

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

HAGAMOS ARTE - ONG

Autor/es:

- Luana Cisneros (LU:1120009)
- Micaela Diven (LU:1121142)
- Tamara Galeano (LU:1098571)
- Florencia Gimenez (LU:1120386)

Carrera:

Licenciatura en Gestión de Medios y Entretenimiento

Tutor:

Facundo García Liste – Alejo Vidart

Año: 2022

TRABAJO FINAL INTEGRADOR



HAGAMOS
ARTE

Luana Cisneros (LU:1120009)
Micaela Diven (LU:1121142)
Tamara Galeano (LU:1098571)
Florencia Gimenez (LU:1120386)

AGRADECIMIENTOS

A nuestras madres, padres, hermanos/as, abuelos, amigos, parejas y mascotas que nos acompañaron, apoyaron y alentaron desde el momento uno.

A nuestros tutores y profesores que nos guiaron y aconsejaron brindándonos sus conocimientos y experiencias.

A Mike Amigorena, Gerardo Chendo y Clara Siancho por su apoyo a nuestro proyecto.

Y un agradecimiento especial a aquellas personas que ya no están con nosotros pero que fueron la fuente de inspiración y motivación para elegir la carrera y desarrollar el presente trabajo.



RESUMEN EJECUTIVO

Hagamos Arte es una Organización No Gubernamental Argentina sin fines de lucro encargada de acercar propuestas y actividades artísticas a geriátricos y hogares de niños y adolescentes del Área Metropolitana de Buenos Aires. Estará conformada por un comité directivo de cuatro personas, y siete empleados que trabajarán dentro de las áreas de Finanzas; Comunicación y Marketing; Programas y Operaciones; y Producción Artística.

Nuestra dinámica se basa en la convocatoria de artistas, con o sin experiencia, de diferentes talentos como pintura, teatro, música, entre otros; con el objetivo de que se sumen a nuestros proyectos para compartir su arte y conocimiento con todas las personas que conviven en estos lugares.

Cómo público objetivo tenemos a los artistas que son personas que viven en el AMBA; de 18 a 65 años; que poseen un talento artístico; y que pertenecen a todos los niveles socioeconómicos, a partir del nivel D1. Por otro lado, nuestro segmento de "geriátricos y hogares de niños y adolescentes" serán espacios ubicados dentro del AMBA; que tengan una escasa oferta de arte y entretenimiento; y que posean las habilitaciones necesarias para el desarrollo de nuestras actividades.

Proponemos el mes de marzo del año 2023 para el comienzo de nuestras actividades como ONG; y para poder poner en marcha el proyecto contaremos con financiamiento público y subsidios de entes nacionales; y financiamiento privado por parte de acompañantes de marca, patrocinadores, y programas de mecenazgo, con donaciones particulares, quienes recibirán beneficios por su aporte y contribución a nuestra organización.





ÍNDICE

- 4- EQUIPO HAGAMOS ARTE
- 5 - ¿QUIÉNES SOMOS?
- 6 - SEGMENTOS DE MERCADO
- 7 - PROPUESTA DE VALOR
- 9 - ANÁLISIS DE MERCADO
- 10- ANÁLISIS PESTEL Y PORTER
- 11 - ANÁLISIS DE COMPETENCIA
- 12 - PLAN DE OPERACIONES
- 14 - PROGRAMAS
- 15 - DINÁMICA CON ARTISTAS
- 16 - DINÁMICA CON ESPACIOS
- 18 - PLAN DE RECURSOS HUMANOS
- 21 - PLAN DE COMUNICACIÓN
- 29 - PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO
- 34 - BIBLIOGRAFÍA
- 36 - ANEXOS

EQUIPO - HAGAMOS ARTE



ÁREA DE FINANZAS

MICAELA DIVEN



**ÁREA DE COMUNICACIÓN
Y MARKETING**

LUANA CISNEROS



**ÁREA DE PROGRAMAS Y
OPERACIONES**

TAMARA GALEANO



**ÁREA DE PRODUCCIÓN
ARTÍSTICA**

FLORENCIA GIMENEZ

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos *HAGAMOS ARTE* una Organización No Gubernamental Argentina sin fines de lucro que se encarga de la búsqueda y convocatoria de artistas de diferentes rubros con el fin principal de acercar propuestas y actividades artísticas a Geriátricos y Hogares para niños y adolescentes del Área Metropolitana de Buenos Aires.







MISIÓN

Convocar artistas que deseen sumarse a nuestras propuestas artísticas; y llevar alegría y entretenimiento a estos espacios, geriátricos y hogares de niños y adolescentes, dentro del Área Metropolitana de Buenos Aires.

VISIÓN

Ser una ONG argentina referente en la organización de propuestas artísticas para geriátricos y hogares de niños y adolescentes en la República Argentina.

VALORES ORGANIZACIONALES

-  Responsabilidad para llevar a cabo nuestros proyectos.
-  Transparencia en la información/donaciones/programas.
-  Organización en cada uno de nuestros programas.
-  Compromiso con cada una de las causas.
-  Igualdad para que todos tengan las mismas oportunidades y acceso al entretenimiento.
-  Solidaridad para con las personas, sin esperar nada a cambio.

SEGMENTOS DE MERCADO

MERCADO: ARTISTAS

- Mujeres y hombres de 18 a 65 años.
- Que posean o no experiencia laboral en la industria.
- Que posean un talento artístico.
- Que residan en el Área Metropolitana de Buenos Aires.
- Que el arte sea su pasión y estén dispuestos a participar de propuestas artísticas en lugares como geriátricos, y hogares para niños.
- Nivel socio-económico a partir del nivel D1.
- Que sean sensibles, empáticos, solidarios, predispuestos.
- Que puedan movilizarse hacia el lugar donde se va a llevar la propuesta.



MERCADO: GERIÁTRICOS y HOGARES DE NIÑOS Y ADOLESCENTES



- Geriátricos y Hogares para Niños y adolescentes dentro del Área Metropolitana de Buenos Aires.
- Que posean una agenda con pocas o escasas propuestas artísticas.
- Que estén abiertos a recibir propuestas y actividades artísticas en su establecimiento.
- Que cuenten con las habilitaciones necesarias para llevar a cabo cada una de las actividades.

PROPUESTA DE VALOR

El arte es la manifestación tangible de la cultura, es necesario para un desarrollo educativo ya que posee relevancia en la historia universal y en la historia argentina; sin embargo, siempre fue considerado un elemento elitista, donde solo unos pocos pueden acceder a sus beneficios.

Nuestra ONG busca generar un cambio en esta percepción, y que el arte sea disfrutado por todos.

Nuestra propuestas de valor está dirigida a dos segmentos:

PROPUESTA PARA ARTISTAS (B2C):

Los artistas tendrán la oportunidad de participar en diversas propuestas destinadas al entretenimiento cuyo propósito es generar un impacto social y cultural en los lugares elegidos por *Hagamos Arte*. Al finalizar cada evento se hará entrega de un certificado que avale y reconozca su labor como integrantes inscriptos a una organización que trabaja para llevar el arte a más personas.

A su vez, la organización busca ayudar en el desarrollo de los artistas que tengan vocación por la enseñanza. Les brindaremos apoyo y recursos para dar sus primeros pasos en la creación de talleres y así poder compartir sus conocimientos con niños, adolescentes y adultos mayores. Los que quieran dedicarse o busquen emprender en la educación artística tendrán otro certificado que garantice su experiencia y servicio en los distintos lugares, geriátricos y hogares de niños y adolescentes.

Lo que buscamos en la ONG es que los artistas que se unan tengan el espíritu de compartir su arte y ver lo que se genera, desde la admiración por una disciplina hasta conseguir que se despierte en otros el deseo por iniciar algo artístico; ya sea aprender a tocar un instrumento, recitar una poesía, cantar, bailar o aprender de cine, etc.

Queremos que se reconozca a los artistas no solo por su talento sino por la calidad humana que poseen; y que cada uno de los participantes tengan más visibilidad de sus trabajos.

Nosotras nos comprometemos con la difusión en nuestras redes sociales y en cada evento que realicemos y, asimismo, ayudarlos a que gestionen su carrera artística con el respaldo de la ONG.

PROPUESTA PARA ESPACIOS (B2B):

Lo que buscamos con la ONG es brindarle un acceso al entretenimiento artístico a lugares como geriátricos y hogares de niños y adolescentes, donde muchas veces las propuestas para estos son escasas. Cada espectáculo/show estará planificado en función del espacio y las necesidades, adaptando las propuestas a las distintas generaciones y, también, teniendo en cuenta los diversos factores vivenciales.

Asimismo, queremos que exista la posibilidad de aprender distintas disciplinas artísticas, generando un espacio de expresión y sanación mediante el arte, lo que muchos especialistas denominan arteterapia.

El *Arteterapia* es un tipo de terapia artística que consiste en la utilización del arte como vía terapéutica y de sanación. También es una técnica de desarrollo personal, de autoconocimiento y de expresión emocional. Se trata de sentir la necesidad de explorarnos a través del arte.

Esta actividad pocas veces se ve incluida dentro de los programas destinados a personas mayores de 60 años. Al implementarla se podrá empezar a percibir los procesos de cambio como vía de autoconocimiento, y para desarrollar ciertas habilidades como la creatividad.

Para los niños y adolescentes hay diversas actividades artísticas como pintura, teatro, modelado, collage, danza, escritura, música, entre otros, expresamos lo que guardamos en nuestro interior. Los conflictos, miedos, angustias, necesidades, frustraciones, anhelos y sueños afloran cuando nos dejamos llevar por el arte.

