

MOVE ON ART BARCELONA

Via l'esport, l'art i la ciutat



Dedico el treball de final de grau al Salvador Bricollé Cabré, el meu cosí.

Amb ell vam començar junts aquesta etapa, que avui tanco.

ÍNDEX

1.	Resum executiu	5
2.	Introducció.....	7
3.	Descripció de la idea.....	10
4.	Justificació teòrica de la idea del projecte	14
5.	Definició estratègica	20
5.1.	Estudi de mercat	20
5.1.1.	Metodologia	20
5.1.2.	Anàlisi de l'organització.....	22
5.1.3.	Anàlisi del sector.....	24
5.2.	Diagnòstic estratègic: la matriu DAFO i la identificació de necessitats	32
6.	Pla de gestió del projecte	34
6.1.	Abast	34
6.1.1.	Identificació de requisits del projecte	34
6.1.2.	Enunciat de l'abast del projecte	38
6.1.3.	Estructura de Desglossament del Treball (EDT).....	41
6.1.4.	41
6.2.	Temps.....	42
6.2.1.	Definició de les activitats i de les fites del projecte	42
6.2.2.	Estimació de la durada de les activitats	47
6.2.3.	Diagrama de xarxes	49
6.2.4.	Cronograma	50
6.3.	Costos.....	53
6.3.1.	Estimació del cost de les activitats.....	53
6.3.2.	Pressupost de costos.....	55

6.4.	Qualitat	56
6.4.1.	Planificació de la qualitat.....	56
	Taula 7. Planificació de la qualitat	56
6.5.	Recursos Humans.....	56
6.5.1.	Llocs de treball i tasques a desenvolupar.....	56
6.5.2.	Organigrama	59
6.5.3.	Matriu d'assignació de responsabilitats.....	60
6.6.	Comunicació.....	62
6.6.1.	Definició de l'estratègia de gestió dels interessats pel projecte.....	62
6.6.2.	Matriu de comunicació del projecte	63
6.7.	Riscos	65
6.7.1.	Metodologia de gestió dels riscos	65
6.7.2.	Identificació dels riscos del projecte	66
6.7.3.	Anàlisi qualitativa dels riscos	66
6.7.4.	Planificació de la resposta als riscos.....	67
6.8.	Adquisicions	68
6.8.1.	Anàlisi de fabricació pròpia o compra	68
6.8.2.	Enunciat de treball de contracte i criteris de selecció del proveïdor.....	70
7.	Conclusions.....	72
8.	Agraïments.....	74
9.	Fonts d'informació.....	75
10.	Annexos	76
10.1.	L'obra artística de Ramon Casas.....	76
10.2.	Proposta del dorsal de Move on Art Barcelona	78
10.3.	Entrevistes	79

1. Resum executiu

“Move on Art BCN” és un projecte que neix de la idea d’apropar, combinar i promocionar l’esport i l’art a través del disseny d’un esdeveniment híbrid, original i inclusiu.

El motiu d’aquest projecte és la necessitat d’apropar dos grans productes, que ja de per si comparteixen moltes característiques, però que a ulls de la societat actual, semblen dos mons completament diferents. El projecte, consisteix en dissenyar un esdeveniment que combini les dues màximes representacions de cada producte. Per una banda, volem representar l’esport a través de l’activitat física, ja sigui caminant, corrent o pedalant, i per l’altra, buscarem representar l’art a través de l’espai, l’ambient i les obres artístiques d’un museu.

L’ànim d’aquest projecte, fuig de la idea de competició i de negoci, i s’emmarca dins el marc de la promoció, tant de l’esport, com de la cultura i l’art.

Actualment, trobem infinitat d’esdeveniments esportius amb una gran varietat de característiques, que fan de cada esdeveniment esportiu, un esdeveniment diferent i casi únic. Tot i així, una gran part d’aquests projectes, els trobem dins la categoria d’esdeveniments tradicionals, ja que les condicions que ofereixen, formen part d’un patró poc flexible i sempre molt semblant. Aquest fet, no vol dir que no tinguin pas èxit, sinó tot el contrari. Per ara, els esdeveniments tradicionals són els que reuneixen més masses, i tenen un públic més fidel.

Tot i aquest gran èxit que, a priori, tenen els esdeveniments tradicionals, “Move on Art BCN” busca oferir alguna cosa més que el producte esport, i alguna cosa més que el producte art.

I creiem que tindrà èxit. Creiem que tindrà èxit perquè a dia d’avui, no existeix cap tipus de projecte com aquest. Per ara, cap museu utilitza l’activitat física com a campanya de promoció. Fins ara, molts pocs museus han obert les portes a un públic diferent, a unes activitats diferents. Per tant, l’originalitat i la novetat, asseguruen l’èxit en aquesta campanya de promoció de l’art, la cultura i l’activitat física.

Executive Summary

“Move on Art BCN” is a project developed with the aim to approach, combine and promote sport and art, through a new, original and hybrid sport event.

The main reason to create this project is the need to approach sport and art. Both disciplines share many features, but nowadays, society associate them as two completely different worlds.

“Move on Art BCN” tries to design an event combining physical activity as main agency of sport, and a museum and his works of art, as an agency of art.

“Move on Art BCN” is not a project that aims to create a new competition modality or doing a business with large profits, It has been designed with the desire to promote art and sport as two complementary disciplines.

These days Barcelona hosts different kinds of sport events. All of them have different features that make them different from the others. However, the majority are included in the category of traditional events, following traditional procedures that lack of originality and innovation. Despite this, traditional events are still the most successful events with faithful participation.

Although the apparently great success of traditional events, "Move on Art BCN" seeks to offer something more than the sport event or a cultural event, wants to offer something more innovative and original that currently doesn't exist in the city.

There is not a museum in Barcelona that is using sport as an advertising campaign to promote its content. For this reasons, we truly believe that “Move on art BCN” can be a successful proposal that can change the sport events proposals in the city.

2. Introducció

“Move on Art BCN” neix d’un projecte ideat per crear un esdeveniment esportiu que trenqui amb la idea d’esdeveniment esportiu establerta fins al moment. Aquest projecte, ha buscat sempre estar acompanyat en tot moment per la originalitat, la innovació i la inclusió. En definitiva, “Move on Art BCN” vol ser un projecte de disseny d’un esdeveniment de tipus híbrid, dins la categoria d’esdeveniments no tradicionals, també anomenats “niche events”.

Aquest nou projecte, neix doncs de plantejar-se què no s’ha inventat encara en el món de l’esport i l’activitat física, o si més no, què comença a ser tendència però encara és tot un món per descobrir. D’aquesta manera, el que als inicis era simplement un projecte de disseny d’un esdeveniment únicament esportiu, va passar a ser-ho d’un esdeveniment híbrid. Així doncs, atenent-nos al concepte “híbrid”, vam començar a buscar amb què podíem combinar l’esport per aconseguir tot allò que volíem que ens acompanyés al llarg de tot el projecte, quelcom original, innovador, trencador i inclusiu. La resposta va ser clara, l’art.

Per què no viure l’art a través de l’esport? I per què no practicar esport a través de l’art? I així, és com vam començar a posar fil i agulla en aquest treball, dissenyar un nou tipus d’esdeveniment híbrid, combinant l’esport i l’art, com a resultat d’un projecte d’apropament entre aquestes dues disciplines. Al llarg del projecte, hem anat perfilant el significat de projecte d’apropament, mirant de passar per tots els terrenys on poder encabir aquest projecte. Finalment, i després d’un gran treball de camp amb entrevistes de gran rellevància, emmarquem “Move on Art BCN” dins una campanya de promoció de l’esport, la cultura i l’art.

Com a treball de final de grau d’una carrera com Ciències de l’Activitat Física i l’Esport, les raons que han portat a la realització d’un projecte així i la implicació de l’activitat física i l’esport en aquest projecte, s’entenen i són òbvies d’es d’un primer moment, tenint en compte que és una carrera orientada a crear futurs professionals de l’esport i l’activitat física. Però, perquè és l’art el producte escollit per acompanyar l’esport en aquest projecte?

Perquè es busca veure alguna cosa que vagi més enllà de veure gent simplement corrent o caminant, es busca oferir quelcom més que el producte esport, es busca que el corredor disfruti, aprengui i se'n vagi a casa amb la sensació d'haver viscut un esdeveniment diferent a la resta, i creiem que el resultat de la suma dels productes art i esport, és precisament el que busquem.

Així doncs, posem-nos en antecedents. Sempre ha existit una estreta relació entre l'art i l'esport. Tant una activitat com l'altra són font d'emocions freqüentment apassionades, així com manifestacions de la nostra societat, del nostre temps. L'art i l'esport son les dues cares de l'esforç de l'individu per superar-se a si mateix i des d'aquest punt de vista, contribuir en la millora de la societat. Ambdues eines, han esdevingut algunes de les eines de construcció social mes important de l'actualitat. Tot i així, les manifestacions conjuntes més importants i comunes d'aquestes disciplines, sempre les trobem quan l'art es manifesta a través de la pintura, l'escultura o el dibuix, i l'esport, és "simplement" el resultat d'aquesta obra artística.

"Move on Art BCN", és el nom que rep el projecte i el disseny d'aquest curiós esdeveniment esportiu i artístic, que buscarà promocionar dos grans productes, com són l'esport i l'art. Darrera aquest disseny d'esdeveniment, el projecte en si estarà format per dos grans blocs, deixant de banda aquesta mateixa introducció, la justificació teòrica del projecte i les conclusions i bibliografia final. Aquests dos grans blocs, són en primer lloc, la definició estratègica i el seu estudi de mercat, i en segon lloc el pla de gestió del projecte. Amb aquests dos blocs, buscarem crear una base per a qualsevol disseny d'esdeveniment que tingui com a objectiu combinar, apropar i promocionar l'art i l'esport, sigui on sigui i quan sigui.

Aquests dos productes que volem promocionar, s'ofereixen simultàniament. Tot i així, hi ha detalls que ens permeten diferenciar i separar l'art i l'esport dins d'aquest projecte. Per fer-ho, hem escollit les màximes representacions de cada producte, i les hem utilitzat per transmetre tot allò que ens vam proposar a l'inici del projecte. L'activitat física, com a màxima representació de l'esport, i el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), com a màxima representació de l'art.

Com dèiem, l'esport, s'ofereix a través de l'activitat i l'exercici físic, sigui córrer, caminar o pedalar, i el recorregut escollit per aquest projecte ha estat l'antic Circuit de Fórmula 1 de Montjuïc.

L'art, ens el proporciona l'espai, l'ambient, el coneixement i la bellesa que té un museu com el Museu Nacional d'Art de Catalunya. Un lloc així, ens permet oferir el producte art d'una manera molt directa i molt rica.

D'aquesta manera, dissenyem un esdeveniment esportiu i artístic, situat a la muntanya de Montjuïc, i amb un recorregut que ens permetrà traçar l'antic circuit de Fórmula 1 d'aquesta històrica muntanya i passar per les increïbles sales i vistes del Museu Nacional d'Art de Catalunya.

El dia i l'hora per dur a terme l'esdeveniment esportiu i artístic, buscarà ser un dia coherent amb el significat que vol transmetre el projecte. D'aquesta manera, el dia escollit per dur a terme el projecte "Move on Art BCN", és el 6 d'Abril de l'any 2019, coincidint amb el Dia Mundial de l'Activitat Física. Tot i així, no voldríem oblidar-nos ni tancar les portes a una altra data, que també seguiria la coherència que estem buscant per dur a terme aquest projecte. Parlem del 18 de Maig, Dia Internacional dels Museus. Aquestes dates, són només el paraigües sota el qual es vol fer encabir l'esdeveniment, independentment que finalment l'esdeveniment pugui realitzar-se uns dies abans o un dies després.

