



# Perspectiva sobre el COVID: estamos aquí para ayudar

Al entrar en el segundo semestre de 2020, un enfoque esperanzador para un comienzo de temporada mucho más tranquilo consiste en tomar la oportunidad de centrarse en la visión y la planificación estratégica a largo plazo. Sabemos que en esta época del año muchos de nuestros clientes se estarían preparando para una serie de eventos para patrocinadores y audiencias, pero ya sabemos que 2020 no es un año típico. Y aunque no sabemos cuánto durará nuestra situación actual, en Theatre Projects sugerimos a nuestros clientes que no tomen decisiones costosas o permanentes en el diseño de sus teatros a toda prisa. Ahora no es el momento de eliminar el 80% de los asientos o de reemplazar el sistema de climatización buscando apurar a las audiencias para que regresen a los espectáculos.

Todos anhelamos reunirnos y darle la bienvenida al público nuevamente cuando sea seguro hacerlo, pero cualquier cambio a corto plazo que se realice ahora debe ser rápido, económico y reversible.

En cambio, ahora es un excelente momento para considerar cambios en el diseño de su organización, centrándose en los ajustes a la visión y objetivos estratégicos, estructura operativa y modelos de ingresos y gastos. Al aprovechar este momento para pensar y planificar cómo podemos hacer que nuestros centros culturales sean más accesibles, inclusivos y sostenibles, estaremos en mejores condiciones de servir a nuestras comunidades a largo plazo.



## Modelos de ingresos

Como líderes en el mundo artístico, comprendemos sus desafíos y hemos estado alentando a nuestros clientes a que se tomen este tiempo para analizar los modelos de ingresos actuales y futuros. El desafío es pensar de manera innovadora y observar más de cerca qué se está vendiendo y a quién se lo está vendiendo. Con frecuencia las instituciones culturales se han vuelto demasiado cómodas, confiando en modelos de ingresos que están profundamente arraigados en la presentación de espectáculos y la venta de entradas, y urge encontrar nuevas formas de generar ingresos.

### Ingresos por entradas: venta de la experiencia

Aunque es difícil imaginar cómo hacer que sea económicamente viable presentar un espectáculo al 25% de su capacidad, la pregunta más importante es: ¿puede permitirse NO presentar ese programa? Esta podría ser una oportunidad para explorar cómo mantener a sus partes interesadas y seguidores activos comprometidos y conectados con su organización a través de la innovación y la creatividad. Este es el momento para revisar los flujos de ingresos de la organización de manera más integral. Una organización cultural no puede permitirse el lujo de parecer inactiva e irrelevante: en ausencia de programación, corre el riesgo de perder donantes, buena voluntad de la comunidad, subvenciones y otros fondos.

En esencia, aunque uno no quiera pensar en la programación como una herramienta de marketing,

hay que adaptarse. Descubrir cómo la programación puede aumentar los niveles de participación en un nuevo entorno es un primer paso. Dado que, extraordinariamente, no está la preocupación por abrir las puertas a los espectáculos de temporada y por vender entradas, urge aprovechar este tiempo para encontrar la manera de crear la próxima experiencia en entornos nuevos y únicos. Este es el momento para enfocarse en cómo vender una experiencia que les recuerde a los seguidores por qué están conectados con nuestras instituciones en primer lugar. El desafío es ser innovador en la creación de estos nuevos escenarios: desde drive-in stages hasta “lugares pequeños” sobre ruedas, cada comunidad puede encontrar su mejor opción.

### Tecnología y experiencia

Observando la tecnología que nos rodea es posible descubrir con qué facilidad se pueden utilizar esos recursos para crear una experiencia de calidad “fuera” de sus cuatro paredes. Después de todo, las artes escénicas tienen que ver con la experiencia. Siendo así, ¿qué se puede hacer para crecer y fomentar un modelo experiencial, tanto de forma remota como dentro de espacios de reunión nuevos, pero seguros?

Para aquellos en regiones climáticas que permiten la programación al aire libre, se puede volver a imaginar cómo llevar la “experiencia interna al exterior” en los próximos meses. Estacionamientos, plazas e incluso jardines pueden convertirse en un nuevo lugar de reunión para transmisiones simultáneas de la experiencia de actuación en interiores. Esto permite múltiples audiencias y flujos de ingresos, además de los servicios de streaming on demand.

## Oportunidades de patrocinio

Al aprovechar la tecnología y combinarla con una nueva vía de patrocinio y publicidad, también se puede involucrar al público en una experiencia nueva, familiar y apreciada, que está ligada a un flujo de ingresos. Las empresas locales son muy conscientes de la necesidad de apoyar a las organizaciones de arte y cultura de la comunidad en este momento, y pueden estar dispuestas a brindar apoyo financiero a cambio de simples colocaciones de logotipos como parte de nuevas oportunidades de patrocinio.

Para lugares de tamaño pequeño a mediano, la tecnología puede abrir su programación a una audiencia más amplia, que tenga elementos para respaldar la audiencia y la demografía que atraigan a los anunciantes. Esto, a su vez, respalda un nuevo modelo de ingresos que anteriormente puede haber tenido limitaciones de capacidad.

## Crear cambio

La creatividad y la voluntad de buscar nuevos modelos de ingresos también significan volver a imaginar cómo aprovechar mejor los lugares y la programación en la actualidad. ¿Se puede crear un cambio para ayudar a llegar a las comunidades desatendidas que más necesitan las artes en este momento? ¿Cómo se puede trabajar para crear una comunidad y fortalecer su identidad cultural? Esto puede significar ofrecer programas, nuevas experiencias y acceso a la comunidad fuera de su zona de confort, pero si el resultado final permite crear un modelo sostenible y una comunidad fortalecida, ¿no es esa la razón correcta para hacerlo?

La misión principal como líderes artísticos se ha convertido “simplemente” en permanecer en el negocio, lo que para el futuro inmediato significa menos experiencias cara a cara, hacer la transición a la presentación virtual, remota o en espacios no tradicionales, pero también volver a imaginar cómo se pueden usar espacios y programas generadores de ingresos. Sin duda, al planificar el futuro de una manera diferente, estas oportunidades ayudarán a respaldar los éxitos de su futuro.