

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Estudios Socioculturales

Identidades e inclusión social

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**PROGRAMA DE ESTRATEGIAS CREATIVAS DE COMUNICACION, REDES SOCIALES,
PUBLICIDAD Y DISEÑO II**



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

PAP06C06A Laboratorio de Proyectos Culturales para el Desarrollo

Proyecto de procuración de fondos para la rehabilitación del Teatro Rocinante

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. En Gestión Cultural. María José Reyes Romero

Lic. En Gestión Cultural. Odette López Cuevas

Lic. En Gestión Cultural. Ricardo Corona Pérez

Lic. En Diseño. Mariel Salazar Rodríguez

Lic. En Ingeniería Civil. Daniel Pedro Flores García

Lic. En Mercadotecnia. Juan Pablo Gómez Ruiz

Profesores PAP: Kimberly Pou Chaparro y Alfonso Hernández Barba

Tlaquepaque, Jalisco, noviembre de 2024

ÍNDICE

Contenido

PROGRAMA DE ESTRATEGIAS CREATIVAS DE COMUNICACION, REDES SOCIALES, PUBLICIDAD Y DISEÑO II	0
REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	0
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional.....	0
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto.....	1
1.2 Caracterización de la organización.....	16
1.3 Identificación de la(s) problemática(s).....	17
1.4. Planeación de alternativa(s).....	18
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	19
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	30
1.7. Bibliografía y otros recursos	33
1.8. Anexos generales.....	35
2. Productos	39
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia.....	59
3.1 Sensibilización ante las realidades	59
3.2 Aprendizajes logrados	65

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son experiencias socio-profesionales de los alumnos que desde el currículo de su formación universitaria- enfrentan retos, resuelven problemas o innovan una necesidad sociotécnica del entorno, en vinculación (colaboración) (coparticipación) con grupos, instituciones, organizaciones o comunidades, en escenarios reales donde comparten saberes.

El PAP, como espacio curricular de formación vinculada, ha logrado integrar el Servicio Social (acorde con las Orientaciones Fundamentales del ITESO), los requisitos de dar cuenta de los saberes y del saber aplicar los mismos al culminar la formación profesional (Opción Terminal), mediante la realización de proyectos profesionales de cara a las necesidades y retos del entorno (Aplicación Profesional).

El PAP es un proceso acotado en el tiempo en que los estudiantes, los beneficiarios externos y los profesores se asocian colaborativamente y en red, en un proyecto, e incursionan en un mundo social, como actores que enfrentan verdaderos problemas y desafíos traducibles en demandas pertinentes y socialmente relevantes. Frente a éstas transfieren experiencia de sus saberes profesionales y demuestran que saben hacer, innovar, cocrear o transformar en distintos campos sociales.

El PAP trata de sembrar en los estudiantes una disposición permanente de encargarse de la realidad con una actitud comprometida y ética frente a las disimetrías sociales. En otras palabras, se trata del reto de “saber y aprender a transformar”.

El Reporte PAP consta de tres componentes:

El primer componente refiere al ciclo participativo del PAP, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.

El segundo componente presenta los productos elaborados de acuerdo con su tipología.

El tercer componente es la reflexión crítica y ética de la experiencia, el reconocimiento de las competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

Durante el periodo de Otoño del 2024 del PAP Programa De Estrategias Creativas de Comunicación, Redes Sociales, Publicidad y Diseño II, se tuvo como objetivo general invitar a personas con alta capacidad de decisión dentro del sector privado para que apoyen al Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) con el proyecto de rehabilitar el teatro itinerante Teatro Rocinante que tiene como misión llevar productos escénicos a comunidades vulnerables en la región Centro Occidente de México, pero que desde el año 2020 ha detenido sus funciones por la escases de recursos financieros que le permiten operar y dar el mantenimiento pertinente.

En este Reporte PAP puede encontrarse el proceso y modos de trabajo llevados a cabo durante el semestre, sus alcances metas alcanzadas. Para lograr el objetivo de este proyecto se utilizó la metodología de diseño de proyectos que permitió crear un plan de procuración de fondos con el que se busca sensibilizar a los prospectos con la capacidad de donar los montos necesarios para poner en marcha nuevamente al Teatro Rocinante y lograr llevar a cabo su gira por su aniversario de 20 años. Dando como resultado en la confirmación de una reunión para presentar el proyecto ante el grupo de empresarios seleccionados.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

El PAP es una experiencia de aprendizaje y de contribución social integrada por estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de las organizaciones, que de manera colaborativa construir sus conocimientos para dar respuestas a problemáticas de un contexto específico y en un tiempo delimitado. Por tanto, la experiencia PAP supone un proceso en lógica de proyecto, así como de un estilo de trabajo participativo y recíproco entre los involucrados.

El proyecto trabajado por el PAP durante el semestre Otoño 2024 responde a las necesidades financieras que actualmente presenta el escenario del CEDRAM. A diferencia de la metodología del Ciclo Participativo PAP que suele seguirse en proyectos de otros semestres, donde primero se identifica una problemática dentro del escenario y luego se proponen abordajes, este proyecto se origina de una manera atípica siguiendo la lógica de

procuración de fondos que ha sido constante durante otros periodos como una necesidad del escenario y que después fue confirmada como urgente durante las visitas al escenario.

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

El Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) tiene como principal objetivo llevar oferta teatral, usualmente parte de una oferta cultural centralizada, a comunidades marginadas del país principalmente aquellas pertenecientes a la región Centro Occidente; esto mediante el programa Teatro Trashumante y el proyecto itinerante Teatro Rocinante.

A casi 20 años del surgimiento del proyecto del “Rocinante” se encuentra detenido debido a malas condiciones en su infraestructura, la cual no ha podido ser atendida ante un déficit presupuestal y la imposibilidad de asimilar los gastos necesarios para la rehabilitación desde las convocatorias con las que el CEDRAM obtiene recursos para operación.

Este detenimiento significa una dificultad para que el cumplimiento de metas como el descentralizar el acceso a la cultura y acercar el teatro a poblaciones apartadas de los grandes centros urbanos, así como en zonas de conflicto; para contribuir a la reconstrucción del tejido social.

Pero ¿por qué poner esfuerzo en rehabilitar este proyecto?, ¿qué aporte social puede tener el trabajar esta situación desde un Proyecto de Aplicación Profesional? Responder a estas cuestiones puede darse desde diversos enfoques como lo son: las aportaciones del teatro a nivel cultural; inclusión y desarrollo social; accesibilidad y la economía.

Marco Teórico

El acceso a la cultura es un derecho humano fundamental reconocido por los gobiernos a nivel mundial mediante diversos acuerdos como la Declaración de Friburgo del 2007, este derecho promueve la inclusión, la diversidad y el desarrollo integral de las comunidades.

En México, un país con una rica herencia cultural y artística, muchas comunidades, especialmente en zonas rurales y marginadas, enfrentan barreras significativas para acceder a expresiones culturales como el teatro. La implementación de un teatro itinerante como lo es el Teatro Rocinante busca derribar estas barreras y fomentar el derecho a la cultura,

acercando las artes escénicas a poblaciones que, de otro modo, carecerían de oportunidades para disfrutar y participar en actividades culturales.

De acuerdo con el Sistema de Información Cultural, SIC México, tan solo en el estado de Michoacán existen 23 teatros, de los cuales 12 están ubicados en Morelia, su capital. Sin embargo, Michoacán, según datos del INEGI en 2021, tiene una población de 4,748,846 habitantes, lo cual significa que si cada teatro ofreciera una función al día y cada habitante decidiera asistir una única vez al teatro al año, cada teatro debería tener un aforo mínimo de 570 personas. Pero la realidad está muy alejada de esto, en promedio cada uno de estos teatros tiene un aforo de 400 personas y sólo 5 teatros, ubicados en Morelia, tienen un aforo de superior a 500 personas. Además, ninguno de estos teatros ofrece funciones diariamente. Por lo tanto, sería imposible que todos los habitantes pudieran asistir una vez al año a una función de teatro.

Si este análisis se expande a nivel regional, según el SIC, existen 160 teatros para un total de 29,469,245 habitantes de la región centro occidente de México. Lo que implica que cada teatro debe atender aproximadamente a 184,183 personas. Esto significa que, si cada teatro ofreciera una función por día y cada asistente fuera una única vez al año al teatro, cada teatro debería tener un aforo mínimo de 505 personas. Sin embargo, la realidad es muy distinta, pues no solamente los aforos varían considerablemente de teatro a teatro y las funciones no son diarias, sino que en varios estados estos se encuentran concentrados en las localidades urbanas y capitales, lo que representa un obstáculo para que los demás municipios y localidades puedan asistir a una función.

Según el INEGI, entre el 2022 y el 2023 el 48.7 % de la población de 18 años y más asistió, al menos una vez, a algún evento de entretenimiento, ya sea una obra de teatro, un concierto de música en vivo, un espectáculo de danza, una exposición, o una proyección de películas o cine. De ese 48.7%, solo el 8.7% asistió a una obra de teatro, representando un aumento de asistencia comparado al 2022 (4.7%), sin recuperarse aún a la asistencia previa a la pandemia (12.3% para el 2019).

Tomando en cuenta que la población de México es de 127 millones de habitantes, de los cuales el 87% son mayores a 18 años, el total de personas que asistieron a eventos de entretenimiento es de 53,808,630 personas (48.7%). De esta cifra, sólo 4,681,351 personas

asistieron a una obra de teatro (4.7%). Aunque este dato puede parecer alto sólo representa al 4.2% de la población total mayor a 18 años del país, implicando que el 93.8% de este grupo etario no asiste al teatro.

Estos datos estadísticos dan cuenta de la situación en la que se encuentra el cumplimiento del derecho al acceso a la cultura en el país, reflejando deficiencias en cuanto a su garantía, por ello proyectos como el Teatro Rocinante, que en este momento requiere ser rehabilitado, cobran relevancia. Pero además se le suma a lo numérico otros elementos que demuestran la relevancia del atender la situación desde este proyecto, como lo son:

1. Promoción y conformación de la Identidades Culturales

El teatro es un vehículo poderoso para la expresión de la identidad cultural, así como un mecanismo para la transformación de estas y sus expresiones. Al llevar obras que reflejen la diversidad cultural de México, el teatro itinerante ayuda a fortalecer la identidad de las comunidades y a preservar sus tradiciones, a la vez que puede ayudar en la reflexión de las realidades desde las que se desprenden dichas identidades, entendidas como parte de procesos y contextos socioculturales.

El teatro puede ser visto como una manifestación de los contextos sociohistóricos a la vez que, como un mecanismo para la transformación social de las realidades, ya que este puede ser un vehículo para reflejar o criticar las dinámicas socioculturales de las diferentes realidades en el mundo.

Se mantiene relevante en la actualidad pues es un fenómeno que, más allá del mero entretenimiento, se convierte en un generador de espacios físicos y a la vez inmateriales para la reflexión y el diálogo de las comunidades, desde el que pueden cuestionarse las realidades y trabajar en modos de transformación de estas.

En México, este arte ha estado presente durante toda su historia, desde las civilizaciones prehispánicas, las conquistas religiosas, transformaciones políticas hasta el presente. Este arte se ha colocado como elemento base de distintos momentos cumbre para el desarrollo y transformación sociohistórica e ideológica de lo que es ahora el país, desde el uso de múltiples elementos como los imaginarios sociales.

El teatro mexicano ha cumplido diversas misiones, desde los símbolos, con sus implicaciones en la vida, sus funciones, modos de desarrollo y relevancias sociales. Esto puede reconocerse desde su relación con conceptos como lo son cultura y formas simbólicas de J.B. Thompson, o bien desde las ideologías, concepto planteado por Gramsci, nociones que permiten entender cómo el teatro ha sido una herramienta histórica aún vigente para la transformación social de los contextos alimentada por los constantes cambios de los escenarios desde donde surgen y se interpretan las realidades socioculturales.

Hay múltiples formas en que puede entenderse al teatro, por un lado, un arte, por otro una expresión cultural. Eduardo Contreras (2021), en su libro *Historia Mínima del Teatro en México*, menciona que este puede entenderse como una representación viva, donde actores que hablan como personas con situaciones e historias se colocan ante espectadores en espacios determinados para hacer una representación que puede ir más allá del espectáculo (Contreras, 2021, p.15).

El teatro puede ser visto entonces como un acto escénico que puede, desde sus diversos mecanismos, apoyar en la instauración de nuevas ideologías dominantes o en la transformación de estas, transformando así las maneras de vivir y pensar el mundo. Lo escénico puede observarse como un medio de transmisión y transformación ideológica, tanto para individuos como para colectivos, pues más allá de una forma de entretenimiento, es una práctica social (Papadópulos, 2019, p.85). Lo teatral tiene la capacidad para modificar los modos en que los sujetos perciben, actúan y trabajan desde sus realidades o contextos sociohistóricos, por lo cual puede considerársele como una posible herramienta para la transformación social, ya que trabaja desde distintos elementos de la vida.

Como instrumento, el teatro puede y ha sido utilizado para encaminar o incluso cesar la reflexión y la transmisión de prácticas y saberes, por lo que no se le considera estar alejado de la transmisión de ideologías, las cuales son dadas desde quienes proponen y crean los espacios para el teatro, atravesándolo con sus visiones del mundo y las realidades sociales que les son cercanas, dando así posibilidad a interacciones entre sus individualidades y las colectividades que se vuelven públicos y usuarios del teatro.

Más allá de ser un espacio determinado para el encuentro físico entre públicos y creadores, el teatro se convierte en un escenario importante para la transformación de los

contextos, pues puede apostarse por la reflexión de las situaciones actuales y desencadenar la acción de individuos y colectivos. El teatro es, pues, un reflejo de las diferentes culturas, pensamientos y visiones del mundo que han existido desde épocas antiguas, donde cada contexto lo ha transformado, pero siempre dejando presente el hecho de que el teatro, más allá de un lugar físico, genera espacios distintos a la cotidianeidad, donde se dan construcciones de nuevas realidades impregnadas de factores sociales, históricos, políticos e incluso naturales, de los cuales derivan nuevas posibilidades para entender al mundo.

De este modo, el teatro se convierte en un contrato silencioso entre creadores y espectadores, que propone una realidad a ser asimilada como inminente y a la que se debe responder, o bien, como una a la que puede contemplarse como una nueva posibilidad para la realidad.

El teatro puede considerarse un mecanismo para la transformación, al ser reconocible como un fenómeno cultural al cual puede interpretarse y modificarse. J.B. Thompson (1993) menciona que la cultura es un conjunto de formas simbólicas (acciones, objetos y expresiones significativas) incorporadas a los sujetos dentro de contextos y procesos históricamente específicos socialmente estructurados que se producen, transmiten y reciben en formas simbólicas (Thompson, 1993, p.16).

La cultura, como rasgo distintivo humano, implica una relación con símbolos y signos (formas simbólicas) que pueden crearse, transmitirse y modificarse en relación con contextos y procesos sociohistóricos, es decir con estructuras sociales y personas que fungen como actores de sus contextos interpelados por formas simbólicas que son parte de sus rutinas de vida.

Las formas simbólicas permiten entender las visiones, culturas y las características significativas de la vida social. Sus productores dejan huellas que permiten situarlas en momentos, espacios, instituciones o estructuras donde intervienen juegos de poderes, lo cual sirve para comprender a individuos y colectivos, sus interacciones y conflictos, el cómo estructuran al mundo y así mismos.

El teatro es así un fenómeno cultural que se desarrolla desde contextos con procesos significativos, puede interpretársele desde los símbolos que produce, transmite y/o recibe, a la par en que refleja las realidades de sus creadores, dando lugar a su reflexión.

El teatro usa formas simbólicas tanto para su producción como para su entendimiento. Es asimilado e interpretado por los públicos, quienes relacionan los significados con contextos, personajes de la realidad, analizan las intenciones de los diálogos y encuentran las similitudes y diferencias de su mundo con el visto en las funciones teatrales. Algunos ejemplos de formas simbólicas en el teatro pueden ir desde el diálogo de los textos, las escenografías que aludan a paisajes conocidos o desconocidos, vestuarios, temáticas o las mismas personalidades de los personajes de la obra.