3. Descripció de la idea

Dissenyar un esdeveniment esportiu i artístic com a campanya de promoció d'art, esport i cultura, és una idea que sorgeix per la necessitat que té la societat actual de comprar diferents productes en un mateix servei. Aquesta és la necessitat essencial que desemboca en un projecte com aquest. Les variables amb les que juga aquest projecte són ben clares, esport i art. D'aquesta manera, "Move on Art BCN" busca combinar aquests dos productes en un mateix esdeveniment, per tal que el consumidor d'aquest projecte, compri dos productes dins un mateix servei.

La idea doncs, és dividir l'esdeveniment en dues grans parts. En primer lloc, la volta a l'antic circuit de Fórmula 1 de Montjuïc.



Figura 1. Antic traçat del Circuit de Fórmula 1 de Montjuïc.

La intenció és recordar l'històric traçat tot passant per les rectes i els revolts que anys després es recorden per la seva transcendència. Aquest traçat, estarà sempre acompanyat de diferents imatges històriques que es podran trobar en els punt més representatius del circuit, aquelles rectes i aquells revolts que van ajudar a que el circuit de Fórmula 1 passés a la història.



Figura 2. Imatge històrica del circuit.



Figura 3. Imatge històrica del circuit.

Aquestes imatges, es podran trobar o bé en forma de cartell, o bé en forma de plataforma amb un Codi QR. El traçat d'aquest circuit, es podrà recórrer caminant, corrent o amb bicicleta, ja que el circuit ho permet. Per fer-ho, el punt d'inici del circuit no serà exactament el punt de sortida de l'esdeveniment, sinó que serà des de l'Avinguda Maria Cristina, als peus de les Torres Venecianes. Aquest punt, ens permetrà diferenciar dues zones de sortida. Per una banda, trobarem els que realitzaran el recorregut a peu, ja sigui caminant o corrent. Per l'altra, adaptarem l'estació del Bicing de Gran Via de les Corts Catalanes, tocant amb Plaça Espanya, com a punt d'inici dels qui escullin aquesta modalitat. Les mateixes bicicletes del Bicing, serà el mitjà de transport que utilitzaran els participants. Des d'aquests dos punts, arrancarem l'esdeveniment, direcció el punt original de sortida del Circuit de Fórmula 1 de Montjuïc.



Figura 4. Estació nº 096 del Bicing. Punt de sortida.

Un cop finalitzat el traçat del circuit, començarà la segona part de l'esdeveniment. Per això, haurem de dirigir-nos fins la Sala Oval del Museu Nacional de Catalunya. Allà, realitzarem l'activitat del Cycling Solidari. Aquesta activitat consisteix en pedalar el màxim de quilòmetres possibles sobre una bicicleta estàtica. Imaginem-nos la Sala Oval del MNAC, plena de participants pedalant sobre bicicletes estàtiques. Al fons, sota l'orgue, una pantalla gegant on aniran passant diferents audiovisuals del propi museu, fotografies dels propis participants recorrent el circuit que acaben de realitzar, i una sèrie d'obres artístiques, totes relacionades amb l'activitat física, totes recollides dins un "itinerari esportiu", creat especialment per aquest dia.

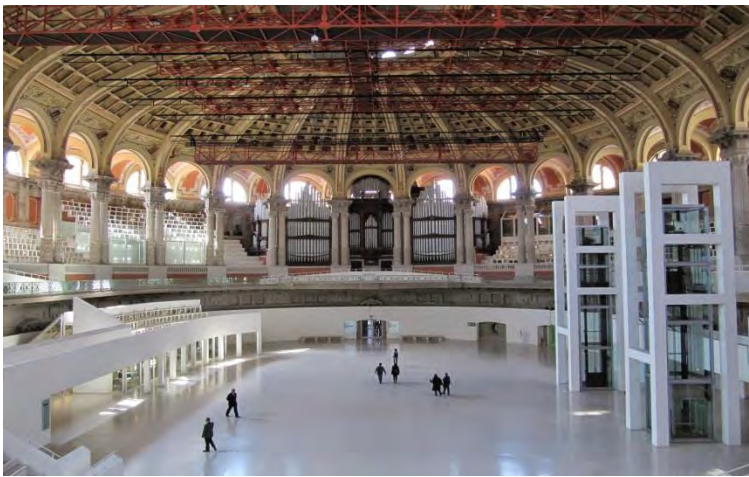


Figura 5. Sala Oval del Museu Nacional de Catalunya.

Aquests quilòmetres, seran comptabilitzats al moment, gràcies a una bicicleta proporcionada per la marca Nike, que envia tota la informació de cada participant a un ordinador central. L'objectiu d'aquesta activitat, és transformar aquests quilòmetres pedalats, en diners, per entregar en forma de donatiu, a una organització que treballi la inclusió social a través de l'esport o l'art. Tot i això, l'esdeveniment no acaba aquí. Un cop el participant decideixi baixar de la bicicleta, se li entregará una bossa on podrà trobar la samarreta i l'itinerari esportiu, entre moltes altres coses. D'aquesta manera, se'l convidarà a descobrir l'itinerari esportiu que amaga el museu, fent-lo passar per les diferents sales del MNAC, i per les vistes que ens regala el seu mirador.



Figura 6. Vistes des del terrat del Museu Nacional de Catalunya.

Amb aquesta activitat, buscarem realitzar activitat física envoltats d'obres artístiques, buscarem fer exercici físic dins un lloc tant poc habitual com el d'un museu, coneixerem tot els racons i les obres artístiques que amaga el Museu Nacional d'Art de Catalunya i gaudirem d'unes vistes espectaculars de la ciutat. En definitiva, marxarem a casa amb la sensació d'haver après coneixements que no dominàvem fins ara, marxarem realitzats per haver fet exercici físic, i tot això, d'una manera original, trencadora i inclusiva, tal i com ens havíem plantejat des d'un inici.

4. Justificació teòrica de la idea del projecte

Segons l'Enciclopèdia Catalana, un esdeveniment és un fet extraordinari o important en la vida d'una persona, d'una col·lectivitat social, de la humanitat. D'esdeveniments, en coneixem de molts tipus, i en aquests treball, ens centrarem bàsicament en els esdeveniments esportius i artístics. Tot i així, sempre tindrem en ment el tipus d'esdeveniments socials, ja que com qualsevol fet que mou masses a nivell social, té repercussió en aquest àmbit.

És per aquest motiu, que no podem seguir desenvolupant aquest treball sense definir prèviament, què són els esdeveniments artístics i quins tipus d'esdeveniments esportius coneixem.

Els esdeveniments artístics, els trobem especialment dins els esdeveniments culturals, aquells esdeveniments que promouen el diàleg, creen sentiments i marquen una identitat, (Marujo, 2015). La globalització ha estat un dels principals factors pels quals els països han començat a promoure i a desenvolupar esdeveniments artístics i culturals per celebrar i recordar la seva història i la seva cultura. Podem dir que els esdeveniments artístics són autotèlics, i tenen molta força per ells mateixos. Amb això, volem dir que perquè un esdeveniment artístic tingui sentit i sigui atractiu, no necessitaríem res més que el propi esdeveniment artístic, res més que art. Tot i així, aquest treball es basarà en buscar un fort apropament entre aquests tipus d'esdeveniments i els esdeveniments esportius.

Coneixem els esdeveniments esportius com fets o actes esportius extraordinaris i importants en la història d'una col·lectivitat social, (Abadia, S. 2017). D'aquest tipus d'esdeveniments, en surten dos grans grups. Per una banda, trobem els esdeveniments tradicionals, que serien aquelles esdeveniments que fins a dia d'avui han marcat el món dels esdeveniments esportius, i per altra banda, trobem els esdeveniments no tradicionals, també anomenats esdeveniments híbrids o "niche events", on volem situar "Move on Art BCN".

Esdeveniments tradicionals:

Els esdeveniments tradicionals, tal i com la seva paraula indica, es caracteritzen per tenir una gran i llarga tradició en el món de l'esport. Per aquesta característica, són esdeveniments on les activitats que es duen a terme són conegudes i s'adaptaran al lloc i a les condicions de cada ciutat. És a dir, parlem d'activitats típiques, de tota la vida, i que segons el lloc on es duguin a terme, patiran unes adaptacions o unes altres. Aquestes adaptacions, aniran marcades lògicament per les tradicions i la cultura particular de cada poble, ciutat o país. Tot i aquestes possibles adaptacions, l'estructura de l'esdeveniment mai variarà, ja que aquesta estructura es veu fortament recolzada pel fet que tots els esdeveniments tradicionals estan marcats per un consell d'administració. Aquest fet, és la segona i gran característica dels esdeveniments tradicionals.

Esdeveniments no tradicionals / híbrids / "niche events":

A diferència dels esdeveniments tradicionals, els "niche events" són esdeveniments dissenyats per oferir innovació, originalitat i noves direccions de diversió i esport. Molts d'aquests esdeveniments, són esdeveniments que inicialment partien d'una idea d'esdeveniment tradicional, i que a base de donar-los-hi voltes i més voltes, han evolucionat en una nova generació i han esdevingut "niche events". Una forma fàcil de passar d'un tipus a un altre, és mitjançant la fusió de dos esdeveniments tradicionals, donant com a resultat, un esdeveniment híbrid. És important, diferenciar entre el significat d'esport híbrid que coneixem fins a dia d'avui, i el nou concepte d'esdeveniment híbrid que va agafant força amb el pas dels anys. Entenem per esport híbrid la fusió de dos esports, que esdevé en un esport nou. Podria ser el resultat del futbolgolf, un esport que neix de la combinació entre el futbol i el golf. Per altra banda, trobem els esdeveniments híbrids, que són amb els que aquest projecte vol treballar, i que responen al concepte de combinar dos tipus d'esdeveniments. El resultat de combinar un esdeveniment esportiu tradicional i un esdeveniment artístic o cultural tradicional, pot esdevenir en un esdeveniment esportiu artístic. Abans d'entrar en matèria i parlar sobre aquest nou tipus d'esdeveniments, és important conèixer altres característiques dels esdeveniments no tradicionals.

Hi ha dues característiques claus que ens ajuden a definir els “niche events”. La primera és el fet que qualsevol esdeveniment no tradicional és el resultat d’un esdeveniment tradicional adaptat, capgirat i portat fins a un altre extrem. La segona característica, és que els “niche events” no segueixen normes ni regles ja establertes, sinó que cada esdeveniment presenta les seves. És a dir, no existeix cap guió que inclogui el protocol a seguir de cada esdeveniment no tradicional.

Per resumir què són els “niche events”, i fent referència als autors que hem citat fins ara, podem dir que són esdeveniments que van dirigits a un públic concret i particular, podem dir que no segueixen cap estructura ni cap guió de regles i normes, que a més a més, poden tenir una estructura poc coneguda i inusual, i que pràcticament sempre són resultat de l’evolució dels esdeveniments tradicionals.

Per últim, i ara si, entenem per un esdeveniment esportiu i artístic, aquell esdeveniment que és capaç de combinar aquestes dues grans i precioses disciplines, aquell esdeveniment que no es limita a córrer, caminar, pedalar o passejar, i que va molt més enllà de mirar, pintar o crear, ja que busca combinar totes aquestes accions per no deixar indiferent a un públic curios i molt concret. Fins a dia d’avui, no hem trobat cap autor que parli d’esdeveniments esportius i artístics, de manera que aprofitarem aquesta justificació teòrica, per anomenar-los esdeveniments “esportivoartístics”.

