que conlleva el proyecto?



Es nuestra labor definir los responsables y las funciones que tendrá cada integrante en nuestro equipo de trabajo.

En el sector cultural la constitución de equipos de trabajo es fundamental puesto que se trabaja con una materia muy sensible y diversa: la cultura como fenómeno, los creadores y personas expertas como impulsores, las instituciones como agentes colaboradores, el público como amante del arte y el patrimonio, el tiempo libre de las personas, los espacios fijos o efímeros, los presupuestos a menudo ajustados, etc.



La organización del equipo de trabajo requiere de la habilidad propia de **una dirección para seleccionar, organizar, dirigir, formar, motivar y evaluar a su equipo.**

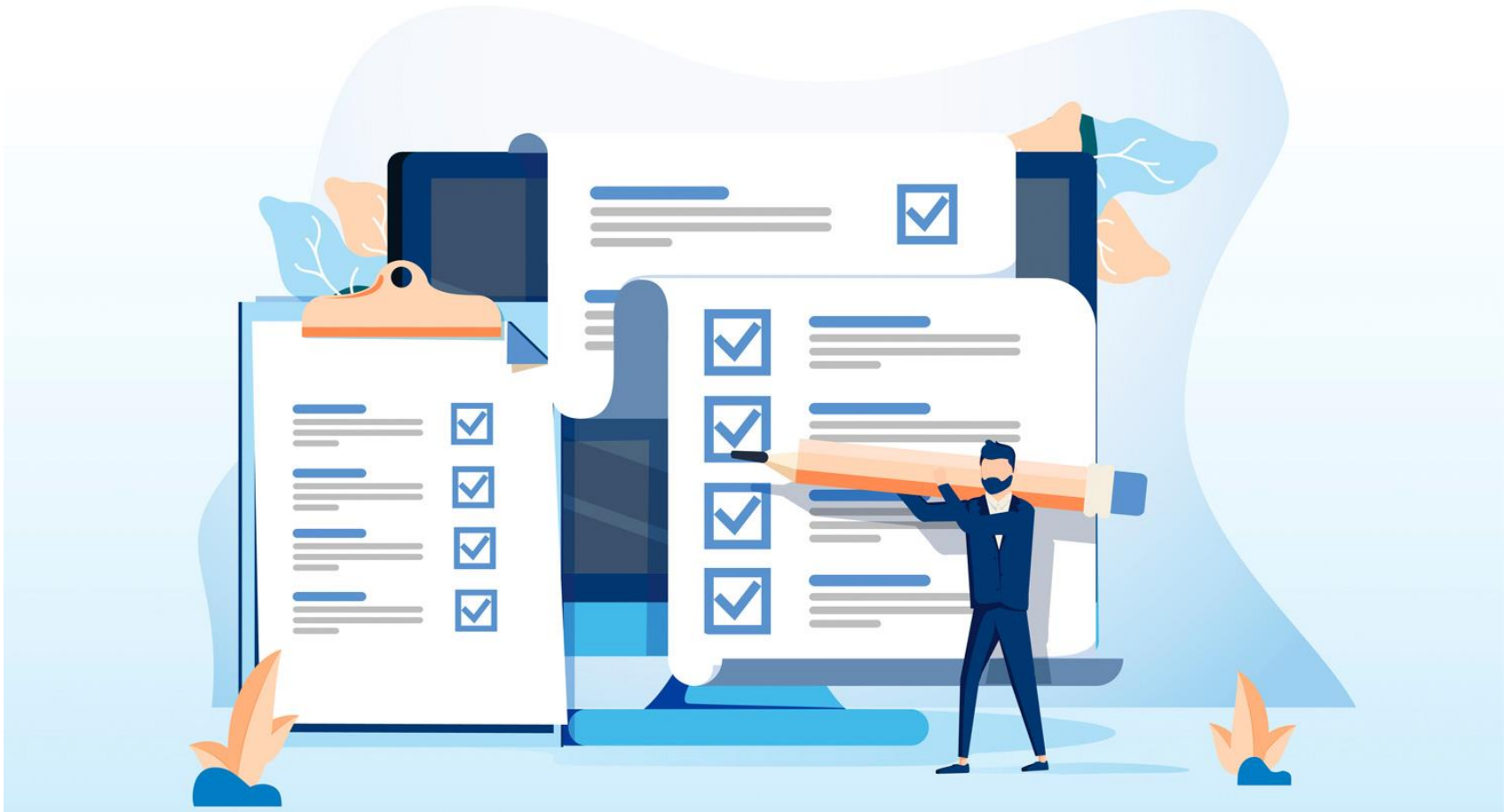
Para su redactado en el proyecto se propone:

- Estructura organizativa del equipo de trabajo
- Estructura de la organización (organigrama)
- Personas o departamentos necesarios
- Funciones que debe asumir cada persona o departamento
- Funcionamiento interno del equipo
- Criterios para el trabajo del equipo (modelo general de organización, estilo de dirección, trabajo en equipo, integración, formación, motivación, etc.)

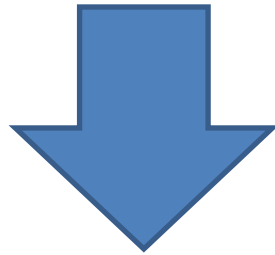
Algunas preguntas que pueden ayudarnos con el enfoque de género en cuanto a nuestro equipo

- ¿tiene en cuenta la planificación del tiempo, las limitaciones y necesidades de los géneros?
- ¿se utilizan al máximo las capacidades locales en materia de género y formación?
- ¿se consulta a las y los participantes para saber si los medios utilizados resultan adecuados?

La Evaluación del Proyecto



- La evaluación del proyecto es un análisis que reflexiona sobre lo que se hará, se está haciendo o se ha hecho con el propósito de informar, tomar mejores decisiones o aumentar la capacidad de hacerlo en el futuro.



Generalmente se realiza una vez concluido el proyecto

Desde el punto de vista de género, habrá que tener en cuenta

- ¿Qué **beneficios** ha tenido el proyecto para **mujeres y hombres**?
- ¿Qué **proceso** se ha seguido?
- ¿Qué **contribución** han realizado los distintos agentes?
- ¿Qué **coherencia** existe entre fines y medios?
- ¿Qué **comportamiento** han manifestado las personas y las **organizaciones implicadas**?

- ¿Se han percibido **cambios en torno a los estereotipos y roles**?
- ¿Se han diseñado **herramientas prácticas** para la recogida de información: hojas de registro, bases de datos con indicadores de género, cuestionarios, entrevistas?
- ¿Cuál ha sido el grado de **organización** del grupo participante?
- ¿Cuál es la capacidad adquirida para buscar **nuevas soluciones**?

Consejos finales

- El buen proyecto es aquel que se puede leer. Cuanto más **breve**, pero completo, mejor.
- No hay que atascarse en la terminología del proyecto. Muchas cosas pueden ser **nombradas de diferentes maneras**.
- Se recomienda evitar títulos de cada capítulo demasiado académicos y dar **personalidad al proyecto**.
- Tiene que haber una **proporción lógica** entre el volumen de páginas del análisis del contexto y el de los contenidos o propuestas, aunque, generalmente, el contexto suele ser más extenso que la definición.
- La síntesis o el diagnóstico del contexto puede ser el inicio del proyecto y toda la información anterior puede ir en un anexo aparte.
- Puede haber **diferentes versiones** de un mismo proyecto según para quien sea: equipo de trabajo, jefe, prensa, entidades colaboradoras, patrocinadores, usuarios, etc. Pueden variar en el nivel de profundización y en la focalización de los temas de interés.
- Tiene que haber un **desarrollo homogéneo** de los diferentes capítulos **sin profundizar más en los elementos técnicos** cuando los contenidos están todavía a nivel de propuesta general.
- No hay que olvidar los elementos formales que identifican el proyecto y facilitan la lectura: título, autor/a, índice, numeración de páginas, introducción/presentación, resumen, bibliografía si la hay, etc.
- El impacto de una **presentación gráfica adecuada** ayuda a su mejor aceptación.
- Lo importante del proyecto es que sea útil como **herramienta de trabajo** (factor interno) y de **presentación** (factor externo).