Entre las características de las formas simbólicas que se encuentran en el teatro destaca el que implican decir algo con una intencionalidad y que surgen desde realidades sociohistóricas:

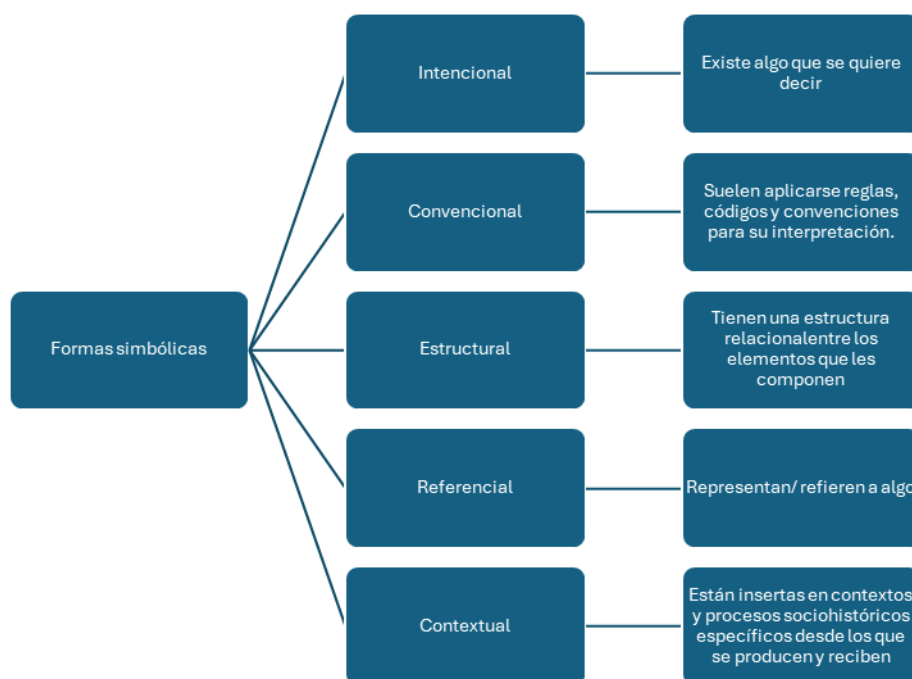


Ilustración 1. Características de las formas simbólicas Thompson (1993), elaboración propia.

El teatro como fenómeno cultural incide así en las realidades, producción y reproducción de formas simbólicas, modificando dinámicas sociales, ideológicas e identitarias.

Las manifestaciones teatrales son producto de las formas de comprender el mundo. Son aquellas concepciones a las que Antonio Gramsci denominó *ideologías*: “un conjunto de ideas sobre la realidad que orientan una determinada acción práctica o un conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona o colectividad” (Jardón, citado por Papadópulos, 2019, p. 90). En el teatro, no se realizan acciones sin un contexto ideológico desde el que los productores generan sus ideas y prácticas, existen pensamientos colectivos que guían lo que piensan, dicen y hacen.

Gramsci hablaba de la existencia de ideologías orgánicas e ideologías arbitrarias; las primeras surgen del colectivo cual marcos de las formas de organizar y dar sentido, bajo el contexto sociocultural en el que se encuentra la persona, le dan una relación con la historia colectiva y estructuran su quehacer. Por otro lado, las ideologías arbitrarias son aquellas que cada persona tiene sobre sí y sobre el mundo, un razonamiento voluntario (Papadópulos, 2019, p. 91). La ideología orgánica da un porqué de lo que se realiza como miembros de la sociedad, el cómo debe moverse el conjunto y genera un sistema organizado, partiendo desde las ideologías orgánicas dominantes que tiene cada momento y contexto históricos, cada época, marcando así las hegemonías ideológicas que mueven a una colectividad.

Así, el teatro está inmerso en tales dinámicas ideológicas, donde quienes lo generan tienen relación con colectivos e individualidades, en creencias y haceres, basados en sus contextos sociohistóricos, asimilables como la realidad a seguir o no, desafiando o no las hegemonías del pensamiento. El teatro se plantea por ello como un elemento cultural cargado de ideologías a las que decide responder a favor, con sumisión o con desdén, un ejercicio que puede llevar a la dominación al establecerse obras que transmiten los elementos para ser interpretadas como la realidad a seguir o bien como la realidad a negar.

Las ideologías se vuelven así hegemonías que dominan la sociedad en momentos sociohistóricos. Estos sistemas hegemónicos no siempre se verán como violencias; los poderes y dominaciones establecidos serán en muchas ocasiones asumidos como algo natural para la sociedad colectiva, esto desde distintos mecanismos que apoyan en su reproducción,

como puede ser el teatro, mecanismos que buscan establecer cohesiones sociales que respondan a los beneficios de las clases dominantes, que a su vez comunican las ideologías hegemónicas, llevando así con control y dominaciones sociales desde las distintas instituciones que crean, sin que se ingrese en una crisis ante el rechazo de las ideologías.

Este arte escénico se convierte en un espacio y elemento fundamental para el encuentro social donde se pueden crear, transformar y transmitir las ideologías orgánicas, pues funge como un ejercicio para la trasmisión de ideas, que ciertamente puede ser aprovechado por la hegemonía como una útil herramienta con múltiples recursos escénicos que pueden crear desde el arte transformaciones al mundo, con objetos expresivos y simbólicos que generan una nueva realidad en la que el espectador es envuelto, a la vez que puede reconocerse, llevándolo así a considerar la ideología, a tomarla o bien a criticarla para desde ella aceptar o transformar su realidad.

Surge desde aquí la posibilidad de generar proyectos teatrales con capacidad tanto de establecer nuevas ideologías, transformar las existentes o mantenerlas, modificando la manera en que se viven las culturas, desde diferentes símbolos que le sirven de herramienta para modificar el cómo se ve, entiende y responde al mundo.

El teatro es efectivamente un mecanismo para la transformación sociocultural, pues en éste se encuentran elementos con los que las personas pueden no solo identificarse, sino establecer modelos de comunicación que apoyen la transmisión de nuevos mensajes en torno a las realidades, usando los elementos simbólicos del teatro para generar posibles realidades que respondan a la vida en colectivo desde el pensamiento que surge de la individualidad.

El teatro, más allá de ser un fenómeno que mantenga la hegemonía y adoctrine como lo hizo en siglos pasados, es ahora un mecanismo que puede ser usado por las personas para transformar sus realidades, proponiendo nuevas dinámicas, nuevos símbolos a interpretar por los espectadores que lleven a la reflexión de las propias realidades, tal y como es el caso del CEDRAM, proyecto que desde espacios como los teatros itinerantes da paso a espacios para cuestionar la realidad social, desde elementos culturales que pueden ser reconocidos y a la vez encarados como algo que no necesariamente es la única realidad posible.

2. Fomento de la Inclusión Social:

El acceso a la cultura es esencial para la inclusión social. Las representaciones teatrales itinerantes permiten que personas de diversas edades, géneros y contextos socioeconómicos participen en actividades culturales, creando un sentido de pertenencia y comunidad. Estas posibilidades de acceso se vuelven a su vez oportunidades para nuevas dinámicas con realidades más inclusivas dentro de las comunidades. El teatro itinerante, puede ser una oportunidad para poner en juego nuevas realidades, sujetos y estructuras sociales más inclusivas, desde espacios que transformen ideologías y simbolismos subconscientes, como parte de experiencias que despiertan la consciencia en torno a las formas simbólicas que construyen las realidades.

El teatro deja de ser un fenómeno de masas para convertirse en una experiencia profunda de personas y de pequeñas comunidades. Lo que pierde en alcance numérico es proporcional a lo que gana en poder artístico. Su influencia social cambia de signo: deja de ser entretenimiento transitorio para recuperar su condición de acontecimiento provocador de efectos duraderos, ahí donde ha conseguido articular el discurso transformador de la cultura que le fue asignado desde su origen (Luis de Tavira, 2005, p.9).

Se vuelve así un espacio donde múltiples públicos pueden reunirse para acceder a experiencias en las que se sienten bienvenidos desde una recuperación de los múltiples elementos de la realidad que comparten entre sí como miembros de sus comunidades.

3. Desarrollo Personal y Social:

La experiencia teatral no solo entretiene, sino que también educa y estimula el pensamiento crítico. Las obras pueden abordar temas relevantes para la comunidad, promoviendo el diálogo y la reflexión sobre problemáticas sociales, ambientales y culturales.

Uno de los referentes en cuanto a la transformación de la sociedad mediante el teatro es Augusto Boal, quien, debido a la violencia sufrida y encarcelamientos en Brasil desarrolla una de las metodologías más conocidas y que es practicada en cinco continentes, esta metodología es la metodología del “Teatro del Oprimido” que surge con la intención de “Utilizar el teatro y las técnicas dramáticas como un instrumento eficaz para la comprensión

y la búsqueda de alternativas a problemas sociales e interpersonales”. Boal explica que “Ciudadano no es aquel que vive en sociedad, ciudadano es aquel que la transforma” (Boal citado por Baraúna y Motos, 2009) y es muy interesante puesto que esta herramienta transforma a los espectadores en ser espect-actores invitándolos a expresar sus vivencias, así reflexionando de su pasado, modificando su realidad y forjando un futuro.

4. Accesibilidad Geográfica:

Muchas comunidades en México carecen de espacios culturales en sus territorios. En un análisis de accesibilidad-aislamiento geográfico del sistema de localidades de México, realizado desde la colaboración de la Unidad de Sistemas de Información Geoespacial (USIG) del Instituto Mexicano del Transporte (IMT), el Consejo Nacional de Población (CONAPO) y el Centro de Investigación en Ciencias de Información Geoespacial (Centro Geo), se indica que más del 25% de las localidades de la nación están identificadas con grados bajos o muy bajos de accesibilidad, relacionado a una gran cantidad de tiempo y recursos necesarios para poder trasladarse a destinos urbanos (González y Bachoff, 2023).

Dicho aislamiento geográfico tiene impacto en la posibilidad de acceder a infraestructuras y servicios de cultura, educación y salud, situación que a la vez que influye en el incremento de la vulnerabilidad sociodemográfica de las poblaciones mexicanas. Un teatro itinerante puede superar esta limitación geográfica, llevando producciones de calidad a áreas remotas y asegurando que el arte escénico llegue a quienes no tienen acceso.

5. Economía y teatro:

La producción de teatro es costosa. Requiere de varios gastos operacionales relacionados con el pago de derechos de autor, licencias y permisos, contratación de actores y actrices, equipo técnico, directores creativos, productores escénicos, asistentes, creación y mantenimiento de escenografía y utilería, iluminación y sonido, vestuario y maquillaje, publicidad, personal de administración, alimentación y transporte, viáticos, seguros, y un largo etcétera que dependen del tamaño, la duración, la cantidad de presentaciones y el alcance de la obra que se quiere producir. *Esta situación implica una búsqueda frecuente de recursos financieros que permitan a una compañía producir obras teatrales* (Núñez, 2022, p. 210).

En México, el modelo cultural es muy distinto al de otros países, como el de Estados Unidos. Este cuenta con una enorme participación del Estado en la formulación de la agenda cultural y en la financiación de compañías de teatro. Se apoya a través de convocatorias públicas -como México en Escena-Grupos Artísticos (MEGA) perteneciente al Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) o el Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Teatral Nacional; en la Edición y Publicación de Obras Literarias Nacionales; de Artes Visuales; Danza; Música en los Campos específicos de Dirección de Orquesta, Ejecución Instrumental y Vocal de la Música de Concierto y Jazz (EFIARTES)- a las compañías a través de recursos públicos (becas, prestamos de espacio a través de comodatos, paquetes de apoyo, etc.). Y si bien existen apoyos, estos son insuficientes. En 2023, la Secretaría de Cultura destinó en su totalidad el estímulo fiscal EFIARTES a 57 compañías de teatro.

De acuerdo con los datos de DENUÉ publicados en mayo de 2024, en México hay 2,564 empresas de compañías y grupos de espectáculos artísticos y culturales con 0 a 10 empleados (Secretaría de Economía, s.f.). Con esta información se demuestra que el apoyo gubernamental está limitado. Situación que dificulta la solvencia económica de las compañías de teatro ya que estas dependen de los recursos públicos para subsistir.

Si bien el teatro comercial padece problemas económicos, uno de incidencia social como el que hace el CEDRAM se enfrenta a más retos ya que no tiene ni busca el alcance comercial y mediático.

La financiación del CEDRAM en sus inicios gozaba de muchos recursos gracias a un excelente vínculo que sus fundadores, Luis de Tavira y Miguel Ángel Cárdenas, supo tejer con las diferentes instancias gubernamentales, empresariales y a generosos donantes que creían y veían a este proyecto como uno de suma valía para la sociedad y para el arte. Pero, a 21 años de su fundación, el panorama socio político ha cambiado drásticamente. Las empresas, los donantes y la voluntad política no es la misma y esta se encuentra fragmentada.

El reto actual es dejar de ver al Estado mexicano como la única fuente de ingresos que debe de tener una compañía. Pero eso no es sencillo, se debe comenzar a cultivar en las empresas la idea de que el teatro es benéfico para ellas, que en él hay un poder de transformación social que, de impulsarlo, se podrían desencadenar procesos económicos,

sociales, culturales y artísticos positivos para las empresas y para desarrollar sociedades más pacíficas, sensibles y críticas.

Marco metodológico

Para el diseño, la planeación y la ejecución de este proyecto PAP se trabajó tomando como base la metodología de *Transformar la realidad social desde la cultura: planeación de proyectos culturales para el desarrollo* de los autores Andrea Barrios Nogueira y Ángel Patricio Chaves Zaldumbide y gestada desde los aportes que diversos pensadores, escritores y gestores culturales han compartido poniendo en común sus ideas y sus formas de trabajar y abordar la gestión cultural.

La *Planeación de Proyectos Culturales* es una respuesta contemporánea a la manera en que se organizan los servicios culturales. Esta metodología nos permite implementar diversas herramientas que propician una adecuada toma de decisiones en el proyecto y le da sentido y razón a la acción cultural.

De esta metodología se seleccionaron cuatro herramientas que nos permitieron estructurar los esfuerzos y direccionar el trabajo hacia los objetivos del proyecto, estas a su vez fueron adaptadas a la naturaleza y al actuar del Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM). Estas herramientas son: Diagnóstico situacional, Árbol del problema, Diseño de proyecto, y el Diseño de la evaluación del proyecto cultural:

Diagnóstico situacional

El diagnóstico situacional nos permite identificar y analizar la problemática sociocultural que le da origen al proyecto mismo. Se entiende por problemática sociocultural a una situación relacionada con el ámbito de intervención del proyecto cultural que el equipo desea transformar.

Una vez identificada la problemática central, se formula y redacta a través de un enunciado que expresa la problemática de estos actores con respecto a la realidad identificada. Existen muchas herramientas para encontrar una problemática central y su futura solución, una de ellas es el árbol del problema.

Árbol del problema

El árbol del problema busca generar un análisis situacional del problema que da origen al proyecto cultural. Se divide en *síntomas*, aquellas evidencias que visibilizan el problema; *causas directas*, las que generan el problema en forma inmediata, sin ninguna mediación; *causas indirectas*, aquellas que inciden en las causas directas y no tienen una relación inmediata con el problema; *causas estructurales*, que son factores o situaciones del sistema económico, político y social que inciden en forma determinante a todo el conjunto del problema; y el *enunciado de la problemática central*, que es el punto central a trabajar.

Diseño de proyecto

Esta herramienta es la sistematización documental de los acuerdos generados por los actores del proyecto en torno a la problemática que se desea transformar, los objetivos que quieren alcanzar y la operativización de la propuesta de acción a seguir para su logro.

El diseño del proyecto comprende no solamente la redacción del documento sino, fundamentalmente, los espacios de encuentro entre los sujetos participantes para el análisis, la reflexión y la identificación de los acuerdos y/o desacuerdos relacionados con la iniciativa en torno a qué se quiere transformar o lograr; cómo se va a hacer; quiénes se responsabilizan de su ejecución; y con qué recursos lo vamos a realizar. Implica un proceso de construcción intersubjetiva cuyos acuerdos se concretan y sistematizan en el documento de proyecto.

Lo siguiente son las categorías que contiene este proyecto cultural:

- **Título del proyecto:** Denominación que debería considerar tanto la problemática como el objetivo del proyecto. La idea es que el proyecto tenga una denominación concreta que lo “distinga” de otras propuestas de acción y, por lo tanto, que comunique la intencionalidad del equipo de planeación.
- **Cobertura social del proyecto:** Esta categoría hace referencia a los grupos sociales y culturales (sujetos, poblaciones, instituciones y/o comunidades) que recibirán en forma directa o indirecta el servicio y las prestaciones que generan las actividades del proyecto.
- **Fundamentación del proyecto:** Explicación y sustento con evidencias empíricas de la validez y de la pertinencia del proyecto cultural que se propone.

- **Prioridad de política o la prioridad institucional en la que se enmarca el proyecto:** Responde a la pregunta ¿Para qué se va a ejecutar el proyecto? Es la explicación de la contribución que el proyecto cultural hace a la concreción de una determinada política.
- **Enunciado del problema sociocultural que da origen al proyecto:** Se trata de identificar y describir con claridad el problema que da origen al proyecto, así como sus manifestaciones y principales causas identificadas en el árbol del problema.
- **Objetivos del proyecto:** Es el enunciado que responde a la pregunta ¿qué va a lograrse con el proyecto? De acuerdo con la naturaleza y con la complejidad del proyecto cultural es posible identificar un objetivo general únicamente o un objetivo general y varios objetivos específicos.
 - **Objetivo General:** Refiere concretamente al enunciado de transformación de la problemática que da origen al proyecto. Por lo tanto, su formulación requiere en forma indispensable tomar en consideración el enunciado de la problemática sociocultural enunciada en el árbol del problema.
 - **Objetivos específicos:** Son los enunciados que expresan la transformación de las causas críticas del problema, las mismas que fueron identificadas en el árbol del problema. Se definirán tantos objetivos específicos como causas críticas se hayan identificado.