Abans de seguir amb l’explicació del projecte mirarem de contextualitzar el moment on es troba el món esportiu-artístic. Mostrarem alguns exemples de precedents on l’esport i l’art s’han unit per algun motiu. A continuació, mostrarem diferents representacions on el producte esport i el producte art s’han manifestat alhora. Veureu que podem dividir aquestes representacions en dues categories. En primer lloc, trobem la categoria que engloba aquelles obres artístiques que busquen representar l’activitat física a través de la pròpia obra. Són pintures, escultures o dibuixos que mostren activitat física. En segon lloc, trobem la categoria que comprèn aquelles activitats físiques que es realitzen en entorns destinats, a priori, a la representació d’obres artístiques.

Una de les primeres representacions d'esport i art que trobem, és una obra artística de l'any 1897.



Figura 7. Ramon Casas i Pere Romeu en un tàndem. Ramon Casas, 1897.

Ramon Casas i Pere Romeu en un tàndem, l'obra de Ramon Casas, més coneguda com "El Tàndem", ens mostra, tal i com hem avançat en la introducció, una representació de l'activitat física a través de l'art. És a dir, mitjançant l'escultura, el dibuix o una pintura a l'oli, com en aquest cas, trobem representada una imatge d'algú practicant esport o activitat física. Actualment, aquesta obra la trobem exposada al Museu Nacional d'Art de Catalunya.

En Ramon Casas, podem trobar una variada gama de pintures que representen situacions relacionades amb el món del ciclisme, que demostren els seus profunds coneixements en la matèria. Els seus ciclistes, no corren veloçment ni competeixen, sinó que més aviat passen per plaer, en temps d'oci. (Balius, 2014).

En l'annex, més representacions d'aquest autor, amb el qual aquest projecte se sent molt identificat; activitat física i esport a través de l'art, sense velocitat, sense competició, només per gaudir i aprendre.

Seguint amb la recerca de més precedents, arribem a l'any 1954, a Barcelona, als voltants de Montjuïc.

L'any 1954, Barcelona va acollir el 10è Campionat del món de hockey patins. El mundial es jugava al llavors "Pabellón del Deporte". Aquells dies, però, la pluja va ser un participant més al campionat, fet que va provocar que els partits es juguessin a en un espai cobert. La improvisada solució va ser la Sala Oval, del llavors "Palacio Nacional", actualment el Museu Nacional d'Art de Catalunya.



Figura 8. Any 1954. Antic "Palacio Nacional". Actual Sala Oval del MNAC.



Figura 9. Any 1954. Antic "Palacio Nacional". Actual Sala Oval del MNAC.

Situats ja en el XXI, de la mà de Gaspar Maza torbem un dels antecedents que més s'apropa al projecte "Move on Art BCN". Gaspar Maza, un dels professors entrevistats en aquest treball, presenta una proposta que l'any 2015 es va materialitzar.



Figura 10. Gaspar Maza, 2015.

Amb l'objectiu de realitzar una sessió de "footing" matinal dins un museu, posant en dubte les funcions tradicionals del museu, el paper de l'espectador i el paper de l'esport en general, (Maza, 2015).

Aquests 3 exemples, són només alguns dels exemples que s'han trobat durant el treball de recerca. Amb només aquests tres, en tenim suficient per mostrar les tres maneres que, fins a dia d'avui, s'han utilitzat per combinar l'esport i l'art. A partir d'aquí, aquest treball, buscarà crear un projecte tenint en compte aquests tres precedents.

5. Definició estratègica

5.1. Estudi de mercat

5.1.1. Metodologia

La metodologia utilitzada per realitzar aquest treball de final de grau ha estat bàsicament enfocada per a la realització de l'estudi de mercat. L'objectiu de l'estudi de mercat, ha estat fer un estudi previ al Pla de Gestió del projecte (PGP), que ens ha permès conèixer i estudiar tot allò que ja existeix en el nostre mercat on volem introduir el projecte "Move on Art BCN". Aquesta proposta d'esdeveniment, és només el punt final d'un llarg pla de gestió del projecte, i un possible exemple de l'objectiu principal d'aquest treball, apropar art i esport a través del disseny d'una campanya de promoció d'aquests dos productes. La primera part de l'estudi de mercat, tenia com a objectiu esbrinar quin era el marc on emmarcar el projecte "Move on Art BCN". Aquest estudi, s'ha realitzat través d'entrevistes de gran nivell i rellevància. Aquestes entrevistes, que es troben adjuntes a l'annex, han estat les següents. La primera entrevista va ser al senyor Juli Pernas, director del Museu Olímpic i de l'Esport de Barcelona, que em va atendre al seu despatx del museu mateix. Aquell mateix dia, vaig aprofitar per entrevistar també a l'Ibone Lallana, directora de comunicació i màrqueting del Museu Olímpic i de l'Esport de Barcelona. La tercera entrevista va ser al director de promoció i esdeveniments esportius de l'Institut Barcelona Esports, de l'Ajuntament de Barcelona, el Gabriel Arranz. La quarta entrevista, va ser una entrevista especial i diferent a les anteriors, amb uns objectius que anaven més enllà de l'estudi de mercat. Parlem de l'entrevista a la Fanny Campeny, "City Manager" de Time Out, la revista que marca tendència de Barcelona, i que està de moda. Per últim, l'entrevista amb l'Elisabet Pueyo, cap de màrqueting de Museu Nacional d'Art de Catalunya. Abans de totes aquestes entrevistes, vaig tenir una trobada amb el professor Gaspar Maza, que em va donar la seva opinió sobre el projecte "Move on Art BCN" i una visió des d'un punt de vista d'un antropòleg.

Per aquest motiu, els dos mercats que hem volgut estudiar, han estat, per una banda, el mercat on hi podem trobar esdeveniments híbrids o no tradicionals, dins un radi proper al de la muntanya de Montjuïc. Per una altra banda, també hem treballat per

conèixer aquelles propostes de promoció d'art, cultura i esport, que s'han realitzat fins a dia d'avui.

La metodologia utilitzada, ha estat doncs, una metodologia qualitativa, basada en les entrevistes. El patró d'aquestes entrevistes sempre ha estat el mateix. En primer lloc, després d'un primer contacte, s'ha facilitat a l'entrevistat o entrevistada un guió de l'entrevista, unes setmanes abans, sobre aquelles qüestions a tractar. A continuació, s'ha establert un dia per a l'entrevista i l'entrevistat o entrevistada ha obert les portes del seu despatx per dur a terme l'entrevista. Totes les entrevistes han estat gravades amb el permís de l'entrevistat i l'entrevistada. Els objectius de les entrevistes eren aprofundir sobre l'estudi de mercat amb el qual s'estava treballant, ja que eren la principal font per obtenir la informació necessària i completar, d'aquesta manera, la part principal de l'estudi de mercat. En concret, s'ha buscat qualsevol precedent d'esdeveniment esportiu i artístic, així com els esdeveniments no tradicionals més rellevants de Catalunya. Un altre objectiu amb el qual s'ha treballat en les entrevistes, era esbrinar sota quin marc el projecte "Move On Art" tenia cabuda. Després de totes les entrevistes i converses amb professors i professores, s'ha decidit emmarcar aquest projecte com una campanya de promoció d'art, esport i cultura. Per últim, en cada entrevista, no hi ha faltat parlar sobre el públic sobre el qual aquest projecte es vol dirigir. Tot i que d'entrada, és un projecte obert a un públic poc específic i sempre destinat a una gran part de la població, hem après que és important escollir un "target" amb el qual treballar. D'aquesta manera, és més probable que l'esdeveniment tingui èxit. El públic escollit després d'estudiar cada entrevista, ha estat un públic d'entre 25 i 45 anys. Un públic que majoritàriament serà femení, ja que acostuma a moure's més en massa del que es pot moure el públic masculí. "Move on Art BCN" però, no vol oblidar-se pas del públic infantil, que moltes vegades pot anar acompanyat dels seus pares i mares que es mouen pel "target" explicat inicialment. Amb tot això, volem dir, que tot i dissenyar un esdeveniment per un públic d'entre 25 i 45 anys, majoritàriament femení, en cap moment realitzarem cap tipus d'activitat que limiti la presència d'infants o persones fora d'aquest públic inicial, però a priori interessades en aquets projecte.

Per resumir, podem dir que aquest treball s'ha realitzat amb una metodologia qualitativa, amb l'entrevista com a instrument principal.

5.1.2. Anàlisi de l'organització

“Move on Art BCN” és un projecte de promoció d'art, esport i cultura, i com a tal, l'organització encarregada de dur a terme un esdeveniment com aquest ha de ser una organització interessada en promocionar aquests tres productes.

La organització que presenta unes condicions més òptimes per a la realització d'aquest projecte és l'Institut Barcelona Esports.

L'Institut Barcelona Esports és un organisme autònom creat per l'Ajuntament de Barcelona amb l'encàrrec de gestionar de manera innovadora i eficaç l'esport que es duu a terme a la capital catalana, tenint en compte el seu paper protagonista en el desenvolupament i la projecció de la ciutat i en la cohesió social als barris. A la pàgina web de l'IBE, podem trobar algunes de les seves tasques, algunes d'elles, sembla que defineixin a la perfecció el desenvolupament de “Move on Art BCN”. Les tasques de les quals parlem, són les següents:

- Potenciar l'accés a una oferta esportiva equilibrada a tots els col·lectius ciutadans, amb les especificitats que cadascun requereixi.
- Difondre l'activitat esportiva de Barcelona a tots els ciutadans i les ciutadanes.
- Consolidar els esdeveniments que ja es fan a la ciutat, atraure'n de nous que siguin puntuals i crear-ne de nous que siguin periòdics.
- Crear atractius turístics relacionats amb el món de l'esport.
- Consolidar les estructures de comercialització de les activitats vinculades al món de l'esport que tenen lloc a la ciutat.
- Fomentar l'ús de l'espai públic per a la pràctica de l'esport.

Per aquests motius, creiem que l'Institut Barcelona Esports, en representació de l'Ajuntament de Barcelona, és una organització que compleix els requisits òptims per organitzar i representar el projecte de campanya de promoció d'esport, art i cultura.

Una altra possible organització, que també té motius per organitzar “Move on Art BCN” és el propi museu on es realitzi l'esdeveniment, en aquest cas, el Museu Nacional

d'Art de Catalunya. El Museu Nacional d'Art de Catalunya, com a ens públic, potencia l'ús social i educatiu per esdevenir un espai de coneixement, debat, vincle social i participació, i posa el coneixement, la col·lecció i els recursos al servei del públic. El museu té la voluntat de mostrar l'expressió artística catalana sense límits cronològics i, alhora, generar nou coneixement, fruit de la recerca i el treball amb altres institucions. Per aquestes voluntats i intencions, "Move on Art BCN" pot ser un esdeveniment liderat i organitzat pel propi museu, com una campanya d'autopromoció i màrqueting del Museu Nacional d'Art de Catalunya.

Per últim, una organització de tipus empresa privada, també podria ser una opció per realitzar la organització de "Move on Art BCN". Tot i així, no agrada la idea de vincular directament el concepte empresa amb la idea de negoci. Tot i això, encara que el món empresarial acostuma a fugir de la idea única de promoció, i moltes vegades, l'empresa va acompanyada del concepte afany de lucre, creiem que també, una empresa privada, pot treballar valors i la seva imatge a través d'esdeveniments inclusivament, originals com aquest.

Els motius pels quals no prioritzem aquesta opció com a única opció per desenvolupar "Move on Art BCN" per sobre del que hem analitzat fins ara, són bàsicament els resultats de l'estudi de mercat, realitzat prèviament durant els inicis del projecte. Com a idea de negoci, hem après que "Move on Art BCN" no és una necessitat com a tal, però sí que ho és el rerefons d'ella. És a dir, la societat actual no té la necessitat de consumir esport i art de manera conjunta, però sí té la necessitat de consumir dos productes en un mateix servei. D'aquesta manera, creiem que com a negoci és necessari que aquesta necessitat sigui la primera de les dues que acabem de fer referència. Si la societat actual, tingués la necessitat de consumir esport i art de manera conjunta, seria una bona idea de negoci. Aquest fet, però, no és una necessitat, i per tant no prioritzem una empresa, com a organització organitzadora de "Move on Art BCN".

