

CAJA DE HERRAMIENTAS

PARA GESTIÓN DE EVENTOS MUSICALES

ACTIVIDAD

	MESES						
	1	2	3	4	5	6	7
	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept
Convocatoria							
Selección	X	X	X	X			
Promoción		X	X		X		
Realización				X	X	X	X
Contratación					X	X	X
Memorias / Sistematización	X	X	X	X	X	X	X
Evaluación	X	X	X	X	X	X	X

Control

Cronograma General
Cronogramas Específicos

www.festiandina.com



Con el apoyo de:



INTRODUCCIÓN

CAJA HERRAMIENTAS

PARA GESTIÓN
DE EVENTOS
MUSICALES

Desde el año 2012, como respuesta al diagnóstico sobre problemáticas comunes de 14 festivales que conformaron inicialmente la Red de Festivales FESTIANDINA, el componente de Producción y Emprendimiento del Plan Nacional de Música para la Convivencia, define como una de sus líneas prioritarias el fortalecimiento de festivales y eventos musicales desde sus aspectos de programación, producción técnica, financiación/mercadeo, y documentación. Al mismo tiempo, el Programa Nacional de Concertación y el Grupo de Emprendimiento del Ministerio de Cultura inician el desarrollo de investigaciones que permitieran determinar el impacto económico, social y cultural de diversos festivales en Colombia. Tanto el diagnóstico de FESTIANDINA, como los resultados de estos estudios, plantean la necesidad de definir estrategias orientadas a lograr que los festivales potencien sus impactos y logren un equilibrio entre las propuestas del sector artístico, las expectativas de la población y la relación industria cultural-producción artística-programación.

Así, en el año 2014, el Plan Nacional de Música para la Convivencia, suscribe un convenio con la Fundación Casa de la Cultura de Sevilla, entidad jurídica representante de la Red de festivales FESTIANDINA, para el desarrollo de talleres de cualificación a festivales y eventos musicales en 8 departamentos, proceso denominado FESTIBLÁ, del cual surgen importantes reflexiones y propuestas que junto con el manual para la creación de eventos musicales CEM, se enlazan a manera de Caja de Herramientas en este documento, para fortalecer la producción, la programación artística, la comercialización, las estrategias de difusión, y los procesos contables y administrativos de estos eventos.

Esta caja de herramientas construida colectivamente sobre las experiencias y conocimientos en la realización de festivales y eventos musicales en Colombia, se pone a disposición de gestores culturales, organizadores y productores de festivales y eventos musicales.

En él encontrarán conceptos, herramientas, formatos y ejemplos reales que buscan fortalecer estos espacios como escenarios que potencien la circulación de la diversa oferta musical colombiana, al tiempo que enriquezcan la programación artística, logrando que incrementen impactos económicos, sociales y culturales en sus territorios y poblaciones.

CAJA DE HERRAMIENTAS

PARA GESTIÓN
DE EVENTOS
MUSICALES



¿DE DONDE SURGEN?

Estas herramientas surgen de las experiencias generadas por los festivales musicales de la Red FESTIANDINA, los talleres Festiblá y el diálogo con el manual CEM del Ministerio de Cultura y la Fundación Poliedro

¿QUÉ ES UNA HERRAMIENTA?

Las herramientas facilitan la ejecución de una tarea, ayudan de manera estructurada a dimensionar, comprender, ordenar, planificar e implementar un proceso para la consecución de unos fines. Permite su adecuación a diferentes grupos de usuarios, contextos, así como su capacidad de aportar soluciones y respuestas en el corto plazo.

¿QUÉ ME PERMITE HACER?

Es una guía práctica de apoyo a los gestores y organizadores de eventos musicales que permite visualizar y estructurar una amplia gama de tareas requeridas para la realización de un evento artístico de carácter musical.

¿A QUIÉN VA DIRIGIDA?

Al ser un esfuerzo en conjunto de la sistematización de experiencias concretas del sector musical, esta dirigida a todos los actores de la cultura que participen en la realización, y gestión de eventos musicales

¿POR QUÉ USARLAS?

Son soportes técnicos escritos y sistemáticos que permiten llevar la memoria del proceso de realización de un evento musical.

¿QUÉ VOY A ENCONTRAR?

No es una metodología, es una serie de recomendaciones, ayudas sistemáticas, criterios y conceptos que permiten aportar eficiencia y calidad al desarrollo de eventos musicales. Estas herramientas son el proceso de una construcción colectiva que está en constante desarrollo e invita a participar a las comunidades, y gestores culturales en su constante mejoramiento.

CRITERIOS PARA UTILIZAR LAS HERRAMIENTAS



"CADA FESTIVAL ES UN UNIVERSO PROPIO"

*"LA CAJA DE HERRAMIENTAS SIRVE A CADA QUIEN
DE ACUERDO A SUS NECESIDADES Y
POSIBILIDADES"*

*"LOS ORGANIZADORES DE LOS FESTIVALES
SON QUIENES MEJOR
CONOCEN SUS TERRITORIOS Y LAS MANERAS
DE HACERLOS POSIBLES"*

¿QUÉ FASES TIENE UN FESTIVAL?

1 PRE-PRODUCCIÓN



1 PRODUCCIÓN



1 POST-PRODUCCIÓN



PRE-PRODUCCIÓN DE EVENTOS MUSICALES

Se define como la etapa de planificación previa. Es la parte más importante del proceso; de este periodo de tiempo depende la organización de lo que se ejecutara en el evento.



VAMOS A ORGANIZAR!!

¿CUÁNTO ME VA A COSTAR?

¿CÓMO CONSIGO PATROCINIO?

¿CÓMO ORGANIZO TODA LA INFORMACIÓN?

¿CÓMO SELECCIONO A LOS ARTISTAS?

¿Esto sera rentable?



HERRAMIENTAS DE PRE-PRODUCCIÓN



CARTAS

Modelos de cartas que nos ayudan a solicitar permisos, gestionar recursos, comunicarnos de manera eficiente con las entidades privadas y públicas

- Logística de transporte
- carta para medios de comunicación
- Formato carta motivación en la participación del evento
- Formato carta invitación a colegios e instituciones educativas.
- Formato carta solicitud prestamo mobiliario
- Formato carta invitación reunión para el diseño de plan de contingencia
- Formato carta secretaría de transporte
- Formato carta colaboración empresa de aseo
- Formato carta solicitud préstamo espacios de parqueadero
- Formato carta solicitud préstamo de espacios públicos
- Formato carta vinculación en pauta publicitaria
- Formato carta presentación bienvenida artistas

PLANILLAS

Modelos de listas de chequeo, cuadros y organigramas que permiten sistematizar información de manera eficiente

- Planilla realización de tareas pendientes
- Planilla realización de tareas pendientes
- Planilla asistencia reuniones
- Planilla alojamiento artistas e invitados