Es fundamental que el trabajo se haga con la suficiente responsabilidad, conciencia y sinceridad. La finalidad es generar en los espectadores que la rutina les sea más llevadera y que puedan encontrar en el arte una motivación. Tanto los espectáculos como los talleres serán planificados detalladamente para hacer que la experiencia sea más enriquecedora.



ANÁLISIS DE MERCADO

ARTISTAS

Sabemos que actualmente en Argentina hay personas que cuentan con un talento y desean compartirlo con el mundo; este fue el punto de partida para comenzar nuestro análisis.

Entrevistando a artistas de diferentes talentos y nivel de experiencia se pudo concluir que la mayoría de ellos cuentan con un trabajo formal; estarían dispuestos a formar parte de este proyecto; y sienten que sería muy beneficioso para ambas partes el poder compartir y conectarse a través del arte.

Partiendo del estudio que realizamos para conocer de una manera más cuantitativa la cantidad de personas que conforman nuestro mercado potencial (Ver Anexo - Análisis de Mercado de Artistas), llegamos al resultado de 3.860.999 personas que actualmente cumplen con las características que representan al público objetivo al que apunta *HAGAMOS ARTE*, en cuanto a ubicación geográfica (personas que viven en el Área Metropolitana de Buenos Aires), edad (de 18 a 65 años) , y nivel socioeconómico a partir del D1.

GERIÁTRICOS/HOGARES DE NIÑOS Y ADOLESCENTES

Para conocer la viabilidad de nuestro proyecto, visitamos estos espacios dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y nos contactamos con una persona que tuvo la posibilidad de trabajar en estos lugares. Pudimos concluir que una de las características que comparten es la poca oferta artística y de entretenimiento al que está expuestos.

En cuánto a nuestro mercado de espacios a los cuales van orientadas nuestras actividades, actualmente en el AMBA contamos con más de 500 geriátricos y más de 50 hogares para niños y adolescentes. Estas cifras fueron estimadas de acuerdo a los datos recolectados en nuestro análisis de mercado (Ver Anexo Análisis de Mercado de Espacios).

ANÁLISIS PESTEL Y PORTER

Teniendo en cuenta los diferentes factores del entorno que pueden afectar a nuestro proyecto, podemos mencionar que tenemos sólo tres que nos podrían impactar de forma negativa y son: los cambios en el gobierno que traen consigo las sanciones de nuevas leyes para conformar una Organización No Gubernamental; la economía inestable por la que transita el país; y la huella de carbono que dejamos en el planeta a causa de la utilización de servidores para alojar nuestra plataforma, y que emiten muchas cantidades de CO2 a la atmósfera.

Por otra parte, podemos mencionar que tenemos, a su vez, más factores positivos que nos permiten llevar adelante nuestro proyecto, como por ejemplo la posibilidad de financiación a través de donaciones o alianzas, donde vemos una gran oportunidad de obtener patrocinio con empresas pertenecientes a la industria musical en Argentina (Ver Anexo PESTEL) u otras empresas interesadas en nuestras actividades; la cantidad de espacios (geriátricos y hogares de niños y adolescentes) a los que podemos brindarles nuestro servicio; y el aumento de interés en la actividad cultural/musical por parte de las nuevas generaciones.

Como amenaza de posibles nuevos proyectos entrantes tenemos a instituciones públicas y privadas que estén orientadas a promover el arte, y que quieran dedicarse a organizar actividades artísticas para comunidades pertenecientes a nuestro target; y como poder de negociación de los clientes el ofrecer a los geriátricos, hogares de niños y adolescentes y escuelas públicas actividades artísticas basadas en sus gustos y necesidades, a la vez que les ofrecemos opciones fuera de su zona de confort para invitarlos a probar actividades nuevas de esparcimiento (Ver Anexo Porter).

ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Como competencias actuales de nuestro proyecto podemos mencionar a FADAM (Federación Argentina de Amigos de los Museos); FUNDACIÓN PROA; CREAR VALE LA PENA; CASA DE LA CULTURA DE LA CALLE; y FUNDECUA (Ver Anexo Análisis Diacrónico).

Estas organizaciones argentinas (privadas y públicas) mencionadas anteriormente tienen en común que están orientadas a organizar, producir, y compartir el arte, en sus variadas expresiones, con los sectores más vulnerables de la sociedad. Apoyan a la inclusión, a la no discriminación, y al desarrollo social, y creen fielmente que el arte sirve como vehículo de expresión y sanación, a la vez que puede abrir puertas para una oportunidad laboral.

Nosotras, *HAGAMOS ARTE*, como Organización No Gubernamental apuntamos también a fomentar el desarrollo artístico en niños, adolescentes, jóvenes y adultos mayores, principalmente.

Creemos que nos nuestro factor diferencial es el brindarle también un espacio y reconocimiento a aquellos artistas que se involucren en nuestros proyectos, sin importar el espacio donde se lleven a cabo, para poder dar a conocer sus talentos, transmitirlos, y poder conectar con la persona a la que tienen en frente a través del arte.

PLAN DE OPERACIONES

El plan de operaciones de *HAGAMOS ARTE* consiste en:

FASE 0 (IDENTIFICAR LO QUE INSPIRA): En este primer proceso se identifica el motivo que nos lleva a realizar una ONG. no solo el hecho de querer ayudar sino, también, las ideas que nos impulsan a querer realizar un cambio.

FASE 1 (DEFINICIÓN DE ÁREAS y PERSONAL): Las áreas involucradas son Comunicación y Marketing, Finanzas, Legal, Programas y Operaciones y Producción artística serán las áreas principales de la ONG. También se definirá el equipo y las tareas a realizar en los proyectos.

FASE 2 (DEFINICIÓN DEL PROYECTO): Se debe definir el nombre y estatutos. Determinar la misión, visión y valores organizacionales; determinar objetivos y metas con sus respectivos plazos; idear las estrategias a implementar; y determinar cómo será el manejo de los recursos. Es importante que la junta directiva participe en el establecimiento de objetivos y qué acciones se van a implementar para alcanzarlos. Estos objetivos deben pensarse, también, en función a su presentación para recaudar fondos y generar que la ONG sea más popular junto a sus programas o campañas.

FASE 3 (REGISTRO): Inicia la creación de la ONG, es necesario tener los papeles en orden y de acuerdo a las leyes del país. Primero enviamos un mail solicitándolo a fiscalización y una vez recibido nos solicitarán la documentación necesaria. *Hagamos Arte* es el nombre de la asociación civil sin fines de lucro.

FASE 4 (CREACIÓN DE PLATAFORMA Y REDES SOCIALES DE LA ONG): Con el logo definido y las propuestas de branding aprobadas el paso siguiente es la creación del diseño de la página web, presentando los mockups respectivos; al aprobarse se realiza una versión Beta para ver los avances y aspectos de mejora antes del lanzamiento. También comienza la creación de plan de comunicación, se planifica el contenido mensual y, en detalle, el semanal. La publicación de contenido en redes sociales inicia para dar a conocer *Hagamos Arte*. Nos contactaremos con los espacios y con su confirmación damos inicio a la siguiente fase.

PLAN DE OPERACIONES

FASE 5 (LANZAMIENTO): En esta fase la página web sale a la luz y las redes sociales inician a subir contenido. Es de suma importancia estar atentos a los nuevos followers/seguidores y artistas inscriptos para atender todas sus dudas.

FASE 6 (PROMOCIÓN Y RECAUDACIÓN DE FONDOS): Teniendo en cuenta nuestros objetivos debemos determinar las acciones que realizaremos para conseguir fondos. Debemos llegar a medios de comunicación tradicionales y digitales para que difundan el propósito de la ONG y para que se hable de los métodos de recaudación de fondos, haciendo hincapié en recordar que cada aporte es de gran ayuda para que los programas avancen y se realicen. También la promoción ayuda a que la propuesta llegue a más artistas que se identifiquen con la causa.

FASE 7 (ORGANIZACIÓN DE LOS PROGRAMAS): Con los fondos recibidos y los artistas inscriptos ya podemos dar inicio a la planificación del primer programa a realizar. Se debe elegir el lugar y habilitarlo para el show. Producción Artística será el área encargada de definir las canciones/performance junto a los artistas; y de planificar cómo se llevaran a cabo cada una de las actividades y talleres que brindaremos.

FASE 8 (PLANIFICACIÓN A FUTURO): Si bien en nuestros 3 primeros años de actividad nos centraremos en el Área Metropolitana de Buenos Aires, tenemos pensado como organización expandir nuestras actividades/propuestas de entretenimiento artístico en toda la República Argentina.

OBJETIVO SMART DE "HAGAMOS ARTE":

- Organizar las primeras 3 propuestas artísticas para Geriátricos, Hogares de niños y adolescentes y escuelas públicas del Área Metropolitana de Buenos Aires en el período de 1 año desde el inicio de nuestras actividades.

PROGRAMAS

Para este proyecto llevaremos a cabo programas que se adapten con el entorno y necesidad de cada grupo. Realizaremos una investigación previa para determinar los gustos de cada sector y, asimismo, las fortalezas y limitaciones de los mismos. Estas actividades y propuestas serán planeadas junto a los artistas que quieran formar parte, teniendo como base el tipo de show y la cantidad de personas requeridas para la realización del espectáculo/actividades.