Amb tot això, l'estructura organitzativa escollida per desenvolupar "Move on Art BCN" el dia 6 d'Abril del 2019, ha estat una estructura formada per les tres organitzacions esmentades dins al moment. Una empresa privada dedicada professionalment a la

creació d'esdeveniments esportius, l'Institut Barcelona Esports, com a principal promotor de l'esport a la ciutat de Barcelona, i el Museu Nacional d'Art de Catalunya, com a ens públic i receptor principal d'aquest projecte.

5.1.3. Anàlisi del sector

Amb l'objectiu de conèixer totes les iniciatives que existeixen avui en dia dins el sector, s'han proposat una sèrie d'entrevistes que des del primer moment han buscat arribar fins l'últim racó del sector analitzat. Aquest sector, és el sector que engloba tots els esdeveniments artístics i esportius. Tot i així, i a causa de la poca existència d'esdeveniments d'aquests tipus, hem decidit englobar dins aquest mateix estudi, tots aquells esdeveniments o iniciatives que combinen l'esport amb algun altre producte. Com ja hem comentat, l'entrevista ha estat l'instrument amb el qual hem treballat, i els candidats entrevistats, han estat curiosament escollits per tal d'arribar al màxim lluny dins aquest sector. Així doncs, en aquest apartat, trobarem un breu resum de cada entrevista realitzada, i posteriorment, una conclusió que esperem que ens ajudi a conèixer de primera mà el món on trobem el projecte "Move on Art BCN".

1. Entrevista amb Juli Pernas, director del Museu Olímpic i de l'Esport de Barcelona.

L'objectiu de la primera entrevista, que es va realitzar el dia 1 de Febrer del 2018, era conèixer a fons una de les màximes representacions tant d'esport com de l'art. El Museu Olímpic i de l'Esport de Barcelona, a través del seu director, el Juli Pernas. Buscàvem conèixer el funcionament d'aquest museu, el seu públic, la relació esport i art, el perfil del visitant, les campanyes de promoció que utilitzen i, finalment, una opinió crítica de l'entrevistat, tant del projecte "Move On Art BCN" com del paper de l'esport i l'art en el món actual.

Pel que fa la relació entre l'esport i l'art, el Juli, ha explicat que hi ha una sèrie de museus olímpics i de l'esport arreu del món, i que tots ells segueixen una mateixa tendència. En el cas dels museus esportius, el Juli, afirma que existeix una relació entre l'art i l'esport, però que en aquests casos, l'accent es posa en l'esport en general i en les grans fites que han fet certs esportistes. Malgrat això, creu que el tema està en

agafar la manifestació de l'art i reflectir-la en els museus, i afegeix, "no només fent referència a la pintura o l'escultura, sinó també en el cinema i la fotografia". Amb tot això, explica que avui en dia, la relació d'esport i art dins un museu olímpic o de l'esport, està en la representació d'objectes nous o antics, indumentària d'esportistes o resultats esportius. L'esportista i l'esport, són el centre del museu, i la part artística és només la part complementària.

A continuació, el Juli ha aportat un article publicat per ell mateix, a la revista "barcelonaSportiva". En ell, el Juli presenta una petita part del que ha acabat sent la bibliografia d'aquest treball. Cita personatges importantíssims en aquest món, com Joan Antoni Samaranch o Pau Negre. En ell, el Juli explica el naixement del Museu Olímpic i de l'Esport, abans i tot de tenir la seu a la muntanya de Montjuïc.

Durant l'entrevista, en Juli cita diferents projectes en el qual ell ha estat involucrat. Projectes relacionats sempre amb l'activitat esportiva. Ens parla de projectes com "Barnatresc", "Pedala Olímpica" i "Pedala per la vida". Aquests projectes, no estan directament relacionats amb l'art, però l'estudi de tots ells ha servit per segmentar el públic al qual volem arribar i observar qui públic hi participa. El Juli també ens parla d'un festival de cinema que organitza el propi Museu Olímpic i de l'Esport.

Durant el transcurs de l'entrevista, en Juli ha procurat deixar molt clar que l'esport és cultura per ell mateix. Aquest concepte que, fins al moment havíem passat per alt, ens ha ajudat a intentar buscar amb molta més força la cultura produïda per l'art.

Entre tots els documents que en Juli ha aportat, n'hi ha uns que ens van cridar molt l'atenció i que els hem fet constar explícitament en l'apartat de la justificació teòrica del projecte. Ens ha presentat unes fotografies de l'any 1954. Unes fotografies on es pot apreciar com la Sala Oval del Museu Nacional de Catalunya, llavors el Palau Nacional, s'havia convertit en una espècie de pavelló per celebrar el 10è Campionat del Món de hockey patins.

La idea de convertir la Sala Oval en un pavelló era un fet que se'ns havia passat per la imaginació però fins al moment no havíem trobat cap precedent. Aquestes fotografies, aportades per en Juli, van marcar un punt d'inflexió en el nostre projecte.

2. Entrevista amb l'Ibone Lallana, directora de comunicació i màrqueting del Museu Olímpic i de l'Esport de Barcelona.

L'objectiu de l'entrevista amb l'Ibone, era conèixer les diferents campanyes de màrqueting amb les que treballa el museu. Interessava saber si la promoció anava més enfocada a l'esport, o a la cultura. És a dir, si la campanya de promoció tenia la basa en el fet que era un museu, o s'intentava vendre a través de l'esport. A banda d'això, vam preguntar especialment, pel públic que visita el Museu Olímpic i de l'Esport, i quines tècniques de segmentació utilitzen. Finalment, vam poder conversar sobre el projecte "Move on Art BCN"

L'Ibone ha comentat d'entrada, que Barcelona té 3 problemes, que afecten de manera directa al museu. En primer lloc, l'enorme oferta educativa i lúdica. Inclús ha afegit que se senten petits, davant tanta oferta. En segon lloc, el nom del seu museu, Museu de l'Esport. Ha explicat que les paraules "museu" i "esport" no encaixen a ulls de la nostra societat. Ha comentat que el públic que visita els museus, no tendeix a practicar esport, i viceversa. També ha parlat de la gran excepció en aquest món, el Museu del Futbol Club Barcelona. Per últim, el gran problema que té Barcelona i el Museu Olímpic i de l'Esport, són els drets d'imatge. Aquest fet, és el gran handicap. Tenen quadres que formen part del museu i la seva explotació, però en cap cas els poden explotar ni fer-ne ús per promocionar.

A nivell de campanya de promoció, l'Ibone ens ha explicat que l'esport és la seva forma de promoció. En concret, a través d'esportistes famosos, que representen uns valors i una manera de ser que va d'acord amb la imatge que el museu vol mostrar. Sempre en parelles, una esportista i un esportista.

A nivell de públic, ells se centren sobretot en el públic infantil, especialment l'escolar. Aquest, representa un 40%. Ens ha explicat que és un públic fidel, ja que encara no han entrat a la idea que té actualment la societat, separar esport per una banda, i museus per una altra. Tampoc són capaços, encara, d'entre el concepte museu, i per tant no els hi sobta veure aquests dos conceptes de la mà. El 60% restant, és un públic turista. Troben a faltar el públic local, tant ella com el món dels museus en general.

Per últim, vam aprofitar per explicar el nostre projecte. Li va encantar saber que buscàvem que l'esport, l'art, la cultura i els museus, s'agafessin de la mà, ni que fos per

un dia. Llavors va començar a llançar idees, que ens han servit de gran ajuda. Ens va comentar que qualsevol esdeveniment necessita una causa, un padrí i un bon patrocinador. També va introduir conceptes com esdeveniment professional i esdeveniment popular, una diferència molt òbvia, però que fins llavors no hi havíem pensat. “Move on Art BCN” és un esdeveniment per un públic popular. Aquesta entrevista, ha servit de punt de sortida de “Move on Art BCN”.

3. Entrevista amb Gabriel Arranz, director de promoció i esdeveniments esportius de l'Institut Barcelona Esports, de l'Ajuntament de Barcelona.

L'objectiu d'aquesta tercera entrevista, era entrar amb força en el món dels esdeveniments. Fins al moment, havíem parlat amb els màxims dirigents d'una de les màximes representacions d'esport i art que trobem avui en dia, però el mercat dels projectes i dels esdeveniments poc en sabíem. D'aquesta manera, vam anar a buscar una organització que es dediqués a allò que ens havíem proposat inicialment, l'Institut Barcelona Esports, un organisme autònom creat per l'Ajuntament de Barcelona amb l'encàrrec de gestionar de manera innovadora i eficaç l'esport que es duu a terme a la capital catalana, tenint en compte el seu paper protagonista en el desenvolupament i la projecció de la ciutat i en la cohesió social als barris.

Amb el Gabriel Arranz, ens vam proposar conèixer l'IBE, parlar sobre els afectes dels esdeveniments a Barcelona i, en concret, a Montjuïc, profunditzar en el tipus de públic que participa en els seus esdeveniments, la selecció del propi públic i, finalment, explicar el nostre projecte i rebre un feedback d'algú que treballa en aquest món.

Així doncs, vam iniciar l'entrevista parlant sobre l'IBE, com a organisme. Va comentar que són un equip de 48 persones, i que a banda de la gerència, estan dividits en 3 branques. Promoció, gestió i obres, i recursos. De seguida vam començar a parlar de l'àmbit de promoció i els diferents tipus d'esdeveniments. El Gabriel, va afegir que treballen especialment amb dos tipus d'esdeveniments, on la causa, és la característica que els diferencia. Per una banda, els esdeveniments on l'esport és la causa, és a dir, s'aprofita el bon moment d'un esport en concret per realitzar un esdeveniment important d'aquell esport. Va posar el waterpolo i els WP2018BCN com a clar exemple. En segon lloc, va parlar dels esdeveniments que es realitzen amb l'objectiu d'aprofitar

les instal·lacions olímpiques. El campionat de pilota basca, va ser l'exemple que va comentar. A través de del primer tipus d'esdeveniments, vam començar a parlar de la promoció. L'esport de moda és aquell que utilitza l'IBE per promocionar l'esport, a través de la realització d'un esdeveniment en concret. Aquest esdeveniment, s'utilitza per promocionar l'esport i l'esport en qüestió a les escoles, instituts, clubs, campus...

La Marató, va ser el següent punt de l'entrevista. A partir d'aquest, el Gabriel va tractar temes com el públic, el turisme, l'espectador, la logística i inclús la promoció i els sentiments.

Va començar parlant sobre la campanya de promoció de La Marató, "No la pateixis, viu-la". Des d'aquesta campanya, el nombre de queixes ha disminuït en picat. Amb això, el Gabriel volia demostrar que les campanyes de promoció són essencials, i que no només van enfocades al corredor, punt important. L'espectador és fonamental en qualsevol esdeveniment, sense aquest, l'esdeveniment perd importància i credibilitat. Per aquest motiu, el Gabriel ha insistit molt en cuidar tots els col·lectius que rodegen el participant. A part d'això, els esdeveniments esportius que aporten turistes, en Gabriel els etiquetava com turistes sans. Un turista que ve a fer esport, salut, que tindrà una activitat econòmica dins la ciutat, i moltes vegades amb un cert poder executiu. En resum, una campanya de promoció ideal.

Per últim, tema Montjuïc. Segons el Gabriel, Montjuïc té les seves llums i les seves ombres. Montjuïc és anomenada la muntanya de l'esport, però en Gabriel ha afegit que també és la muntanya de la cultura, i d'aquí ben poc serà, també, la muntanya de la natura. El Gabriel divideix la muntanya en tres cotes: la baixa, la mitja i l'alta. A la baixa, comenta que hi trobem els esdeveniments esportius, i els barris que hi formen part se senten sobresaturats i volen baixar l'ús de la muntanya com a ús esportiu. A la cota mitja, trobem bàsicament l'oferta cultural. Hi trobem diversos museus: el Museu Olímpic i de l'Esport i el Museu Nacional d'Art de Catalunya. Per últim, a la cota alta, hi trobem el Castell de Montjuïc, visitat casi únicament per turistes estrangers.