Para el enunciado de los objetivos del proyecto es importante considerar que:

- Un objetivo debe expresar un sólo resultado a lograr.
- Todo objetivo debe tener una delimitación social y geográfica al igual que el problema que le dio origen.

- **Actividades:** Esta categoría responde al ¿Cómo se va a lograr el objetivo del proyecto? Refiere a los “medios” y no a los fines; y, en específico, al conjunto de acciones suficientes y necesarias para lograr el objetivo general o los objetivos específicos del proyecto según el caso.

- **Líneas estratégicas del proyecto:** Corresponden a las cuatro grandes dimensiones operativas que deben considerarse como referente para el diseño de las actividades de un proyecto cultural: investigación, difusión, organización/vinculación y capacitación.

Las líneas estratégicas del proyecto serán identificadas para cada uno de los objetivos específicos del proyecto. Las líneas estratégicas son también un referente para la organización y conjunción de las actividades a ser diseñadas para cada uno de los objetivos específicos del proyecto.

- **Productos:** Son los bienes o servicios concretos y tangibles que genera cada actividad del proyecto. Se trata de las prestaciones que reciben en forma directa la población beneficiaria y los destinatarios directos del proyecto.
- **Cronograma de actividades:** Es un modelo de organización –más o menos preciso- en el que se presentan las unidades de tiempo (días, meses, trimestres, semestres, años), en los cuáles se ejecutarán las actividades del proyecto. Siempre en el tiempo de ejecución planeado para el desarrollo del proyecto cultural.

Diseño de la evaluación del proyecto cultural

Para la evaluación del proyecto es necesario la creación de indicadores. Se proponen cuatro tipos de indicadores para evaluar un proyecto cultural:

- **Indicadores de impacto:** Son los indicadores de la problemática que da origen al proyecto cultural, permiten analizar los cambios que genera el proyecto en la transformación de dicha problemática.
- **Indicadores de resultado:** Son aquellos que permiten conocer el logro de los objetivos específicos del proyecto.
- **Indicadores de proceso:** Permiten evaluar los niveles más operativos del proyecto: la ejecución de las actividades, los recursos y la ejecución del presupuesto del proyecto cultural.

- **Indicadores de producto:** Son aquellos que permiten evaluar los bienes y servicios que generan las actividades del proyecto.

1.2 Caracterización de la organización

El Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) surge como iniciativa de Luis Fernando de Tavira Noriega y Miguel Ángel “El Chamaco” Cárdenas en 2003 y a través de un acuerdo tripartito entre La Casa del Teatro, el gobierno Federal y Estatal. El inmueble que lo acoge, la "Quinta Eréndira", está ubicado en Pátzcuaro, Michoacán. Fue propiedad del General Lázaro Cárdenas y fue donado al Gobierno del Estado por su familia.

El principal objetivo es llevar oferta teatral, usualmente reservada a producciones en la Ciudad de México, a zonas no céntricas del país; esto mediante el proyecto de Teatro Trashumante y el Diplomado Intensivo de Actuación Dramática buscando la reconstrucción del tejido social.

El programa de Teatro Trashumante lleva producciones teatrales profesionales a comunidades que no cuentan con la infraestructura necesaria para recibir montajes teatrales complejos. Ha estado en función desde su creación en 2003 y consiste en tres teatros itinerantes que siguen la tradición de los carromatos de comedia, siendo el principal el Teatro Rocinante, un tracto camión que cuenta con la infraestructura necesaria para instalarse en plazas públicas o terrenos cercanos a comunidades formando un teatro con todos sus elementos técnicos (sonorización, iluminación y gradería) para dar espectáculos de calidad.

Desde su surgimiento, hasta el año 2020 el Teatro Rocinante ofreció más de 2,600 funciones en 120 comunidades en Michoacán, Jalisco, Nayarit, Querétaro, Guanajuato y Chihuahua beneficiando a más de 390,849 personas.

La labor de CEDRAM se basa en 3 principios:

- El teatro como derecho social.
- La identidad de una nación mexicana fundada también desde el teatro.
- La sociedad siempre será la mayor obra de arte.

Su misión es formar profesionales, promover y difundir el teatro, así como propiciar encuentros entre artistas y públicos para el disfrute de las artes vivas y las manifestaciones culturales principalmente en el Centro Occidente de México apoyados por una estructura de teatro itinerante. Por otro lado, su visión es ser una organización cultural reconocida por su calidad de obras teatrales y talleres formativos, que participa activamente en la construcción de valores, reflexiones e intereses junto con la sociedad mexicana, entendiendo al teatro como un derecho humano que nutra a las identidades locales y regionales.

El organigrama del Centro Dramático de Michoacán se divide de la siguiente manera:

- Directora general: Naolli Eguiarte
- Director técnico: Raúl Medina “Gigio”
- Músico: Julio Infante
- Director creativo y músico: Rodrigo Espinoza
- Administración y aseo: Ileri Araujo

En puestos ocasionales tienen desde transportistas, choferes, instaladores de estructuras, actores y actrices, directores, dramaturgos, voluntarios, técnicos, músicos, diseñadores de escenografía, iluminación y vestuario, etc.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Para comenzar a indagar sobre cuál era el problema central que este proyecto buscaba solucionar, fue necesario comenzar a identificar los síntomas que la originan. El CEDRAM usualmente recurre a la aplicación de becas y programas para operar (aparte del presupuesto que recibe por parte del gobierno federal y el estatal), estas convocatorias en su mayoría son gubernamentales. A su vez existen convocatorias que surgen desde el sector privado, pero estas no suelen tener tantos apoyos al teatro como si lo hacen con otras expresiones culturales como el cine o las artes plásticas. Esto hace suponer que el sector privado no suele mirar al teatro como una actividad de relevancia.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	Las personas con capacidad de decisión en las empresas nacionales e internacionales desconocen la capacidad del teatro para visibilizar problemáticas sociales y transformarlas.			
CAUSAS DIRECTAS	No hay afinidad con las producciones teatrales del CEDRAM.	No conocen proyectos de teatro itinerante como El Rocinante.	No hay vinculación entre el CEDRAM y personas de alta gerencia de las empresas.	La propuesta de colaboración con el Teatro Rocinante no son atractivas.
CAUSAS INDIRECTAS	Ofertas culturales más atractivas que el teatro.	No entran estas opciones en sus "manuales" de empresa.	Mucha competencia por la búsqueda del recurso.	Hay pocas personas con influencia que abogan por el teatro.
CAUSAS ESTRUCTURALES	Alta comercialización de productos de espectáculos a nivel internacional	Tope de donativos sin impuestos del SAT.	No son atractivos los beneficios fiscales.	El teatro no tiene una relevancia como bella arte.

Ilustración 2. Árbol del problema. Elaboración propia.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Una vez hecho el árbol del problema, se realizó el análisis del enunciado del problema y sus causas directas e indirectas para buscar la manera de solucionarlo. Para esto fue necesario socializar la información con la directora general del CEDRAM y así cotejarla, asegurando que lo encontrado en el análisis responde a la realidad de la institución.

La evidente dificultad para obtener recursos mediante los medios que ya utiliza el CEDRAM (convocatorias públicas y privadas) hace que sea necesario la búsqueda de otros canales de ingresos que puedan sostener las operaciones del centro y todos los proyectos que llevan a cabo, como la colaboración con empresas y el sector privado.

Una vez identificada la problemática, se contemplan las siguientes alternativas de trabajo:

1. Mantenerse en un estado de inacción.

2. Hacer actividades desde el PAP para la recaudación de fondos, como pueden ser rifas, venta de productos, eventos dentro del CEDRAM, entre otras.
3. Diseñar un plan de procuración de fondos enfocado en una campaña capital para recaudar un monto de dinero significativo dentro de un periodo de tiempo específico para la rehabilitación de la infraestructura del Teatro Rocinante a través de donativos mayores.
4. Identificar los proyectos que realiza el CEDRAM que tienen una mayor posibilidad de impacto y que pueden apoyar en la aplicación de convocatorias para obtener una mayor diversificación de recursos.

Ante estas opciones el equipo PAP consideró que las alternativas 3 y 4 podían ser óptimas para apoyar en la solución de la problemática identificada en el árbol del problema. Desde estas dos posibilidades de trabajo se generó una alternativa que las reunía, eligiéndose el trabajar en un proyecto de rehabilitación desde una campaña capital para el Teatro Rocinante, central para el cumplimiento de la misión del CEDRAM, que además de aproximarse al marco de su 20 aniversario, puede potenciar la capacidad de la organización para influenciar en los sectores públicos y privados como posibles aliados del teatro.

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

Para comenzar, se estableció el objetivo general y los objetivos específicos y, para cada uno de ellos, se definieron las actividades y los productos necesarios para su cumplimiento. Para hacerlo, utilizamos los enunciados del árbol del problema, los cuales están en negativo al representar problemáticas, y los transformamos a positivo. De esta manera representamos lo que queremos lograr, que no es otra cosa que la transformación de esa situación a algo mejor.

Una vez identificado los objetivos, se pensaron las actividades que serían necesarias realizar para que se lograrán. Y estas actividades se concretaron en productos específicos.

Objetivo General

Sensibilizar a las personas con alta capacidad de decisión dentro del sector privado para apoyen al CEDRAM en la rehabilitación del teatro itinerante “Teatro Rocinante” cuya misión es llevar productos escénicos a comunidades vulnerables en la región centro-occidente de México.

Objetivos Específicos	Líneas Estratégicas	Actividades
Objetivo Específico 1: Desarrollar una propuesta atractiva para que las empresas contactadas colaboren con el CEDRAM para la rehabilitación del Teatro Rocinante.	Promoción	Act. 1.1 Desarrollar un paquete de beneficios para donatarios con mockups visuales.
Objetivo Específico 2: Vincular el CEDRAM con las personas de alta gerencia de estas empresas.	Investigación	Act. 2.1 Hacer un listado de prospectos de donantes y patrocinadores para la campaña capital.
	Organización	Act. 2.2 Realizar una tabla de rangos para diversificación.
		Act. 2.3 Creación de círculo de Rosso para catalogar el nivel de cercanía de las empresas a contactar.
	Act. 2.4 Selección de empresas con las cuales se buscará la vinculación para la colaboración con el proyecto.	
Promoción	Act. 2.5 Crear un manual general que el CEDRAM puede usar para su contacto con donantes y patrocinadores.	

Objetivo Específico 3: Generar en las empresas afinidad con las producciones teatrales del CEDRAM.	Vinculación	Act. 3.1 Creación de presentación multimedia para las juntas con los donantes de empresas seleccionadas.
		Act. 3.2 Presentación de Prueba frente a invitados como fuente de retroalimentación.
		Act. 3.3 Presentación Final a los representantes de las empresas seleccionadas.

Tabla 1. Objetivos del proyecto. Elaboración propia.

Con el propósito de asegurar un desarrollo eficiente y organizado, se elaboró un cronograma detallado de actividades y productos, como se presenta a continuación. Este, al igual que otros procedimientos para administración del trabajo y sus contenidos se utilizó la paquetería Office de Microsoft (Word, Excel), así como Google Workspace (Docs, Sheets). Para llenarlo, se asignaron responsables que dieran seguimiento a las actividades y notificaran el estatus de estas, así como los plazos de trabajo para la realización de cada una. Este proceso se realizó en equipo.

ACTIVIDAD	AGOSTO			SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	12-19	20-26	26-31	2-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	1-4	5-11	12-18	19-25
Investigación del CEDRAM, documentos en la nube e identificación de problemática que el equipo PAP pudiera resolver															
Revisión página web del CEDRAM para identificar elementos faltantes o modificaciones															
Preparación de propuestas y preguntas para hacer en la junta con Naolli en Patzcuaro															
Creación de lista de posibles aliados e investigación de becas y convocatorias posibles de aplicación para el CEDRAM															
Junta con Naolli															
Presentaciones en clase al equipo PAP sobre el Plan de procuración de fondos y el Manual de patrocinios															
Generar las valoraciones de posibles aliados con metodología VIC															
Investigación/creación/alimentación de listado de posibles aliados															
Revisión página web del CEDRAM para identificar elementos faltantes o modificaciones															
Creación de google sheets con página de necesidades generales del rocinante															
Revisión, descarte y listado de documentos y materiales generados en PAPS pasados en carpeta DRIV															
Redacción de objetivos															
Tabla de rangos															
Creación de base de datos de empresas con posibles vínculos a las necesidades del Rocinante															
Generación de documento base para manual de patrocinios															
Creación y llenado de la herramienta de investigación de prospectos															
Primer borrador del árbol de problema															
Revisión y extracción de información de documentos de PAPS pasados para generar información para documento de manual de patrocinios															
Creación de tabla de beneficios para donantes															
Junta de equipo PAP para decidir qué elementos presentar ante Naolli															
Creación final del árbol de problema															
Edición de presentación madre a una resumida de campaña capital															
Revisión y extracción de información de documentos de PAPS pasados para generar información para documento de manual de patrocinios															
Revisión y correcciones de documentos para CEDRAM															
Círculos de Rosso															
Ejes temáticos															
Recuperación de gráficas, edición de colores, tipografía y estilo para mandárselo a Mariel y dejar todo homogéneo para la presentación ante Naolli															
Presentación y taller de Manual de patrocinio ante Naolli en el CEDRAM															
Curaduría de fotos existentes del público y proyecto del Rocinante															
Planeación de esquema y guión para presentación ante invitadxs															
Creación de esqueleto para guión de presentación ante invitadxs															
Transcripción y elaboración de minuto a minuto para presentación															
Ajustar cotización a 700 mil mxn															
Creación de presentación final ante invitadxs															
Creación de presentación con fotos y voz en off de Luis de Tavira															
Creación de animación cotización del Rocinante															
Presentación ante profesores e invitados															
Actualización de la presentación y guión en base a los comentarios recibidos de la primera presentación con las y los invitados															
Contacto con Catalina Morfin y Juan Larrosa para segunda presentación															
Presentación ante Catalina y Juan															
Ajustes de presentación con comentarios de los invitados															
Presentación final en el CEDRAM															
Presentación del RPAP															

Ilustración 3. Cronograma de Actividades PAP otoño 2024. Elaboración propia.

Objetivo específico 1: Desarrollar una propuesta atractiva para que las empresas contactadas colaboren con el CEDRAM para la rehabilitación del Teatro Rocinante.

- **Act. 1.1:** *Tabla con la relación Aporte – Beneficio para los prospectos.* Se desarrollaron paquetes de beneficios que incluyen elementos autorizados por el CEDRAM como opciones para ofrecer a patrocinadores. Los nombres de las categorías fueron elegidos para hacer referencia a personajes emblemáticos del libro El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha de Miguel de Cervantes, libro de donde a su vez surge el nombre del Teatro Rocinante.

Beneficios por cada categoría	GIGANTE DE VIENTO	DULCINEA DEL TOBOSO	SANCHO PANZA	QUIJOTE DE LA MANCHA	MIGUEL DE CERVANTES
	\$15,000	\$25,000	\$50,000	\$75,000	\$130,000
Placa conmemorativa en el CEDRAM con tamaño de Logo/Nombre correspondiente a la aportación					
Mención en página web, redes sociales y agradecimientos					
Reconocimiento de aportación (DIPLOMA)					
Kit de agradecimiento souvenirs del CEDRAM					
Logos en lonas					
Mención durante obras					
Experiencia CEDRAM (+talleres)					
Función para empresa					

Ilustración 4. Paquetes de beneficios. Elaboración propia.

Objetivo específico 2: Vincular el CEDRAM con las personas de alta gerencia de estas empresas.

- **Act. 2.1:** *Listado de prospectos de donantes y patrocinadores para la campaña capital.* Para poder desarrollar esta actividad se utilizaron herramientas como Excel para el listado, este por su lado, fue obtenido a partir de búsquedas en internet las cuales se basaron en revisar aquellas empresas que tienen relación a las necesidades del Teatro Rocinante (como ser parte de la industria de autotransporte o que venden las refacciones que se necesitan actualmente) o que bien tienen antecedentes filantrópicos como certificaciones de Empresa Socialmente Responsable (ESR), que

han participado en campañas de donación para instituciones culturales, que tienen programas de apoyo o que bien tienen una relación cercana a ITESO.