Los programas se dividen en 2: **Programa para Geriátricos y Programa para Hogares de Niños y Adolescentes.**

Estos, a su vez, se subdividen en:

- **Celebraciones anuales a nivel general:** Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño, Navidad, entre otros. La propuesta busca ofrecer un show artístico + un compartir. De acuerdo a las donaciones podremos agregar obsequios, ropa o alimentos de primera necesidad.
- **Shows culturales / conmemoración a artistas de acuerdo al segmento:** Este tipo de propuesta nace de los artistas. Tendremos un listado de donde cada uno podrá seleccionar o incluir qué actividades deberían formar parte de nuestro calendario, adaptando cada performance al segmento elegido. Por ejemplo: Homenaje a Astor Piazzola, Show Infantil temática Disney, Show de Títeres, Noche de Peña.
- **Talleres propuestos por la ONG:** Estos tendrán como base implementar el arteterapia.
- **Adultos Mayores:** Mediante diversas actividades empleando los cinco sentidos y utilizando técnicas artísticas se busca aflorar la expresión. Ayuda a que se sientan más seguros de sí mismos, los motiva a la activación de recuerdos y contenidos reprimidos. Ayuda a los que tienen dificultades con la expresión verbal, les permite transmitir sus emociones de forma rápida y transparente, incrementa la interacción social, estimula patrones de movilidad y psicomotricidad, y fomenta la estimulación de las áreas cognitivas.
- **Niños y adolescentes:** Otorga muchas ventajas para este segmento. Mejora la capacidad de atención y concentración, disminuye el estrés y ansiedad, ayuda a relacionarse con los demás, permite abordar las frustraciones y mejorar la habilidad de resiliencia, aumenta la perseverancia en tareas.

PROGRAMAS

- **Talleres propuestos por los artistas asociados:** En función a la disciplina artística que practiquen y teniendo en cuenta los gustos o necesidades del público. Los talleres pueden ser: aprender a recitar un poema, canta, bailar, tocar algún instrumento, dibujar, contar o escribir cuentos; incluso talleres disruptivos que unan lo clásico con lo moderno.

Los programas en la categoría Celebraciones y Shows culturales tendrán una convocatoria con antelación de 1 mes como mínimo. Los artistas podrán inscribirse en el lapso de 3 a 4 días de la primera semana y al concretar su inscripción nos comunicaremos para iniciar la planificación.

En los programas Talleres y Adultos mayores/Niños y adolescentes la planificación durará de 3 a 4 meses ya que debemos tener en cuenta las capacidades de cada segmento y, sobre todo, sus limitaciones, para no llevar propuestas que generen alguna frustración.

En lo relacionado con arteterapia contaremos con colegas especializadas en el ámbito de psicología, musicoterapia, arteterapia, y psicopedagogía. Los talleres creados por los artistas serán presentados a la ONG y después de ser aprobados entrarán en vigencia dentro de los lugares.

DINÁMICA CON ARTISTAS

En el primer año de desarrollo de *HAGAMOS ARTE* nos propondremos como equipo a buscar a artistas de diferentes talentos (under/independientes), que se sientan identificados con nuestros valores como ONG, y motivados a formar parte de las propuestas artísticas que deseamos brindarles a nuestro mercado meta de espacios.

A su vez, también dispondremos de una página web, www.hagamosarte.org, donde se encontrará una pestaña con un formulario para que aquellos artistas interesados en nuestra propuesta puedan dejar sus datos, para que luego nuestro equipo se contacte con ellos.



Luego de cada presentación nos comprometemos a hacer entrega de un certificado como constancia de su participación e involucramiento con las actividades de *HAGAMOS ARTE*.



DINÁMICA CON ESPACIOS

Como primera iniciativa, nos acercaremos y pondremos en contacto con estos lugares, geriátricos y hogares de niños y adolescentes, dentro del Área Metropolitana de Buenos Aires, para evaluar sus necesidades de entretenimiento y analizar las posibles actividades que desde nuestro equipo les podemos proponer, ya sean actividades eventuales o destinadas para fechas especiales.

También tendremos presente todos los permisos y habilitaciones que, tanto nosotros como estos espacios, necesitan para que se pueda desenvolver de una forma correcta la oferta que proponemos.

Se mencionó anteriormente que nuestro objetivo es que cada una de las personas involucradas puedan disfrutar del arte, del entretenimiento, con ofertas gratuitas y 100% enfocadas a ellos; con el fin de darles un espacio de esparcimiento, diversión, expresión y sanación.



EQUIPO - HAGAMOS ARTE

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Área de Comunicación y Marketing

Equipo de desarrollo y diseño

Las tareas se realizarán en conjunto con un desarrollador web y un diseñador web, donde se llevarán a cabo primeramente las ideas para crear lo que será la identidad del proyecto.

El **Desarrollador Web (externo)** realizará el diseño de la página web, a su vez se encargará del desarrollo de la funcionalidad del mismo para satisfacer las necesidades de los usuarios (La parte técnica) Además deberá realizar tareas como:

- Hacer prototipos del sitio web.
- Solucionar problemas del sitio web.
- Mantener, actualizar y monitorear el sitio web.
- Presentar especificaciones de diseño.
- Trabajar con diseñadores web.

El **Diseñador web (externo)** se encarga de la creación de los contenidos multimedia del sitio web. Se ocupa de la puesta en marcha de páginas web y campañas de marketing online. Las tareas más importantes del diseñador web es estructurar y organizar los diferentes elementos que aparecen en la página. Esto incluye todo, desde la disposición del contenido hasta la forma en que se muestran los enlaces de navegación. Además debe realizar:

- Diseño UX/UI
- Diseño web responsive para adaptar el sitio a mobile.
- Diseño Gráfico y Branding de la página.
- Integración de sistemas de gestión de contenido (CMS)

Community Manager

Este se encarga de construir, ampliar y administrar comunidades online. A través de herramientas analíticas que le permiten medir cómo los usuarios entienden y perciben a una marca determinada. La responsabilidad de expresar lo que el proyecto quiere comunicar, y de construir lealtad con sus potenciales clientes. Además debe realizar las tareas como:

- Define la identidad del proyecto.
- Diseña y lleva a cabo el plan de comunicación.
- Crea contenido de valor para las redes.
- Engagement constante con los seguidores.

Área de Finanzas

Contador (externo)

Su trabajo es registrar conforme a la normativa aplicable los movimientos u operaciones económicas que hace la ONG, de forma que se puedan publicar esos resultados con vistas a informar a accionistas, inversores, proveedores y demás personas interesadas (como trabajadores, entidades públicas, entidades financieras):

- Tareas importantes que realiza son las registraciones contables, en dichos libros y que estén siempre actualizados.

Administración

- Controlar el balance ingresos-gastos a nivel contable y administrativo.
- Asegurar los servicios y materiales que necesita la ONG para su funcionamiento.
- Gestionar las demandas del equipo de trabajo (Vacaciones, Salarios, Bajas, Permisos).
- Recuperación de impagados (cuotas socios y donaciones) por cuestiones administrativas.
- Mejorar los procesos internos y la logística de la organización para abaratar costes y facilitar la entrada de nuevos ingresos.
- Gestionar los tramites para derechos de obras (literarias, musicales) en caso de requerirlo

Programas y operaciones

Encargados de programas: Geriátricos, y Hogares de Niños y Adolescentes

Se realizarán las tareas de búsqueda de talleres, actividades y de la programación de estas para cada establecimiento. Además de la búsqueda y reclutamiento de aquellas personas que llevarán a cabo dichas actividades.

Búsqueda y selección de los establecimientos donde se realizará el proyecto, en base a sus necesidades, problemáticas a solucionar y demás factores.

Para eso cada una de estas tareas se dividirá en 2 encargados, uno para cada establecimiento, así se tratará de forma eficiente y se profundizará de forma específica en cada uno de ellos.

Área de Producción Artística

Productora Artística

La productora artística es la responsable del proceso de desarrollo del proyecto escénico desde la etapa de pre-producción hasta la etapa final. Además de acompañar durante el proceso a los seleccionados. Algunas de las tareas a realizar:

- selección de artistas.
- Producción técnica y estética de shows.
- contacto entre venue y artista.

Área de Legales

Abogado (externo)

- Derechos de propiedad industrial: marcas y patentes, página web.
- Asesoramiento Fiscal: declaraciones de impuestos, preparación y tramitación de escritos y consultas dirigidas a la AEAT, auditorías fiscales, procedimientos tributarios, comparecencia, representación y defensa ante los órganos de Inspección Tributaria.
- Subvenciones y ayudas públicas, representación y defensa ante las administraciones públicas.
- Gestionar los derechos de obras (literarias y musicales)
- Acuerdos con aquellas entidades o personas que se quieran involucrar con el proyecto.

PLAN DE COMUNICACIÓN

El primer paso de nuestro plan de comunicación consistirá principalmente en el lanzamiento de nuestra página web, la cual cuenta con un diseño sumamente fácil para poder ser utilizada por todos (sin importar la edad) y acceder a través de cualquier dispositivo.

Para llegar a que nuestros públicos objetivos, tengan conocimiento sobre *Hagamos Arte*, buscaremos llegar a ellos mediante acciones de publicidad en medios tradicionales como digitales. Asimismo, buscaremos captar la atención de potenciales patrocinadores y socios, como también donaciones de todo tipo.

Consideramos que es de suma importancia acercarnos a los establecimientos donde llevaremos a cabo las propuestas para tener un acercamiento con ellos, y darnos a conocer como ONG. Mediante la comunicación de cada una de nuestras actividades buscamos que las personas que viven en estos establecimientos sientan que la ayuda y colaboración llega a ellos y de una forma desinteresada.

Estos acercamientos también se harán de igual forma en aquellas instituciones, escuelas, y centros culturales que dictan talleres o clases de teatro, baile, canto, actuación. Quienes formen parte de estas instituciones y se encuentren interesados en la propuesta, serán nuestros potenciales voluntarios.