Para incorporar la perspectiva de género en proyectos culturales

- Realizar el **autodiagnóstico** para la incorporación de la perspectiva de género.
- Definir de **la situación inicial** de las condiciones, recursos y necesidades que detectamos en nuestro trabajo y entorno.
- Definir de **objetivos específicos**.
- Decidir las **acciones a realizar** para incorporar la **perspectiva de género**.
- Tener en cuenta los **indicadores de género** que permitirán valorar los resultados obtenidos.
- **Evaluar** las actividades realizadas así como del **impacto** de género obtenido.

Y en lenguaje inclusivo!

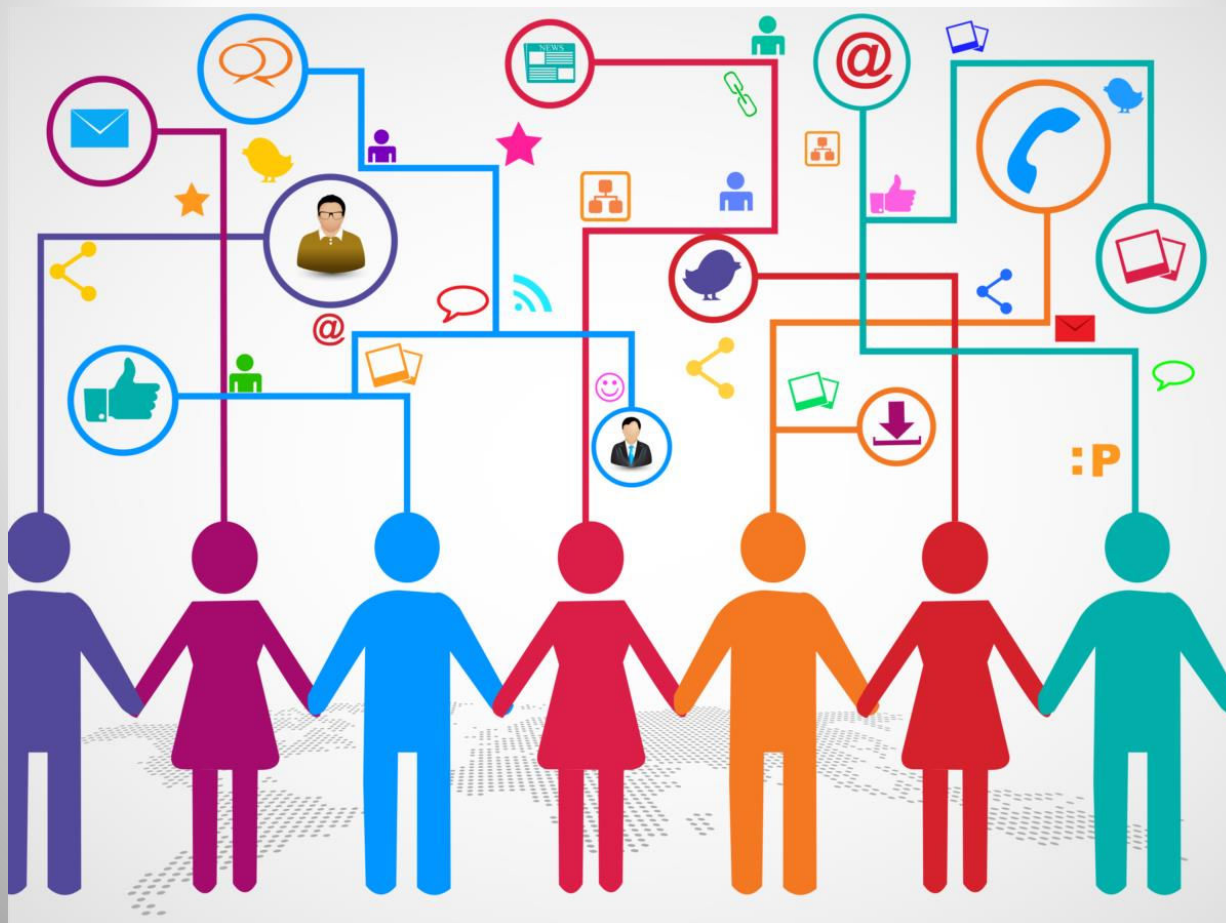


- Es importante recordar que la redacción de programas, proyectos y/o actividades culturales se realice con lenguaje, escrito y audiovisual incluyente.