Posibles ALIADOS	ALIADOS ESTRATÉGICOS GRANDES (LÍQUIDOS/ESPECIE)	
	GIRO	Ubicación
Home Depot	Ferretería, Bricolaje, Material de construcción	
Grupo Castores	Paquetería nacional	
CANACAR	-Cámara Nacional del Autotransporte de Carga _región Occidente	
SCT México		
Revista Transportes y Turismo		
Michellin	Llantas . . . responsabilidad.social@michelin.com	
Freightliner - Daimler México	Marca del Tráiler	
ADAVEC	Asociación de Distribuidores Daimler Vehículos Comerciales México (ADAVEC)	
Navistar México	Camiones y Motores	
FRUEHAUF MEXICO	Fabricación de equipos de remolque	
Asociación de Mujeres Operadoras	Mujeres en la industria del autotransporte	
Autozone		
JAC	Han estado patrocinando el festival cervantino...	
Materioteca ITESO (fabricantes)	Triplay reciclado, plásticos, etc.	
Kimberly-Clark Foundation?	programas con contribuciones financieras, donaciones de productos de Kimberly-Clark y	

Ilustración 5. Posibles aliados/prospectos. Elaboración propia

- **Act. 2.2:** Realizar una tabla de rangos para diversificación. Calificación VIC de cada prospecto según Vínculo con el que se cuenta en la actualidad, el Interés que podría generar en el proyecto para el prospecto y Capacidad económica de cada donante potencial en un rango de 0 a 5. La sumatoria de estas tres clasificaciones arroja un total que representa la puntuación de oportunidad de colaboración, siendo la máxima puntuación posible 15.

Nombre	Tipo	Vínculo	Interés	Capacida	Total
Fundación Dalton	Fundación internacional	4	5	5	14
Tracsa Cat	Empresa internacional	2	5	5	12
Fundación Santander	Fundación internacional	2	5	5	12
Busman Transporte de personal	Empresa nacional	5	2	5	12
AutoZone de México, S. de R.L. de C.V	Empresa internacional, Empresa nacional	1	5	5	11
Fundación Berel: Color con Causa	Empresa nacional	1	5	5	11
CANACAR	Camara de comercio	1	4	5	10
JAC	Empresa internacional	0	5	5	10
Fundación Femsa	Fundación nacional, Fundación internacional	0	5	5	10
Braskem	Empresa internacional	0	5	5	10

Ilustración 6. Metodología VIC aplicada a donantes. Elaboración propia

- Act 2.3:** Creación de círculos de Rosso para catalogar el nivel de cercanía de las empresas a contactar. Aquí se generó de manera gráfica una cconcentración de resultados de puntajes ordenados y presentados de manera gráfica. Con esta herramienta realizada desde Excel pudieron determinarse los 5 prospectos principales a los que se dirige el plan de procuración durante el periodo.

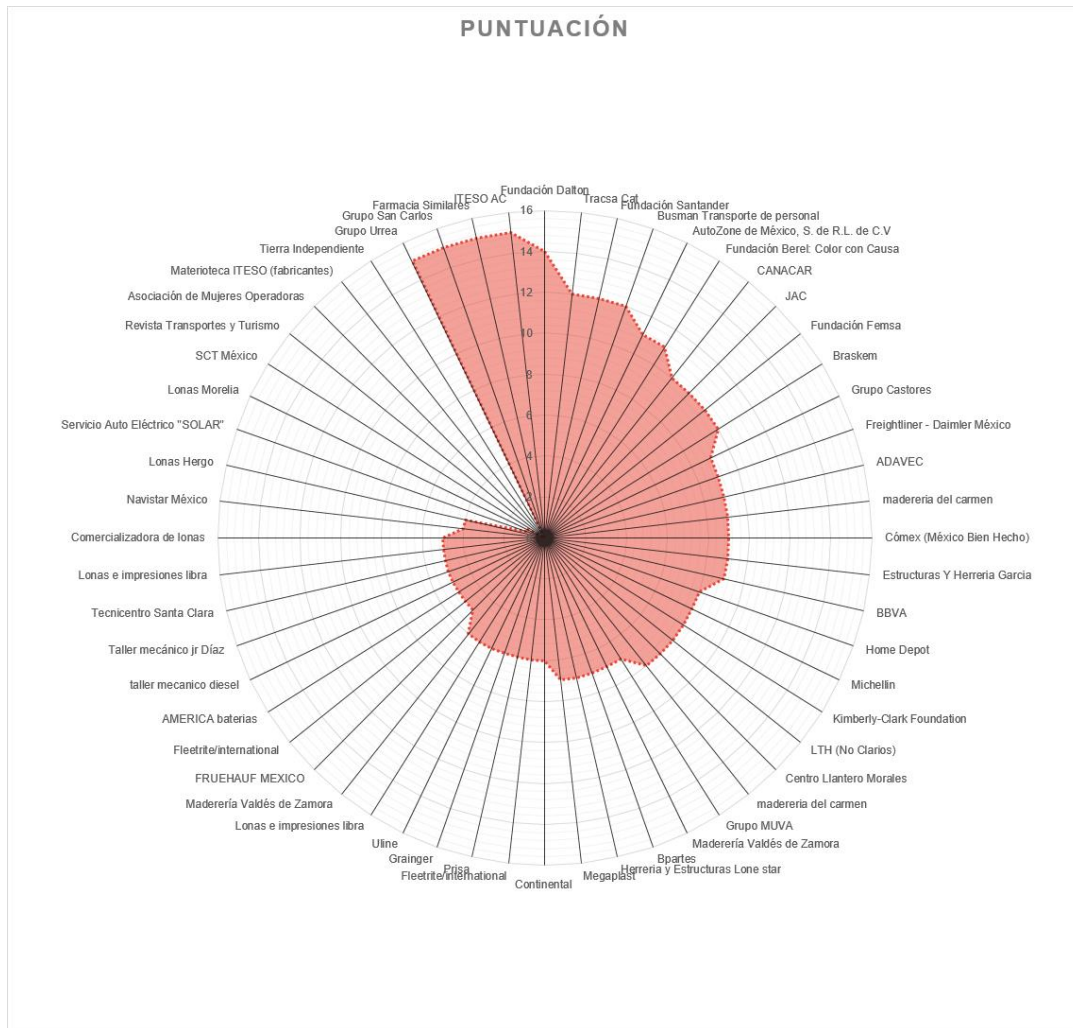


Ilustración 7. Círculo de Rosso basado en metodología VIC aplicada a donantes. Elaboración propia

- **Act. 2.4:** *Listado con 5 principales empresas a las que se busca contactar.* Selección de empresas con las cuales se buscará la vinculación para la colaboración con el proyecto.

Para dar con los 5 prospectos con mayor puntaje se planteó la propuesta de contactar a dueños de empresas que tuvieran alguna relación con el ITESO, los proyectos sociales que realiza la universidad y una cercanía a la Compañía de Jesús ya que dos de sus exdirectores fueron jesuitas. Para tener esta información se realizó el análisis VIC de todas las empresas que se colocaron en la tabla de prospectos y posteriormente se buscó representar gráficamente los resultados en un diagrama circular en Excel para ubicar mejor visualmente a las empresas con las que hay mayor posibilidad de colaboración.

- **Act. 2.5:** *Manual de plan de patrocinios para colaboraciones.* Creación de un manual general que el CEDRAM puede usar para su contacto con donantes y patrocinadores. Este manual fue realizado a desde el diálogo e integración de la información disponible desde el contacto con CEDRAM y los contenidos de su página Web, con los que se unificaron elementos como objetivos de la institución, misión y visión.

Los contenidos fueron revisados colectivamente y se pasaron a un documento diseñado con el programa Adobe InDesign con el fin de entregar a la organización una base para trabajo que contara no solo con la información necesaria, sino que también se pudiera integrar la identidad gráfica.

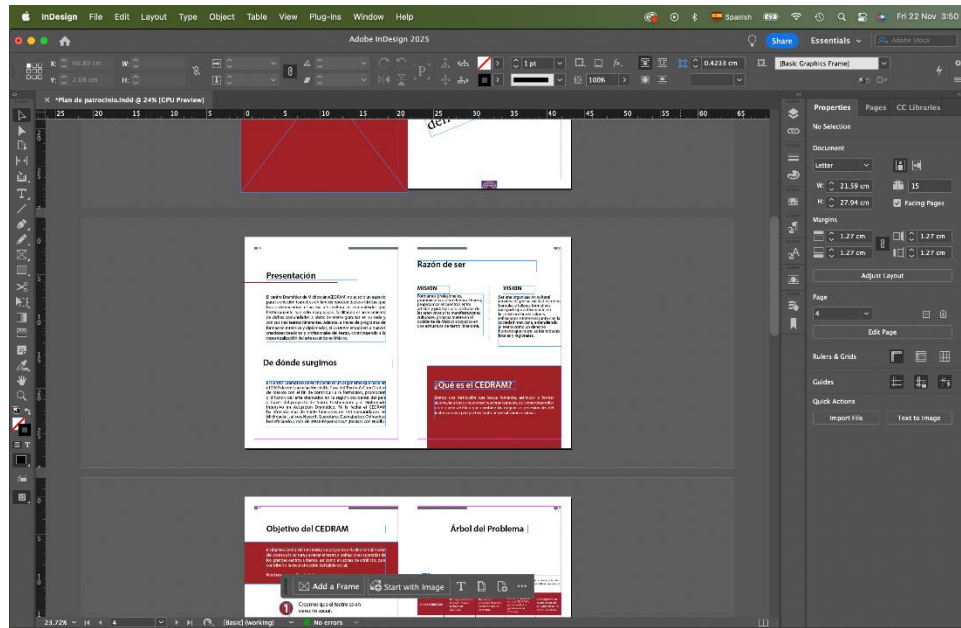


Ilustración 8. Elaboración del Manual de Patrocinios en Adobe InDesign. Elaboración propia

Objetivo específico 3: Generar en las empresas afinidad con las producciones teatrales del CEDRAM.

- **Act. 3.1:** Creación de presentación multimedia para las juntas con los donantes de empresas seleccionadas. Se realizó una serie de diapositivas con la información pertinente para la presentación del proyecto frente a los prospectos. Donde se incluyen recursos como la forma en que se lleva a cabo una gira de El Rocinante, testimonios de productores y público, el financiamiento actual de las operaciones del CEDRAM, el presupuesto para la rehabilitación de El Rocinante y la propuesta de acción para los prospectos. Para esto se utilizó la herramienta Canva.



Ilustración 9. Presentación multimedia en CANVA. Elaboración propia.

- **Act. 3.2:** *Presentación de Prueba con invitados como fuente de retroalimentación.*
Se realizó la invitación a 6 profesores del ITESO de los cuales asistieron 4:
 - Mónica Varela- Profesora de Financiamiento Cultural ITESO
 - Ana Luisa Ramírez- Profesora de Financiamiento Cultural ITESO
 - Christofer Estrada - secretario del Rector de ITESO
 - Diana Rodríguez- Profesora de Innovación y emprendimiento ITESO

Frente a ellos se realizó la presentación a manera de prueba con la expectativa de recibir retroalimentación por parte de los invitados. Para esto se realizó también una encuesta utilizando la herramienta Forms de Microsoft para recuperar la información. Lo que arrojó un Excel de resultados de la retroalimentación por parte de los invitados y correcciones pertinentes de la presentación.



*Ilustración 10. Primer pitch del proyecto para obtener donativos con invitados.
Elaboración propia.*

- **Act. 3.3:** *Presentación a directora General Académica y director del DESO.* Encuesta a ambos para sondeo de actividad. Para esta actividad se corrigió la presentación con base en la retroalimentación que dieron los profesores del primer pitch y se preparó la nueva información para presentárselo a los nuevos invitados. Para realizar la presentación nuevamente se utilizó la herramienta Canvas, así como iMovie y Photoshop para realizar los videos y algunas de las imágenes.



Ilustración 11. Segundo pitch con la directora general Académica y el director del Departamento de Estudios Socioculturales.

Al finalizar la presentación, se les entregó una encuesta que previamente se había realizado en Google Forms y después se imprimió para asegurar que se respondiera.

Sobre el Teatro

En este breve formulario queremos saber tus opiniones respecto a ver al teatro como un sector atractivo para la industria privada.

Del 1 al 4, ¿qué tan atractivo te resulta el teatro? (1 siendo el más bajo y 4 el más alto)

1 2 3 4

Antes de esta charla, ¿conocías a empresas que apoyaran al teatro?

sí no

En caso de responder que sí, ¿cuales son?

Previo a la charla, ¿habías escuchado sobre el Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM)?

sí no

Previo a la charla, ¿considerabas que el teatro era atractivo para las empresas?

sí no

Después de la charla, ¿crees que las empresas verían atractivo apoyar la producción de obras teatrales del CEDRAM?

sí no tal vez

Opinión libre sobre la presentación o aspectos a mejorar:

Muchas gracias por tu tiempo!

Ilustración 12. Encuesta de evaluación para invitados. Elaboración propia.

- **Act. 3.4: Presentación Final a los representantes de ITESO A.C.** Confirmación de colaboración y presentación a realizarse el 25 de febrero del 2025

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

El trabajo durante el PAP otoño 2024, puede considerarse como uno exitoso, a lo largo del semestre se trabajó en búsqueda de generar oportunidades para la rehabilitación del Teatro Rocinante, en búsqueda de que este pueda volver a rodar y llevar productos escénicos a comunidades vulnerables. Así pues, el trabajo realizado dio como resultado la generación de

un Plan de Procuración de Fondos enfocado en una Campaña capital que fue puesta en marcha y obteniendo buen recibimiento no solo por quienes apoyaron en los procesos de evaluación de este, sino que también por el CEDRAM.

Durante el semestre el equipo PAP trabajó desde el enfoque en el problema del desconocimiento por parte de aquellas personas con capacidad de decisión en las empresas mexicanas e internacionales, sobre la capacidad transformadora del teatro y capacidad para visibilizar problemáticas sociales y como herramienta para su transformación.

Por ello más allá de apoyar el CEDRAM con una posible metodología para la rehabilitación del Teatro Rocinante, se optó por el encuentro con aquellas personas con capacidad de decisión y a partir de los procesos de creación y seguimiento del Plan de Procuración de Fondos, se buscó el contactar con aquellos prospectos a donantes con los que se consideró habría más oportunidad para mostrar la mencionada capacidad reformadora del teatro con aras en obtener su apoyo, se realizaron presentaciones a miembros de ITESO, desde las cuales se dio a conocer la labor del proyecto y se revisó su ejecución y contenidos.

Los resultados obtenidos pueden medirse desde tres aspectos clave: los indicadores de impacto, de resultado, de proceso y de producto; las valoraciones cualitativas (comentarios) tanto de profesorado y directivos de ITESO, así como de Naolli Eguiarte del CEDRAM; y finalmente con los logros en cuanto al vínculo generado en torno a los posibles aliados.

- **Plan de Procuración de Fondos**

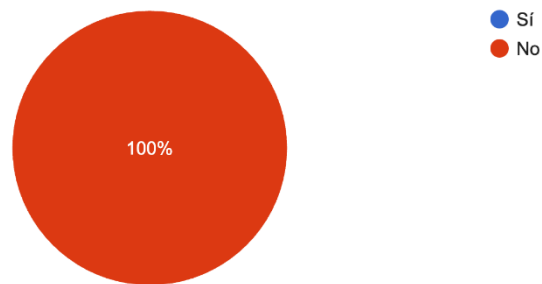
En el desarrollo del plan de procuración de fondos la intención de esta actividad era Vincular el CEDRAM con las personas de alta gerencia de estas empresas y lo que se logró conseguir fue un manual de plan de patrocinios, en el que se pudo plasmar los pasos a seguir para desarrollar la procuración de fondos para prospectos.

Este documento será de utilidad para el CEDRAM para mantener los proyectos futuros, además de darle formalidad a un proceso dentro de la institución.

- **Presentaciones**

Se realizaron varias presentaciones en las que se buscaba medir el impacto de esta en los asistentes y además se invitaron profesores que pudieran sumar a la mejora de esta. Se pasó por 2 fases esenciales, la primera fue la de profesores, en esta se logró obtener retroalimentación sobre mejoras en la presentación, en la manera de presentar y fue un acercamiento muy bueno a impacto que se deseaba generar en las personas que escucharan nuestra historia por contar.

Antes de esta charla, ¿conocías a empresas que apoyaran al teatro?
3 respuestas



Gráfica 1. Respuestas de retroalimentación de profesores. Elaboración propia.

Después de realizar los cambios necesarios dentro del pitch y la presentación se buscó presentar ante instancias más altas e importantes que acercarían a los prospectos finales y es que se logró pactar una presentación a la Directora General Académica y Director del DESO. Se obtuvieron comentarios positivos y la Directora General Académica mencionó a posibilidad de vincular este PAP con otros proyectos estudiantiles y además dijo que llevaría la propuesta de presentación a instancias más altas para poder presentar con uno de los prospectos, ITESO A.C.

Después de algunos días se recibió un correo donde la Directora General Académica invitaba al equipo PAP a una fecha para presentar frente al grupo esperado o enviar una carta directa a este grupo mediante ella. El equipo decidió aceptar la

fecha propuesta, por lo que el resultado de todas las presentaciones dio sus frutos en una junta con el prospecto más cercano a poder apoyar al Teatro Rocinante.