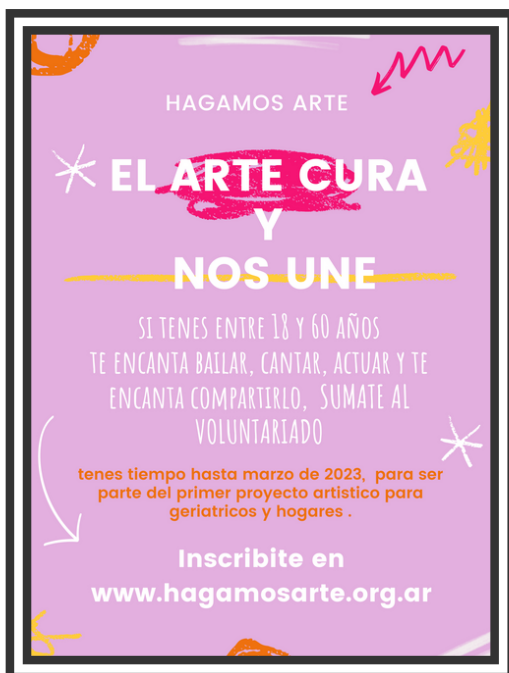
En estos centros dejaremos folletería que tendrá la información necesaria y un código QR que los redirigirá a nuestra página, donde podrán conocer con más profundidad nuestras propuestas, además de poder postularse para proyectos o brindar ayuda con donaciones.

Además, para captar el interés de voluntarios pondremos pósters/flyers en la vía pública con cada convocatoria. Estos se encontrarán en las estaciones de subte, cerca de establecimientos artísticos, transporte público como paradas de colectivos y trenes, y salidas de universidades.

Luego de dos meses de comenzada nuestra campaña de difusión, comenzaremos a planificar entrevistas y/o notas en programas de televisión, radios, revistas y diferentes medios de comunicación cuyo público y convocatoria concuerde con la nuestra.

A través de estos medios tradicionales lograremos una mayor difusión, además de ser una manera en la cual se generará conciencia e interés para involucrarse con la causa de *Hagamos Arte*, sea de manera directa o indirecta.

A medida de nuestro crecimiento y avance como ONG, seguiremos realizando estas entrevistas o notas de forma esporádica.




Nuestro Objetivo

Es la inclusión y la participación de aquellos que no puedan acceder al entretenimiento, en conjunto a profesionales que estén dispuestos a compartir y enseñar.

Queremos visibilizar también a los artistas voluntarios y que tengan la oportunidad de mostrar su talento y compartir sus habilidades con la sociedad.

NOSOTROS

Somos "HAGAMOS ARTE" una Organización No Gubernamental Argentina sin fines de lucro que se encarga de la búsqueda y convocatoria de artistas de diferentes rubros con el fin principal de acercar propuestas y actividades artísticas a Geriátricos y Hogares para niños y adolescentes del Área Metropolitana de Buenos Aires.

Sumate al proyecto

[@hagamosarteong](https://www.instagram.com/hagamosarteong)
[Hagamos Arte ONG](https://www.facebook.com/HagamosArteONG)

Entre todos es mas facil

El Plan de Comunicación en las redes sociales de *HAGAMOS ARTE* tendrá inicio al momento de lanzar la página web, con el objetivo de llegar a impactar a nuestro público meta (artistas y lugares) para que empiecen a conocer nuestra propuesta y razón de ser.

Nuestro Instagram [@hagamosarteong](https://www.instagram.com/hagamosarteong) y la página de Facebook **Hagamos Arte ONG** serán nuestras plataformas de comunicación más directa con nuestro público, así lograremos generar el interés y el entusiasmo para que se unan a nuestro proyecto, a la vez que damos a conocer cada una de nuestras iniciativas.

En el apartado Biografía se encontrará un link que redirigirá a la página web; nuestro correo electrónico y el teléfono de nuestra oficina, para una mayor atención en caso de requerirla.

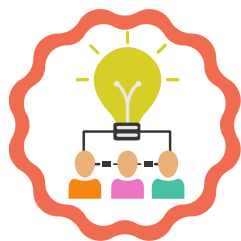
En Instagram, los posts se publicarán los días lunes, miércoles y viernes. En cambio, los días que no se publiquen posts en el feed, se subirán historias con encuestas; cajas de preguntas; e incluso videos o recordatorios de actividades en las que se pueden unir.

Las historias destacadas serán 5: ONG (con info sobre *Hagamos Arte*); Sumate (para subir las convocatorias vigentes); proyectos (donde explicaremos las futuras acciones); dudas; y donar.

 @hagamosarteong



ONG



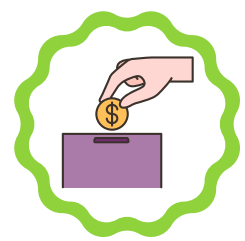
Sumate



Proyectos



Dudas



Donar

Las publicaciones seguirán un orden y un color que represente cada segmento, siendo el primero un posteo en donde presentaremos a las primeras instituciones elegidas del proyecto y, a su vez, contaremos también un poco de la historia del establecimiento, que necesitan y en cómo vamos a ayudarlos.

El segundo posteo será un reel o video de la propuesta que fue llevada a cabo, mostrando así todo el proceso hasta finalizado el mismo. Y, por último, dejaremos un testimonio de las personas que recibieron y disfrutaron de la propuesta artística.

Por otro lado, también publicaremos en el feed cómo fue la experiencia de quienes trabajaron con nosotros; cómo pueden hacer las personas para sumarse al proyecto; y las futuras búsquedas de voluntarios.



La publicidad en las historias de Instagram se subirán consecutivamente con el lanzamiento de la página web.

Nuestro objetivo con ellas es publicitar nuestra ONG, y generar clics e ingresos a través de Swipe Up (con el link hacia nuestra página web), de una manera rápida y fácil.

Estas publicidades se renovaran mes a mes y se encuentran dentro de nuestra campaña con objetivo **awareness**, que tiene como fin darnos a conocer y que el público vaya asociando nuestra marca y servicios.

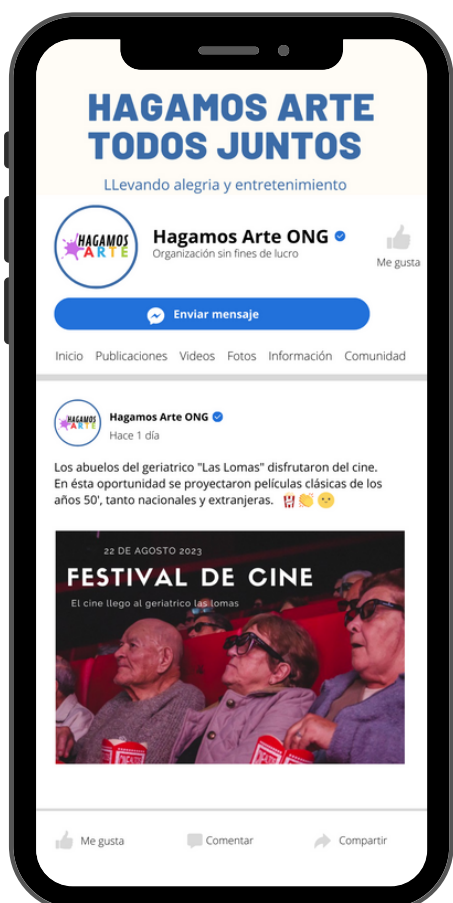


En la página de Facebook, la dinámica de los posteos será compartir en forma de álbum todas las imágenes y videos que fueron tomadas durante la realización de cada actividad/show. Compartiremos lo que se vivió ese día, las experiencias, y también las futuras convocatorias para proyectos. Esto funcionara como vitácora de los recuerdos tanto para *Hagamos Arte* como para las instituciones/espacios involucrados.

Se publicarán también posteos de búsqueda de voluntarios generando más visualizaciones a la la página y un mayor alcance.

Utilizaremos a esta plataforma como nuestro blog donde publicaremos información útil y este relacionada con temas que acontecen en cada espacio que visitamos (geriátricos y hogares de niños y adolescentes). A su vez, reflejaremos las donaciones que recibimos y a qué proyecto fueron destinadas con el objetivo de mostrar transparencia hacia el público. De esta manera lograremos que la gente siga aportando. Los voluntarios ademas podrán escribir en nuestro muro sobre su experiencia en el proyecto.

 Hagamos Arte ONG



Dos meses antes del lanzamiento de nuestras redes sociales (Instagram, Facebook, YouTube y Tik Tok) comenzaremos el contacto con artistas para generar esta alianza. Consideramos importante la elección de un padrino para la ONG, que posea los valores y el espíritu que nos identifica. Éstos, a su vez, podrán ingresar a nuestra página web e inscribirse allí a las distintas convocatorias.

Lo que queremos lograr con este plan de comunicación es que se genere una confiabilidad por parte del público, tanto para trabajar con nosotros como para realizar una donación.

Para quienes participen como voluntarios, se les entregará un diploma que certifique su participación y colaboración, así también reconociendo su gran aporte social y su destacado labor.

Este diploma se podrá validar para ser sumado a su curriculum vitae.

Certificado de Reconocimiento

La ONG Hagamos Arte otorga este reconocimiento a

ÁNGELES SÁNCHEZ

Por formar parte del proyecto el **23 de Octubre del 2023**, su destacado labor y compromiso durante el mismo.