Y para acabar, un pequeño resumen...

¿Qué?	Objetivo general. Título del proyecto
¿Cómo?	Objetivos específicos
¿Por qué?	Fundamentación
¿Cuáles?	Actividades
¿Dónde?	Localización, territorio
¿Para quién?	El público destinatario
¿Cuándo?	Cronograma de actividades
¿Con quién	Equipo de trabajo, instituciones y empresas colaboradoras
Cuánto?	Recursos materiales y financieros

El presupuesto o plan de negocio



Algunos conceptos importantes

- **El presupuesto** es la síntesis económica del proyecto y contempla todas las previsiones de ingresos y gastos definidas en todos los capítulos anteriores.
- El **plan de tesorería**: es la previsión temporal de los ingresos y los gastos.
- **La financiación**: es la respuesta que se busca cuando hay gastos anteriores al volumen de los ingresos.
- **Control y gestión de los ingresos y gastos**: es la definición de los mecanismos establecidos para asegurar la buena administración de ingresos y gastos.
- **Plan de patrocinio**: es la inclusión de agentes que aportan fondos económicos, colaboraciones personales o cesiones en medios infraestructurales o de servicios al proyecto. Se suele hacer desde o en colaboración con el departamento de comunicación o recursos externos.



Elaboración del presupuesto

Se tiene que señalar que **cantidad de dinero** se necesita para la realización del proyecto:



Es importante **especificar** en qué **actividades** se gastará, **desglosando** el **tipo de gasto** que se realizará y si es un **proyecto a la largo plazo**, su **ejercicio** durante cada uno de los **meses** que dure el apoyo.

Algunos ejemplos de formatos de presupuestos

	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3
Acondicionamiento de espacios	5,000		
Material de exploración		6,500	
Registro en video		2,500	4,500

Presupuesto que incluye un cronograma

Presupuesto de materiales

ACRILICOS VALLEJO DE 500ml. (4 Blanco nº 41 / 1 Rojo cadmio nº 2 / 7 Esmeralda Ftalocianana nº 54 / 1 Rojo de cadmio oscuro nº 45 / 1 Azul cobalto nº 25 / 4 Carne nº 44 / 2 Gris medio nº 62 / 1 amarillo anarajando nº 13 / 1 amarillo oscuro nº 22 / 2 amarillo óxido de hierro nº 8 / 1 negro óxido de hierro nº 12 / 1 Sombra tostada nº 18)/UNIDAD.....	14,26€
TOTAL 26 Acrílicos de 500 ml.....	370,76€
ACRILICOS VALLEJO 200ML. (1Dorado oxido de humo nº 9 / 2 Sombra natural nº 17 / 1 Azul ultramar claronº 51)/UNIDAD.....	8,20€
TOTAL 4 Acrílicos de 200 ml.....	32,80€
PIGMENTO EN POLVO (1 Blanco de zinc, 1 Negro humo)/UNIDAD.....	13,18€
TOTAL 2 Pigmentos en polvo.....	26,36€
ÓLEO EN BARRA MARCA SENNELIER (3 colores)/UNIDAD.....	7,68€
TOTAL Óleo en barra.....	23,04€
ÓLEO EN BARRA OILBAR DE WINSER & NEWTON (2 colores)/UNIDAD.....	5,80€
TOTAL Óleo en barra Oilbar.....	11,60€
PINTURA AL ÓLEO (5 Azul de pétalo marca Rowney Daler de 75ml, 5 Verde vejiga marca Rowney Daler de 75ml, 1 Ocre amarillo marca Pizarro de Titán de 150ml, 1 Verde esmeralda marca Titán 150ml, 1 Negro marfil marca Titán 150ml)/UNIDAD.....	5,25€
TOTAL Pintura al Óleo.....	68,25€
Aceite de linaza 1L.....	5,70€
Medium acrílico 1L.....	24,11€
Aguarrás 1L.....	4,30€
Alkyl Prager 250gr.....	6,92€
Barniz holandés de titán 100ml.....	6,17€
Lápiz grafito nº 6 y nº 9.....	6€
Carboncillo.....	2,54€
Pincel Paletina plana 127 mm (2 paletina plana nº 24).....	2,50€
Pincel redondo nº 6 y nº 12.....	4,78€
Pincel plano nº 20 y nº 8.....	4,78€
4 lienzos de madera de 40x40cm.....	28,80€
4 soportes de madera 60x40cm.....	40€
3 bastidores de madera de 190x160cm.....	85,50€
Tela de lienzo para cuadro de 190x160cm (3unidades).....	28,50€
3 soportes de madera de 190x160cm.....	60€
9 soporte de madera de 25x25cm.....	54€
TOTAL MATERIAL.....	868,19€