En resum, el Gabriel, creu en una muntanya de Montjuïc, que sigui la muntanya de l'esport, la cultura i la natura, que ha de seguir amb el que té. Afegeix que la muntanya de Montjuïc, ha d'aprendre a derivar l'activitat cap a altres punts de la ciutat.

Per últim, ens ha donat 3 consells per el nostre projecte. Pensar en què farà l'esportista abans i després de l'esdeveniment, buscar una afició i cuidar l'espectador que vingui a veure "Move on Art BCN".

4. Fanny Campeny, "City Manager" de Time Out.

L'entrevista més especial de totes, la més diferent. Time Out no organitza esdeveniments culturals, ni tampoc esportius, no s'encarrega de dirigir cap museu, ni club esportiu. Time Out és la revista de moda de Barcelona. Amb paraules de la "City Manager" de la revista, la Fanny Campeny, són "alguna cosa més que una guia de Barcelona". Time Out compta amb 100.000.000 d'usuaris arreu del món. Són una marca global present a 109 ciutats, 39 països. Time Out és un negoci que treballa bàsicament amb l'oci, la cultura i la gastronomia, que ha anat agafant força amb els últims anys. Una revista que neix a Londres, l'any 1969. Aquesta definició de l'empresa, va ser la primera introducció de la Fanny Campeny. Amb la Fanny, volíem tractar dos temes molt concrets; el "target" i el món de les activitats alternatives i originals. Ella mateixa, ens va confessar que les activitats que promocionen no són tant alternatives com semblen. El que si és original i alternatiu, és la forma amb que venen el producte, la redacció de la notícia. Un esdeveniment o una activitat pot ser anunciada a la revista de dues formes. Per una banda, trobem aquelles marques i aquells patrocinadors que pagant, es donen a conèixer o realitzen una campanya de publicitat a través de la revista. Per altra banda, la Fanny ha explicat que la gran part del que surt publicat és per "elaboració pròpia", és a dir, a través de l'equip de periodistes de Time Out, seleccionen els millors restaurants, les millors pel·lícules, els millors bars, les millors sèries, els millors hotels, els millors plans... sempre el millor. D'aquesta manera, l'únic requisit que han de superar els esdeveniments o les activitats per sortir publicades a la revista sense haver de pagar, és aconseguir ser els millors en allò que fan.

A nivell de públic, la Fanny ha comentat que volen arribar a tothom. Bé és cert, que els inicis de Time Out són molt elitistes, buscant un públic molt concret, per unes activitats i uns esdeveniments molt concrets. Amb el pas dels anys, la revista s'ha anat obrint,

oferint activitats per a tothom. A part de la revista, també han anat obrint el ventall a través de les xarxes socials i la pàgina web. Seguint amb el públic, li vam preguntar per l'estratègia de segmentació. la segmentació l'utilitzen per promocionar les activitats. Més que el públic, segmenten el mitjà que utilitzen per promocionar. Time Out treballa amb un públic que li agrada les activitats originals, trencadors i dinàmiques. Aquest públic, és el que busquem per "Move on Art BCN", així que vam entrar a fons en aquest perfil. La Fanny ens va explicar, que el públic que ella creu que podria ser el participant de "Move on Art BCN" és un perfil que tendiria a ser femení, entre 25 i 35 anys. Aquest perfil, es mou en comunitat, busca alguna cosa més que l'esdeveniment en si, el muntatge i la logística que envolta els esdeveniments els hi enganxa. Són "plans d'amigues". Tot i així, la Fanny ha afegit que mirem de no tancar portes al públic familiar. El pare o la mare que ve amb els seus fills a passar el matí.

En relació al projecte que li hem presentat, li ha semblat una genial idea, i ens ha confessat que fa temps que vol visitar el Museu Nacional d'Art de Catalunya, però que no té prou temps durant el cap de setmana, perquè també li agrada dedicar temps a l'exercici físic. I què millor que poder fer activitat física i visitar el MNAC a la vegada? Creu que l'esdeveniment ho té tot, activitat física + distracció + visita a un museu. Per últim, ens va recomanar posar un preu simbòlic a l'esdeveniment. D'aquesta manera, ens assegurem que qui s'apunti, ho valori més i s'apunti.

Com hem comentat, va ser una entrevista diferent a les anteriors i molt especials.

5. Elisabet Pueyo, cap de màrqueting del Museu Nacional de Catalunya.

És l'entrevista per excel·lència d'aquest treball. És l'entrevista que li dona realitat, credibilitat i viabilitat al projecte. És l'última entrevista del projecte, amb ella tanquem l'anàlisi del sector, i ho fem de la millor manera possible. Va ser una entrevista de 45', sempre de cara al gra i parlant casi exclusivament del projecte. Vam anar allà com si anéssim a vendre el nostre projecte, com si no només fos una proposta, i la Bet, s'hi va posar de cara. Amb prou feines havíem començat a explicar el nostre projecte quan la Bet va llançar: "m'agradaria que una de les voltes de la Marató de Barcelona passés per aquí", referint-se a l'interior del MNAC. De seguida vaig veure que parlàvem el mateix llenguatge. D'aquesta manera, vam parlar de com treballa el MNAC a nivell de

màrqueting, i vam comprovar si el museu podia ser el primer interessat en promocionar-se a través d'un esdeveniment com "Move on Art BCN". Em va explicar que estan acostumadíssim a rebre entitats i a col·laborar amb elles, i que ho utilitzen per promocionar-se. A través d'una segmentació del públic, ofereixen diferents activitats per promocionar-se, i fer difusió del museu. Col·laboracions amb grups de música, pràctiques dels estudiants de belles arts, teatre, dansa, balls de swing, el mercat de les flors i l'ESMUC, entre d'altres. De seguida vam començar a parlar del nostre projecte, li va encantar. La primera recomanació que ens va donar la Bet, va ser que no només veiéssim la Sala Oval de MNAC com un simple espai, sinó que ho integréssim tot de tal manera que el propi espai transmetés sensacions i valors. Utilitzar-lo com un simple espai no seria la primera vegada que es faria, ja que el museu ja actua com a espai en altres ocasions. En segon lloc, tot i que nosaltres anàvem a parlar sobretot de la part II de l'esdeveniment, vam comentar la primera part. En concret, el fet de pujar a la muntanya fent exercici físic. La Bet, creu que d'aquesta manera, transformem una debilitat en una oportunitat. És a dir, la mala accessibilitat que té Montjuïc, l'aprofitem per fer activitat física i, d'aquesta manera, iniciar l'esdeveniment. Així, el Bicing hi juga un important paper. Per últim, vam parlar sobre el què fer dins el museu. D'aquí, neix la idea de l'itinerari esportiu. La Bet ens va informar que el públic que consumeix el museu, no ho fa de manera improvisada. Ella mateixa, ens va assegurar que per veure tot el museu sencer es necessiten mínim dues hores, i que em dues hores, un turista veu mitja Barcelona. Amb tot això, ella em proposa dividir el museu en diferents apartats, i triar-ne un perquè el públic visiti. D'aquesta manera, convidaríem el públic a visitar el museu d'una manera molt més concreta. Analitzant aquesta entrevista, va néixer la idea de l'itinerari esportiu. Un recull d'obres artístiques amb les que ja compta el MNAC, algunes exposades i algunes en la reserva del museu. Amb la creació d'aquest itinerari, obtenim més material per projectar durant el Cycling Solidari, i la visita al museu queda reduïda, tal i com ens va suggerir la Bet.

5.2. Diagnòstic estratègic: la matriu DAFO i la identificació de necessitats

L'anàlisi DAFO, és un mètode de planificació estratègica que consisteix en la investigació i avaluació dels punts forts i punts febles d'una persona o organització a nivell intern, i de les amenaces i oportunitats que li ofereix el seu entorn, a nivell extern. Tot aquest anàlisi, es dur a terme per realitzar posteriorment un diagnòstic. Les sigles DAFO, signifiquen doncs, Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats.

Anàlisi Intern

Aquest anàlisi, engloba els punts forts i els punts febles del propi esdeveniment. Aquelles fortaleses i debilitats que depenen directament del projecte i que el món exterior i el mercat no hi participen.

Fortaleses:

- La planificació és flexible i amb molta antelació. Cada treballador té la capacitat de destinar les hores que ell necessiti.
- El projecte compta amb un bon pla de gestió del projecte, a través del programa "Open Project".
- L'equip organitzador és petit i per tant la comunicació és directa i senzilla.
- Cada membre de l'organigrama té unes funcions molt clares i concises.
- L'equip de treball compta amb una gran i llarga experiència en el món dels esdeveniments.
- Estratègies i objectius definits.
- "Move on Art BCN" s'assegura l'èxit a través de l'originalitat i la innovació.

Debilitats:

- Els objectius del projecte són clars, però sempre estan subjectes a la predisposició del participant i a les ganes i l'actitud de cadascú.
- L'estil d'esdeveniment que presentem, no té cap tipus de precedent. D'aquesta manera, no tenim cap referència que ens asseguiri un èxit al 100%.

Anàlisi Extern

En aquest cas, el mercat és qui marca què són les amenaces i què són les oportunitats. El mercat decideix acceptar el projecte, o no, i d'aquesta manera influir sobre el l'esdeveniment d'una manera o una altra.

Amenaces:

- Montjuïc està arribant al límit i ja està a punt de no poder acollir nous esdeveniments al barri, a causa del gran nombre d'activitats i esdeveniments que s'hi duen a terme.
- Durant el Dia Mundial de l'Activitat Física es fan diferents actes arreu de Catalunya que podrien fer ombra al projecte "Move on Art BCN".

Oportunitats:

- El 6 d'Abril coincideix amb el Dia Mundial de l'Activitat Física.
- A Barcelona li interessa promoure l'esport en un dia com el DMAF.
- Montjuïc és coneguda com la muntanya de l'esport i la cultura.
- L'estudi de mercat i sobretot les entrevistes indiquen que els esdeveniments esportiu i artístics agraden al públic i estan de pujada.
- La societat actual, té la necessitat de consumir dos productes en un, i això és el que ofereix "Move on Art BCN".

L'estudi de mercat, les entrevistes i la matriu DAFO, donen a conèixer una sèrie de punts forts i punts febles que, posteriorment, es tradueixen a unes debilitats i/o oportunitats.

En resum, observem que la debilitat més gran de "Move on Art BCN" és la incertesa. No tenim precedents d'un esdeveniment híbrid que uneixi els productes esport i art. No tenim cap precedent que busqui promocionar esport, art i cultura a través d'un esdeveniment com aquest. Per això, la incertesa davant si el mercat i la societat accepten aquest tipus d'esdeveniment és la màxima debilitat d'aquesta projecte.

Tot i això, si som capaços de donar una volta a aquest fet, i mirar-ho des d'una altra òptica, el fet que no existeix cap precedent, ho podem traduir a originalitat i novetat, una oportunitat per presentar a la societat alguna cosa que, fins a dia d'avui, no coneix. Aquesta debilitat, pot veure's, també, com una oportunitat.

La necessitat real de consumir dos productes en un, és la màxima oportunitat de “Move on Art BCN”. En ella, ho apostem tot per creure que aquest projecte pot tenir èxit en un futur, i el més important, aquest projecte és viable.