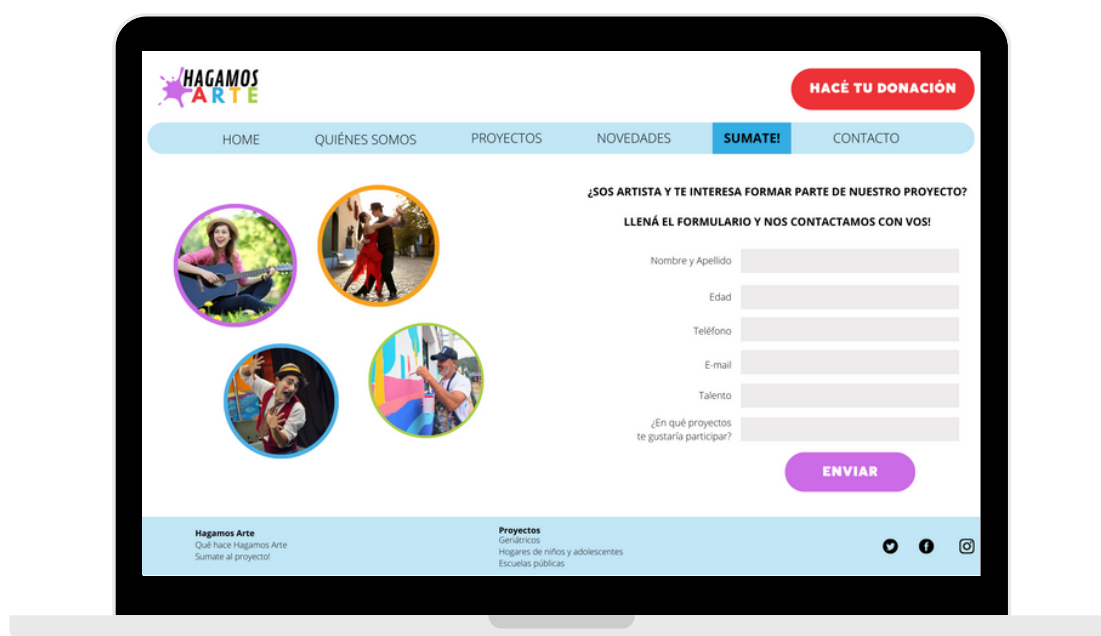
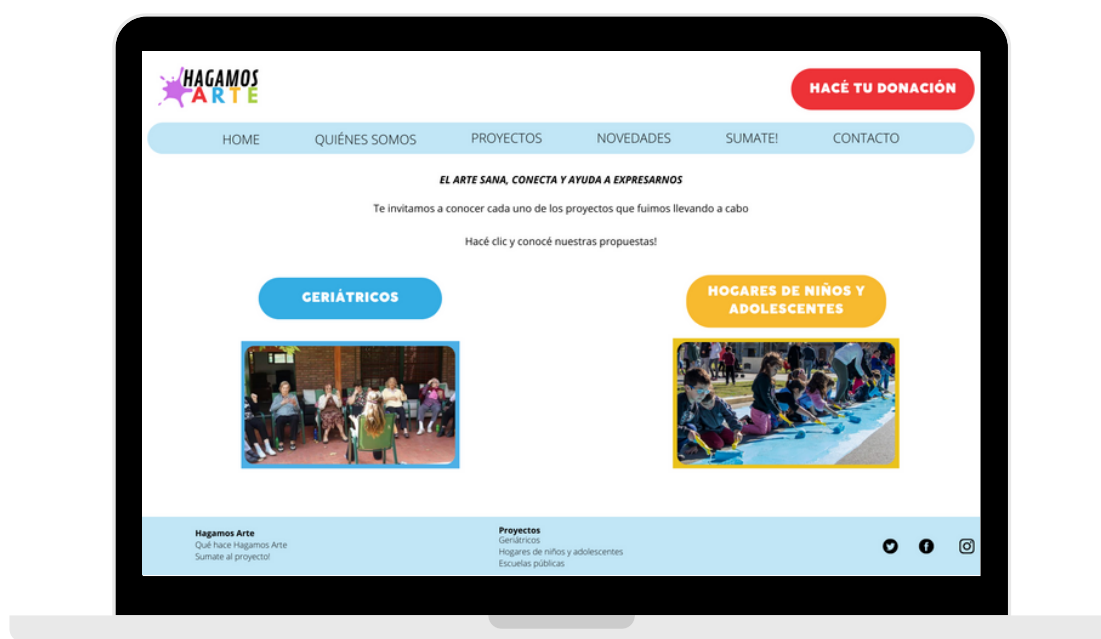


Directora de la ONG Hagamos Arte

Directora del Establecimiento

Nuestra página web www.hagamosarte.org.ar contará con un HOME con información relevante acerca de nuestras actividades; una pestaña donde se podrán inscribir las personas que quieran colaborar/participar en las actividades; y otra para recibir donaciones (de personas jurídicas como humanas).

Para garantizar seguridad a la hora de las transacciones, nuestro sitio estará verificado como Sitio Seguro; y protegeremos los datos que sean ingresados allí cumpliendo con la Ley 23.766 de Confidencialidad de Datos. Cada persona que realice una donación recibirá un e-mail contándole a qué causa fue destinado su aporte y los resultados del mismo. Así involucrándose y formando parte de la comunidad *Hagamos Arte*.



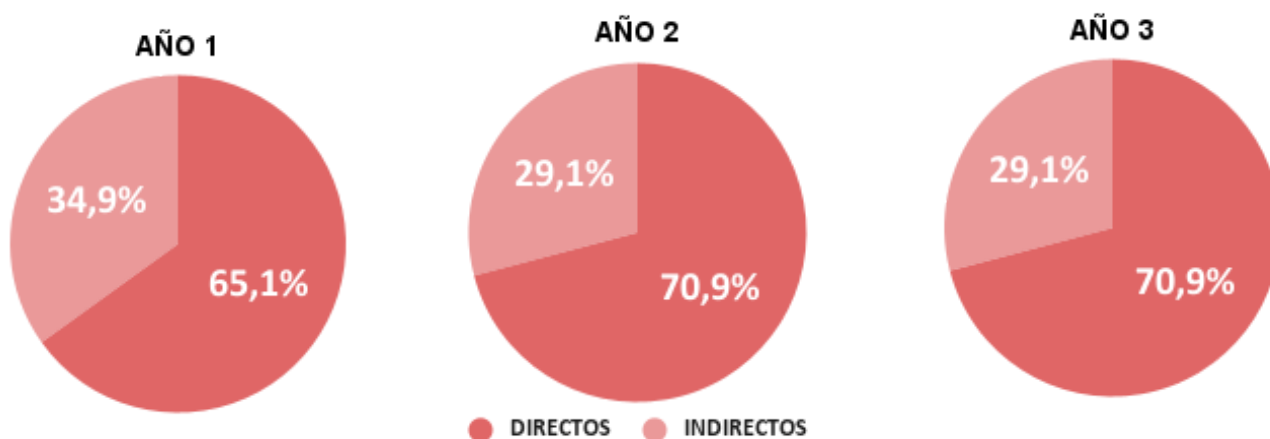
PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

ESTRUCTURA DE COSTOS

Costos directos: Gastos de mantenimiento, honorarios, publicidad.

Costos Indirectos: Honorarios de empleados externos y gastos administrativos.

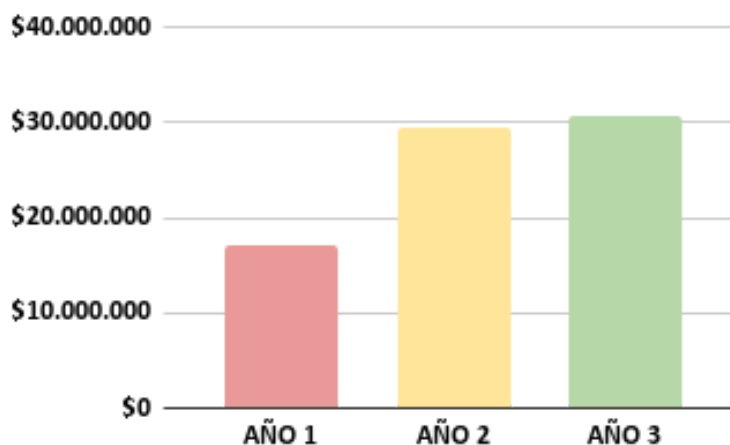
DESTINO DE LOS FONDOS



ORIGEN DE LOS FONDOS



INGRESOS NETOS ESTIMADOS



FUENTE DE INGRESOS

En primera instancia vamos a recurrir al financiamiento público por medio de subsidios otorgados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Ésta será la fuente principal en los comienzos de la ONG. Nos postularemos a Proyectos Culturales, subsidio del Fondo Nacional de las Artes que otorga un monto máximo de \$350.000. Además, apelaremos a los subsidios para ONGs ofrecidos por el Ministerio de Desarrollo Social y el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. Esperamos obtener un total de \$1.600.000 para comenzar.

El financiamiento privado estará compuesto por el acompañamiento de marcas patrocinadores. Conformaremos alianzas con empresas que crean en nuestra causa. Una de las formas de llegar a ellos es por medio del Programa de Mecenazgo, perteneciente al Ministerio de Cultura. Este financiamiento también está conformado por donaciones de particulares.

Además, planeamos contar con cuotas de socios, es decir, donantes mensuales fijos. Su aporte impacta enormemente a nuestra ONG, ya que se trata de un ingreso fijo, con el cual podemos planificar a largo plazo todas las actividades. Es importante que se sientan a gusto con la ONG, tienen derechos; por esta razón les ofreceremos beneficios de todo tipo. Como por ejemplo voluntarear, tener voz a la hora de planificar una actividad o proyecto, y poder sugerir nuevas propuestas para nuevas actividades.

