

UNIDAD 4.1: ¿QUIÉN ES QUIÉN EN UN FESTIVAL? ORGANIGRAMA

Esta unidad explora la estructura interna de los festivales a través de los organigramas, esquemas gráficos que representan los roles, las responsabilidades y las jerarquías de la organización. Comprender "quién es quién" es vital no solo para mejorar la comunicación interna y evitar la duplicidad de tareas, sino también para facilitar la interacción con agentes externos como patrocinadores, colaboradores y proveedores.

Analizaremos los pasos críticos para diseñar una estructura eficiente, desde la definición de la cadena de mando (superiores y subordinados) y las responsabilidades de cada equipo, hasta la creación de un diseño intuitivo que refleje la visión completa del evento. Dado que las promotoras musicales requieren elasticidad, estudiaremos organigramas específicos para áreas clave como Booking, Producción, Comunicación, Hostelería y Patrocinios. Este enfoque asegura que cada profesional conozca sus funciones y las de sus compañeros, permitiendo que el complejo engranaje de un festival funcione con la autonomía y el control coordinado necesarios para alcanzar los objetivos empresariales.

UNIDAD 4.1: ¿QUIÉN ES QUIÉN EN UN FESTIVAL? ORGANIGRAMA



1. ¿Qué es un organigrama?



2. Los objetivos de nuestro organigrama



3. Cómo crear un organigrama con Excell y PPT, paso a paso



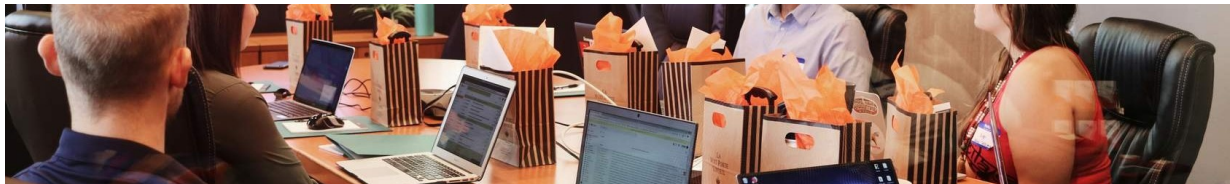
4. La elasticidad en una promotora musical. Organigramas de detalle.

1. ¿Qué es un organigrama?



The Open Faculty University of Murcia

Un **organigrama** es un **esquema organizacional** que representa gráficamente la estructura interna de una empresa. Dentro de la cual vamos a poder visualizar los roles, las responsabilidades y las jerarquías de la organización, en función de quien reporta a quien o quien está a cada equipo o persona trabajadora.



Nos ayuda a analizar de manera más sencilla la situación de la empresa, así como los departamentos o áreas que la componen.

Normalmente es el área de RR.HH. quién se encargará de mantener el organigrama de la empresa

actualizado cumpliendo con los parámetros necesarios para el logro de los objetivos empresariales.

CONTINUAR

¿Qué importancia tiene el organigrama en la empresa y en los eventos?

El organigrama nos permite visualizar de manera clara y rápida la estructura interna, los roles y los diferentes equipos y departamentos.

Ilustrar esto del negocio y en concreto en los festivales va a permitir mejorar la comunicación interna de todo el personal que trabaja en él. Sabiendo así con quien tienen que hablar o interactuar en cada momento y tener más información acerca de la organización, del evento, de sus compañeros/as de trabajo, sus superiores, subordinados, etc...

Pero también será algo a lo que se refieran los clientes, patrocinadores, colaboradores y proveedores, para saber quiénes son los responsables de cada área y ahorrar tiempo

contactando (algo que ocurre a menudo) con las personas inadecuadas.