6. Pla de gestió del projecte

6.1. Abast

6.1.1. Identificació de requisits del projecte

6.1.1.1. *Descripció de requisits*

6.1.1.1.1. Oportunitat de negoci

La necessitat que té la societat actual de consumir diversos productes dins un mateix servei, és la necessitat essencial i bàsica que s’ostenta aquest projecte. La cultura del “pack”, és precisament això, no conformar-se en consumir un producte darrera l’altre i cadascun dins un espai-temps determinat, sinó consumir aquests productes alhora, de manera simultània. Aquesta necessitat que la gran majoria de la societat té avui en dia, i que ja fa temps que la posa en pràctica, és la principal oportunitat de negoci de “Move on Art BCN”.

Els dos productes escollits per formar part del projecte “Move on Art BCN” han estat l’esport i l’art. En concret, hem escollit l’activitat física com a màxima representació de l’esport, i l’espai d’un museu artístic com a màxima representació de l’art. Fins a dia d’avui, la combinació d’esport i art no l’hem vist representada més enllà de diferents obres d’art que reproduïen esport. El que busquem amb aquest projecte, és seguir treballant en aquesta línia, però intercanviant els papers. És a dir, buscarem que el consumidor, a través de la pràctica de l’esport, consumeixi també el producte art, al mateix moment que el producte esport. Aquesta combinació, l’oferirem a través d’un esdeveniment híbrid, original, trencador i inclusiu.

La manera en que es durà a terme “Move on Art BCN” serà en forma de campanya de promoció d’esport, art i cultura. D’aquesta manera, la campanya de promoció, serà el

paraigües sota el qual dissenyarem aquest projecte, sempre tenint en compte què comporta la promoció en si.

6.1.1.1.2. Objectius del projecte

Objectiu Principal:

- Dissenyar i programar un esdeveniment de tipus híbrid, esportiu i artístic, com a resultat d'una campanya de promoció d'esport, art i cultura.

Objectius Secundaris:

- Promocionar esport, art i cultura.
- Dur a terme un projecte d'esdeveniment en una gran ciutat com Barcelona, en un entorn òptim com Montjuïc, i en un museu de gran importància com el Museu Nacional d'Art de Catalunya.
- Crear un nou tipus d'esdeveniments esportius originals i innovadors a través d'un valor afegit com és l'art.
- Realitzar un projecte base per a qualsevol esdeveniment esportiu i artístic.
- Crear un projecte tant real com perquè en un futur es pugui aplicar en un dia i una hora determinada.
- Que el participant consumeixi al mateix moment dos productes, com són l'art i l'esport.
- Aprendre a realitzar i presentar un Treball de Final de Grau.

6.1.1.1.3. Requisits i característiques del producte

Els requisits i les característiques de "Move on Art BCN", venen marcats i marcades per una sèrie d'agents que, de manera directa o indirecta, estan implicats en el projecte. Aquests agents dels quals parlem, reben el nom de "stakeholders". D'aquesta manera,

en aquest apartat, veurem quins són els stakeholders de “Move on Art BCN” i els classificarem segons el seu nivell d’implicació.

Stakeholders de tipus intern al projecte:

- Empresa privada: l’empresa que s’encarregui de liderar, organitzar i dur a terme “Move on Art BCN”.
- Cap de programes Institut Barcelona Esports: al ser un esdeveniment de promoció d’esport, entre d’altres, “Move on Art BCN” comptarà amb el cap de programes de l’IBE.
- Cap de programes del Museu Nacional d’Art de Catalunya: “Move on Art BCN” no només tindrà lloc dins el MNAC sinó que l’entitat estarà, en part, implicada en l’organització, a través de la seva cap de programes.
- Director: el director serà l’encarregat de liderar el projecte “Move on Art BCN”. Formarà part de l’empresa organitzadora.
- Coordinador: el coordinador, escollit pel director, estarà plenament implicat en l’organització i execució de “Move on Art BCN”.
- Cap de recursos Humans: formarà part de l’empresa organitzadors i s’encarregarà de seleccionar un gran nombre de treballadors necessaris pel desenvolupament del projecte.
- Tècnics: “Move on Art BCN” comptarà amb un parell de tècnics durant la fase d’execució del projecte.
- Voluntaris: el projecte implicarà un grup de 20 voluntaris.
- Grup de música: una de les parts de l’esdeveniment comptarà amb música en directa.
- Fotògrafs: l’esdeveniment serà seguit de ben a prop per un parell de fotògrafs.

Stakeholders de tipus extern al projecte:

- Organització Mundial de la Salut (OMS): la data en que tindrà lloc “Move on Art BCN” serà el Dissabte 6 d’Abril de 2019 , Dia Mundial de l’Activitat Física, tal i com va decidir l’OMS.

- Veïns i veïnes: tots aquells ciutadans de Barcelona que es vegin afectats per algun possible tall de trànsit o alguna altra alteració de la normalitat habitual durant el dia.
- Visitants, treballadors i treballadores del MNAC: totes aquelles persones que vegin alterada la seva activitat habitual dins el museu.
- Guàrdia Urbana: treballadors que no formen part del projecte però que aquell dia col·laboraran en unes tasques molt concretes.
- Participants: aquelles persones que decideixin participar al projecte "Move on Art BCN".
- Ajuntament de Barcelona: com a esdeveniment de promoció d'art, cultura i esport en la ciutat de Barcelona.
- Patrocinadors: tots aquells patrocinadors que decideixin participar i apostar per aquest projecte.
- Bicing: empresa que cedirà les seves bicicletes per celebrar l'esdeveniment.
- Associació de veïns de Montjuïc: tant el barri en si com els veïns que formes part d'aquesta associació veuran alterada l'activitat habitual.

6.1.2. Enunciat de l'abast del projecte

6.1.2.1. *Descripció de l'abast del producte*

“Move on Art BCN!” és un projecte de tipus “small scale sport event” dissenyat per ser organitzat per una empresa privada, amb la col·laboració de l'Institut Barcelona Esports i l'Ajuntament de Barcelona. L'esdeveniment tindrà lloc el dissabte 6 d'Abril del 2019, en motiu del dia Mundial de l'Activitat Física. La ciutat on es durà a terme aquest projecte, serà la ciutat de Barcelona, a la muntanya de Montjuïc. En concret, estem parlant de l'antic circuit de Fórmula 1 de Montjuïc, juntament amb el Museu Nacional d'Art de Catalunya, el MNAC. Com ja hem dit, “Move on Art BCN!” ha estat dissenyat per ser organitzat per una empresa privada i l'Ajuntament de Barcelona, a través de l'Institut Barcelona Esport, una institució encarregada de promoure l'esport i l'activitat física a la ciutat de Barcelona, un dels objectius d'aquest projecte.

En poques paraules, “Move on Art BCN!” consisteix en la realització d'un esdeveniment esportiu i artístic, pensat per ser una campanya de promoció de l'esport, l'art i la cultura. Aquest projecte, se sosté sota una necessitat de la societat actual, consumir diferents productes dins un mateix servei. En aquest cas, es buscarà que el consumidor, consumeixi esport i art de manera simultània, i així satisfer una de les necessitats més buscades de la societat.

Així doncs, “Move on Art BCN!” tindrà lloc a la muntanya de Montjuïc, i es dividirà en dues grans parts que quedaran completament lligades. La primera part de l'esdeveniment, consisteix en realitzar una volta sencera a l'antic circuit de Fórmula 1 de Montjuïc. Durant el recorregut, els participants podran visualitzar diferents cartells, imatges i representacions de diverses fotografies històriques, amb l'objectiu que cada individu pugui sentir-se en ple 2019, com si estigués vivint el record dels anys 40, 50, 60, 70 i 80. Un cop finalitzi aquesta primera part, els participants es dirigiran directament fins la gran Sala Oval del Museu Nacional de Catalunya, on participaran en una activitat de Cycling Solidari amb música en directe. L'objectiu d'aquesta activitat és pedalar el màxim de quilòmetres possibles, per “convertir” aquests quilòmetres en un donatiu solidari, a alguna associació que treballi la inclusió social a través de l'art i l'esport. Aquesta activitat, a banda de la música en directe, també contarà amb la

projecció de diferents audiovisuals, relacionats amb les obres del MNAC. També es projectarà les obres artístiques d'un "itinerari esportiu" creat exclusivament per aquest dia. L'objectiu d'aquesta projecció, és que els participants aprofitin el post-esdeveniment per visitar el museu i descobrir les seves obres a través d'aquest itinerari en concret. Un itinerari creat exclusivament per aquest dia i que estarà format per totes les obres artístiques que representin activitat física. D'aquesta manera, assegurem que tot aquest esdeveniment culmini amb un aprenentatge de cada participant, i qui sap, si amb una segona visita al Museu Nacional d'Art de Catalunya.

6.1.2.2. Productes que s'han de lliurar

El 6 d'abril del 2019 tindrà lloc el projecte "Move on Art BCN" a Montjuïc, Barcelona. Amb ell, s'oferiran una sèrie de productes que van molt més enllà dels dos productes principals, l'art i l'esport. El conjunt de tots aquests lliuraments, formen "Move on Art BCN", i tots ells són necessaris per dur a terme el projecte tal i com està escrit en el guió.

Recorregut al Circuit de Fórmula 1 de Montjuïc:

Es tracta de recórrer el traçat de l'antic circuit de fórmula 1 de Montjuïc. Aquest traçat, és pot recórrer caminant, corrent o amb bicicleta, a través del Bicing. Juntament amb aquest servei, s'oferirà la sensació de trobar-se dins el circuit 50 o 60 anys enrere en el temps, quan pel circuit hi corrien motos i cotxes, i donaven lloc, a les curses de fórmula 1, que actualment trobem al circuit de Montmeló. Aquesta sensació es busca a través d'imatges, cartells i representacions de fotografies d'aleshores, d'aquelles rectes i aquelles corbes que han passat a la història.

Activitat del Cycling + La visita al Museu Nacional d'Art de Catalunya:

Aquesta activitat consisteix en realitzar el màxim de quilòmetres possibles sobre una bicicleta estàtica dins la Sala Oval del MNAC. Els quilòmetres que un participant recorri sobre la bicicleta estàtica, seran automàticament recomptats i sumats als quilòmetres de totes les bicicletes estàtiques de la sala. Els quilòmetres, seran "convertits" en

donatius, amb una organització que treballi per fer un món per a tothom, a través de l'esport o l'art. Juntament amb aquesta activitat s'oferiran diferents serveis complementaris al Cycling. En primer lloc, música en directa tocada per un trio de música, encarregats de donar ritme i bon ambient a l'activitat. En segon lloc, la projecció de diversos audiovisuals relacionats amb les obres artístiques més preuades del museu. També es projectarà les obres de l'itinerari esportiu, un itinerari creat especialment per l'ocasió, i que els participants tindran l'oportunitat de buscar-lo un cop finalitzada l'activitat.