Apuntamos a que nuestros ingresos aumenten progresivamente. Que el aporte de socios, patrocinadores y donaciones se eleven y disminuir los subsidios para no depender mayoritariamente del aporte estatal.

POTENCIALES ENTIDADES COLABORADORAS

Buscamos atraer aportes de todo tipo por parte de entidades que, además de que crean en nuestra causa, tengan cualidades con las que podamos sentirnos identificados. Algunos ejemplos:

UADE: Tiene como lema *Aprender haciendo*, un motto con el que nos identificamos en Hagamos Arte. UADE motiva constantemente a sus alumnos a que se superen día a día, ofreciéndoles oportunidades de todo tipo para progresar académicamente. Nosotros como ONG queremos que los artistas desarrollen su arte por un bien en común; que aprendan y se diviertan en el proceso.

Consideramos a UADE como posible colaborador ya que creemos posible el vínculo con estudiantes de las carreras de Artes Escénicas; Gestión de Medios y Entretenimiento; y Gestión Deportiva para participar de nuestras propuestas.

R.A.C.I.: La Red Argentina para la Cooperación Internacional (R.A.C.I.) es una federación compuesta por más de 150 Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) de Argentina. Su principal objetivo es crear espacios de diálogo e intercambio entre partes interesadas y las organizaciones para luego contribuir conjuntamente a la transformación social de la Argentina y de la región.

Este sería un colaborador clave ya que nuestra visión es convertirnos en el referente de la organización de propuestas artísticas para geriátricos y hogares de niños y adolescentes en la República Argentina dentro de los primeros 5 años. Aliarnos con R.A.C.I. sería el primer paso para alcanzar esa meta.

RECURSOS CULTURALES: es una empresa que brinda servicios para artistas, gestores, emprendedores y organizaciones del arte y la cultura. Su objetivo es apoyar el desarrollo de ideas culturales sostenibles. Ofrecen capacitaciones para artistas, emprendedores y gestores así como también herramientas de difusión y publicidad.

Tener a esta empresa como colaboradora nos daría la oportunidad de desarrollar nuestro potencial, implementando herramientas para gestionar mejor nuestra labor en cuanto a difusión de nuestras actividades y propuestas; y poder lograr nuestro objetivo de brindarle alegría tanto a los voluntarios, abuelos, niños, adolescentes y artistas que forman parte de nuestra ONG.

CAPTACIÓN DE DONACIONES FÍSICAS Y JURÍDICAS

Además del acompañamiento de marca, buscamos contar con el apoyo de personas humanas y jurídicas que realizarán una donación a través de débito automático por cuenta bancaria o depósito.

Quienes quieran unirse a nuestra causa, podrán hacerlo mediante nuestra página web. Esperamos que mes a mes este ingreso aumente durante el primer año, junto con las cuotas de socios y los patrocinadores.

Vamos a captar estos aportes por medio de las redes sociales (Facebook/Instagram). En la página de Instagram habrá un botón que dirige directo a nuestra página web, hacia el apartado de donativos.

En la página web habrá opciones sobre del tipo y cantidad de donativos que se quieran realizar, ya sea este mensual, de única vez u otro tipo de donación. Agregaremos un mensaje que especifique que los datos del usuario están seguros a la hora de donar.

Quienes donen recibirán un mensaje a través de su casilla de e-mail sobre nuestras acciones y en qué propuesta fue utilizado su aporte. A su vez, realizaremos campañas en nuestras cuentas de redes sociales para aumentar nuestra exposición al máximo posible. También, estaremos presentes en los medios tradicionales, principalmente en la televisión, radios y revistas, realizando entrevistas y/o notas.



BENEFICIOS

Proyectamos para el primer año una pérdida neta de (\$614.043,80); ya que incurrimos en costos de todo tipo, especialmente los costos únicos de materiales indispensables para nuestra labor, que solo se adquieren por única vez (computadoras, celulares, sillas y mesas). Para el segundo año esperamos un beneficio neto de \$10.486.812,20 y para el tercero \$11.636.812,20. Los 3 años en conjunto dan un beneficio neto de **\$21.509.580,60.**

Estos beneficios van a estar destinados a potenciar la carrera artística de los artistas voluntarios a modo de agradecimiento por sumarse a nuestra causa.



ESCANEAR PARA VER EL PRESUPUESTO ECONÓMICO Y FINANCIERO COMPLETO

BIBLIOGRAFÍA

- (n.d.). FADAM – Federacion Argentina de Amigos de Museos. Retrieved October 6, 2022, from <https://fadam.org.ar/>
- Andino, G. (2019, November 19). “Crear vale la pena”, la fundación que utiliza al arte como herramienta de transformación social. Infobae. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.infobae.com/sociedad/2019/11/19/crear-vale-la-pena-la-fundacion-que-utiliza-al-arte-como-herramienta-de-transformacion-social/>
- Arteterapia: qué es, para qué sirve y ejemplos prácticos. (n.d.). Saludterapia. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.saludterapia.com/glosario/d/6-arteterapia.html>
- Buenos Aires DATA. (n.d.). Retrieved October 6, 2022, from <https://data.buenosaires.gob.ar/dataset/?tags=geri%C3%A1tricos>
- Casa de la Cultura de la Calle | Buenos Aires Ciudad - Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (n.d.). Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.buenosaires.gob.ar/basolidaria/conoce-las-ong/casa-de-la-cultura-de-la-calle>
- Constituir una Asociación Civil / Ciudad de Buenos Aires. (n.d.). Portal Societario. Retrieved October 6, 2022, from <http://portalsocietario.com.ar/constitucionacivil-ciudad.html>
- Convocatorias RRII | Provincia de Buenos Aires. (n.d.). Provincia de Buenos Aires |. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.gba.gob.ar/rrii/convocatoriasaproyectos>
- García, N. (2019, January 10). ¿Cómo se financian las ONG? Ayuda en Acción. Retrieved October 29, 2022, from <https://ayudaenaccion.org/blog/solidaridad/financiacion-ong/>
- La Defensoría elaboró un informe sobre el estado de situación de los hogares para niños y niñas de la Ciudad. (n.d.). Defensoría del Pueblo CABA. Retrieved October 6, 2022, from <https://defensoria.org.ar/noticias/la-defensoria-elaboro-un-informe-sobre-el-estado-de-situacion-de-los-hogares-para-ninos-y-ninas-de-la-ciudad/>
- Mecenazgo | Buenos Aires Ciudad - Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (n.d.). Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Retrieved October 29, 2022, from <https://www.buenosaires.gob.ar/mecenazgo>

BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas - Argentina. (n.d.). InfoLEG - Ministerio de Economía y Finanzas Públicas - Argentina. Retrieved October 6, 2022, from <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/235975/texact.htm#7>
- Mir, J. (2019). "Cómo crear un Plan de Negocios útil y Creíble". Ed. Libros de Cabecera. ISBN:9788412067514
- Oliveto, G. (2022, Mayo 9). Clase media, bendición y complejidad: cómo entender a un sector social clave. La Nación. Retrieved Julio 15, 2022, from <https://www.lanacion.com.ar/economia/clase-media-bendicion-y-complejidad-como-entender-a-un-sector-social-clave-nid09052022/>
- Promedio diario de personas mayores alojadas en hogares de residencia permanente por sexo, por grupo de edad, por condición psicofísica y por cobertura de salud, según hogar. Ciudad de Buenos Aires. Años 2005 - 2013/2020. (n.d.). Estadística y Censos. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?p=75582>
- Quiénes Somos. (n.d.). Fundecua. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.fundecua.org.ar/quienes-somos>
- Quiénes somos - Información. (n.d.). Fundación PROA. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.proa.org/esp/information-who-we-are.php>
- Recursos - RACI. (n.d.). RACI. Retrieved October 6, 2022, from <https://raci.org.ar/recursos/>
- Servicios para artistas, gestores y organizaciones del arte y la cultura. (n.d.). Recursos Culturales. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.recursosculturales.com/servicios/>
- Sierra, S. (2015, August 5). Adultos mayores, sin programas para el arte. El Universal. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/artes-visuales/2015/08/5/adultos-mayores-sin-programas-para-el-arte>
- Subsidios Proyectos Culturales. (n.d.). Fondo Nacional de las Artes. Retrieved October 27, 2022, from <https://fnartes.gob.ar/subsidios/proyectos-culturales>
- Unidades educativas por sector de gestión y nivel de enseñanza según comuna. Ciudad de Buenos Aires. Años 2006/2021. (n.d.). Estadística y Censos. Retrieved October 6, 2022, from <https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?p=77367>



ANEXOS

ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL ARTISTAS

Cuantificación del mercado de artistas

Para conocer la masa crítica de nuestro mercado potencial tomamos los datos estadísticos brindados por el INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) donde analizamos la proyección de la población para este año 2022(1); los datos cuantificados de la población de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y 24 partidos del Gran Buenos Aires (lo que conforma el Área Metropolitana de Buenos Aires) en el corriente año; y los porcentajes de la pirámide social de los argentinos (basada en informes y datos del Indec del año 2021).

Como primer paso tomamos como referencia los informes brindados por el Indec donde se proyecta que para este año habría un total estimado de 46.234.830 personas viviendo en nuestro país. Debido a la falta de datos procesados del Censo 2022, recurrimos a los datos recopilados del Censo del año 2010 para concluir que en el Área Metropolitana de Buenos Aires vivían 12.806.866 personas (data de 2010). En dicho año hubo también un total de 40.117.096 personas en la Argentina, lo que se concluye que del total sólo un 31.92% vivía en el AMBA para el año 2010.