PRODUCCIÓN DE EVENTOS MUSICALES

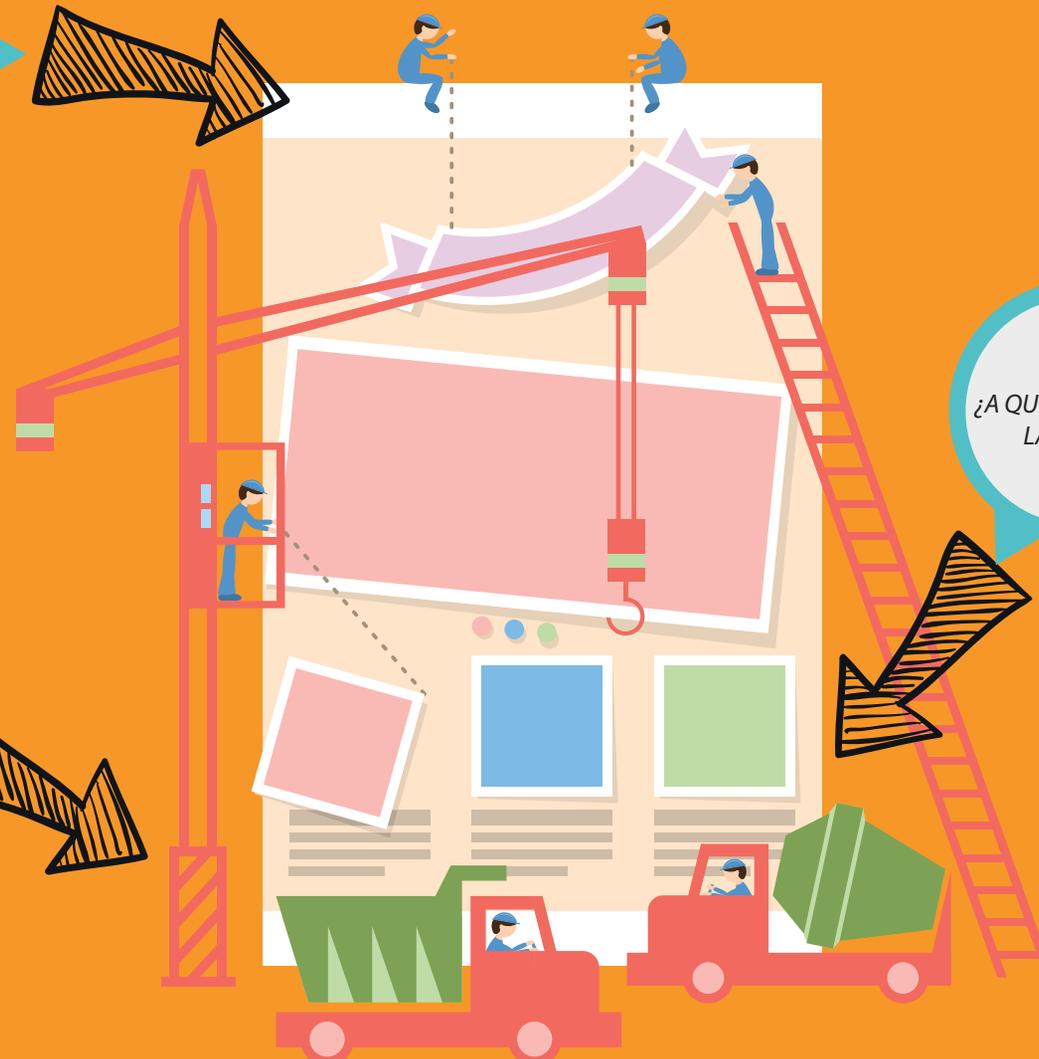
En el proceso corresponde al momento en el que se entra a montar el evento con todas las herramientas utilizadas en la preproducción y los recursos contratados. La producción es el tiempo real de ejecución.



¿DONDE ESTÁ EL ELECTRICISTA?

¿A QUÉ HORA LLEGAN LOS ARTISTAS?

¿A QUÉ HORA LLEGA LA TARIMA?



HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN



CARTAS

Modelos de cartas que facilitan la comunicación de manera eficiente con las entidades involucradas en el evento

Formato carta Solicitud asistencia técnica

SÁBANAS

Formatos de control que permiten el seguimiento de todas las actividades que se realizan dentro de la producción

Sábana de Alimentación.

Sábana Montaje técnico tarimas y carpas.

Sábana Montaje técnico.

Sábana Registro de grupos.

Sábana Seguimiento de actividades

Sábana Seguimiento Alimentación

Sábana Seguimiento Espacio público

Sábana Seguimiento grupos.

Sábana Seguimiento Medios de comunicación.

Sábana Seguimiento Transporte.

FICHAS

Directorio de artistas y programación general del evento

Ficha Directorio de grupos participantes.

Ficha Programación festival.

POST-PRODUCCIÓN DE EVENTOS MUSICALES

Es la etapa en la que se da cierre al proceso, contempla la redacción de un informe de rendición de cuentas, envío de cartas de agradecimiento, evaluación financiera versus la ejecución, memorias fotográficas etc. Todo ello constituye el material para iniciar el siguiente ciclo del evento.



¿CUMPLIMOS LOS OBJETIVOS?



¿EL PÚBLICO VOLVERÁ A MI EVENTO?



¿ME PIDIERON MEMORIAS?
¿COMO HAGO?



¿ESTADISTICAS?
¿ESO PARA QUE ME SIRVE?



HERRAMIENTAS DE POST-PRODUCCIÓN



FORMATO

Formato de evaluación del festival.

Formato certificado de Donación

Formato cuenta de cobro Prestación de servicios.

Formato comprobante de Egreso

Modelos y formatos que permiten preparar los informes ante las entidades públicas y privadas que colaboraron en la realización del festival.

INVESTIGACIÓN

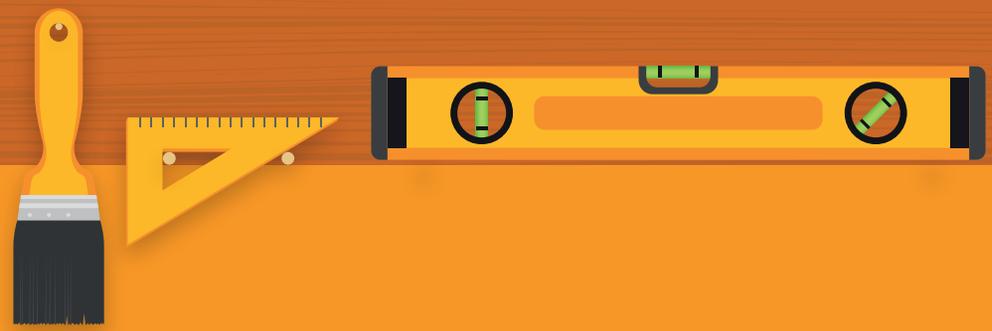
Resultado investigación realizada en el marco del festival.

EVALUACIÓN

Formato de evaluación Festival bandola.

CANVAS

DISEÑO MODELO
DE NEGOCIO, IDEA
O SUEÑO



1 Tu **propuesta de valor** la tienes que llevar a un **segmento de clientes** 2, con los que tendrás que establecer una serie de **relaciones** 3. Y para llevar esa propuesta de valor a los clientes, lo tienes que hacer a través de unos **canales** 4 –comerciales, Internet, tiendas offline, etc.–.

5 **Eso sería de puertas hacia fuera**. De puertas hacia dentro (a la izquierda en el lienzo), tienes **las actividades** y **los recursos clave** 6, es decir, lo que **obligatoriamente tienes que hacer** 7 y lo que es crítico dentro de tu modelo de negocio, y **los socios clave con los que vas a trabajar** 8. Y por último, y no menos importante que los otros siete elementos, **la estructura de costes** 8 y las líneas de **ingresos de tu negocio** 9.

CANVAS

DISEÑO MODELO DE NEGOCIO, IDEA O SUEÑO



El modelo de gestión de eventos aplicados a un festival de música

Del evento hacia adentro

Del evento hacia afuera



¿Quién me ayuda a configurar mi propuesta de valor?