Servei d'avituellament:

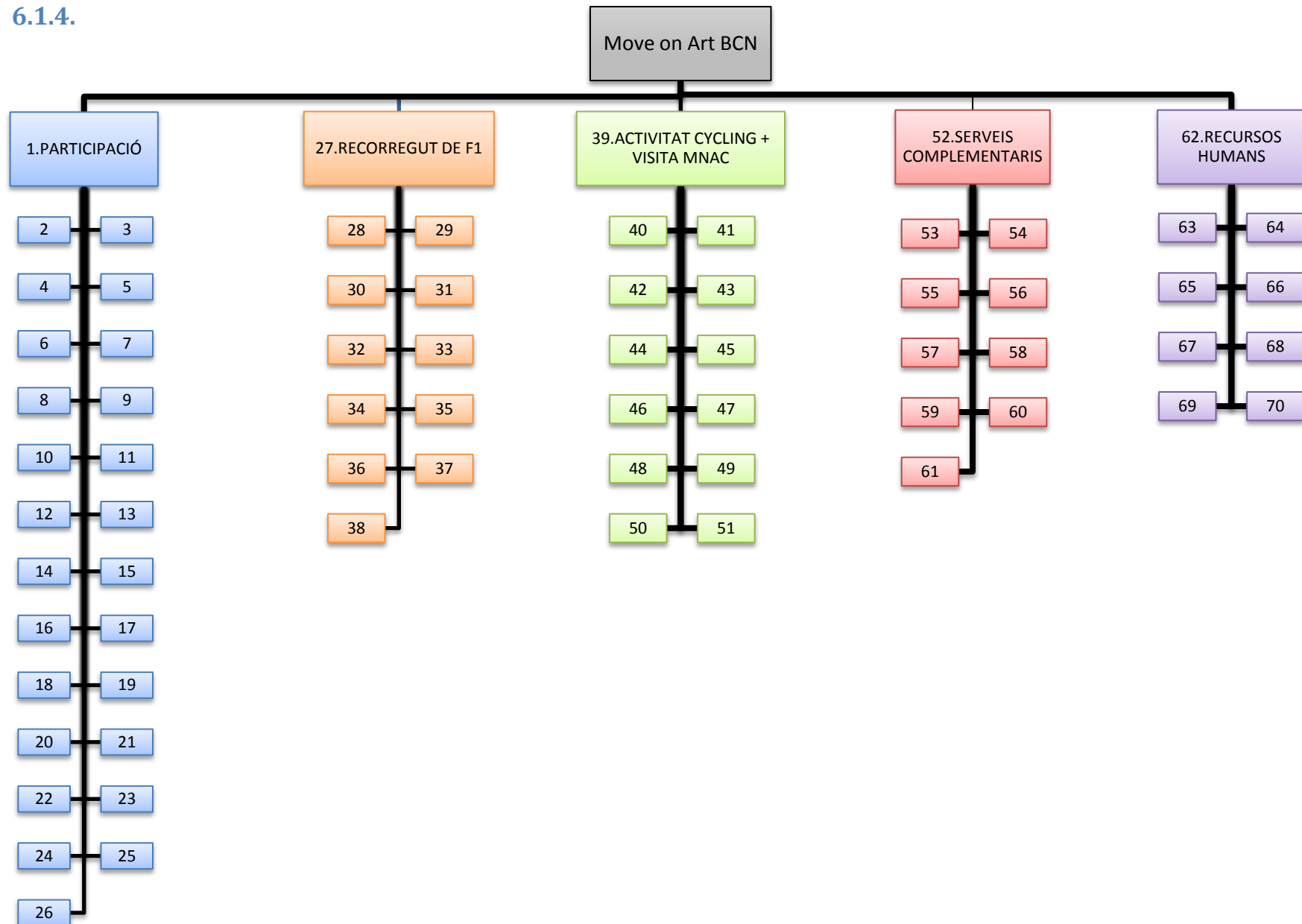
Un cop el participant finalitzi la volta al circuit de Fórmula 1 i fins que acabi l'activitat del Cycling solidari, s'oferirà una zona d'avituellament i refrigeració per aquell qui vulgui agafar forces, o recuperar-les.

Servei de fotografia:

Durant tot l'esdeveniment, un parell de fotògrafs s'encarregaran d'immortalitzar tots els moments possibles. Aquestes fotografies s'oferiran als participants a través de la pàgina web.

6.1.3. Estructura de Desglossament del Treball (EDT)

6.1.4.



6.2. Temps

6.2.1. Definició de les activitats i de les fites del projecte

Aquest apartat, presenta la descripció detallada de cada activitat. Els lliuraments i les activitats són els mateixos que trobem a l'estructura de desenvolupament del treball.

1. PARTICIPACIÓ

2. Reunir el comitè organitzador format per 5 treballadors.

- Reunir per primera vegada l'equip organitzador de l'esdeveniment.

3. Dissenyar una checklist de les activitats relacionades amb la participació.

- Dissenyar una checklist amb totes les activitats a realitzar dins aquest servei.

4. Iniciar la campanya de màrqueting i promoció a través de l'IBE.

- Iniciar la campanya de màrqueting liderada per l'Institut Barcelona Esports.

5. Publicar l'esdeveniment a la pàgina web de l'IBE.

- Publicar tots els detalls de l'esdeveniment a la pàgina web oficial de l'IBE.

6. Introduir "Move on Art BCN" dins el programa del DMAF.

- L'IBE s'encarregarà que aquest projecte sigui un més del programa del DMAF.

7. Comunicar al MNAC el dia de l'esdeveniment.

- Involucrar el Museu Nacional d'Art de Catalunya com a part del projecte.

8. Iniciar la campanya de promoció a través del MNAC.

- Iniciar una campanya de promoció per part del MNAC.

9. Publicar l'esdeveniment a la pàgina web del MNAC.

- Publicar tots els detalls de l'esdeveniment a la pàgina web oficial del MNAC.

10. Crear una pàgina web del projecte "Move on Art BCN!"

- Crear una pàgina web oficial del projecte "Move on Art BCN".

11. Crear un perfil del projecte a les xarxes socials.

- Crear un perfil del projecte a Facebook, Twitter i Instagram.

12. Realitzar el formulari d'inscripció.

- Dissenyar el formulari d'inscripció.

13. Obrir el període d'inscripcions a les diferents pàgines web.

- Penjar el formulari a les diferents pàgines web i obrir el període d'inscripcions.

14. Reunir l'equip organitzador i executiu.

- Tornar a reunir l'equip organitzador, aquest cop també amb els tècnics.

15. Dissenyar i encarregar els dorsals de l'esdeveniment.

- Dissenyar el disseny del dorsal i encarregar-lo.

16. Dissenyar i encarregar la samarreta de "Move on Art BCN"

- Dissenyar el model de la samarreta i encarregar-la.

17. Tancar el període d'inscripcions de l'esdeveniment.

- Tancar el període d'inscripcions de totes les pàgines web.

18. Recollir el nombre d'inscripcions.

- Recopilar totes les inscripcions realitzades.

19. Reunir l'equip organitzador i executiu.

- Tornar a reunir l'equip organitzador i executiu.

20. Tramitar les assegurances dels participants.

- Tramitar les assegurances de cada corredor.

21. Informar als serveis sanitaris.

- Informar als serveis sanitaris perquè hi siguin presents el dia de l'esdeveniment.

22. Reunir l'equip organitzador, executiu i voluntaris.

- Reunir tot l'equip del projecte. Afegir per primer cop els voluntaris.

23. Muntar un punt de sortida amb megafonia i un inflable.

- Muntar un punt de sortida amb servei de megafonia i l'inflable que dóna sortida.

24. Entregar el dorsal el mateix dia de l'esdeveniment.

- Muntar tota la logística per tal de repartir als participants els dorsals.

25. Entregar la samarreta i complements al final de l'esdeveniment.

- Repartir la samarreta i els complements als participants.

26. Valorar la participació i les campanyes dutes a terme a través de la checklist.

- Reunir tot l'equip organitzador i executiu i valorar el servei de participació.

27. RECORREGUT CIRCUIT DE F1.

28. Realitzar una checklist amb les accions a realitzar.

- Dissenyar una checklist amb totes les accions a realitzar dins aquest servei.

29. Notificar el dia de l'esdeveniment a l'Ajuntament i a la Policia Local.

- Notificar a l'Ajuntament i a la Policia Local el dia de l'esdeveniment.

30. Notificar el recorregut a l'Ajuntament i a la Policia Local.

- Notificat a l'Ajuntament i a la Policia Local el traçat del recorregut a tallar.

31. Organitzar tota la logística necessària per fer el recorregut.

- Tallar carrers, adaptar espais... tot allò necessari per fer el traçat exterior.

32. Reservar tantes bicicletes del Bicing com siguin necessàries.

- Reservar bicicletes del servei Bicing, tantes com inscrits.

33. Seleccionar i encarregar fotografies històriques del Circuit de F1.

- Seleccionar fotografies històriques que aniran col·locades al llarg del traçat.

34. Col·locar estratègicament les fotografies del circuit.

- Col·locar cada cartell encarregat al lloc on toca del traçat de F1.

35. Iniciar l'esdeveniment amb la volta al Circuit.

- Donar inici a l'esdeveniment.

36. Donar per acabat el recorregut.

- Comprovar que no queda cap participant realitzant el circuit i finalitzar-lo.

37. Restablir la normalitat un cop acabat el recorregut.

- Restablir la normalitat als carrers i als voltants del MNAC.

38. Valorar la logística i manteniment que s'ha dut a terme.

- Realitzar una valoració sobre la primera part de l'esdeveniment.

39. ACTIVITAT CYCLING + VISITA MNAC.

40. Dissenyar una checklist amb les accions a realitzar.

- Realitzar el disseny d'una checklist per desenvolupar totes les accions.

41. Crear un itinerari esportiu dins el MNAC.

- Preparar un itinerari esportiu per a què els participants realitzin.

42. Llogar tantes bicicletes estàtiques com participants inscrits.

- Llogar les bicicletes estàtiques a una empresa privada.

43. Adaptar les condicions del MNAC per a l'esdeveniment.

- Habilitar l'espai del MNAC perquè els participants hi puguin entrar amb comoditat.

44. Col·locar les bicicletes estàtiques dins la sala Oval del MNAC.

- Col·locar les bicicletes estàtiques dins la sala Oval per realitzar el Cycling.

45. Iniciar l'activitat del cycling solidari.

- Iniciar l'activitat del Cycling solidari.

46. Iniciar el concert de música en directe.

- Iniciar el concert que durarà fins que el Cycling acabi.

47. Projectar els diferents documentals i obres artístiques.

- Projectar a través del projector diversos documentals i obres d'art.

48. Donar per acabada l'activitat del cycling solidari.

- Finalitzar l'activitat del cycling solidari.

49. Convidar als participants a realitzar l'itinerari esportiu.

- Animar als participants que realitzin l'itinerari esportiu preparat.

50. Restablir la normalitat un cop acabat l'esdeveniment.

- Recollir el MNAC i tornar a posar les coses a lloc.

51. Valorar la logística i el manteniment duts a terme.

- Fer una valoració a fons de la segona part de l'esdeveniment.

52. SERVEIS COMPLEMENTARIS.

53. Dissenyar una checklist amb els serveis a realitzar.

- Realitzar una checklist amb els serveis a fer dins els "Serveis Complementaris".

54. Dissenyar un qüestionari de valoració dels serveis.

- Dissenyar un qüestionari per avaluar els serveis post a l'esdeveniment.

55. Comprar productes pel refrigeri.

- Comprar els productes a oferir durant l'avituellament abans i durant el cycling.

56. Realitzar fotografies durant l'esdeveniment.

- Realitzar fotografies durant tot el desenvolupament de l'esdeveniment.

57. Crear una etiqueta per a les xarxes social de "Move on Art BCN".

- Crear un "hashtag" per tal de fer una millor visualització a les xarxes socials.

58. Actualitzar contínuament les xarxes socials durant l'esdeveniment.

- Penjar fotografies constantment de l'esdeveniment a les xarxes socials.

59. Oferir servei d'avituellament.

- Oferir refrigeri abans i durant l'activitat del cycling solidari.

60. Recollir les fotografies i publicar-les a la pàgina web del projecte.

- Fer un recull i una selecció de les fotografies i compartir-les amb els participants.

61. Valorar els serveis a través del qüestionari.

- Valorar els serveis complementaris oferts al finalitzar l'esdeveniment.

62. RECURSOS HUMANS

63. Dissenyar una checklist amb els treballadors a contractar.

- Dissenyar una llista amb els treballadors necessaris per el desenvolupament.

64. Dissenyar una pauta d'informe d'avaluació de cada treballador.

- Dissenyar una pauta per avaluar individualment cada treballadors a l'acabar.