Continuando con las presentaciones, se desarrolló otra presentación para Naolli Eguiarte, con la intención de cerrar el semestre comentándole todas las actividades conseguidas y mostrándole la presentación que se realizó a las anteriores personas. Recibimos comentarios muy positivos de ella en cuanto a la presentación que se hará para los prospectos de ITESO A.C.

1.7. Bibliografía y otros recursos

- Baraúna, T. y Motos, T. (2009). De Freire a Boal: Pedagogía del Oprimido. Ciudad Real.
- Barrios Nogueira, A. & Chaves Zaldumbide, A. P. (2014). *Transformar la realidad social desde la cultura: planeación de proyectos culturales para el desarrollo*. Vol. 34. CONACULTA. México: CONACULTA-DGVC.
- Contreras, E. (2021). Historia mínima del teatro en México. El Colegio de México, 2021. 191 p. <https://elibro-net.ezproxy.iteso.mx/es/ereader/iteso/194915?page=15>
- Data México (2024). Compañías y Grupos de Espectáculos Artísticos y Culturales. Secretaría de Economía. México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/industry/performing-arts-companies?genderOrInformal=genderOption>
- González, J. y Bachoff, M. (2023). Análisis geoespacial de las condiciones de ubicación y movilidad de la población como determinantes de la accesibilidad-aislamiento geográfico del sistema de localidades de México. Gobierno de México. <https://imt.mx/resumen-boletines.html?IdArticulo=585&IdBoletin=204#:~:text=La%20medida%20de%20accesibilidad%20daislamiento,2%20500%20o%20m%C3%A1s%20habitantes>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). Número de habitantes de Michoacán de Ocampo. INEGI. <https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mich/poblacion/>

- Modecult (2023). MÓDULO SOBRE EVENTOS CULTURALES SELECCIONADOS (MODECULT). INEGI. COMUNICADO DE PRENSA NÚM. 414/23 2023 https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/modecult/MODECULT_23.pdf
- Núñez de la Peña, F. J. (2022). Artes Escénicas. Once miradas económicas a la cultura. ITESO: México.
- OCDE. (1993). Glossary of Industrial Organisation Economics and Competition Law.
- Papadópulos, E. (2019). *El Teatro Como Medio De Transmisión Y Transformación Ideológica. Una Mirada Desde La Perspectiva Teórica De Gramsci Sobre El Teatro Mexicano*. Mexicano. Huella De La Palabra, (13), 82–103. <https://doi.org/10.37646/huella.vi13.383>
- Secretaría de Cultura (2023). Por primera vez, el estímulo Efiartes 2023 para teatro será destinado en su totalidad a 57 compañías. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/cultura/prensa/por-primera-vez-el-estimulo-efiartes-2023-para-teatro-sera-destinado-en-su-totalidad-a-57-companias?idiom=es-MX>
- SIC México (2024). Teatros. <https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=teatro>
- Sistema de Información Cultural (2024). Teatros en Michoacán. SICMéxico. https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=teatro&estado_id=16&municipio_id=-1
- Sistema de Información Cultural México (2024). Teatros. SICMéxico <https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=teatro>
- Tavira, L. (2005). Prólogo. En *Teatro Completo V*. Fondo de Cultura Económica. <https://elibro-net.ezproxy.iteso.mx/es/ereader/iteso/111084>
- Tavira, L. (2006). Hacer teatro hoy. El derecho al teatro. Arte y Escenas Ediciones: México.
- Thompson, J. (1993). Capítulo 3 El concepto de cultura. En *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de comunicación de masas*. Casa Abierta al Tiempo. Pp. 183-240.

1.8. Anexos generales



Ilustración 13. Equipo PAP otoño 2024 en las instalaciones del CREFAL.



Ilustración 14. Poleas de El Rocinante con musgo.



Ilustración 15. Luces de El Rocinante en mal estado.



Ilustración 16. Llantas de El Rocinante en mal estado.



Ilustración 17. El Rocinante estacionado en las instalaciones del CEDRAM.



Ilustración 18. Logo de la Casa del Teatro en una de las puertas del Teatro Rocinante.



Ilustración 19. Equipo PAP otoño 2024 en Pátzcuaro durante la primera visita de campo.



Ilustración 20. Presentación de estrategia de procuración de fondos a Naolli en el CEDRAM.

2. Productos

Plan de Procuración de Fondos

La función principal de la procuración de fondos es dar el sustento económico para lograr la misión de una institución. Para este proyecto se trabajó un plan de procuración de fondos basado en una campaña capital.

La campaña capital, la cual es un esfuerzo intenso por parte de una organización sin fines de lucro para recaudar dinero significativo, en un periodo de tiempo específico para la construcción o adquisición de inmuebles u otros proyectos específicos y se busca atraer principalmente a donativos mayores. Se destina principalmente a la renovación de infraestructuras o a la construcción o ampliación de inmuebles.

Para conseguir un donativo mayor es necesario realizar una prospección previa e investigarlos a través de una herramienta llamada VIC; el Vínculo, Interés y Capacidad que tiene un prospecto con nuestro proyecto. Una vez realizada la investigación, se busca una manera de comunicarse con ellos, en el caso de la campaña capital se hace a través de una estrategia denominada persona a persona. Esta consiste en acercarse personalmente a los prospectos y presentarles el proyecto.

Es por este motivo es que se decidió trabajar una campaña capital para buscar donativos mayores a través de empresas que quieran vincularse con el CEDRAM para rehabilitar el Teatro Rocinante. A continuación, un desglose de los elementos que conforman el plan de procuración:

PC PAP CEDRAM profes
Grupo privado

+ Nuevo Cargar Compartir Copiar vínculo Sincronizar Agregar acceso directo a OneDrive Descargar ...

Documentos > ENTREGABLES > 2024_OTONÑO > Procuración_ documentos y prospectos

Nombre	Modificado	Modificado por
Analisis de prospectos.xlsx	Ayer a las 20:33	FLORES GARCIA, DANIEL F
Cotización PAP 2024.xlsx	Ayer a las 16:48	REYES ROMERO, MARIA JI
Ejemplo factura patrocinio.png	25 de septiembre	REYES ROMERO, MARIA JI
Info completa Manual del Plan de Patrocinio...	27 de septiembre	REYES ROMERO, MARIA JI
LISTADO PROCURACIÓN EN DRIVE.docx	4 de noviembre	REYES ROMERO, MARIA JI
Manual del Plan de Patrocinio.docx	El lunes a las 22:29	REYES ROMERO, MARIA JI
Patrocinios Rocinante CEDRAM 2024 al 12 ...	Ayer a las 10:54	CORONA PEREZ, RICARD C
PLAN DE DESARROLLO - tabla de rangos, t...	15 de octubre	SALAZAR RODRIGUEZ, MJ
Plan de patrocinio CEDRAM.pdf	Ayer a las 16:19	REYES ROMERO, MARIA JI
Plan de patrocinio COMPLETO.pdf	Ayer a las 16:28	REYES ROMERO, MARIA JI

Ilustración 21. Carpeta con archivos de procuración. Elaboración propia.

En la carpeta de entregables Procuración_documentos y prospectos, se subieron los productos de análisis de prospectos (Ilustración 24), la cotización de los materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto) y los posibles aliados en cuanto a piezas específicas para el Teatro Rocinante (Ilustración 25) con el fin de desarrollar la campaña capital basándose en esta información.

Tabla de investigación de patrocinadores						
Nombre	Tipo	Vincul	Interés	Capacida	Total	Notas
Fundación Dalton	Fundación internacional	4	5	5	14	Señor Dalton
Tracsa Cat	Empresa internacional	2	5	5	12	Dueño Nicaragüense que vive en Guadalajara, Sede en Lázaro Cárdenas Mich. puede buscarse colaboración
Fundación Santander	Fundación internacional	2	5	5	12	Tiene diversas becas y apoyos a la cultura. Conjunto Santander de Artes Escénicas.
Busman Transporte de personal	Empresa nacional	5	2	5	12	El dueño es amigo del papá de Odette
AutoZone de México, S. de R.L. de C.V.	Empresa internacional, Empresa nacional	1	5	5	11	AutoZoners, han apoyado al Teleton y a Casas Hogar.
Fundación Berel: Color con Causa	Empresa nacional	1	5	5	11	La fundación de Berel ya tienen un historial de rehabilitación de espacios educativos.
CANACAR	Camara de comercio	1	4	5	10	Apoyan a escuelas con transportes y dinero para mantenimiento (CONALEP y CECATI)
JAC	Empresa internacional	0	5	5	10	Ha apoyado al Cervantino 4 años consecutivos y muestra interés en el impulso de la cultura
Fundación Femsa	Fundación nacional, Fundación internacional	0	5	5	10	
Braskem	Empresa internacional	0	5	5	10	
Grupo Castores	Empresa nacional, Empresa internacional	0	4	5	9	Su visión se alinea con nuestro proyecto., tienen relación con canacar
Freightliner - Daimler México	Empresa internacional	0	4	5	9	Es la marca del camión rocinante y ha donado a Cruz Roja.
ADAVEC	Empresa internacional	0	4	5	9	Empresa que distribuye camiones Freightliner y Mercedes Adavec es la asociación de distribuidores de daimler
madereria del carmen	Empresa nacional	2	3	4	9	
Cómex (México Bien Hecho)	Empresa nacional	1	3	5	9	Cómex apoya a varios proyectos artísticos comunitarios, es un programa de impacto social que tiene por objetivo recuperar espacios públicos a través de intervenciones socio-artísticas para fortalecer el tejido social, fomentar el bienestar del país y mejorar la calidad de vida de las personas. Aunque es su objetivo el que me hace dudar de cómo obtener la donación de pintura ya que el CEDRAM no cuenta con los rubros de los apoyos que dan.
Estructuras Y Herreria Garcia	Empresa nacional	2	2	5	9	
BBVA	Empresa internacional	1	3	5	9	
Home Depot	Empresa internacional	1	2	5	8	Se ha contactado a un gerente de tienda en GDL Jalisco. Existe el interés en la convocatoria. Hay 4 sucursales en michoacan, 2 en morelia, 1 en uruapan y una en zamora
Michellin	Empresa internacional	0	3	5	8	Empresa socialmente responsable y fabrica llantas que usa el rocinante.
Kimberly-Clark Foundation	Empresa internacional	0	3	5	8	Para solicitar un donativo tienes que realizar lo siguiente: - Escribir al correo donativoskcm@kcc.com con datos de contacto (Nombre completo, empresa, teléfono, correo electrónico), carta petición de donativo, cédula fiscal.- Te enviaremos un correo con la lista de documentos que requerimos nos envíes..
LTH (No Claríos)	Empresa internacional	0	3	5	8	Baterías
Centro Llantero Morales	Empresa nacional	1	2	5	8	
madereria del carmen	Empresa nacional	2	1	5	8	
Grupo MUVA	Empresa nacional	0	2	5	7	
Maderería Valdés de Zamora	Empresa nacional	1	2	4	7	
Bpartes	Empresa nacional	1	1	5	7	
Herreria y Estructuras Lone star	Empresa nacional	2	1	4	7	
Megapiast	Empresa nacional	1	1	5	7	Tienen varias sucursales
Continental	Empresa internacional	1	0	5	6	Les sobran llantas
Fleetrite/internacional	Empresa internacional	0	1	5	6	
Prisa	Empresa internacional	0	1	5	6	
Grainger	Empresa internacional	0	1	5	6	no tiene apoyo a organizaciones Estado Unidos.
Uline	Fundación internacional, Empresa internacional	0	1	5	6	
Lonas e impresiones libra	Empresa nacional	1	1	4	6	
Madereria Valdés de Zamora	Empresa nacional	1	1	4	6	
FRUEHAUF MEXICO	Fundación internacional	0	0	5	5	
Fleetrite/internacional	Fundación internacional, Empresa internacional	0	0	5	5	No tienen ni siquiera una misión y visión mostradas al público. No se encuentran noticias de apoyo a causas sociales o culturales, pero sus productos nos pueden interesar
AMERICA baterías	Empresa nacional	0	0	5	5	Tienen productos que nos pueden interesar, pero no tiene historial de apoyar a causas sociales o culturales.
taller mecanico diesel	Empresa nacional	0	0	5	5	Dirección: 61608 Pátzcuaro, Mich. Teléfono: 434 136 7820 Dice tener servicio las 24hrs
Taller mecánico jr Diaz	Empresa nacional, Micro empresa (PYME)	0	0	5	5	Dirección: C. Ibarra 128, Centro, 61600 Pátzcuaro, Mich.; Teléfono: 434 101 3939 Horario: Lun - Sab 8:00 am - 7:00 pm
Tecnico Santa Clara	Empresa nacional, Micro empresa (PYME)	0	0	5	5	Lib. Ignacio Zaragoza s/n, Centro, 61600 Pátzcuaro, Mich.. Teléfono: 434 342 4742 Horario: Lun - Sab 9:00 am - 7:00 pm
Lonas e impresiones libra	Empresa nacional	1	0	4	5	
Comercializadora de lonas	Empresa nacional	0	0	5	5	
Navistar México	Empresa nacional, Fundación internacional	0	0	4	4	
Lonas Hergo	Empresa nacional	1	0	3	4	
Servicio Auto Eléctrico "SOLAR"	Micro empresa (PYME)	1	0	0	1	
Lonas Morelia	Empresa nacional	0	0	1	1	
SCT México		0	0	0	0	No aplica por el momento
Revista Transportes y Turismo		0	0	0	0	Nos va a servir para consultar otras empresas de transporte
Asociación de Mujeres Operadoras		0	0	0	0	Apoyo con CANACAR
Materioteca ITESO (fabricantes)		0	0	0	0	Catálogo de proveedores con Jared
Tierra Independiente		0	0	0	0	
Simbología de colores:						
Aliados para comunicación y difusión						
No aplica en el momento pero si para futuras ocasiones						
Misma Empresa						

Ilustración 22. Investigación y metodología VIC de los prospectos. Elaboración propia.

Esta herramienta (VIC) califica utilizando un rango de 1-5 el vínculo, el nivel de interés y nivel de capacidad económica de los prospectos; se categorizó el tipo de empresa (internacional, nacional o si es una fundación). Una vez sumando los números de cada una de las categorías a calificar, se sacó el total.

Los prospectos que tienen un total mayor al de 7 se investigaron a fondo y se recabaron datos relevantes, como contacto, misión, visión, o campañas sociales / culturales que hayan apoyado previamente, de dicha empresa o fundación. Esta información ayudó a crear el círculo de Rosso (el cual puede ser visualizado en la página 10 del Manual del plan de patrocinio).

ALIADOS ESTRATEGICOS GRANDES (LIQUIDOS/ESPECIE)				
Posibles ALIADOS	GIRO	Ubicación	Telefono	Convocatorias
Home Depot	Ferretería, Bricolaje, Material de construcción			
Grupo Castores	Paquetería nacional			
CANACAR	-Cámara Nacional del Autotransporte de Carga región Occidente			
SCT México				
Revista Transportes y Turismo				
Michellin	Llantas . . . responsabilidad.social@michelin.com			
Freightliner - Daimler México	Marca del Tráiler			
ADAVEC	Asociación de Distribuidores Daimler Vehiculos Comerciales México (ADAVEC)			
Navistar México	Camiones y Motores			
FRUEHAUF MEXICO	Fabricación de equipos de remolque			
Asociación de Mujeres Operadoras	Mujeres en la industria del autotransporte			
Autozone				
JAC	Han estado patrocinando el festival cervantino...			
Materioteca ITESO (fabricantes)	Triplay reciclado, plásticos, etc.			
Kimberly-Clark Foundation?	programas con contribuciones financieras, donaciones de productos de Kimberly-Clark y			
Tierra Independiente?	Compañía de teatro, Paulina Alvarez podría apoyar con infromación sobre posibles aliados, personas, fondos? Revisar..			
Fundación Femsa?	Fundación de cocacola			https://donativos.femsa.com/2
Braskem	Petroquímica PERO... TEMAS SOBRE CULTURA Ver página de patrocinios: Recursos financieros con/sin incentivos fiscales (exposición de marca), en Donativos con o sin incentivos fiscales, monetario, bienes, equipos.			https://www.braskemidesa.com.mx/patrocinios
Trasca Cat				
Continental	Llantas y autopartes			
LTH	Baterías de trailer			
FLEETRITE BATERIAS	Baterías de trailer			
AMERICA	Baterías de trailer			
BBVA				
SANTANDER				
DISOTRAC	Mecánica tractocamiones y refacciones	Av. Justo Sierra 366, Col. Agua Blanca Industrial, Zapopan, Jalisco	33 3684 2646	

Ilustración 23. Aliados estratégicos. Elaboración propia.