Media partner

7



¿Que actividades son imprescindibles?

Booking
marketing
producción
operaciones

5



¿Con que recursos cuento?

Marca
Dinero
know how
Base de datos

6



Propuesta de valor del evento

que necesidad cubro

Diversión a buen precio
Experiencia para recordar
Asociación de la marca a uno o varios valores y atributos determinados

turismo e inversión en la zona
¿Que le ofrezco a mi segmento de clientes?

1



Relación con los clientes

online: *SEO|SEM|DISPLAY*
offline: *CARTEL|RADIO|TV*
Relación comercial directa
relaciones públicas

3

relaciones institucionales



4

Distribución

¿Como le hago llegar la propuesta de valor a mis clientes

online: *web, redes sociales*
offline: *taquillas, puntos de venta*
Comercial y/o agencia



Segmento de clientes

¿A quién me dirijo?
¿Quién es mi target?
¿Tengo diferentes targets?

FANS

ANUNCIANTES

ADMINISTRADORES

2



Estructura de costos

¿Que costos tiene mi evento?

Alimentación
salarios
producción

sueldo
artistas

8

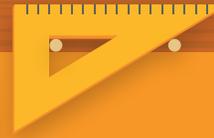


Fuentes de ingresos
¿Como rentabilizo mi evento?

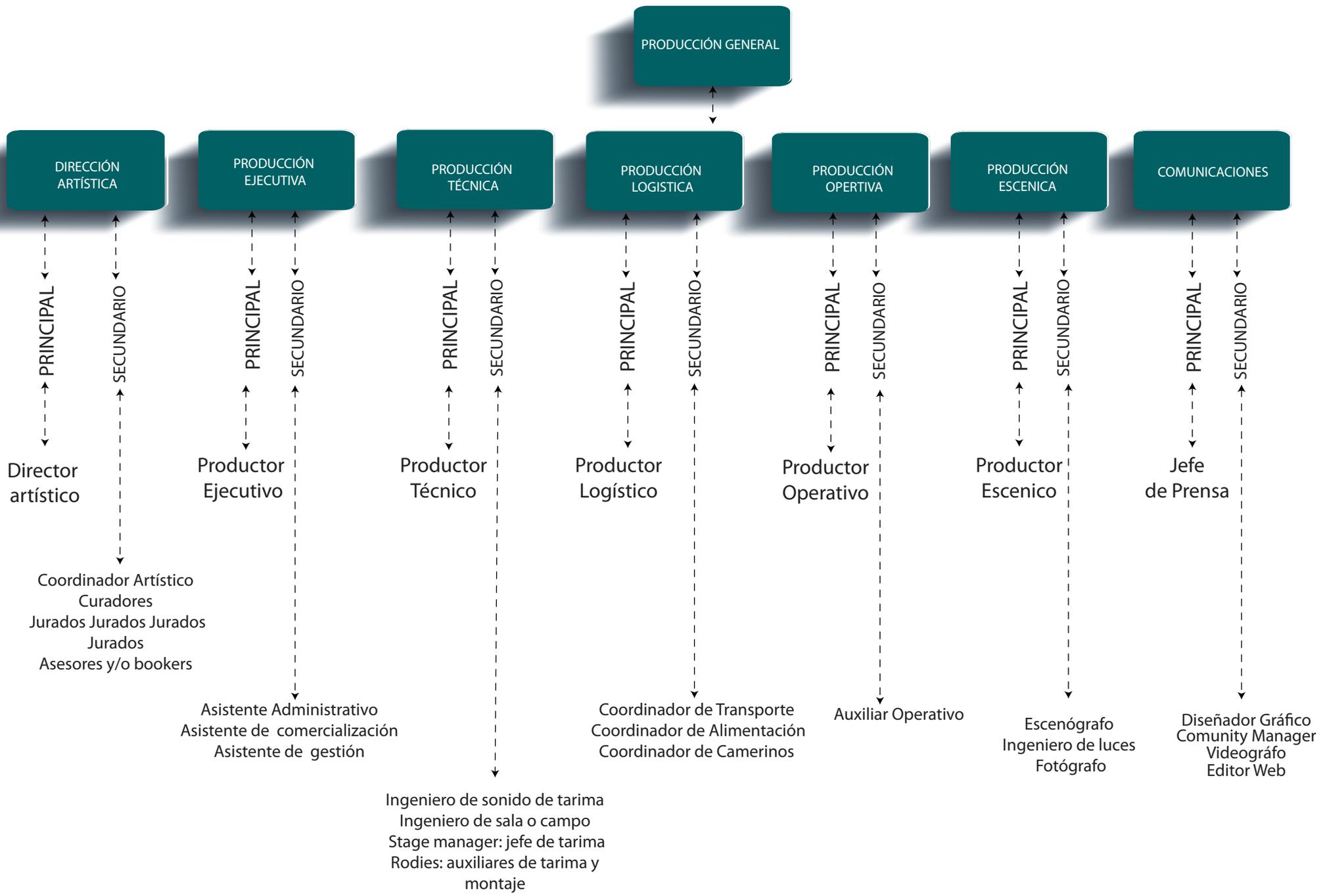
venta de entradas
punto de merchandising *patrocinios* subvenciones