CONTINUAR

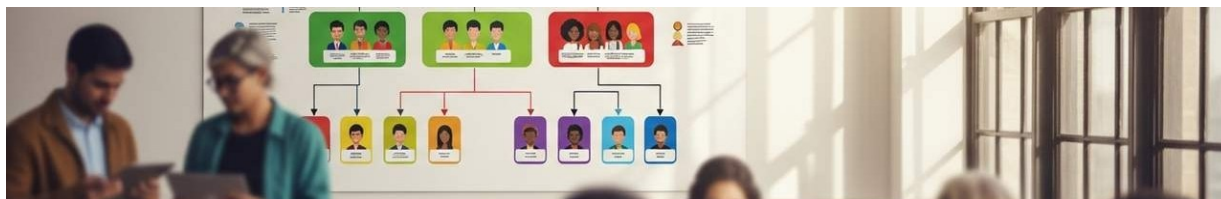


¡SORPRESA!

No todas las empresas creen que lo necesitan. Pues gran error, el organigrama de una empresa se debe elaborar en el momento de creación de estas, e incluirse en el plan de negocio. Una vez la empresa empiece a funcionar, el organigrama deberá ser rediseñado (ya que es una herramienta viva, que va cambiando y evolucionando).

No importa si la empresa, evento o festival es grande, mediano o pequeño, contar con un organigrama será una buena solución para organizarse, y ya sabemos que la organización empresarial es clave para cumplir objetivos (y cumplirlos de la mejor manera posible).

Se trata de un paso más a la hora de diseñar la estrategia general del negocio.



En este PDF de Woomedia Academy nos reflejan muy visualmente los distintos perfiles profesionales en un festival de música.



0-QUIEN ES QUIEN EN UN FESTIVAL.pdf
6.6 MB



Complete the content above before moving on.

2. Los objetivos de nuestro organigrama



The Open Faculty University of Murcia

Para crear un buen organigrama, aunque va a depender del tipo de empresa y/o evento, lo primero es definir su objetivo, su diseño y la situación de los integrantes. Estas son las principales cosas a considerar:

1. Segmentar los departamentos —

Permite saber qué funciones se realizarán de manera conjunta y cuáles de forma independiente.

2. Planificar la cadena de mando —

Es necesario que los superiores y los subordinados están bien definidos y en conjunto tiene sentido para con el funcionamiento de la actividad.

3. Definir responsabilidades de cada uno de los equipos de trabajo —

Así evitaremos repeticiones de tareas, por ejemplo.

4. Ir de más a menos —

Empezamos por el CEO, después director ejecutivo, responsables de departamento, mandos intermedios, técnicos y puestos base.

5. Decidir la dependencia —

Esto es el control, coordinación y/o autonomía que el superior ejerce o da a sus subordinados.

6. Ilustrativo e intuitivo —

Debe ser facilitador de procesos, mejora comunicación y claro para que todo el mundo conozca sus funciones y las del resto.

7. Visión clara de la empresa —

Todo el mundo representado, para un conocimiento completo del funcionamiento de la empresa y/o evento.