La dinámica de la tabla anterior (lustración 25) consiste en enlistar a posibles aliados, como es establecido en el mismo gráfico, y el giro comercial al que se dedica. Esta herramienta se creó para poder determinar si las empresas mencionadas hacen retribuciones en especie. Al final se dejó incompleta la tabla ya que el equipo tomó la decisión de contactar directamente a los prospectos con mayor puntaje (presentado en la tabla anterior), no sin antes hacer un primer acercamiento con empresarios que tienen conexión directa con ITESO S.A.C.V.

Manual de Plan de Patrocinio

Para que este proyecto pueda seguir en pie sin la presencia de los integrantes del equipo actual, se realizó un manual de plan de patrocinio que explica detalladamente qué es y qué hace el CEDRAM.

También describe la importancia que tiene el Teatro Rocinante a nivel sociocultural y cómo este proyecto itinerante se relaciona con la misión del Centro Dramático de Michoacán, a través de la presentación del objetivo de este y sus orígenes. Otros aspectos relevantes de este documento son los gráficos que explican al lector la problemática a la que se enfrenta el proyecto en cuestión y los análisis de las cantidades que se necesitan para llevar a cabo dicho proyecto.



CAMPAÑA CAPITAL
REHABILITANDO AL ROCINANTE

Ilustración 24. Portada del Manual de Plan de Patrocinio. Elaboración propia.

Presentación

El centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) no es solo un espacio para la creación teatral; es un faro de oportunidades artísticas que busca democratizar el acceso a la cultura en comunidades que históricamente han sido marginadas, facilitando el acercamiento de dichas comunidades a obras de teatro gratuitas en su sede y con sus tres teatros itinerantes. Además, a través de programas de formación intensiva y diplomados, el CEDRAM empodera a nuevos creadores/creadoras y profesionales del teatro, contribuyendo a la descentralización del arte escénico en México.

De dónde surgimos

El Centro Dramático de Michoacán es un organismo que nace en el 2003 desde la asociación civil la Casa del Teatro A.C. en Ciudad de México con el fin de contribuir a la formación, promoción y difusión del arte dramático en la región occidente del país a través del proyecto de Teatro Trashumante y el Diplomado Intensivo en Actuación Dramático. *A la fecha el CEDRAM ha ofrecido más de 2,600 funciones en 120 comunidades en Michoacán, Jalisco, Nayarit, Querétaro, Guanajuato y Chihuahua beneficiando a más de 390,849 personas.* (Revisar con Naolli)

Objetivo del CEDRAM

El objetivo central del CEDRAM y sus proyectos es la descentralización del acceso a la cultura y acercar el teatro a poblaciones apartadas de los grandes centros urbanos, así como en zonas de conflicto; para contribuir a la reconstrucción del tejido social.

Nos basamos en 3 principios:

- 1 Creemos que el teatro es un derecho social.
- 2 Creemos que la identidad de una nación se funda en su teatro.
- 3 Creemos que la mayor obra de arte será siempre la sociedad.

Razón de ser

MISIÓN

Formamos profesionales, promovemos y difundimos el teatro, propiciamos encuentros entre artistas y públicos para disfrutar de las artes vivas y las manifestaciones culturales; principalmente en el occidente de México apoyados en una estructura de teatro itinerante.

VISIÓN

Ser una organización cultural reconocida por su calidad de obras teatrales y talleres formativos, que participe activamente en la construcción de valores, reflexiones e intereses junto con la sociedad mexicana, entendiendo al teatro como un derecho humano que nutre las identidades locales y regionales.

¿Qué es el CEDRAM?

Somos una institución que busca fomentar, estimular y formar actores/actrices y creadores/creadoras teatrales, así como desarrollar un discurso artístico que combine las exigencias profesionales del teatro con una perspectiva tanto universal como nacional.

Árbol del Problema

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	Las personas con capacidad de decisión en las empresas mexicanas e internacionales desconocen la capacidad reformadora del teatro para visibilizar problemáticas sociales y transformarlas.			
CAUSAS DIRECTAS	No hay afinidad con las producciones teatrales del CEDRAM.	No conocen proyectos de teatro itinerante como El Rocinante.	No hay vinculación entre el CEDRAM y personas de alta gerencia de las empresas.	Las propuestas de colaboración con el Teatro Rocinante no son atractivas.
CAUSAS INDIRECTAS	Ofertas culturales más atractivas que el teatro.	No entran estas opciones en sus "manuales" de empresa.	Mucha competencia por la búsqueda del recurso.	Hay pocas personas con influencia que abogan por el teatro.
CAUSAS ESTRUCTURALES	Alta comercialización de productos de espectáculos a nivel internacional	Topo de donativos sin impuestos del SAT.	No son atractivos los beneficios fiscales.	El teatro no tiene una relevancia como Bella Arte.

Ilustración 25. Manual de Plan de Patrocinio. Elaboración propia.

Meta de Recursos y Tabla de Rangos

Cotización

Ítem	Cantidad	Especificación/Comentarios	Unidad	Marca	Cotización Abril 2023	Cotización PVP 2024	Notas	Enlace a web
Revisión Mecánica	1	funcionamiento de todos los sistemas de la unidad			\$1,000.00			
Revisión	13	anexo garant			\$11,500.00			
Lona Cubierta Rincinante	1	lona duraflex uso rudo con argolas de sujeción	15.0m		\$28,000.00	\$ 10,200.00	Furtiflex Guayaquil \$ 14,570.00 Lona Línea	https://www.cultrax.com/#!/catalog
Lona Cubierta Foco	1	lona duraflex uso rudo con argolas de sujeción (según plano)	sofón		\$26,000.00	\$6,750.00	Lona Línea	https://www.cultrax.com/#!/catalog
Lona Fretel alto	1	lona tacloc megaflex 650 con puerta de acceso (según plano)	8x5 m		\$16,000.00		Nota que en el caso del Megaflex tacloc en una lona tacloc usada para fabricación y en otro caso se requiere un ancho de 3000 cm Mensaje de megaflex (@anuncios)	https://thorflex.com/
Lona Triaxial medio	1	lona tacloc megaflex 650 con acceso (según plano)	9 x 5 m		\$18,000.00			
Lona Láminas Escenario	2	lona tacloc megaflex 650	9.5x5 m		\$28,000.00			
Lona Láminas F0262	2	lona tacloc megaflex 650	9.5x5 m		\$28,000.00			
Lona Superior Escenario	1	lona tacloc megaflex 650 (según plano)	8.5 x 6 m		\$25,000.00			
Lona Superior F0262	1	lona tacloc megaflex 650 (según plano)	8.5 x 6 m		\$25,000.00			
Batería F0262		batería uso rudo 49-900		LTA	\$10,000.00	\$10,800.00	En LTA AGM con 5 años de garantía te vende \$5,000. En LTA con garantía te vende \$3,300 con 4 años de garantía Servicio a batería instalador en cobertizo en UCL	https://www.lta.com.mx/
Teleros Plabulma	48	asón para 1a clase	2.5 x 0.2 m x 1.5	pag impomat	\$4,500.00	\$22,000.00		
Producción Teleros Rincinante	20	elaboro otros teleros			\$15,400.00	\$2,300.00		
Tijera Escenario	26	tijera 1 y 2 y 3 mm	1.22 (2.44m x 2.54mm)		\$10,000.00	\$19,400.00		
Producción Tijera Escenario	40	elaboro otros teleros			\$8,200.00			
Platina Escenario	20	plata única negro mate		Comex	\$7,000.00	\$7,120.00	Tres cubetas de 15 litros en comex fast	https://www.comex.com.mx/
Plata Carga	6	plata de acero 3 ply, encausadas			\$3,000.00			
Winch Carga Escenario	4m	gancho 3 ton			\$20,000.00			
Winch Carga F0262		gancho 3 ton			\$7,000.00			
Reparación Estructuras Metálicas	1.5m	colocación de soporte, bridas, de estructura, puntas de soporte, vases soporte de brida, vases de montaje de tornillos			\$11,000.00			
Platina Herrera	40	soporte acero negro		Comex	\$16,200.00	\$16,100.00	Cuatro cubetas de 15 litros en comex fast	https://www.comex.com.mx/
Llantas 4	24	Rincinante 255/70 R22.5 uso F0262.5		Belgoeste	\$88,200.00	\$40,436.00	En Belgoeste 600 cada lanta Belgoeste sale en \$12,100. 4 de repasa substar en \$40.00. Cada llanta suelta con repasa todo México gratis	https://www.belgoeste.com.mx/
Tractor Almacenamiento de Gase	1T	anexo para anticongelante cherrita, Frigifrimer			\$2,000.00			
TOTAL					\$147,630.00			
TOTAL + IVA					\$135,245.00			

*Ilustración 26. Presupuesto actualizado para Teatro Rincinante y meta de recaudación
Elaboración propia.*

En esta página se muestra uno de los productos más relevantes de la campaña, ya que muestra los materiales necesarios, sus precios y en general el presupuesto que se necesita para poder lograr la meta de rehabilitar el Teatro Rincinante.

Tabla de rangos

La tabla a de rangos sirve para diversificar el origen de los recursos y de esta forma asegurar el inicio de la campaña capital.

Rangos	Patrocinadores/Donantes	Prospectos	Total	Acumulado
\$130,000.00	15		\$130,000.00	\$130,000.00
\$75,000.00	26		\$150,000.00	\$280,000.00
\$50,000.00	58		\$150,000.00	\$430,000.00
\$25,000.00	51	2	\$125,000.00	\$555,000.00
\$15,000.00	6	12	\$90,000.00	\$645,000.00
Total			Total	\$645,000.00

\$130,000.00	\$75,000.00	\$50,000.00	\$25,000.00
			\$25,000.00
			\$25,000.00
			\$25,000.00
			\$25,000.00
	\$75,001.00	\$50,000.00	\$15,000.00
			\$15,000.00
			\$15,000.00
			\$15,000.00
			\$15,000.00

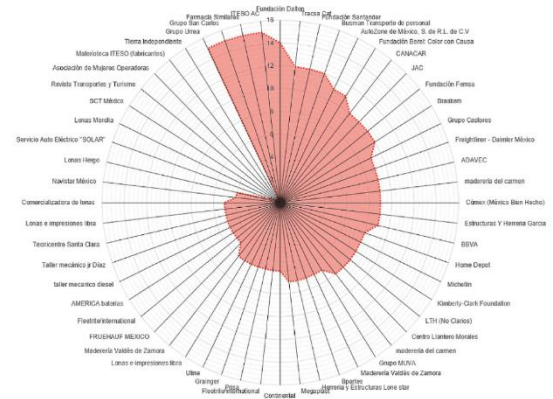
Ejes Temáticos

Estos ejes temáticos son una representación visual de los intereses de las empresas que apoyan a proyectos culturales con patrocinios o donativos. Esta herramienta nos permite relacionar las empresas con el CEDRAM a través de sus ejes de mayor interés y los principales de su trabajo.



Círculo de Rosso

Esta herramienta nos da una referencia de la vinculación, el interés y la capacidad que tienen las empresas para potencialmente apoyar al CEDRAM. DE esta forma se pueden direccionar los esfuerzos de manera más eficaz y efectiva.



La situación: El Rocinante

A casi 20 años del surgimiento del proyecto de teatro itinerante: "Teatro Rocinante", este tráiler que lleva el teatro a comunidades marginadas se encuentra detenido debido a malas condiciones infraestructurales, la cual no ha podido ser atendida ante un déficit de presupuesto y la posibilidad de asimilar los gastos necesarios para la rehabilitación desde las convocatorias mediante las que el CEDRAM obtiene recursos para operación.

El detenimiento del Teatro Rocinante significa una dificultad para que el CEDRAM pueda seguir con su objetivo:

Descentralizar el acceso a la cultura y acercar el teatro a poblaciones apartadas de los grandes centros urbanos, así como en zonas de conflicto; para contribuir a la reconstrucción del tejido social.

Ilustración 27. Gráficos y situación de El Rocinante en Manual. Elaboración propia.

Indicadores

- Cantidad de llantas recaudadas del total de 6 necesitadas.
- Cantidad de lonas recaudadas del total de 10 necesitadas.
- Cantidad de baterías recaudadas del total de 2 necesitadas.
- Cantidad de litros de pintura de los 100 litros totales necesitados.
- Monto económico recaudado del total de \$635,245.00 mxn .

Diseño de campaña

La campaña capital es un esfuerzo intenso y único que lleva a cabo una organización para recaudar recursos significativos específicos en un periodo de tiempo también específico.

Usualmente se destina este tipo de campaña a la construcción, a adquisición de bienes inmuebles o para proyectos específicos. Lo que se busca es atraer la atención de donativos mayores o de empresas que busquen colaborar a través de patrocinios.

Su fase privada se llevará a cabo a través de una estrategia de persona a persona para obtener recursos iniciales que permitan su avance. Una vez obtenido más de la mitad, en su fase pública, se utilizarán otras estrategias como la obtención de recursos vía plataformas de financiamiento, boteo, etc.

Sus fases se dividen en:

- 1 Planeación
- 2 Donativos de lanzamiento
- 3 Lanzamiento
- 4 Donativos principales
- 5 Donativos generales
- 6 Celebración

Para obtener el apoyo de recursos provenientes de los donativos mayores en la campaña capital es necesario hacer una investigación de prospección de con quienes acercarnos, priorizando nuestros ejes temáticos.

Persona a persona

Esta iniciativa cuenta con un gran porcentaje de efectividad, con ella se busca obtener donativos de rangos mayores e intermedios. También fortalece la relación la institución y las empresas, para que en el futuro puedan también ayudar en caso de futuras emergencias.

Una de sus desventajas es que las reuniones se deben de dar de forma presencial, lo que implica una inversión importante de tiempo.

Beneficios por cada categoría	GIGANTE DE VIENTO	DULCINEA DEL TOBOSO	SANCHO PANZA	QUIJOTE DE LA MANCHA	MIGUEL DE CERVANTES
	\$15,000	\$25,000	\$50,000	\$75,000	\$130,000
Placa conmemorativa en el CEDRAM con tamaño de Logo/Nombre correspondiente a la aportación					
Mención en página web, redes sociales y agradecimientos					
Reconocimiento de aportación (DIPLOMA)					
Kit de agradecimiento souvenirs del CEDRAM					
Logos en lonas					
Mención durante obras					
Experiencia CEDRAM (talleres)					
Función para empresa					

Ilustración 28. Indicadores y diseño de campaña en Manual. Elaboración propia.

Debido a que la meta inicial de este proyecto era el de buscar patrocinadores que quisieran apoyar a la causa, se generó esta tabla de aporte / beneficios. No se descartó este

producto ya que es posible que futuros proyectos puedan tomarla de referencia para iniciar su propia campaña capital.

Presentación para donantes

El siguiente producto es el apoyo visual con el que se pretende persuadir a los posibles donantes para que sea posible la rehabilitación del Teatro Rocinante.



Diapositiva 1. Portada. Elaboración propia



Diapositiva 2. PAP del CEDRAM y su historia. Elaboración propia

En primera instancia las diapositivas 1 y 2 como introducción al discurso y, sobre todo, al equipo de trabajo.



Diapositiva 3. CEDRAM. Elaboración propia

La diapositiva 3 está para definir brevemente lo que es y hace el CEDRAM, además de indicar en donde está ubicado.



Diapositiva 4. Elaboración propia.

En la diapositiva 4 se observa una nube de palabras clave que son las que describen las temáticas que se abordan en las obras que son presentadas por el CEDRAM y, por ende,

el Teatro Rocinante, dando a entender la importancia de este como catalizador de transformación social.



Diapositiva 5. Video de la historia de El Rocinante. Elaboración propia

En Diapositiva 5 se muestra uno de los productos del PAP integrados a la presentación multimedia: Video que muestra un poco de la historia del Teatro Rocinante, el impacto que ha tenido en las comunidades que ha visitado, cómo se mueve este tráiler y por donde ha estado, y la importancia que tiene el teatro a nivel cultural, descrito por el dramaturgo y fundador del CEDRAM, Luis de Tavira.



**“Ellos son
expertos haciendo
teatro, nosotros
en lo demás,,’**

KIM POU 2019

Diapositiva 6. Testimonio Kimberly Pou, profesora del PAP. Elaboración propia

En la sección de la diapositiva 6 se busca apelar a las emociones de los donantes con ayuda del testimonio de Kimberly Pou, maestra del PAP y ex actriz de esta compañía de teatro, quien de primera mano observó el impacto que dejó el Teatro Rocinante en las comunidades durante las varias giras que tuvo, antes de la pandemia.

Aliados

FONCA

ENART

sertull
FUNDACIÓN SERTULL A.C.



Cultura
Secretaría de Cultura

**Fundación
BBVA**



CAME

EFIARTES

Diapositiva 7. Aliados del pasado. Elaboración propia

Una vez compartida su vivencia, la profesora Kimberly explica el financiamiento que había recibido anteriormente este proyecto, con ayuda de la Diapositiva 7.