9

PRODUCCIÓN
GENERAL

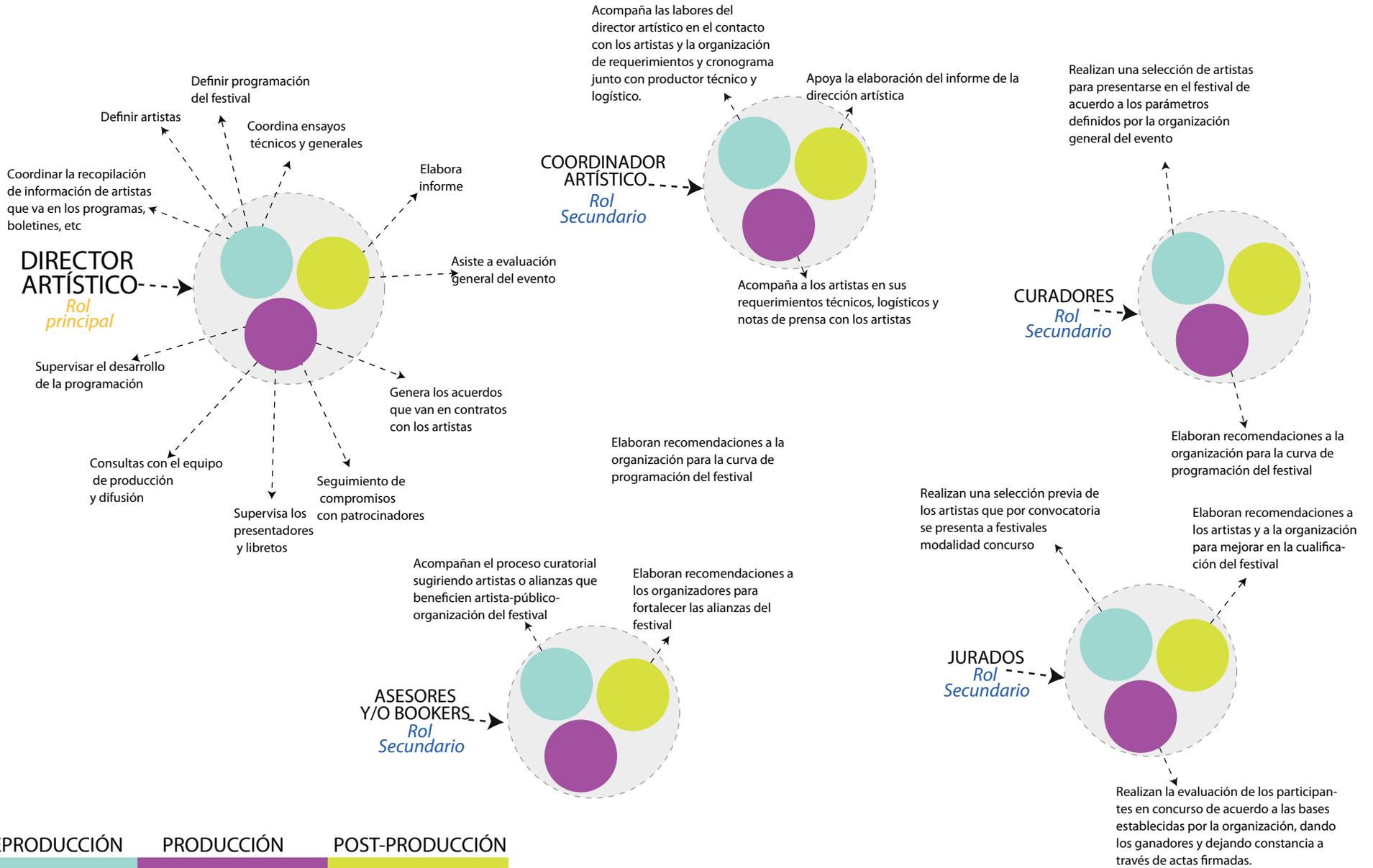


PRODUCCIÓN GENERAL



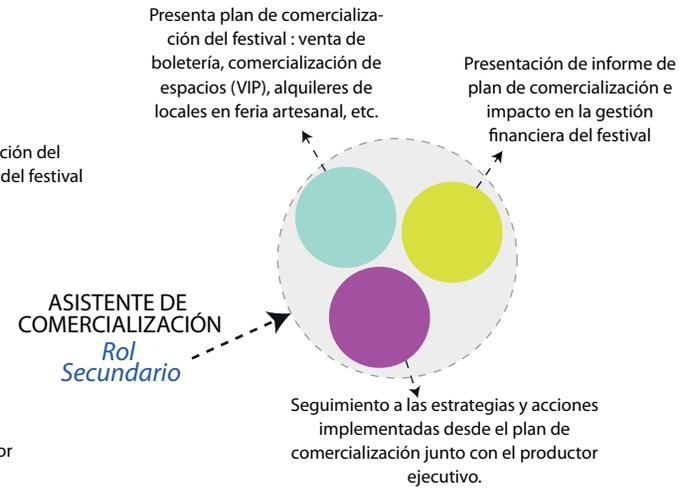
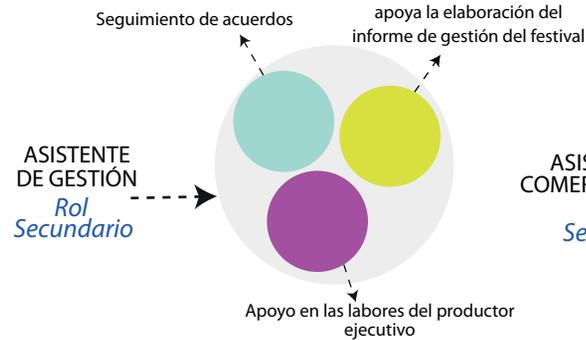
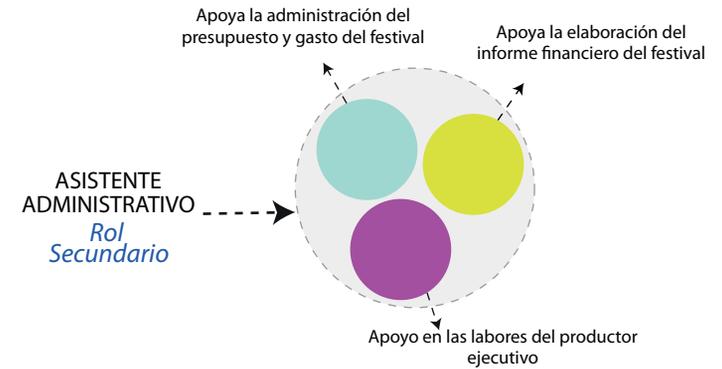
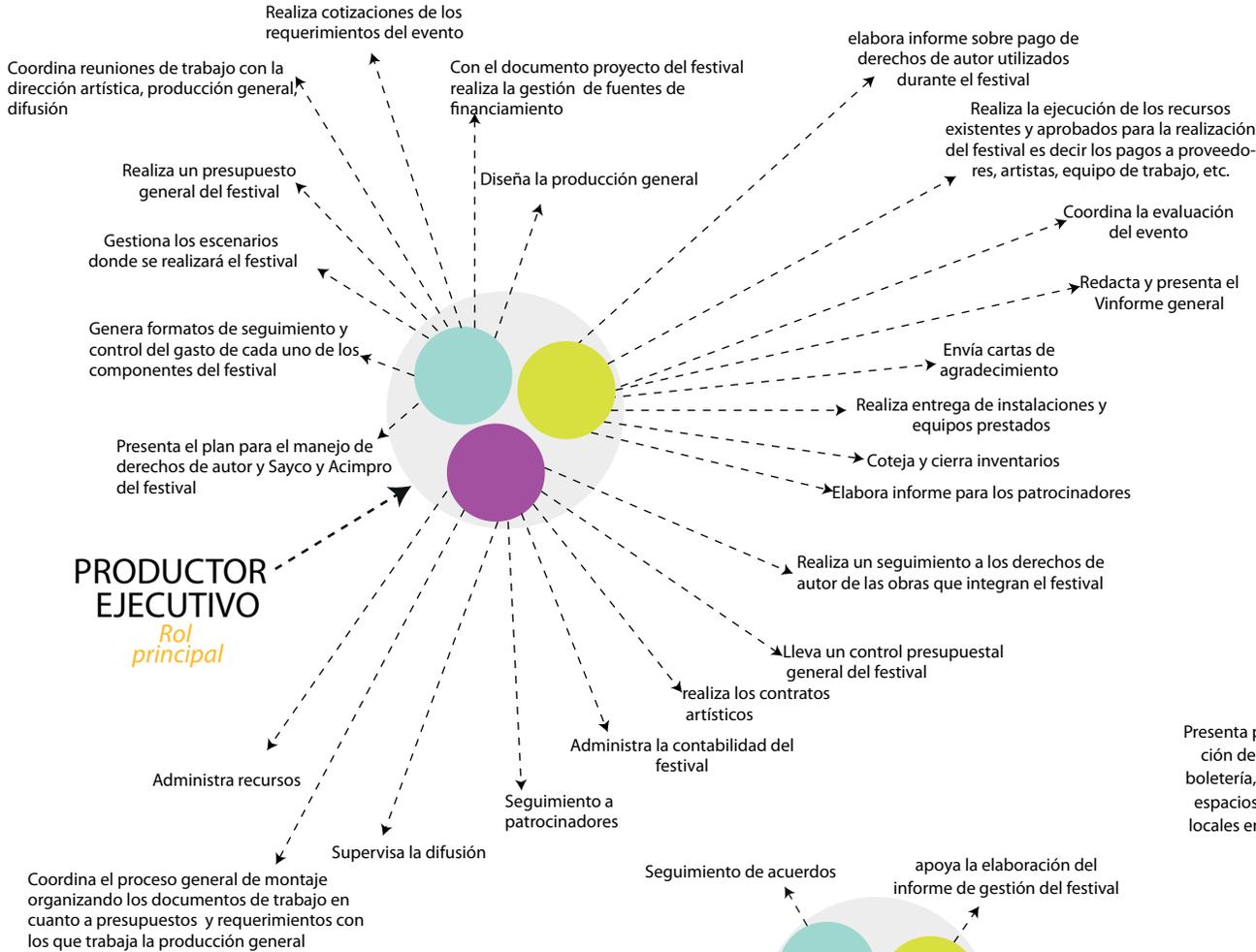
PRODUCCIÓN GENERAL