PRESUPUESTO DE VIAJES Y DIETAS PREVISTO para Exvotos; un puente de milagros en Centroamérica

Transportes aéreos

- Madrid – Guatemala- Madrid- Vuelo de ida y vuelta 1240 USD
- Guatemala- San José de Costa Rica- Vuelo de ida 410 USD
- San José de Costa Rica- Managua- Vuelo de ida 410 USD
- Managua- Tegucigalpa- Vuelo de ida 480 USD
- Tegucigalpa- Guatemala- Vuelo de ida 410 USD

Transportes terrestres

- Costa Rica- Cartago- San José- Viaje de ida y vuelta en autobús 30 USD
- Managua- Granada- Managua 30 USD
- Ciudad de Guatemala- Antigua- Guatemala- Viaje de ida y vuelta en bus 30 USD

Taxis

- Costa Rica 120 USD
- Nicaragua 120 USD
- Honduras 120 USD
- Guatemala 150 USD

Hoteles

- Hotel San José de Costa Rica – 6 noches 480 USD
- Hotel de Managua- 6 noches 410 USD
- Hotel de Tegucigalpa- 6 noches 480 USD
- Hotel de Guatemala- 9 noches 690 USD

Dietas

- 50 USD por día (27 días) 1350 USD
- **Sueldo del Comisario** 2100 USD

Total 9060 USD

- Si el proyecto que presenta a una institución, patrocinador o convocatoria recibe algún **apoyo de otra(s) institución(es)** debe indicar en qué consiste dicho apoyo, el nombre de la institución o instituciones que lo otorguen , así como su monto total.
- De igual forma, **es necesario indicar si el creador o grupo aportarán recursos propios**, especificar de qué tipo serán éstos (técnicos, humanos, financieros y/o materiales), y cómo intervienen en el desarrollo de las actividades.

¿Cuánto?

- Elaborar un presupuesto, indicando siempre que es **estimado**.
- En general los presupuestos deben estar **desglosados por partidas** e incluir un **porcentaje de imprevistos** (en torno a un 5-10%)
- Se debe indicar también **si se incluyen los impuestos o no** dentro del presupuesto.

Algunas de las partidas que un presupuesto puede incluir son:

- **Fee o salarios.** Comisarios, directores, artistas, actores personal de coordinación o gestión.

(Tanto comisarios, directores, gestores y artistas cobran un **fee informalmente establecido por su trabajo en un proyecto cultural.**

Algunas asociaciones del sector tienen publicadas unas tarifas aproximadas para diferentes profesiones y responsabilidades.

Para los responsables de gestión o coordinación, los salarios se pueden calcular o por un precio / hora o por la cantidad de trabajo que va a realizar.)