CEDRAM TIMES OTOÑO 2014

EL TEATRO ROCINANTE HA DEJADO DE IMPACTAR

+ 7, 200 personas de distintas localidades de los 9 estados que conforman el Centro Occidente de México.



+ De 60 funciones por gira...

Diapositiva 8. Impactos de El Rocinante. Elaboración propia.

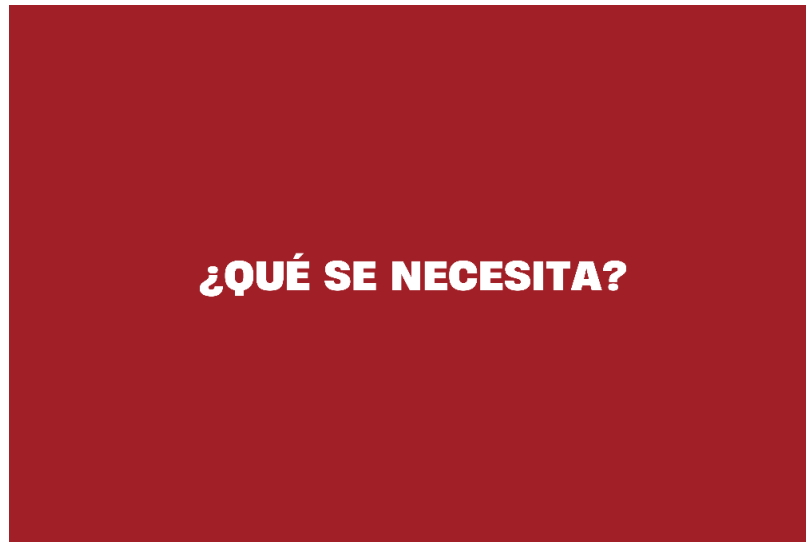
En la Diapositiva 8 se muestran nuevamente los datos de cuantos kilómetros recorrió El Rocinante antes de su pausa indefinida, un aproximado de los espectadores que asistieron en total y la cantidad de obras que se presentaban por gira a lo largo de los 15 años que estuvo activo.

“Llamados para transformar al mundo,,



Diapositiva 9. Testimonio Alumna PAP. Elaboración propia

En otra apuesta a lo emotivo, la Diapositiva 9 da pie a que una de las integrantes del equipo hable de como las empresas con afiliación a la Compañía de Jesús y sus proyectos educativos, tienen el poder de transformar realidades, por medio de su testimonio como estudiante con el apoyo de una empresa y bajo una filosofía Jesuita.



Diapositiva 10. Elaboración propia

En la diapositiva 10 se introduce el tema de los costos de cada uno de los productos y procedimientos necesarios para la realización de proyecto.

\$ 0.00



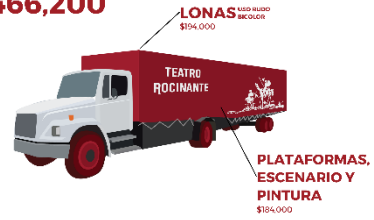
Diapositiva 11. Ilustración del estado actual de El Rocinante. Elaboración propia

\$ 88,200



Diapositiva 12. Elaboración propia.

\$ 466,200



Diapositiva 13. Elaboración propia.

\$ 527,425



Diapositiva 14. Elaboración propia.

\$ 535,425



Diapositiva 15. Elaboración propia.

\$ 603,425



Diapositiva 16. Elaboración propia.

\$ 603,425

\$ 700,000



Diapositiva 17. Elaboración propia.



Diapositiva 18. Elaboración propia.

De las Diapositiva 11 – 18 se muestra una representación gráfica del tráiler desde su estado actual hasta su estado ideal (rehabilitado) señalando en cada una de las diapositivas, los aspectos a renovar más el aumento del presupuesto que requiere cada uno de los materiales y modificaciones. Finalmente, en la Diapositiva 17, se observa el total que buscamos alcanzar, más IVA y al mismo tiempo se muestra la cantidad que puede aportar cada uno de los prospectos para llegar a la meta con su ayuda. En la Diapositiva 18 se muestran los logos de los prospectos a los que se aspira a conmovier y convencer, además de un Teatro Rocinante completo y rehabilitado.



Cumpliendo la misión: Gira de 20 años

OBRAS: 2

- Infancias
- Adultos y jóvenes

FUNCIONES: 60

PÚBLICO:

- 120 por función
- 7,200 en total

**ELENCO, CREATIVOS
Y STAFF: 35**

PLAZAS: 6 A 8

KILÓMETROS: 1360KM

Diapositiva 19. Elaboración propia.

En la siguiente diapositiva (Diapositiva 19) ya se aborda el plan para la gira de los veinte años de El Rocinante, mencionando la cantidad de tipos de obras a ofrecer, funciones que presentar, aproximado de público que asistirá; elenco, creativos y staff que se requerirán, plazas que se visitarán y kilómetros que se recorrerán.

**JUNTOS PODEMOS RODAR HACIA
NUEVAS REALIDADES**

¿NOS ACOMPAÑAN?

Diapositiva 20. Elaboración propia.

Por último, se tiene la diapositiva 20, el Call to Action. Con esto se cierra la presentación y damos apertura a preguntas.

Copy de correo CEDRAM

Este producto cumple con la función de contactar a través de un correo electrónico e institucional, a los posibles donantes, atendiendo así al objetivo 2 que busca el vincular el CEDRAM con empresas.

En él, se describe de forma concisa qué es el CEDRAM, el origen del Teatro Rocinante, la problemática que lo envuelve y también se hace la invitación a que se contacte al remitente de regreso, con el fin de entablar comunicación y así presentarles a fondo el proyecto. En este correo también se encuentran otros medios de contacto con el CEDRAM, así como su ubicación geográfica.



¡Hola!, desde el Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) te queremos extender una gran oportunidad:

APOYA AL TEATRO

El **CEDRAM** es una institución que desarrolla obras de teatro profesionales que presentan contenidos de calidad cuya intención es transformar la realidad social de quienes las consumen. v

Para que eso sea posible, el CEDRAM construyó en el 2005 el **Teatro Rocinante**, un teatro itinerante que rodaba por los caminos del Occidente del país transportando historias a las comunidades más alejadas de los centros urbanos que no cuentan con la infraestructura para el consumo de actividades escénicas.

Desde el 2020 el Teatro Rocinante detuvo sus funciones por la pandemia, su pausa vino acompañada de muchos deterioros a su infraestructura. A la fecha no hemos podido restaurarlo para que retome su andanza.

Desde el CEDRAM queremos saber por qué medio podemos contactarnos con ustedes para seguir platicando sobre el proyecto y solicitar su colaboración con el fin de reacondicionar el Teatro Rocinante.

Agradecemos de antemano su atención y esperamos su respuesta, saludos.

Atte. Centro Dramático de Michoacán.

Centro Dramático de Michoacán
Priv. de Lázaro Cárdenas SN, Revolución, 61609 Pátzcuaro, Mich.
(434) 342 6631 cedram2019@gmail.com



**CENTRO
DRAMÁTICO
DE MICHOACÁN**

Facebook
[Centro Dramático de Michoacán](#)

Instagram
[@elcedram](#)

Página Web
[Click aquí](#)

Ilustración 29. Copy de correo a CEDRAM. Elaboración propia.

Evaluación y Encuesta de retroalimentación

Como parte del proceso de evaluación realizado durante los pitches del proyecto, se definieron cuatro indicadores, estos dieron curso a modificaciones en discurso y la manera de presentar la información:

- ***De impacto:***

Con el fin de analizar los cambios generados por el proyecto se establecieron preguntas previas a la charla. Desde aquí se definieron preguntas para la encuesta de retroalimentación como: ¿Consideras que el teatro, al abordar temas sociales relevantes, podría aportar algún beneficio a la cultura organizacional o valores de tu empresa? O ¿De qué manera consideras que el apoyo de su empresa a proyectos culturales, como el teatro, podría contribuir a un impacto positivo en la comunidad y mejorar la percepción pública de la empresa?

- ***Indicadores de resultado:***

Cumplimiento de objetivos. Se llevaron a cabo revisiones en conjunto con los profesores PAP para revisar los avances hacia el cumplimiento del objetivo general del proyecto, como lo es el sensibilizar a las personas con alta capacidad de decisión dentro del sector privado, el cual puede considerarse va en buen camino para poder cumplirse.

- ***Indicador de proceso:***

Basado en los comentarios libres y anónimos dados por los invitados mediante Forms sobre las presentaciones. Se obtuvieron respuestas como: “El teatro es muy versátil para los intereses de prospectos. Porque no es solo —a lo que les Gusta el teatro. Sino el interés en los temas que tocan en escena”, la cual indica un impacto positivo de la presentación realizada.

- ***Indicadores de producto:*** De este indicador surge la encuesta creada e implementada para los pitches. De esta se pudieron obtener respuestas relacionadas a qué tanto impacto o cuales impresiones lograba hacer el equipo PAP con la presentación del pitch.

Sobre el Teatro

En este breve formulario queremos saber tus opiniones respecto a ver al teatro como un sector atractivo para la industria privada.

Del 1 al 4, ¿qué tan atractivo te resulta el teatro? (1 siendo el más bajo y 4 el más alto)

1 2 3 4

Antes de esta charla, ¿conocías a empresas que apoyaran al teatro?

sí no

En caso de responder que sí, ¿cuales son?

Previo a la charla, ¿habías escuchado sobre el Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM)?

sí no

Previo a la charla, ¿considerabas que el teatro era atractivo para las empresas?

sí no

Después de la charla, ¿crees que las empresas verían atractivo apoyar la producción de obras teatrales del CEDRAM?

sí no tal vez

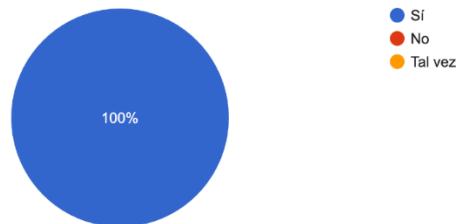
Opinión libre sobre la presentación o aspectos a mejorar:

Muchas gracias por tu tiempo!

Ilustración 30. Encuesta de retroalimentación. Elaboración propia

Después de la charla, ¿crees que las empresas verían atractivo apoyar la producción de obras teatrales del CEDRAM?

3 respuestas



Gráfica 2. Apoyar a CEDRAM. Elaboración propia

Wikipedia

Finalmente, otro de los productos que se intentaron hacer durante el desarrollo del PAP fue una página de Wikipedia que hablase del CEDRAM, se redactó la información y archivó en las carpetas. Sin embargo, los intentos por subirlo no funcionaron debido a que Wikipedia, detecta información a manera promocional o por no poder ser verificado desde otros artículos de la página.

Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) 🔍

Artículo [Discusión](#) ★

⚠️ Esta página no existe. A continuación se muestra como referencia el registro de eliminaciones, protecciones y traslados de la página.

- 10:48 26 sep 2024 Virum Mundi (discusión · contribs.) protegió la página Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) [Pueden crearla=Solo bibliotecarios] (Indefinido) (Véase *historial de borrados*) (agradecer)
- 10:48 26 sep 2024 Virum Mundi (discusión · contribs.) borró la página Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) (*Entre S/REL y promocional*) (agradecer)
- 20:37 20 sep 2024 Taichi (discusión · contribs.) borró la página Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) (*""G3"": Página de promoción, autpromoción, publicidad o que contiene muchos elogios innecesarios que no le permiten tener una ""redacción neutral""*.) (agradecer)
- 13:26 8 nov 2023 Geom (discusión · contribs.) borró la página Centro Dramático de Michoacán (CEDRAM) (*Artículo sin referencias o bibliografía añadida tras 30 días que permita cumplir el criterio de verificabilidad: Relevancia no demostrada tras 30 días*) (agradecer)

Actualmente no hay texto en esta página. Puedes [buscar este título de página](#) en otras páginas, o [buscar en los registros relacionados](#), pero no tienes permiso para crear esta página.

Ilustración 31. Intento de generación de página CEDRAM en Wikipedia. Elaboración propia.

3. Reflexión crítica y ética de la experiencia

El RPAP tiene también como propósito documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Lic. En Gestión Cultural Odette López Cuevas:

Cuando fuimos por primera vez al CEDRAM, fue una experiencia enriquecedora que complementó lo aprendido en clase. Escuchar a Naolli hablar de las problemáticas que

enfrenta el centro, especialmente en términos de financiamiento y el contexto nacional, me dejó con una sensación de frustración. Fue evidente que no podemos cambiar las estructuras profundas que afectan a instituciones como el CEDRAM de manera inmediata, y esa impotencia me confrontó con la ética de nuestra intervención. Me di cuenta de que, aunque no podamos resolver todo, nuestra responsabilidad ética radica en generar apoyo genuino y respetuoso, reconociendo nuestras limitaciones y el proceso largo que implica cualquier cambio.

A pesar de esa frustración inicial, la discusión con el equipo y las ideas que surgieron para abordar algunos de los problemas del CEDRAM me ayudaron a recuperar la esperanza. Sentí que podía hacer una contribución significativa, aunque fuera pequeña, para mejorar la situación del centro. Este acercamiento me permitió empatizar profundamente con la directora y el equipo, apropiándome del proyecto y sintiendo el impulso de buscar soluciones viables, siempre con una perspectiva ética y respetuosa de las realidades del centro.

Además, esta experiencia me permitió posicionarme frente a realidades físicas, sociales y culturales muy distintas a las mías. Al estar en contacto directo con las personas que reciben apoyo en el CEDRAM, comprendí mejor las desigualdades estructurales y cómo estas afectan sus vidas. Reconocí que nuestro papel no es solo ayudar, sino también entender y respetar esas realidades para ofrecer soluciones que realmente respondan a sus necesidades, sin imponer nuestras propias ideas, sino colaborando de manera inclusiva y responsable.

Lic. En Diseño Integral Mariel Salazar Rodríguez:

Este semestre, debido a la falta de actividad itinerante del CEDRAM (por una cuestión del clima de temporada) no tuvimos la oportunidad de convivir directamente con las comunidades que visitan los teatros. Sin embargo, fue a través de las vivencias que nos compartieron nuestros profesores, las lecturas sobre el Centro Dramático de Michoacán y cómo la casa del teatro cumple con misión, por medio de este. La pasión de todas las personas que han colaborado con esta organización me inspiró a seguir mi corazón de generar un cambio a mi contexto, de la mano del arte. Es bien sabido que en la periferia de estado mexicano que existe, hay violencia, hay escases y, sobre todo, falta acceso a uno de los derechos humanos más importantes que es además un agente de cambio, el conocimiento. La

música, la poesía, la danza, etc. Todas estas ventanas de conocimiento inspiran y manifiestan nuevas (potenciales) realidades. Todo aquello que busque la expresión humana, va a ser catalizador de transformación. Lo que está haciendo el CEDRAM con sus proyectos, tiene el potencial de mejorar varias vidas, tal vez no todas y tampoco busco sugerir que esto va a cambiar al mundo, pero sí puede y sé que ha cambiado el mundo de miles de personas.

La forma en la que pude aportar al seguimiento de esta misión fue por medio de contenido audiovisual. Tomando en cuenta los trabajos que habían realizado participantes pasados de estas prácticas, me pude dar cuenta de que todas las manos que puedan ayudar a llevar a cabo las giras son igual de importantes. Aprendí sobre la jerarquía de la producción teatral, y esto me ayudó a darme cuenta de que, si una de las personas que dirigen cierta área, pueden dejar muy vulnerable al equipo. Con esto reafirmé la idea de que vivir en comunidad es una la única forma de sobrevivir a este mundo material.

Lic. En Mercadotecnia y Dirección Comercial Juan Pablo Gómez Ruiz:

Después de enfrentarme a el escenario del CEDRAM, y en la primera visita conocer las necesidades de este para desempeñar su labor, un mundo nuevo se abrió en mí. Sin duda conocía del arte del Tetro, sin embargo, lo tenía muy relegado en mi vida, lo que no me hacía ver lo complicado que era llevar este centro dramático en la realidad de un país donde el teatro no es una bella arte y la cultura no se toma con la seriedad e importancia necesaria. Después de este proyecto me di cuenta lo necesario y la importancia de apoyar a nuestro teatro mexicano y no solo eso, me impresiono el saber qué proyectos como el Teatro Rocinante existieran en nuestro país.

Sin duda esta experiencia me hizo aprender mucho, la manera en la que los profesionales del teatro te transmiten emociones me hizo visualizar en mi vida el poder transformador del teatro, dejándome llevar y adentrándome un proyecto que sin duda me transformo. Espero proyectos como este se sigan apoyando en nuestro país y que este PAP sea más visualizado en la comunidad de proyectos de ITESO.

Sin más que agregar, me queda agradecer las personas que formaron parte de este proyecto el cual hizo que me transformara y sin duda la manera de abonar a mi formación profesional y personal son un parteaguas en mi vida.