DIRECCIÓN ARTÍSTICA



PRODUCCIÓN GENERAL

PRODUCCIÓN EJECUTIVA

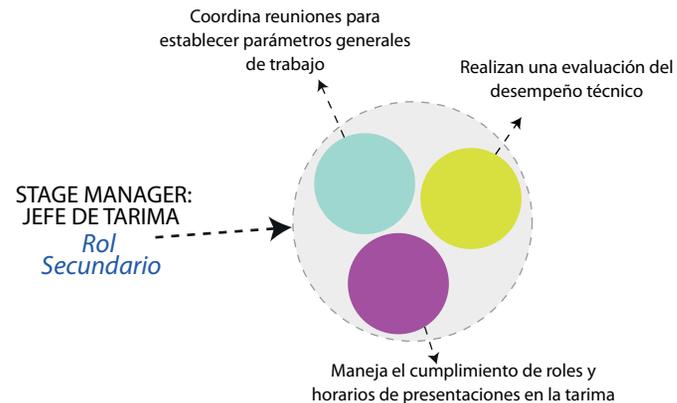
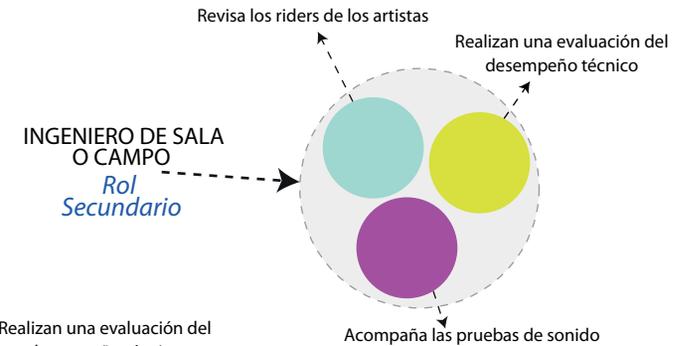
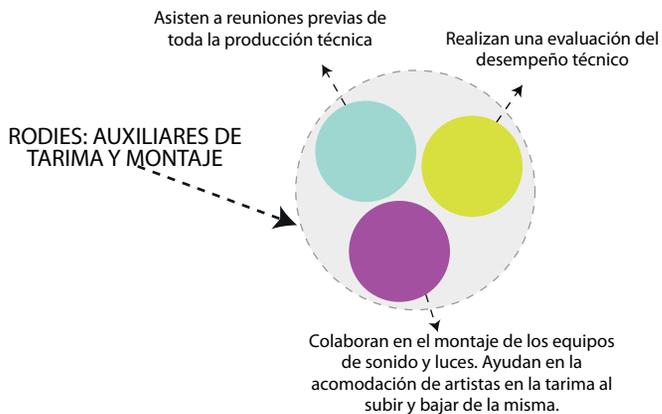
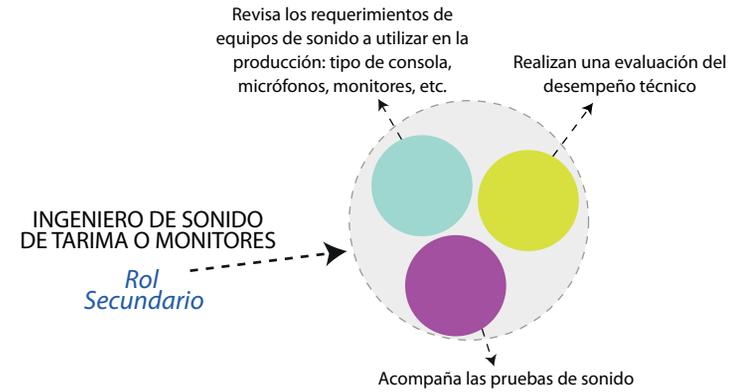
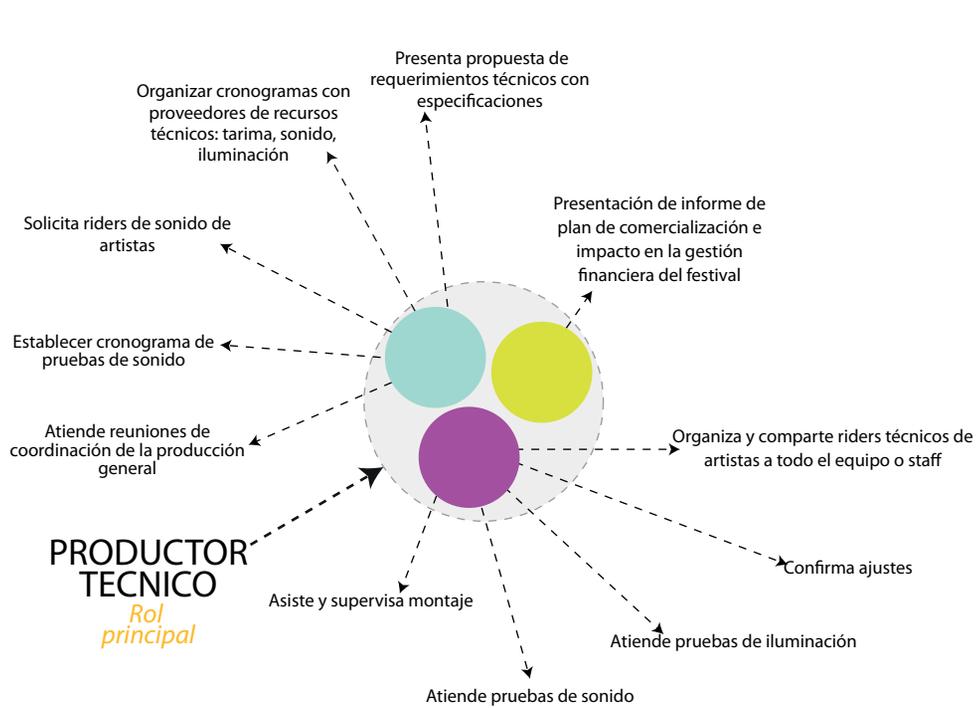