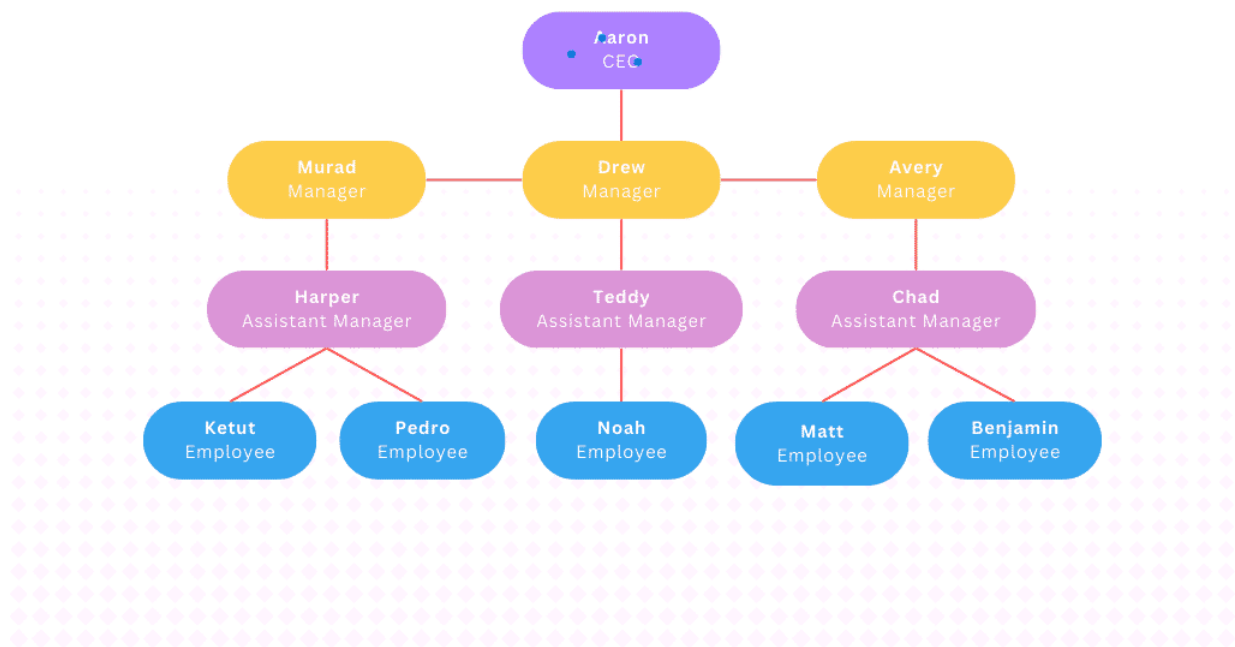


Complete the content above before moving on.

Esta figura os reflejará un ejemplo de organización de un equipo:

Team Organization

Ingoude Company



En este PDF os dejamos otro ejemplo de cuadro (vacío) de resultado de la propuesta de un organigrama:



2-MODELO ORGANIGRAMA.pdf
280.9 KB



Complete the content above before moving on.

3. Cómo crear un organigrama con Excel y PPT, paso a paso



The Open Faculty University of Murcia

Hemos pensado que para este curso sería muy útil que os dejemos unas instrucciones claras y sencillas para crear vuestro propio cronograma de un festival. Lo podéis hacer en Excel y Power Point

Paso a paso, organigrama con Excel. Abre el PDF:



3-CREA ORGANIGRAMA EXCEL.pdf
178.6 KB



Paso a paso, organigrama con PowerPoint. Abre el PDF



4-CREA ORGANIGRAMA EN PPT.pdf
530.8 KB



CONTINUAR

4. La elasticidad en una promotora musical. Organigramas de detalle.



The Open Faculty University of Murcia

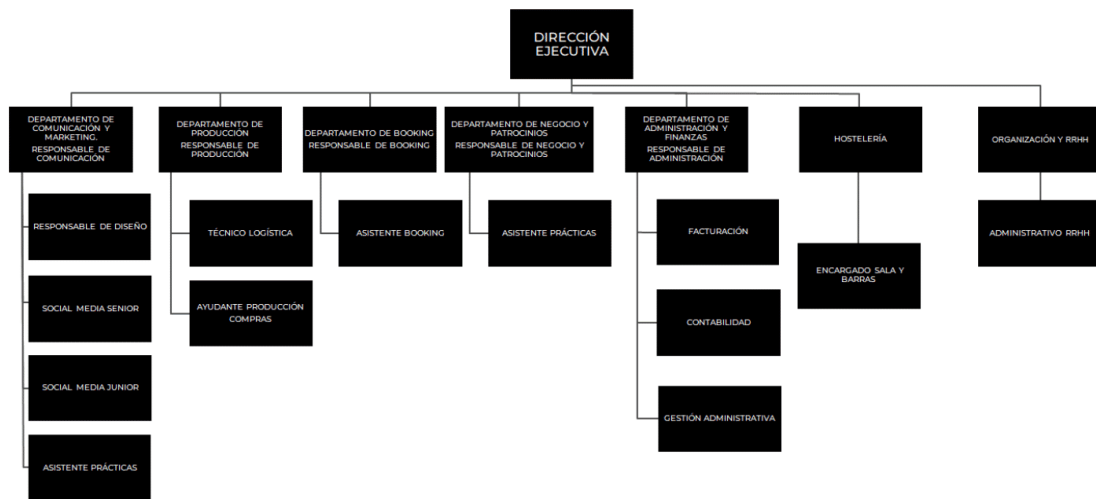
Ahora podemos profundizar en la estructura organizativa de una promotora musical, poniendo el foco en la elasticidad necesaria para gestionar el complejo ecosistema de un evento en vivo.