Producción y algunos gastos a considerar (dependiendo de la naturaleza del proyecto variarán)

- Material fungibles
- Alquiler de equipamiento técnico
- Impresión de fotografías
- Mobiliario
- Subtitulado de vídeos
- Enmarcado
- Embalajes
- Seguro clavo a clavo
- Transporte

- Sueldos de talleristas
- Sueldos de artistas participantes
- Sueldos de conferenciantes
- Viajes, hoteles, dietas
- Iluminación
- Pantallas
- Montaje y desmontaje
- Cartelería
- Material gráfico, como folletos, invitaciones, cartelas, banderolas, catálogo

- Redacción de textos, corrección, traducción fotomecánica, derechos, impresión, distribución
- Plan de comunicación y difusión (persona responsable, gestión de redes sociales, anuncios en prensa, inclusión en newsletters, impresión y producción de material para prensa, etc.)
- Gastos Imprevistos (10% normalmente)
- Gastos indirectos. No en todos los proyectos podemos imputar gastos indirectos, pero en el caso de que así sea, se suele imputar un porcentaje (un 15-20%) de los gastos corrientes (suministros, alquiler de oficina, gastos de administración, gastos de gestoría, etc.)



Aplica en el caso de empresas que gestionan eventos culturales (y además dependerá del convenio firmado)

Patrocinios, colaboraciones y sponsors



Los convenios de colaboración

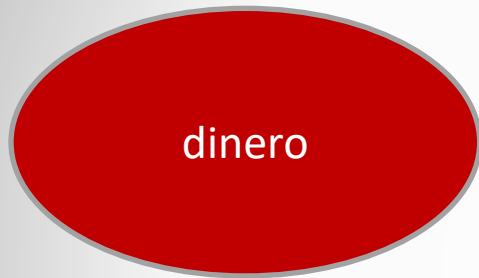
Si dos o más instituciones, empresas tienen intereses en común en llevar a cabo un proyecto cultural pueden firmar un **convenio de colaboración** donde se especifiquen las diferentes aportaciones de cada uno de ellos, que pueden ser en forma económica, aportando una sede, aportando recursos humanos o materiales.

En el convenio se pondrán de manifiesto las obligaciones de cada entidad y el beneficio, que puede ser económico, fiscal, publicitario etc...que obtengan a partir del acto cultural.

- Las instituciones o empresas suelen tener redactado un **convenio tipo**, pero el gestor también puede elaborarlo a partir de los modelos que se encuentran en internet o bien redactando un **acuerdo de colaboración** donde se describan los compromisos alcanzados por ambas partes y los tiempos de realización.

Patrocinios

- Los patrocinadores pueden aportar:



- Los patrocinadores podrán proporcionar total o parcialmente, desde los suministros, las impresiones, la mano de obra, el transporte, viajes, el alojamiento etc.... o simplemente la financiación necesaria para todos estos gastos.

Para solicitar un patrocinio hay que....

- ✿ Planearlo con anticipación.
- ✿ Pedir donaciones con tres a seis meses de antelación para darle tiempo a las empresas y corporaciones para decidir si quieren participar, evaluar sus finanzas y planificar su participación en el evento.
- ✿ Identificar a los patrocinadores.
- ✿ Comenzar con los que la organización tiene una relación positiva de acontecimientos pasados.
- ✿ Incluir una lista de patrocinadores que estén directamente relacionados con la misión de la organización o que tengan un historial de realizar donaciones a organizaciones como la tuya.

- ✿ Priorizar a los patrocinadores con los que tienes una conexión directa y personal
- ✿ Invitar a líderes y miembros de las instituciones o empresas a asistir al evento (y crear situaciones de networking favorables para ellos)
- ✿ Determinar cómo deseas que los patrocinadores donen a tu evento.
- ✿ Establecer niveles de patrocinio y dejando que los patrocinadores determinen la cantidad que desean donar.
- ✿ Crear un plan de publicidad para los potenciales patrocinadores, como garantizar a tus patrocinadores una cierta cantidad de prensa y publicidad.
- ✿ Incluir el logotipo del patrocinador en todo el material impreso, colocar un anuncio gratis en tu boletín de noticias o permitir que presenten un stand en el evento.