PREPRODUCCIÓN PRODUCCIÓN POST-PRODUCCIÓN



PRODUCCIÓN GENERAL

PRODUCCIÓN TÉCNICA

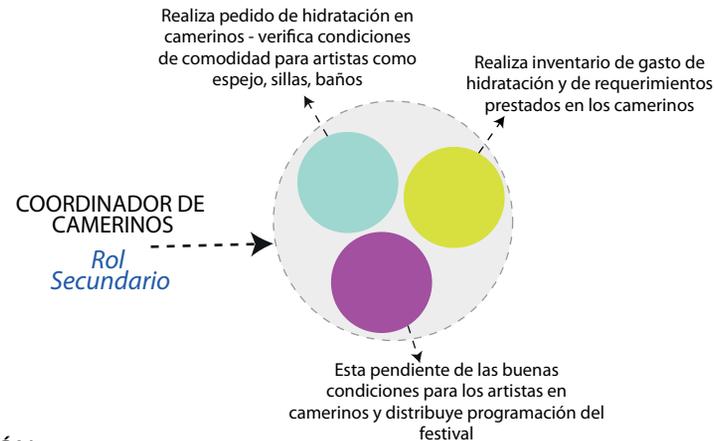
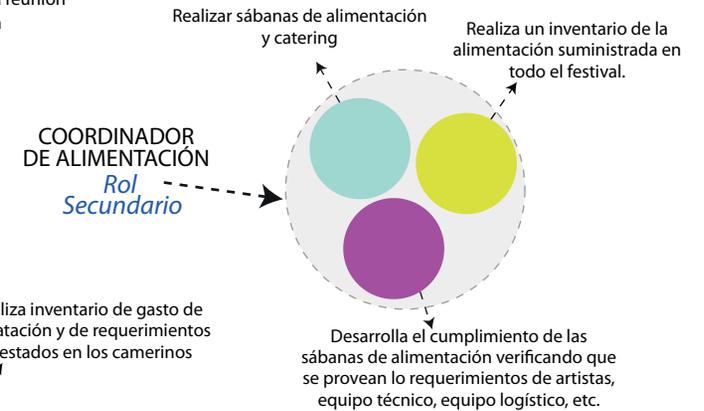
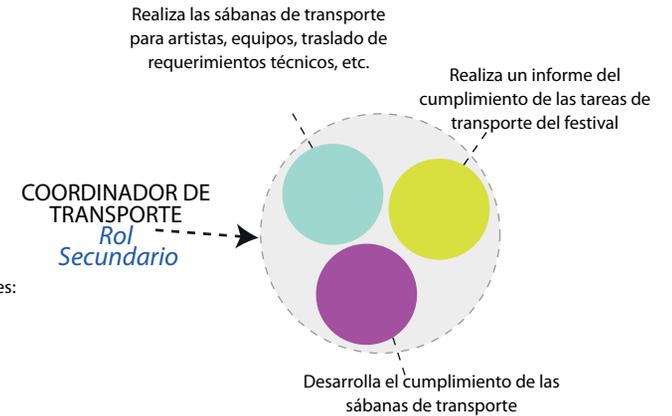
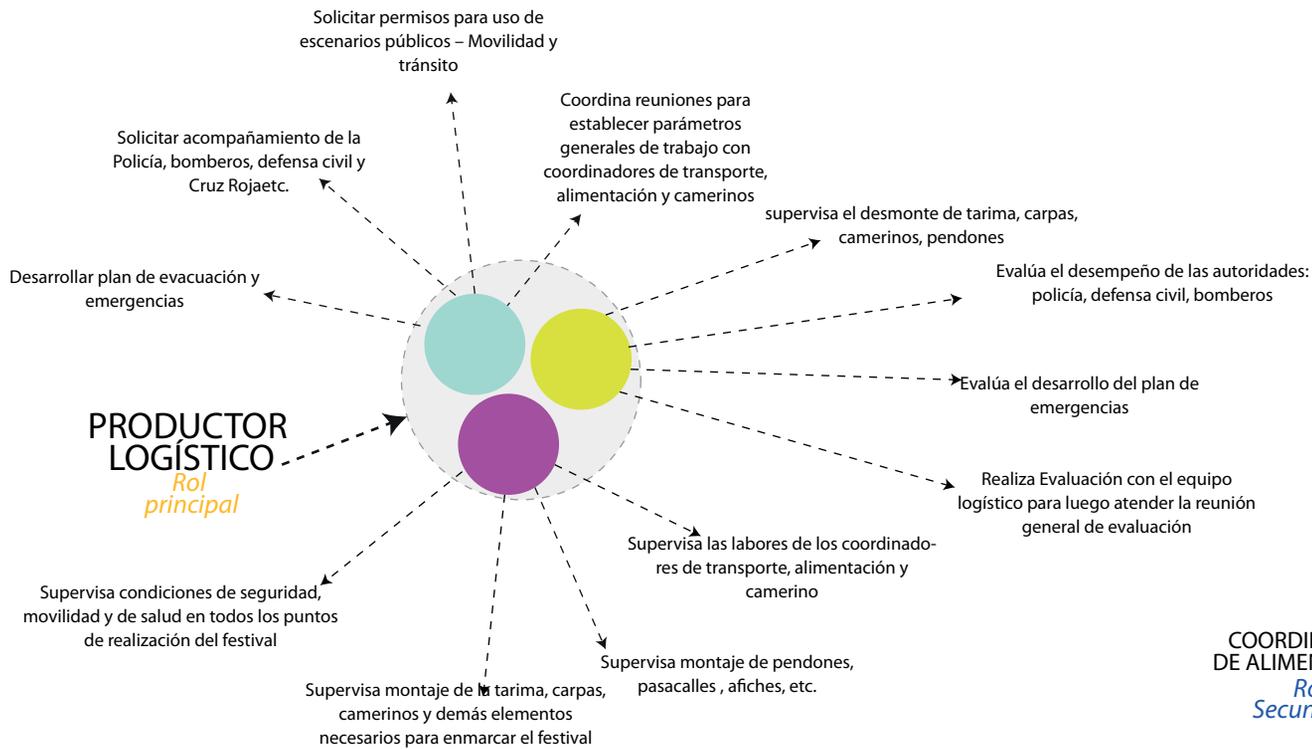