A través de una serie de organigramas técnicos y especializados, se detallan las funciones y jerarquías de departamentos críticos durante la celebración del festival: desde Administración, Booking y Patrocinios, hasta Hostelería, Comunicación y Producción.

Os ofrecemos una hoja de ruta para entender las responsabilidades de cada equipo, garantizando una coordinación interna eficiente y una respuesta operativa ágil ante los retos logísticos y técnicos que definen el éxito de

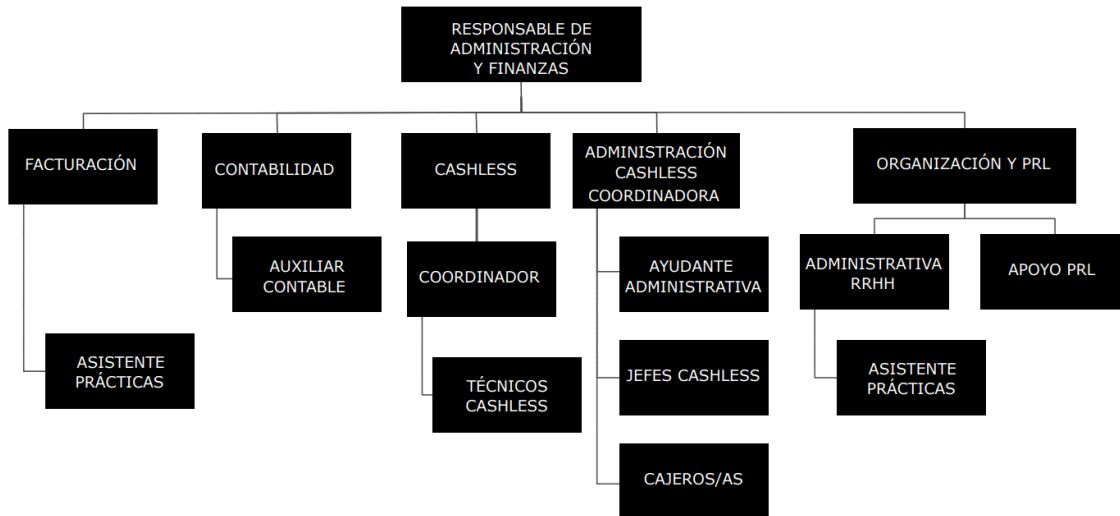
cualquier festival profesional. Puedes ampliar las imágenes para verlas mejor:

ORGANIGRAMA GENERAL



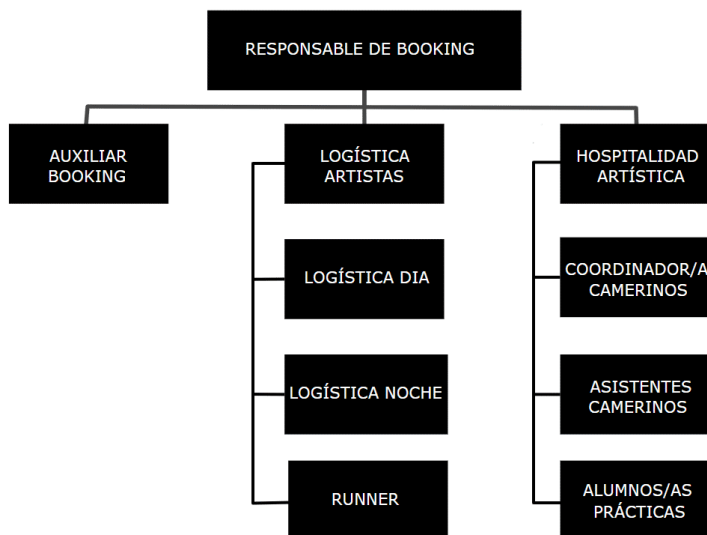
ORGANIGRAMA ADMINISTRACION Y FINANZAS DURANTE FESTIVALES

ORGANIGRAMA ADMINISTRACION Y FINANZAS DURANTE FESTIVALES



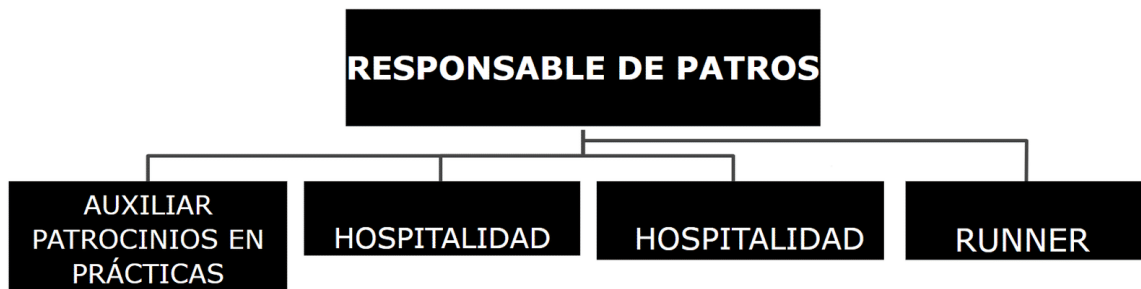
ORGANIGRAMA DE BOOKING DURANTE LOS FESTIVALES

ORGANIGRAMA DE BOOKING DURANTE LOS FESTIVALES



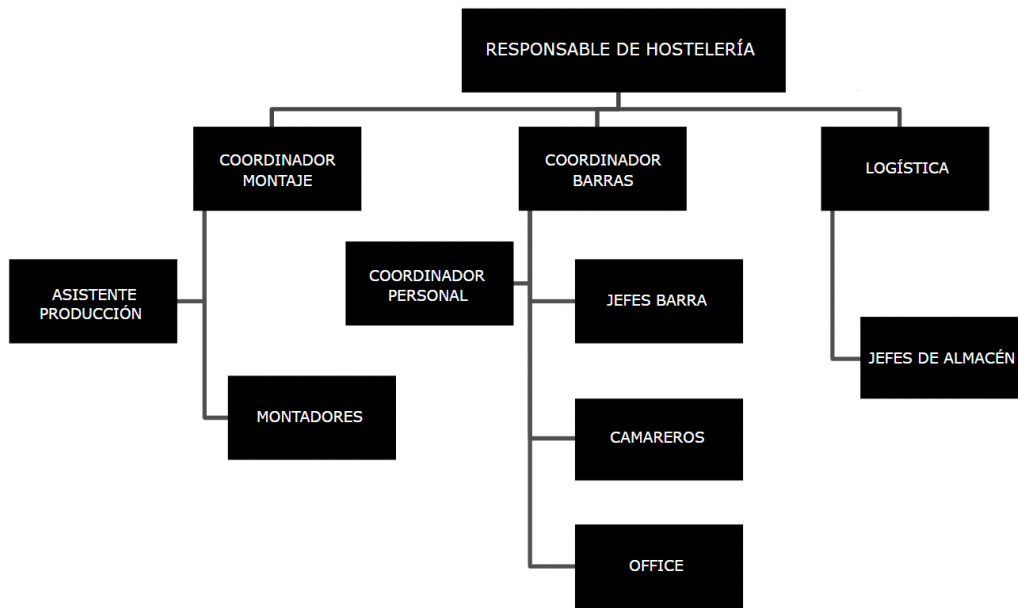
ORGANIGRAMA DE NEGOCIO Y PATROCINIOS DURANTE LOS FESTIVALES —

ORGANIGRAMA DE NEGOCIO Y PATROCINIOS DURANTE LOS FESTIVALES



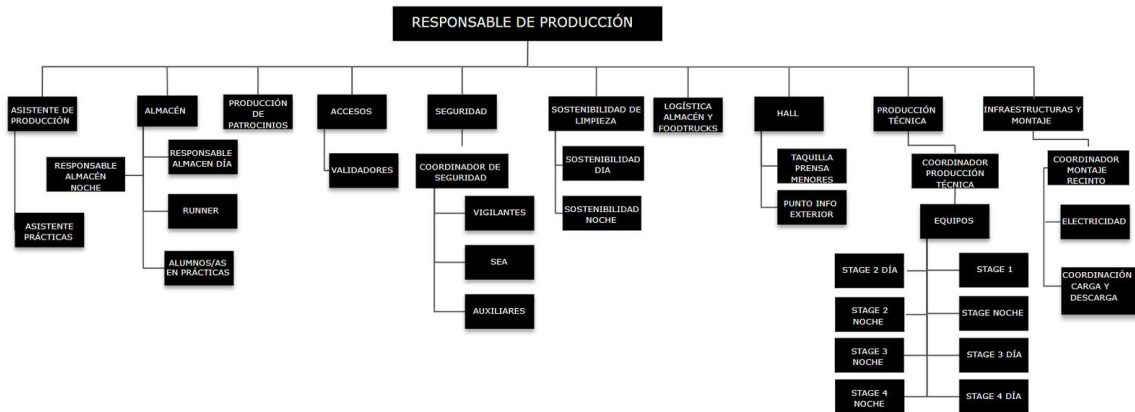