- ✿ Escribir una carta de solicitud de patrocinio que incluya el nombre de la organización, el tipo de evento y la clase de patrocinio que se busca.
- ✿ Incluir detalles sobre cuándo, por qué y dónde se llevará a cabo el proyecto.
- ✿ Especificar cuántas personas esperas que asistan o participen, así como las cifras del año pasado, si se ha realizado el evento antes.
- ✿ Hacer un seguimiento telefónico, llamando a los patrocinadores y preguntándoles si tienen preguntas adicionales.
- ✿ Reiterar los planes de publicidad y poner de relieve los beneficios potenciales de la consecución de los invitados que participarán en el evento.

Financiación colectiva Crowdfunding (o micromecenazgo).

La financiación del proyecto depende casi exclusivamente del apoyo de la ciudadanía. Así, la economía del don no deja de ser la tradicional manera de conseguir apoyos a través de donativos particulares, trueques o colaboraciones.

Con el Crowdfunding, la diferencia es que se ofrece algo a cambio del donativo (recompensas, aparición en los créditos, invitaciones especiales, etc.) y que debemos conseguir un mínimo de financiación para poder desarrollar el proyecto.

Si queremos intentar esta forma de financiación, recomendamos visitar tanto proyectos exitosos como los que no han conseguido la financiación, para intentar ver como se presentan, que tipo de recompensas ofrecen, etc.

[illegible]

- Actualmente, dependiendo del tipo recompensa que los participantes reciben a cambio de su participación en el proyecto, existen **cinco modelos de micromecenazgo**: (Las dos primeras suelen ser las habituales en el campo de la cultura)
- **De donaciones**: Quienes realizan aportaciones no esperan beneficios a cambio.
- **De recompensas**: Quienes hacen aportaciones recibirán una recompensa por su contribución.
- **De acciones**: Quienes reciben participaciones de ella.
- **De préstamos o crowdlending**: Se trata de una financiación en masa, a través de préstamos de una empresa a cambio de un tipo de interés por el dinero prestado.
- **De royalties**: Cuando se invierte en un determinado proyecto o empresa y se espera obtener una parte, aunque sea simbólica, de los beneficios.

- **¿Cómo funciona el crowdfunding?**
- El **funcionamiento del micromecenazgo** depende del tipo de crowdfunding que hayamos seleccionado como forma de financiación. No obstante, estos son las fases principales:
- **El emprendedor envía su proyecto**, o su idea de empresa a una plataforma de crowdfunding, que suele ser online, para ser candidato a la financiación. Para que se pueda valorar su proyecto indica: una descripción del mismo, qué cantidad necesita, cuánto tiempo hay para recaudar lo que necesita, tipo de crowdfunding a elegir, etc.
- **Valoración del proyecto:** la comunidad o la propia plataforma valora el interés del proyecto.
- **Se publica en la plataforma** el proyecto por el tiempo indicado en la candidatura. Es el período de tiempo de que dispone la gente para invertir.
- Durante el tiempo que esté público, **se promociona al máximo** para conseguir la financiación.
- **Cierre del proyecto.** Cuando finaliza el plazo establecido, se cierra el proyecto y se comprueba cuánta financiación se ha conseguido.

El crowfounding en España

verkami



GOTEO

oulule

crowdcube

THE CROWD ANGEL
Business angeling made easy

CREOENTU
PROYECTO

ECrowd!
Your capital at work

migranodearena.org
un reto, una finalidad

seequick

Capital Cell
FUNDING LIFE

apontoque

crowdfunding
safari

UNIVERSO CROWDFUNDING
Asesoramiento y Consultoría en Crowdfunding

CROWDHUB

injoinet

Have a
HAPPYWEEK

eureka
EXPERTS

VANACCO
CROWDFUNDING CONSULTANT

BAMBOO BIKES BARCELONA

play CREATIVIDAD

JOAN BOLUDA
Consultor de marketing online