Lic. En Ingeniería Civil Daniel Pedro Flores García:

La cultura desempeña un papel crucial en la manera en que concebimos, diseñamos y construimos infraestructuras, y es igualmente importante reconocer cómo estas infraestructuras influyen y reflejan las identidades culturales de las comunidades.

Como ingenieros civiles, tenemos una gran responsabilidad en la creación de espacios que no solo sean funcionales y sostenibles, sino que también respeten y promuevan los valores culturales y sociales de las personas que los utilizan. La infraestructura no es solo una respuesta a necesidades técnicas o económicas; es un componente vivo de la experiencia humana que puede enriquecer la vida cotidiana, preservar el patrimonio cultural y fomentar el sentido de pertenencia.

No obstante, esta dimensión cultural rara vez forma parte central del entorno académico o profesional de la ingeniería. A menudo, se priorizan los aspectos técnicos y económicos, dejando en un segundo plano las contribuciones de la cultura a la calidad de vida y al tejido humano. Incorporar una perspectiva cultural más amplia en la Ingeniería Civil no solo amplía nuestras habilidades como profesionales, sino que también nos permite diseñar con mayor sensibilidad y empatía hacia las comunidades a las que servimos.

Lic. En Gestión Cultural Ricardo Corona Pérez

Durante mi participación en este proyecto PAP reflexionaba sobre un cuestionamiento ético: ¿por qué y para quién gestionamos? Y considero que es importante reconocer que como gestores culturales somos agentes de cambio que pueden generar o transformar las condiciones de nuestro entorno para hacer posible la participación de las personas en el ejercicio propio de su derecho a la cultura.

Lo anterior confirma la pertinencia de participar con el Centro Dramático de Michoacán. Ya que como profesionista profundamente creo que el teatro que ellos hacen es

necesario y vital para reflexionar sobre las diversas realidades y problemáticas que azotan a nuestra región. Gestionar un proyecto de procuración de fondos para la rehabilitación del teatro itinerante El Rocinante es gestionar para que miles de personas puedan gozar del consumo de las obras que este lleva a sus comunidades. Gestionar para que los empresarios y el sector privado vean en el teatro una manera de transformar la realidad del país es gestionar para que no solo el CEDRAM obtenga más recursos, sino que estos apoyos crezcan para beneficiar a más compañías de teatro en el país.

Desde nuestro primer acercamiento con los directivos del CEDRAM descubrí que gestionábamos para las infancias, las familias, los adultos mayores, los agricultores, los jornaleros y a todos aquellos que pueden acceder por primera vez a una obra de teatro. Y ese descubrimiento motivó mi actuar. Me dio la inspiración necesaria para imaginar diferentes formas de interceder en la realidad desde un proyecto profesional. Me hizo reconocer que como estudiante del ITESO, formado con los valores ignacianos, el tema de solidaridad y justicia no son conceptos vacíos, sino que están compuestos por profundos procesos de discernimiento y tomas de decisiones responsables y sustentadas.

No trabajé por trabajar en el proyecto, sino que en el fondo estaba convencido de que mi labor, junto con la de mis compañeros y mis docentes, tenía sentido y razón. Y fue por eso mismo que procuré dar siempre el *magis* en mis trabajos, entregándome profundamente a la escucha activa, al trabajo colectivo y a la toma de decisiones en conjunto.

Quiero finalizar esta apartado mencionando que la elección de este escenario PAP responde a una serie de inquietudes relacionadas con la creación de mejores condiciones laborales para los trabajadores del sector cultural, así como la salvaguarda de los derechos culturales y el derecho a la cultura. Confío en que nuestra relación con el CEDRAM abonó al cumplimiento de esas inquietudes.

Lic. En Gestión Cultural María José Reyes Romero

El trabajar con el CEDRAM fue una oportunidad para observar cómo los proyectos culturales pueden transformar situaciones al mostrar nuevas posibilidades y construir bases sólidas hacia nuevas realidades. Este escenario es un ejemplo de resiliencia, del cómo ante la realidad

de un México con injusticias, desigualdades y violencias; el creer en la capacidad transformadora de un proyecto puede llevarlo lejos, incluso cuando hay baches en el camino.

El CEDRAM es un escenario donde se visibiliza la realidad de muchas organizaciones en México: falta de apoyos, recursos y competencia por los que existen; los estereotipos que enmarca a la cultura como mero espectáculo y no reconocen su capacidad de intervención en las realidades. Sin embargo, aunque por un lado se mostraba una realidad negativa y amenazante con muchos factores en contra, por el otro, el hablar con quienes están allí, ver lo que sus proyectos han logrado y la relación que han construido con las comunidades que visitan, fue motivadora, pues daba cuenta de cómo ellos creen en la capacidad transformadora del teatro y cómo esa convicción los ha llevado tan lejos.

Conforme el proyecto avanzó fue emocionante ver surgir una pasión colectiva por trabajar por un proyecto como lo es el Teatro Rocinante, porque fue reconocer en este trabajo la labor de un gestor cultural, ese elemento especial que le identifica desde lo social, donde los proyectos no trabajan para satisfacer necesidades inmediatas, sino que buscan incidir en las realidades desde proyectos que perduren de la mano de las comunidades, que escuchen lo que necesiten y eso es lo que en este PAP se realizó: escuchamos las necesidades de un equipo que reconoce en su labor una oportunidad para el cambio social, pero que también reconoce no es labor sencilla trabajar por ellos; apostamos por dar a conocer a más personas la capacidad transformadora del teatro, apostamos por la posibilidad de llevar a más comunidades ejemplos de nuevas realidades por las que trabajar, trabajamos por una mayor oportunidad para afrontarse a un sistema que cada vez apoya menos a la cultura y que no ve la gran capacidad que tiene para combatir desde lo simbólico lo que muchas veces se combate desde la violencia, de comenzar a mover una estructura que no puede derrumbarse de un golpe, sino que puede acomodarse desde muchos puntos.

El trabajo que realizamos desde este PAP no fue difícil, y no porque no tuviera sus dificultades, sino porque fue un último reto antes de salir, uno que causaba adrenalina cada vez que evolucionaba, porque el reto no parecía una posibilidad de fracaso, sino una oportunidad más para llegar a ver a aquel teatro sobre ruedas rumbo a una nueva comunidad, con obras que haga reír a infancias, que hagan recordar a las familias y reflexionar a comunidades. Nuestro trabajo no fue fruto de una creencia ciega en una institución que pide

ayuda, sino de un convencimiento de que incluso como un grupo pequeño de estudiantes y profesores podemos aportar algo a quienes ya han hecho mucho desde las limitantes que la realidad en el país les ha puesto.

3.2 Aprendizajes logrados

Lic. En Gestión Cultural Odette López Cuevas:

En el ámbito profesional, pude reforzar todos los conocimientos, prácticas y herramientas que hemos aprendido durante mi carrera en Gestión Cultural. Fue una experiencia muy satisfactoria poder aplicar estos aprendizajes de manera concreta y exitosa en un proyecto en equipo. Aunque tuvimos altibajos, siempre mantuvimos la consistencia y el compromiso, logrando sacar adelante los productos y proyectos que nos propusimos. Fue un proceso desafiante, pero muy enriquecedor, que me permitió poner en práctica las habilidades que hemos ido desarrollando a lo largo de la carrera, y ver cómo se materializan en el trabajo real.

Además, la retroalimentación de nuestros profesores y los invitados a las presentaciones fue fundamental para nuestro crecimiento profesional. Aprendí mucho de sus comentarios y sugerencias, que me ayudaron a perfeccionar tanto mi trabajo individual como el trabajo en equipo. Este proceso me dejó una gran emoción y motivación por seguir adelante, y aunque el PAP tiene una temporalidad definida, me siento motivada a continuar el proyecto y terminar lo que comenzamos, incluso más allá de ese marco temporal. La experiencia me hizo sentir más preparada y con mayor confianza en mis habilidades para afrontar proyectos futuros en el ámbito cultural.

Lic. En Diseño Integral Mariel Salazar Rodríguez:

En un principio yo me sentía muy neófita cuando se trataba de proponer soluciones a la problemática en cuestión. Utilizo ese término ya que, al observar las propuestas de mis compañeros, pensé que las mías eran superficiales o hasta rayaban en lo innecesario, por no saber nada sobre cómo procurar fondos o contactar a posibles patrocinadores. Tomando esto en cuenta, me determiné a estudiar un poco lo que mis compañeros hacían, para poder estar al corriente. De ellos aprendí que hay niveles para la responsabilidad. Hay personas que,

aunque no puedan aportar mucho en cuestiones de conceptos o ideas, apoyan bastante con sus conocimientos en su área de trabajo. Luego están las personas que son las que aportan las ideas y ayudan a dar una dirección al proyecto. Y, por último, están aquellas personas todo terreno que pueden sacar cualquier proyecto adelante sin importar cual sea su fuerte. Mis compañeros me inspiraron a ser mejor integrante de equipo, pero además a ser más responsable conmigo misma.

Por otra parte, de mis profesores aprendí que, aunque no ejerzamos el mismo nivel de responsabilidad, cada uno de los engranes que componen al sistema, es importante. Aprendí que el rol de un diseñador va más allá de asegurarse de que todo esté bonito. En nuestro caso también podemos diseñar información, que los párrafos sean legibles y que no sean repetitivos en cuanto en texto. Somos creativos y el proceso de ideación de planes también es una tarea que cualquier diseñador se puede encargar de. Con esto dicho, reafirmé que todos somos diseñadores desde nuestras áreas de trabajo y que valorar esta disciplina / proceso, es indispensable para cómo se han estado dando los nuevos modelos de negocio.

Creo que la lección más importante que se presentó este semestre fue la importancia de fluir con el entorno porque todo se acomoda. ¿A qué me refiero con esto? Conforme fuimos desarrollando el proyecto, llegamos a cambiar de objetivo como mínimo, unas tres veces. Realizando el análisis VIC nos ayudó a darnos cuenta de que buscar patrocinadores sería más complicado que buscar donantes. Además de que es importante resaltar que se planteó el proyecto, después de hablar con Naolli y entender que el presupuesto general para la compañía se había reducido significativamente, debido a un reacomodo de recursos por parte del gobierno. Fue esta semilla la que nos impulsó a buscar ayuda. Un efecto secundario de este proyecto fue el hecho de que gracias a la presentación que tuvimos la oportunidad de mostrarle a la licenciada Morfín, es muy probable que le hayamos dado un foco a el PAP para que más personas que tengan la intención de transformar realidades sepan de él y así finalmente puedan formar parte de un proyecto que se alinee con sus ideales.

Lic. En Mercadotecnia y Dirección comercial Juan Pablo:

En cuanto a lo profesional, este PAP me aportó demasiadas cosas y temas que estaban fuera del radar de mi carrera. Empezando por conocer más de la gestión cultural, una carrera para mi conocida, pero no al nivel de saber demasiada información sobre esta. La gestión cultural tiene mucho que ver con la mercadotecnia, empezando por las relaciones públicas y la difusión de proyectos, en estos temas reforcé mucho lo que conocía de mi carrera y además mis compañeros me abonaron mucho más. Por otra parte, está la campaña capital para recaudar fondos, aprendí mucho de esta metodología que viendo por mi futuro profesional lo aprendido en este proyecto me ayudara demasiado.

Por otro lado, pude aplicar mis conocimientos en edición de video, apartado que me dio libertad para plasmar mis emociones y profesionalidad al proyecto y presentaciones. Creo que aprendí demasiado de muchos aspectos que conectan demasiado bien con mi persona y mi carrera.

Espero mis aportes al equipo multidisciplinario les hubieran sido igual de provechosos a mis compañeros como fueron los de ellos para mí. Ya por último me gustaría agregar que también me abrió la mente en cuanto autores sobre el teatro y grandes personas como Luis de Tavira, sin duda este proyecto me deja con las ganas de continuar explorando este tema.

Lic. En Ingeniería Civil Daniel Pedro Flores García:

Trabajar en un proyecto de procuración de fondos con un equipo multidisciplinario fue una experiencia enriquecedora que me dejó importantes aprendizajes. Uno de los más valiosos fue entender cómo las diferentes perspectivas y habilidades de cada miembro del equipo contribuyen al éxito del proyecto. Aprendí la importancia de la comunicación efectiva para coordinar esfuerzos y garantizar que todos los objetivos estuvieran alineados.

Además, descubrí el valor de la adaptabilidad, ya que en un entorno tan diverso es necesario ser flexible y abierto a nuevas ideas, ya que el ámbito académico estamos acostumbrados a hacer equipo entre compañeros de la misma carrera. También comprendí que la colaboración no solo enriquece las soluciones, sino que fortalece la capacidad del equipo para enfrentar desafíos, logrando resultados que superan lo que podría lograrse de

manera individual. Este proyecto reafirmó mi creencia en el poder del trabajo colectivo y la sinergia de talentos diversos.

Lic. En Gestión Cultural Ricardo Corona Pérez

A nivel profesional la realización de este proyecto PAP me permitió profundizar, complejizar y problematizar el quehacer de la gestión cultural. Aprendí lo importante que es delegar tareas y hacerse responsable de procesos. También a no suponer que todos sabemos todo y que un trabajo interdisciplinario implica aprender de los demás, acompañarnos durante todas las etapas del proyecto y compartir nuestros conocimientos. Si bien los estudiantes de gestión cultural estamos muy familiarizados con la metodología que se implementó durante el proyecto, nuestros compañeros de diseño, mercadotecnia e ingeniería civil podrían no estarlo. Esto implica disponer nuestro tiempo y esfuerzo para tratar de resolver todas las dudas que se tengan en equipo sobre las herramientas, como alguna vez menciono Paulo Freire: nadie educa a nadie y nadie se educa solo, sino que nos educamos en comunión.

Pero el mayor reto que afronté fue llevar a cabo el diseño y la producción del plan de procuración de fondos. Al inicio me costó retomar las herramientas y recordar cómo aplicarlas al proyecto. Después de hacer una investigación sobre lo aprendido en mis clases de financiamiento pude refrescar las ideas y socializarlo con mi equipo. Este proceso fue vital para comenzar a trabajar y lograr los resultados que estábamos esperando en el proyecto. Con esto quedo satisfecho y disminuyo mis temores sobre mi introducción al mundo laboral fuera de la vida universitaria. La ejecución de este proyecto PAP fue esencial para hacerme saber que estoy preparado y que tengo las bases mínimas para integrarme de manera profesional al sector cultural

Lic. En Gestión Cultural María José Reyes Romero

En cuanto a lo profesional, creo que este PAP fue una oportunidad para reconocer que verdaderamente aprendí lo que implica desarrollar y poner en práctica los proyectos de gestión cultural: elementos sociales, metodologías, procuración de fondos, investigación, entre otras, claro también, reconociendo que incluso sabiendo muchos de esos elementos, siempre hay mucho más que puedo saber de ellos.

Creo que algo que aprendí durante este PAP fue el que las metodologías pueden considerarse guías pero que no implica que no podamos modificar cómo las realicemos, pues hay que adaptarlas al proyecto y en ocasiones cumplirlas por completo puede generar más dificultades para que los proyectos encuentren verdaderos puntos de arranque. Creo que una de las competencias que pude trabajar en este PAP fue la curiosidad como una herramienta, el aprovecharla para buscar nuevas posibilidades de acción, acercamientos e información que nutriera las distintas etapas del proyecto. Pero también en esta curiosidad cabe el tenerla hacia la labor y competencia de los demás, el escuchar sus ideas y comenzar a aprender de la labor de los demás e incluso dar paso a que se mezclen las habilidades, porque esa interdisciplinariedad es la que le dio fuerza al proyecto.

Creo que uno de los momentos que para mí se volvieron un reto fue en el no tener un control de cómo avanzaba el proyecto y los productos de mis compañeros, el saber que había muchos factores externos y reconocer que lo mejor era delegar tareas para buscar avanzar, aunque no hubiera certeza del resultado. Creo que esto se relaciona con una manía que en ocasiones tenemos los gestores culturales y yo reconozco en mí de querer ser “todólogos” para que el proyecto salga lo más pronto posible o en nuestros ideales, pero en realidad hay que reconocer que siempre van cambios y que debemos reconocer la capacidad de los demás para trabajar sin generar expectativas de como nosotros lo haríamos. Es un trabajo de esperar y confiar, algo que sinceramente creo que aprendí en este trabajo cuando comenzamos a dividir tareas y cómo surgieron productos imprevistos que nutrieron.

Aprendí que tengo que ser más paciente, que debo confiar en mis capacidades, pero también soltar y dejar a los demás actuar desde sus capacidades, porque esa multidisciplinariedad es lo que hizo a este proyecto PAP posible. Puedo decir que el proyecto me ayudó a darme cuenta de que tal vez estoy mejor preparada para egresar de lo que creía, que he aprendido mucho no solo en lo académico, sino también a cómo trabajar en equipo, en cómo enfrentarme a nuevos retos, a ver en los cambios adrenalina por las posibilidades, y no solo lo que limitan.