ORGANIGRAMA DE HOSTELERÍA DURANTE LOS FESTIVALES —

ORGANIGRAMA DE HOSTELERÍA DURANTE LOS FESTIVALES



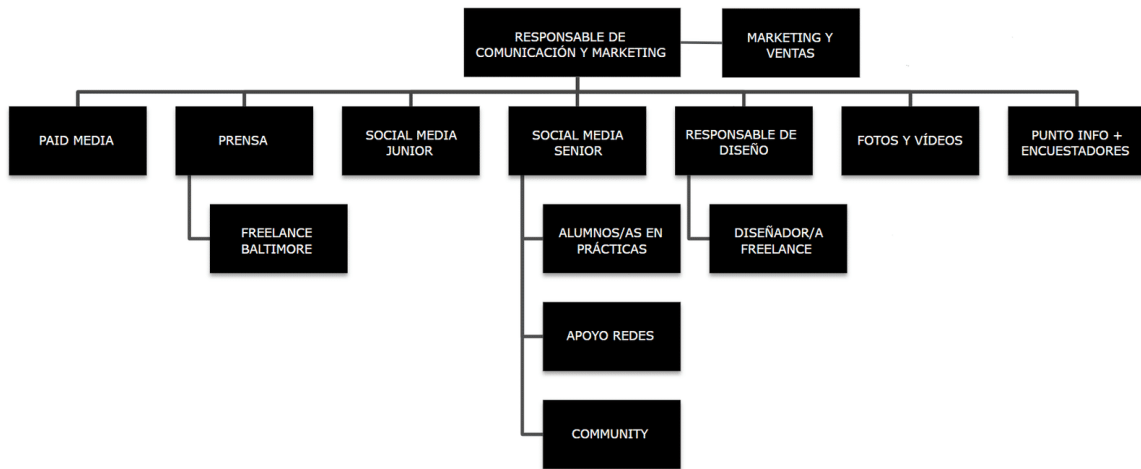
ORGANIGRAMA DE PRODUCCIÓN DURANTE LOS FESTIVALES

ORGANIGRAMA DE PRODUCCIÓN DURANTE LOS FESTIVALES



ORGANIGRAMA DE COMUNICACIÓN DURANTE LOS FESTIVALES

ORGANIGRAMA DE COMUNICACIÓN DURANTE LOS FESTIVALES



Para terminar la unidad os dejamos un EBook de acceso libre sobre el organigrama del festival (Idasfest y Enterticket).



6-EBOOK ORGANIGRAMA IDASFEST.pdf

147.1 KB