PREPRODUCCIÓN PRODUCCIÓN POST-PRODUCCIÓN



PRODUCCIÓN GENERAL

PRODUCCIÓN LOGÍSTICA



PREPRODUCCIÓN

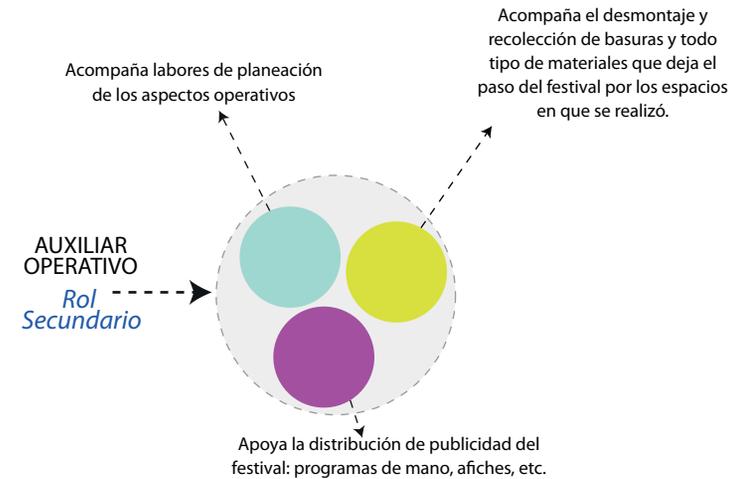
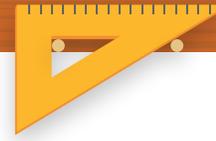
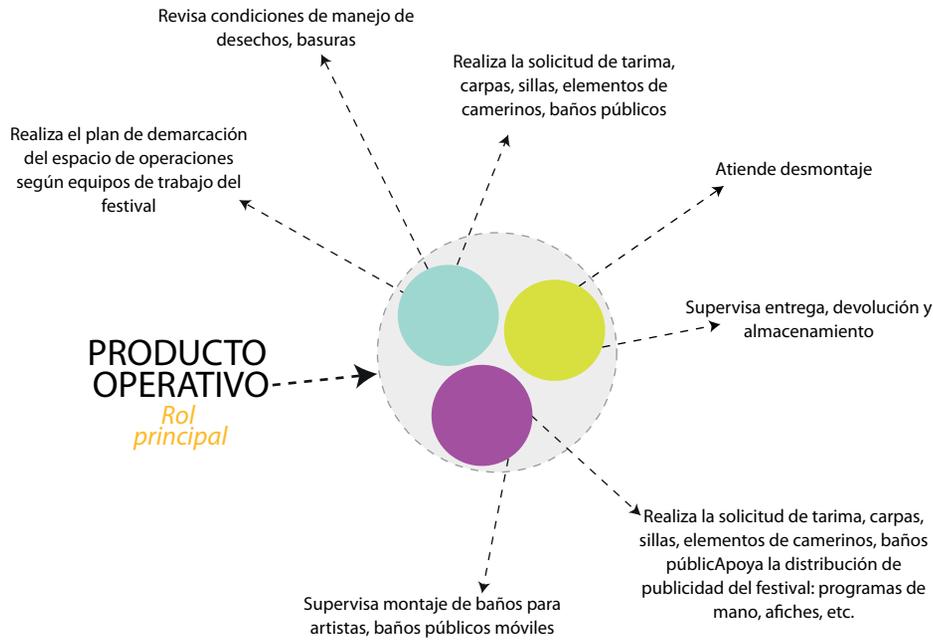
PRODUCCIÓN

POST-PRODUCCIÓN



PRODUCCIÓN GENERAL

PRODUCCIÓN OPERATIVA



PREPRODUCCIÓN

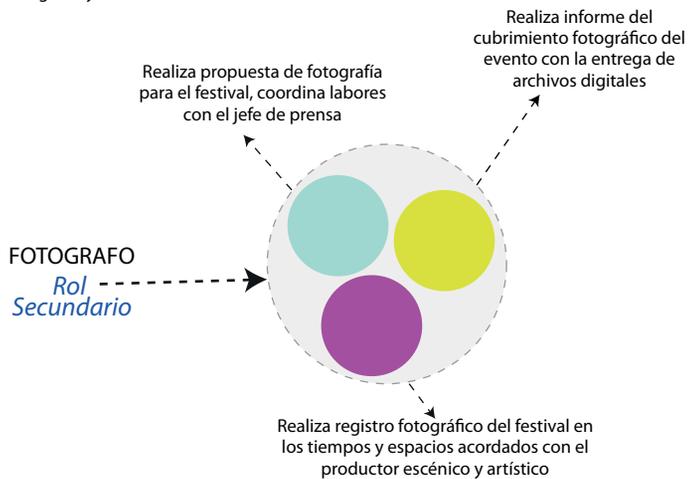
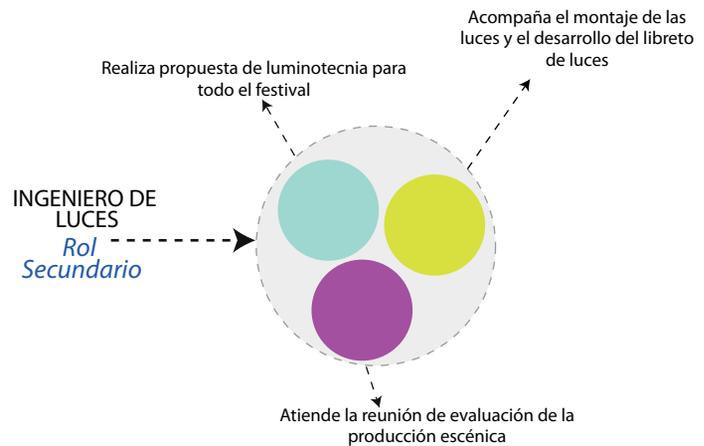
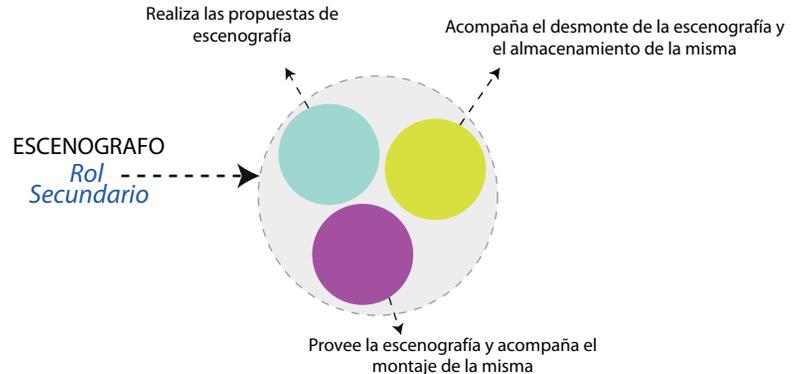
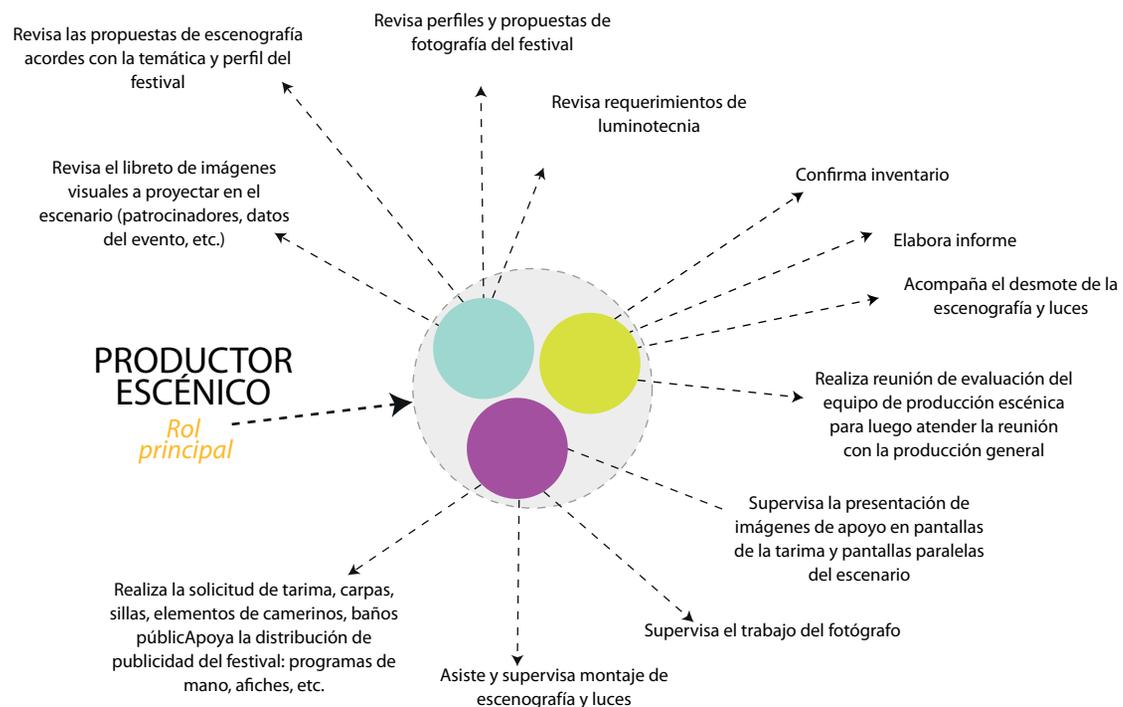
PRODUCCIÓN