Mencionamos anteriormente que nuestro público objetivo oscila entre las edades de 18 a 65 años. Guiándonos con las proyecciones para el año 2022, concluimos que actualmente hay 24.191.724 personas dentro de esas edades. Aplicando a este último valor el porcentaje del 31,92% (personas viviendo en el AMBA) obtenemos un total de 7.721.998 personas viviendo actualmente en la zona.

Nuestro negocio estará orientado a un target de nivel socioeconómico medio-alto. El Instituto para el Desarrollo Social Argentino (IDESA) construyó una Pirámide en base a los informes realizados por el Indec para el cuarto trimestre del 2021. En él se indica que un 28% del país posee un nivel socioeconómico medio-bajo; un 17% un nivel medio-alto; y sólo un 5% de nivel alto, dando un total de 50%. Si aplicamos ese porcentaje al total de personas del rango de edad de 18 a 55 viviendo en el AMBA (7.721.998) obtenemos así un resultado final de 3.860.999 personas que representan nuestro mercado potencial, dentro de la ubicación geográfica y edad deseada.



Fuente: IDESA (en base a INDEC)

Entrevista a Artista

Roman Brumatti

Edad: 28 años

Empleado del sector salud

Talento: Actor, cantante

- **Román, ¿Qué te parece la propuesta del proyecto?**

"¡Es muy lindo esto de la ONG! Me interesa la propuesta y siento que para llevarla a cabo hay que tener una manera de tratar ya sea con la gente mayor o con los menores. Yo en la secundaria hice una obra de teatro para chicos con Síndrome de Down y es muy importante saber cómo tratar al público y mantener un lenguaje apropiado para que sea llevadero. Para realmente motivarlos, porque muchas veces el arte sana, el arte te transporta a un lugar mejor, a un estado en el que uno puede estar y, desde lo personal, para mí el arte fue un antes y un después.

- **¿Qué factor debemos tener presente en los programas?**

"Hay que tener en cuenta que las elecciones deben estar acorde al público, aunque una canción sea linda no podemos ir a un orfanato y cantar "soy feliz" porque no estamos poniéndonos en el lugar de los niños, pero si podemos armar propuestas que alegren su realidad y transportarlos con creatividad. Lo importante es que cada uno encuentre su motor en la música, en el arte, en la vida misma. Mi motor principal como artista es poder decir que motivé a que alguien, además de sentirse bien, pueda hacer lo que le gusta y que lo haga con pasión, es todo lo que busco transmitir"

ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL ESPACIOS

Cuantificación del mercado de geriátricos y hogares de niños y adolescentes

Con el propósito de conocer y cuantificar nuestro mercado de geriátricos, buscamos estadísticas en los portales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y del Gran Buenos Aires.

En el portal de Estadística Ciudad encontramos que, principalmente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, contamos con 475 hogares de residencia permanente para ancianos. Esta información fue recabada del archivo excel de "Promedio diario de personas mayores alojadas en hogares de residencia permanente por sexo, por grupo de edad, por condición psicofísica y por cobertura de salud, según hogar. Ciudad de Buenos Aires. Años 2005 - 2013/2020; desde la página web de "BA DATA".

Continuando con el mismo análisis para determinar la magnitud de nuestro mercado de Hogares de Niños y Adolescentes, determinamos que para el año 2016, como se cuenta en la página web de la Defensoría del Pueblo de CABA, había un total de 44 hogares que abrían sus puertas a niños y adolescentes, siendo del total sólo 5 instituciones propias del Gobierno de la Ciudad, y el resto son organizaciones no gubernamentales que suscribieron un convenio con la Dirección General de Niñez y Adolescencia de la CABA.

ANÁLISIS DE MERCADO POTENCIAL ESPACIOS

Entrevista a Empleada de Geriátrico

Iris Moreno

Edad: 54 años

Emfermera en centro geriátrico de carácter privado

- **¿Iris, ¿Qué te parece la propuesta del proyecto?**

"Personalmente me parece una propuesta muy interesante y beneficiosa para el lugar donde yo trabajo. Si bien nosotros contamos con un área de RRHH que se encarga de generar actividades para los abuelos, me parece que esta idea puede ser de gran ayuda para agilizar los procesos y llevar propuestas más innovadoras y divertidas.

- **¿Qué factor debemos tener presente en los programas?**

"Con la pandemia por Covid cambiaron mucho los requerimientos para entrar en los geriátricos de la Ciudad de Buenos Aires. Tengo entendido que todavía se pide un PCR negativo y el uso constante de barbijo. Esto no quiere decir que en un futuro no se libere más. Deberían tener en cuenta esto, pero no veo imposible la posibilidad de que puedan llevarlo a cabo en un futuro"

EL ARTE CURA: TESTIMONIOS

Para entender la premisa "El Arte cura" tenemos los antecedentes científicos, filosóficos y espirituales en la antigüedad, donde la experiencia humana no estaba separada de lo artístico y sus efectos sanadores.

Para Aristóteles la salud del ser humano depende de que cada elemento constituyente de su alma-cuerpo opere armónica y moderadamente al interior de dicho sistema jerárquico (1). Según el filósofo, la ciencia busca el conocimiento en base a la curiosidad innata del ser humano y el arte busca una utilidad al nuevo conocimiento tal como curar ciertas enfermedades. En este sentido, se encuentra a la enfermedad como una desviación del orden natural ocasionando que el cuerpo y el alma de los individuos carezcan de armonía.

En la actualidad, estos estudios se utilizan para explorar el alma de las personas usando al arte como terapia.

La Dra. Graciela Bottini, Arteterapeuta argentina y fundadora del programa de Conexión Creativa en Argentina explica que "todo aquello que no se puede expresar con palabras puede encontrar mediante la pintura, la fotografía, la danza, el canto o la escritura una vía que produce alivio" (2). El arte cada vez tiene mayor relevancia en la cura de diversas patologías. Arteterapia es la técnica utilizada para destrabar problemas emocionales que en un tratamiento psicológico convencional puede pasar desapercibido. Muchos profesionales derivan a sus pacientes a centros en los que se dicta esta práctica que dinamiza este proceso terapéutico.



(1) Scielo. *Las Bellas Artes como Terapia en Aristóteles*. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-84712010000100005

(2) La Nación. *El arte que ayuda a diagnosticar y curar*. <https://www.lanacion.com.ar/ciencia/el-arte-que-ayuda-a-diagnosticar-y-a-curar-nid639383/>

ANÁLISIS DIACRÓNICO

En este análisis diacrónico hemos buscado referencias de organizaciones cuya finalidad esté destinada al desarrollo del arte. Así podremos tener noción de lo que ya existe y también percibir las diferencias con la nuestra.

FADAM: La Federación Argentina de Amigos de Museos (FADAM) es una organización sin fines de lucro (ONG) cuyo principal objetivo es la creación de asociaciones de amigos en los museos donde estos no existen. Capacita a sus miembros mediante cursos, viajes y ofrece soporte técnico, legal, administrativo.

En el apartado 'Iniciativa' se encuentran las propuestas en producción, gestión o redes y web. La primera, llamada Fadam Produce, tiene el objetivo de mejorar las experiencias brindadas por las instituciones culturales, tanto en la solución de problemas comunes como en la creación de nuevo contenido que ayude a las Asociaciones de Amigos, Museos y la Casa de Artistas. Fadam Gestiona, la segunda propuesta, busca mejorar la gestión cultural en la proyección y realización de programas o actividades que incentiven la cultura colaborativa de las instituciones culturales. Por último, Redes y Web, abarca todo lo relacionado al diseño de una plataforma, creación de marca, tareas de mantenimiento, community management y redes sociales.

FUNDACIÓN PROA: Es un centro de arte privado que cuenta con el apoyo de Tenaris, una Organización Techint que es líder mundial en la producción de tubos sin costura. La Fundación cuenta con un programa anual de exhibiciones temporarias y, también la organización de seminarios, conferencias, conciertos y cursos destinados al arte de la Ciudad de Buenos Aires.

En su programación existen diversas propuestas como fotografía, video, diseño, música electrónica y la puesta en marcha de proyectos especiales.

Su propuesta fundacional tiene lugar en el desarrollo de programas de educación e intercambios con otras instituciones culturales de gran prestigio. Su actividad con la comunidad se refuerza mediante su equipo de educación donde se integran las actividades de la institución con escuelas y entidades educativas de la zona.

ANÁLISIS DIACRÓNICO

CREAR VALE LA PENA: Es un Centro Cultural Comunitario creado en 1997 en el que asisten jóvenes de diferentes barrios vulnerables para aprender más sobre disciplinas artísticas o para finalizar sus estudios primarios y secundarios, los ayuda a formarse en herramientas de gestión y les ofrece la oportunidad de ver espectáculos teatrales en su sala. Este espacio es atendido por un equipo barrial de jóvenes que se formaron en el lugar. Se da una transformación social a partir del arte comunitario donde docentes, artistas, escuelas, comunidades, instituciones locales y agentes gubernamentales trabajan juntos para crear oportunidades de desarrollo y mejora educativa y recreacional para todos.

CASA DE LA CULTURA DE LA CALLE: Es una organización no gubernamental cuya misión es promover igualdad de oportunidades artísticas y educativas mediante diversos programas que fomenten la inclusión social y mejoren la calidad de vida de niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad de derechos. Desarrolla actividades artísticas y educativas para niños, niñas y adolescentes que asisten a Centros Comunitarios, Escuelas de Alto Riesgo, Hogares, Centros socio educativos de régimen cerrado para adolescentes en supuesto conflicto con la ley de distintos puntos del país.

Su principal objetivo es fomentar la apropiación de nuevas formas de expresión como herramientas generadoras de posibilidades de construcción colectiva, como espacios de construcción y reconstrucción de la propia individualidad y del tejido social.

FUNDECUA: Es una organización no gubernamental, sin fines de lucro, que considera al arte, la cultura, la música y el deporte como herramientas imprescindibles para la inclusión, y transformación social en grupos sociales vulnerables. Siendo el acceso a la cultura un derecho que determina la identidad del ser humano, ya que el arte brinda oportunidades de expresión, comunicación y en muchos casos, salidas laborales. Una sociedad debe promover la cultura y brindar el acceso a todos. Cada disciplina artística tiene componentes que enriquecen a las personas y despiertan en ellos sensaciones positivas. Desde 2018, Fundecua sostiene un programa de educación colectiva de instrumentos de cuerdas. La orquesta sostenida por la fundación se llama "Las cuerdas".

ANÁLISIS PESTEL

Factor	Detalle	Plazo			Impacto
		Corto plazo (1 mes o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo Plazo (más de 3 años)	
POLÍTICO	Cambios de gobierno		X		NEGATIVO
ECONÓMICO	Economía inestable	X			NEGATIVO
	Financiación		X		MUY POSITIVO
SOCIAL	Sectores Vulnerables	X			POSITIVO
	Incremento de actividad cultural/musical		X		MUY POSITIVO
TECNOLÓGICO	Sobrecarga en servidores			X	MUY NEGATIVO
AMBIENTAL	Huella de Carbono		X		NEGATIVO
LEGAL	Ley 25.326 de Protección de Datos.	X			INDIFERENTE
	Ley 24.766 de Confidencialidad de Datos.	X			INDIFERENTE
	Ley 26047 - Sobre Registros Nacionales de sociedades - asociaciones - fundaciones - dispoicione		X		INDIFERENTE
	Ley 22.362 de Marcas y Designaciones - Registro de Dominio de página web	X			POSITIVO
	Ley 24.240 de Defensa al Consumidor	X			INDIFERENTE
	Formulario 960 NM	X			INDIFERENTE

ANÁLISIS PORTER



Amenazas de nuevos entrantes: Instituciones públicas y privadas que estén orientadas a promover el arte, y que quieran dedicarse a organizar actividades artísticas para comunidades pertenecientes a nuestro target.

Poder de negociación de proveedores:

- De recursos: Empresas y sponsors que ofrezcan financiamiento económico a nuestra ONG.
- De servicios: Luz, agua, WIFI, mantenimiento general.
- De bienes: Empresas e instituciones que donen equipamiento para nuestras actividades cotidianas (computadoras, equipo técnico para las presentaciones, etc).

Amenaza de productos sustitutos: Centros culturales, fundaciones, o los propios geriátricos/hogares que organicen actividades culturales por su cuenta.

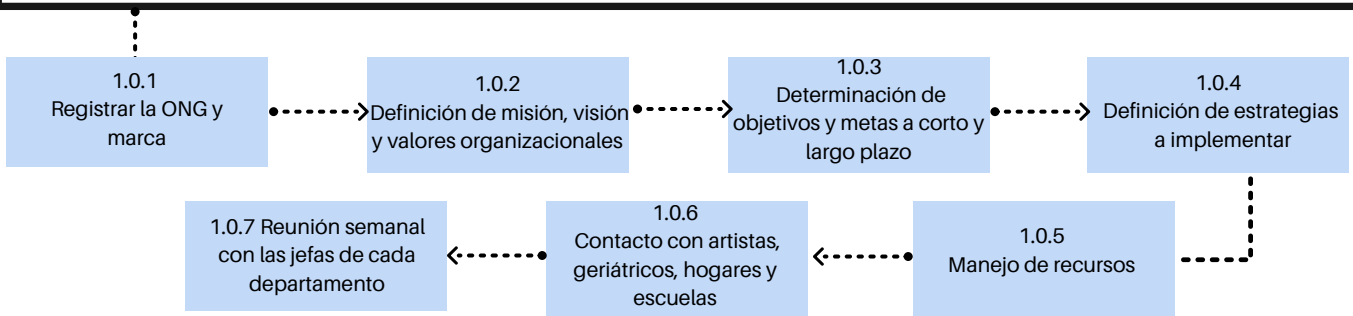
ANÁLISIS PORTER

Rivalidad competitiva:

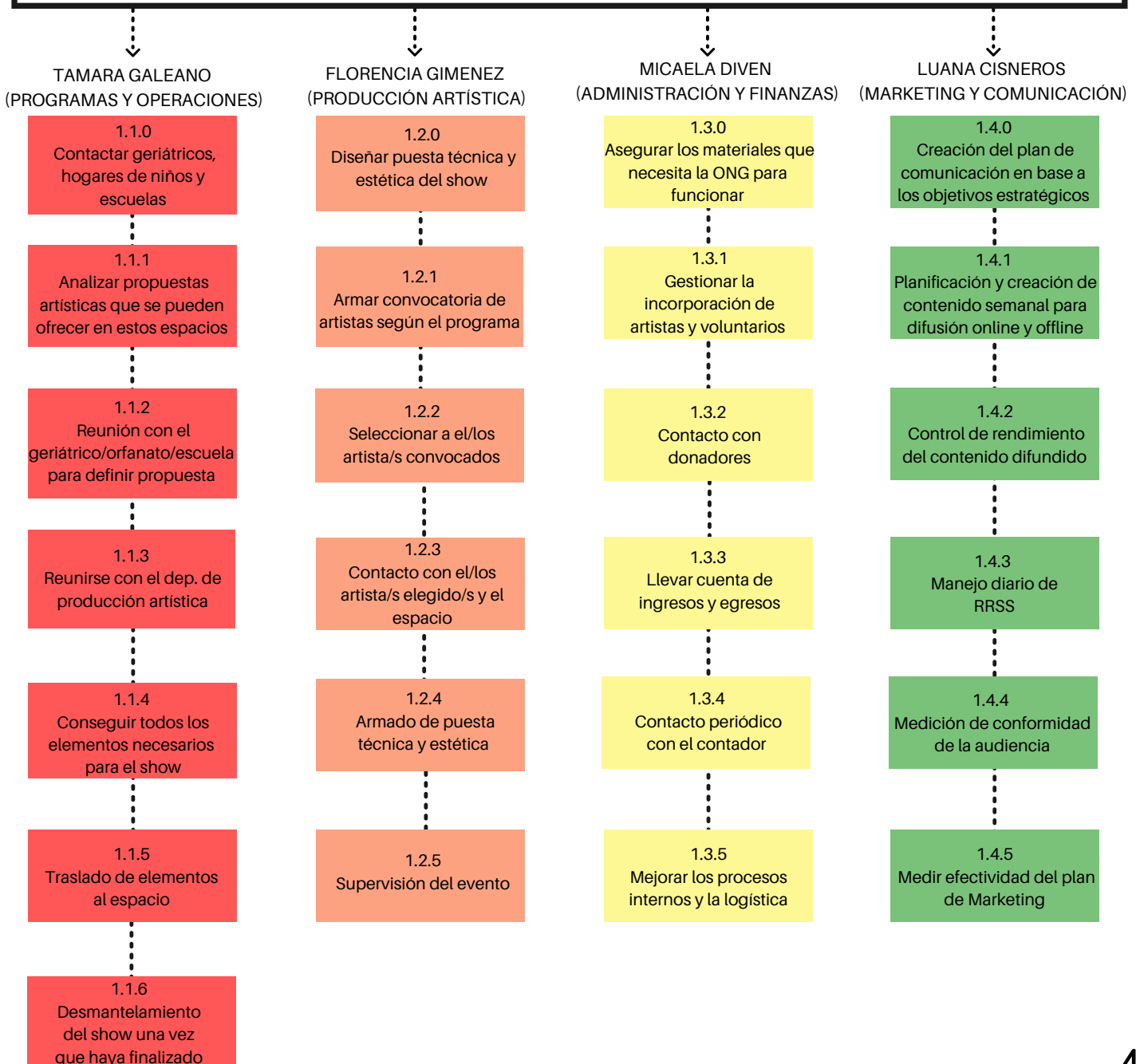
- FADAM: Es una ONG cuyo principal objetivo es la creación de asociaciones de amigos en los museos donde estos no existen. Capacita a sus miembros mediante cursos, viajes y ofrece soporte técnico, legal, administrativo.
- Fundación PROA: Es un centro de arte privado que desarrolla programas de educación e intercambios con otras instituciones culturales de gran prestigio. Ofrece propuestas como fotografía, video, diseño, música electrónica, entre otras.
- Fundecua: Entiende a la cultura, el arte, la música en particular, y el deporte, como sólidas herramientas de inclusión, contención y transformación social para grupos sociales vulnerables. Sostiene un programa de educación colectiva de instrumentos de cuerdas para niños y adolescentes.
- Crear vale la pena: Asisten jóvenes de diferentes barrios vulnerables para aprender más sobre disciplinas artísticas o para finalizar sus estudios primarios y secundarios, fomentando así, a que completen su formación académica.
- Casa de la cultura de la calle: Promueven igualdad de oportunidades artísticas y educativas mediante diversos programas que fomenten la inclusión social y mejoren la calidad de vida de niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad de derechos.

Poder de negociación de los clientes: Ofrecer a los geriátricos, hogares de niños y adolescentes y escuelas públicas actividades artísticas basadas en sus gustos y necesidades. También ofrecer opciones fuera de su zona de confort para invitarlos a probar actividades nuevas de esparcimiento.

1.0.0. Concepción de la idea por parte del DIRECTORIO GENERAL



TAREAS POR DEPARTAMENTO



TRABAJO FINAL INTEGRADOR



HAGAMOS
A R T E