POST-PRODUCCIÓN



PRODUCCIÓN GENERAL

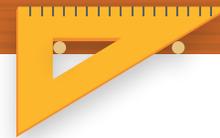
PRODUCCIÓN ESCÉNICA



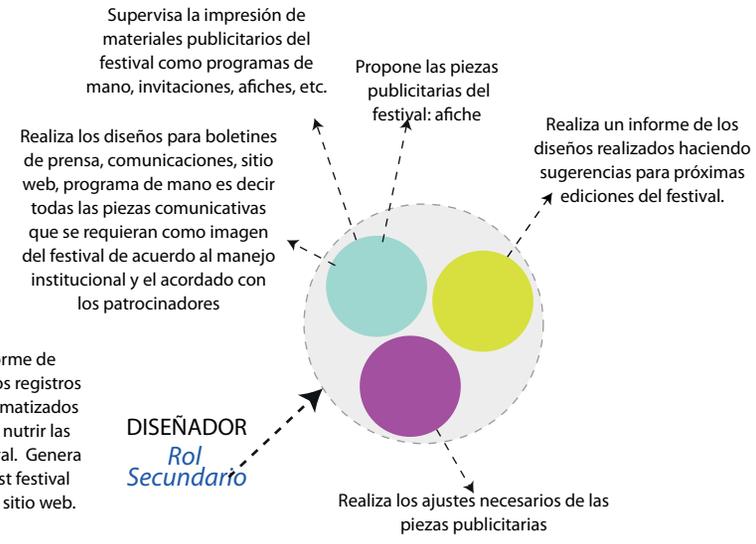
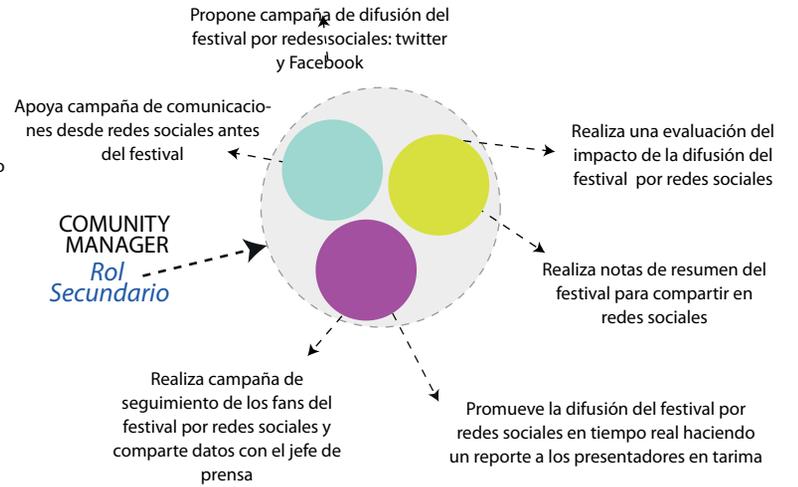
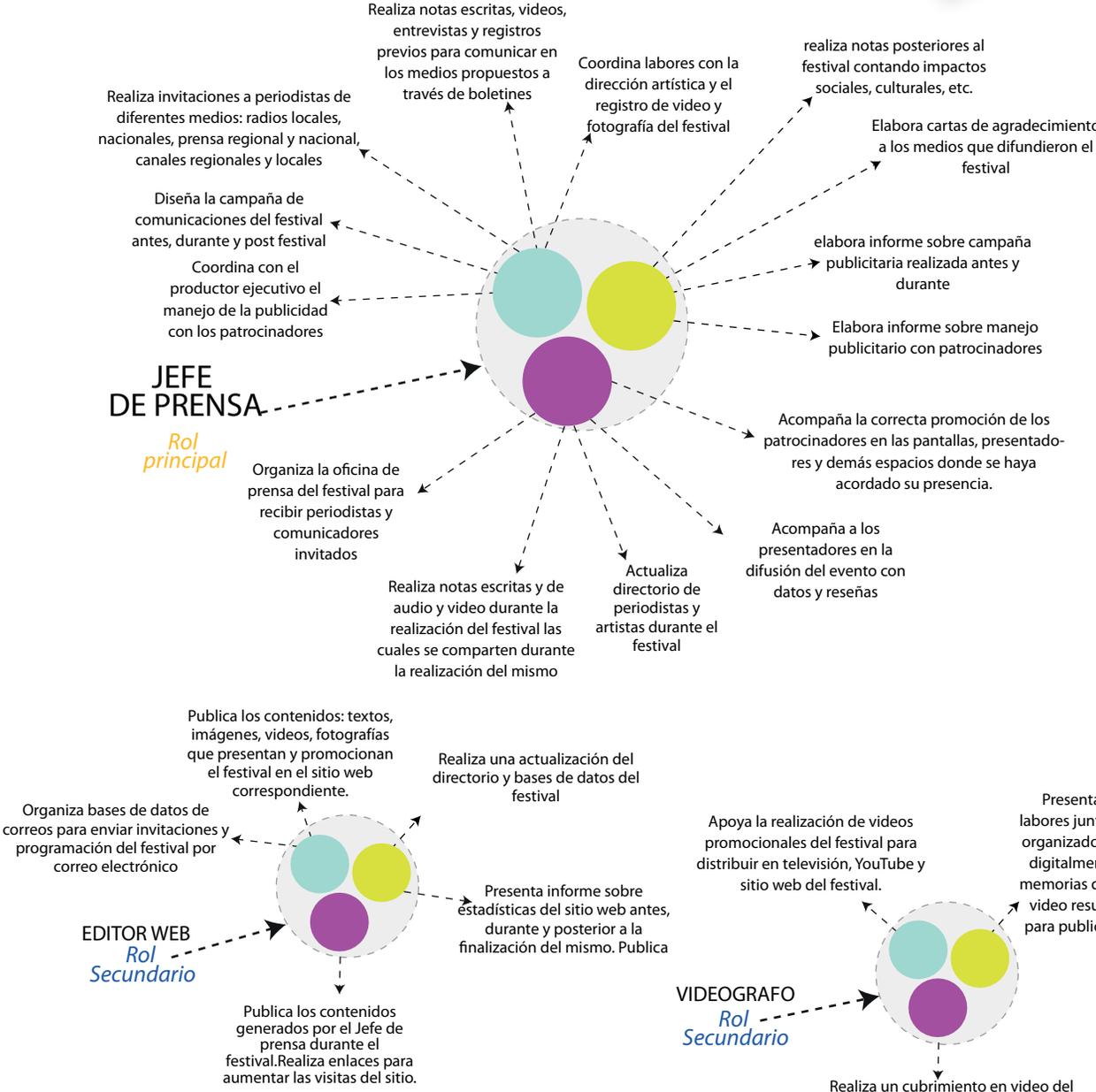
PREPRODUCCIÓN PRODUCCIÓN POST-PRODUCCIÓN



PRODUCCIÓN GENERAL



PRODUCCIÓN DE COMUNICACIONES



PREPRODUCCIÓN PRODUCCIÓN POST-PRODUCCIÓN