65. Contractar grup de música en directe.

- Contractar un grup de música per a què toqui en directe durant el cycling.

66. Contractar 2 fotògrafs.

- Contractar un parell de fotògrafs.

67. Contractar 2 tècnics.

- Contractar dos tècnics que ajudin al desenvolupament del projecte.

68. Contractar 20 voluntaris.

- Contractar 20 voluntaris que ajudin únicament el dia de l'esdeveniment.

69. Contactar amb els voluntaris a mesura que s'apropi l'esdeveniment.

- Posar-se en contacte amb els voluntaris uns dies abans de l'esdeveniment.

70. Avaluar els treballadors a través de la pauta.

- Avaluar els treballadors de manera individual, a través de la pauta inicial.

6.2.2. Estimació de la durada de les activitats

Taula 1. Estimació de la durada de les activitats.

	Name	Work
1	PARTICIPACIÓ	63 hours
2	Reunir el comitè organitzador format per 5 treballadors	4 hours
3	Dissenyar una checklist de les activitats relacionades amb la participació	2 hours
4	Iniciar la campanya de màrqueting i promoció a través de l'IBE	4 hours
5	Publicar l'esdeveniment a la pàgina web de l'IBE	1 hour
6	Introduir "Move On Art!" dins el programa del DMAF	1 hour
7	Comunicar al MNAC el dia de l'esdeveniment	0,5 hours
8	Iniciar la campanya de promoció a través del MNAC	3 hours
9	Publicar l'esdeveniment a la pàgina web del MNAC	1 hour
10	Crear una pàgina web del projecte "Move On Art!"	4 hours
11	Crear un perfil del projecte a les xarxes socials	2 hours
12	Realitzar el formulari d'inscripció	3 hours
13	Obrir el període d'inscripcions a les diferents pàgines web	1 hour
14	Reunir l'equip organitzador i executiu	4 hours
15	Dissenyar i encarregar els dorsals de l'esdeveniment	6 hours
16	Dissenyar i encarregar la samarreta de "Move On Art!"	7 hours
17	Tancar període d'inscripcions de l'esdeveniment	0,5 hours
18	Recollir el nombre d'inscripcions	2 hours
19	Reunir l'equip organitzador i executiu	4 hours
20	Tramitar les assegurances dels participants	4 hours
21	Informar als serveis sanitaris	0,5 hours
22	Reunir l'equip organitzador, executiu i voluntaris	4 hours
23	Muntar un punt de sortida amb megafonia i un inflable	0,5 hours
24	Entregar el dorsal el mateix dia de l'esdeveniment	1 hour
25	Entregar la samarreta i complements al final de l'esdeveniment	2 hours
26	Valorar la participació i les campanyes dutes a terme a través de la checklist	1 hour
27	RECORREGUT CIRCUIT DE F1	16 hours
28	Realitzar una checklist amb les accions a realitzar	1 hour
29	Notificar el dia de l'esdeveniment a l'Ajuntament i a la Policia Local	0,5 hours
30	Notificar el recorregut a l'Ajuntament i a la Policia Local	1 hour
31	Organitzar tota la logística necessària per fer el recorregut	3 hours
32	Reservar tantes bicicletes del Bicing com siguin necessàries	0,5 hours
33	Seleccionar i encarregar fotografies històriques del Circuit de F1	4 hours
34	Col·locar estratègicament les fotografies del circuit	1,5 hours

	Name	Work
35	Iniciar l'esdeveniment amb la volta al Circuit	2,5 hours
36	Donar per acabat el recorregut	0,5 hours
37	Restablir la normalitat un cop acabat el recorregut	1 hour
38	Valorar la logística i manteniment que s'ha dut a terme	0,5 hours
39	ACTIVITAT CYCLING + VISITA MNAC	20,5 hours
40	Dissenyar una checklist amb les accions a realitzar	2 hours
41	Crear un itinerari esportiu dins el MNAC	8 hours
42	Llogar tantes bicicletes estàtiques com participants inscrits	0,5 hours
43	Adaptar les condicions del MNAC per a l'esdeveniment	1 hour
44	Col·locar les bicicletes estàtiques dins la sala Oval del MNAC	1 hour
45	Iniciar l'activitat del cycling solidari	2 hours
46	Iniciar el concert de música en directe	2 hours
47	Projectar els diferents documentals i obres artístiques	2 hours
48	Donar per acabada l'activitat del cycling solidari	0,5 hours
49	Convidar als participants a realitzar l'itinerari esportiu	0,5 hours
50	Restablir la normalitat un cop acabat l'esdeveniment	0,5 hours
51	Valorar la logística i el manteniment duts a terme	0,5 hours
52	SERVEIS COMPLEMENTARIS	23,5 hours
53	Dissenyar una checklist amb els serveis a realitzar	1 hour
54	Dissenyar un qüestionari de valoració dels serveis	1 hour
55	Comprar productes pel refrigeri	2,5 hours
56	Realitzar fotografies durant l'esdeveniment	6 hours
57	Crear una etiqueta per a les xarxes social de "Move On Art!"	0,5 hours
58	Actualitzar contínuament les xarxes socials durant l'esdeveniment	6 hours
59	Oferir servei d'avituallament	3 hours
60	Recollir les fotografies i publicar-les a la pàgina web del projecte	3 hours
61	Valorar els serveis a través del qüestionari	0,5 hours
62	RECURSOS HUMANS	55,5 hours
63	Dissenyar una checklist amb els treballadors a contractar	1 hour
64	Dissenyar una pauta d'informe d'avaluació de cada treballador	3 hours
65	Contractar grup de música en directe	12 hours
66	Contractar 2 fotògrafs	8 hours
67	Contractar 2 tècnics	8 hours
68	Contractar 20 voluntaris	20 hours
69	Contactar amb els voluntaris a mesura que s'apropi l'esdeveniment	2 hours
70	Avaluar els treballadors a través de la pauta	1,5 hours

6.2.3. Diagrama de xarxes



Taula 3. Inici i fi de les activitats

	Name	Start	Finish
1	☐PARTICIPACIÓ	17/09/18 08:00	08/04/19 09:00
2	Reunir el comitè organitzador format per 5 treballadors	17/09/18 08:00	17/09/18 08:00
3	Dissenyar una checklist de les activitats relacionades amb la participació	17/09/18 08:00	17/09/18 10:00
4	Iniciar la campanya de màrqueting i promoció a través de l'IBE	19/09/18 08:00	19/09/18 12:00
5	Publicar l'esdeveniment a la pàgina web de l'IBE	20/09/18 08:00	20/09/18 09:00
6	Introduir "Move On Art!" dins el programa del DMAF	20/09/18 09:00	20/09/18 10:00
7	Comunicar al MNAC el dia de l'esdeveniment	17/09/18 10:00	17/09/18 10:30
8	Iniciar la campanya de promoció a través del MNAC	19/09/18 08:00	19/09/18 11:00
9	Publicar l'esdeveniment a la pàgina web del MNAC	19/09/18 11:00	19/09/18 12:00
10	Crear una pàgina web del projecte "Move On Art!"	20/09/18 08:00	20/09/18 12:00
11	Crear un perfil del projecte a les xarxes socials	21/09/18 08:00	21/09/18 10:00
12	Realitzar el formulari d'inscripció	21/09/18 08:00	21/09/18 11:00
13	Obrir el període d'inscripcions a les diferents pàgines web	01/10/18 08:00	01/10/18 08:20
14	Reunir l'equip organitzador i executiu	14/01/19 08:00	14/01/19 12:00
15	Dissenyar i encarregar els dorsals de l'esdeveniment	15/01/19 08:00	16/01/19 10:00
16	Dissenyar i encarregar la samarreta de "Move On Art!"	15/01/19 08:00	16/01/19 11:00
17	Tancar període d'inscripcions de l'esdeveniment	28/02/19 11:00	28/02/19 11:30
18	Recollir el nombre d'inscripcions	28/02/19 11:30	01/03/19 09:30
19	Reunir l'equip organitzador i executiu	05/03/19 08:00	05/03/19 12:00
20	Tramitar les assegurances dels participants	08/03/19 08:00	08/03/19 12:00
21	Informar als serveis sanitaris	09/03/19 09:30	11/03/19 08:30
22	Reunir l'equip organitzador, executiu i voluntaris	01/04/19 08:00	01/04/19 12:00
23	Muntar un punt de sortida amb megafonia i un inflable	06/04/19 07:00	06/04/19 07:30
24	Entregar el dorsal el mateix dia de l'esdeveniment	06/04/19 08:00	06/04/19 09:00
25	Entregar la samarreta i complements al final de l'esdeveniment	06/04/19 11:30	06/04/19 13:30
26	Valorar la participació i les campanyes dutes a terme a través de la checklist	08/04/19 08:00	08/04/19 09:00
27	☐RECORREGUT CIRCUIT DE F1	17/09/18 10:00	08/04/19 09:30
28	Realitzar una checklist amb les accions a realitzar	17/09/18 10:00	17/09/18 11:00
29	Notificar el dia de l'esdeveniment a l'Ajuntament i a la Policia Local	17/09/18 11:00	17/09/18 11:30
30	Notificar el recorregut a l'Ajuntament i a la Policia Local	17/09/18 11:00	17/09/18 12:00
31	Organitzar tota la logística necessària per fer el recorregut	18/09/18 08:00	18/09/18 11:00
32	Reservar tantes bicicletes del Bicing com siguin necessàries	02/03/19 08:00	04/03/19 08:30
33	Seleccionar i encarregar fotografies històriques del Circuit de F1	17/09/18 11:00	18/09/18 11:00
34	Col·locar estratègicament les fotografies del circuit	06/04/19 07:00	06/04/19 08:30
35	Iniciar l'esdeveniment amb la volta al Circuit	06/04/19 09:00	06/04/19 09:00
36	Donar per acabat el recorregut	06/04/19 09:00	06/04/19 09:30
37	Restablir la normalitat un cop acabat el recorregut	06/04/19 09:30	06/04/19 10:30
38	Valorar la logística i manteniment que s'ha dut a terme	08/04/19 09:00	08/04/19 09:30
39	☐ACTIVITAT CYCLING + VISITA MNAC	18/09/18 08:00	08/04/19 10:00
40	Dissenyar una checklist amb les accions a realitzar	18/09/18 08:00	18/09/18 10:00
41	Crear un itinerari esportiu dins el MNAC	18/09/18 10:00	20/09/18 10:00
42	Llogar tantes bicicletes estàtiques com participants inscrits	01/03/19 09:30	01/03/19 10:00
43	Adaptar les condicions del MNAC per a l'esdeveniment	06/04/19 07:00	06/04/19 08:00
44	Col·locar les bicicletes estàtiques dins la sala Oval del MNAC	06/04/19 08:00	06/04/19 09:00
45	Iniciar l'activitat del cycling solidari	06/04/19 09:00	06/04/19 11:00
46	Iniciar el concert de música en directe	06/04/19 09:00	06/04/19 11:00
47	Projectar els diferents documentals i obres artístiques	06/04/19 09:00	06/04/19 11:00
48	Donar per acabada l'activitat del cycling solidari	06/04/19 11:00	06/04/19 11:30
49	Convidar als participants a realitzar l'itinerari esportiu	06/04/19 11:30	06/04/19 12:00
50	Restablir la normalitat un cop acabat l'esdeveniment	06/04/19 12:00	06/04/19 12:30
51	Valorar la logística i el manteniment duts a terme	08/04/19 09:30	08/04/19 10:00

52	<input type="checkbox"/> SERVEIS COMPLEMENTARIS	18/09/18 10:00	08/04/19 10:30
53	Dissenyar una checklist amb els serveis a realitzar	18/09/18 10:00	18/09/18 11:00
54	Dissenyar un qüestionari de valoració dels serveis	18/09/18 11:00	18/09/18 12:00
55	Comprar productes pel refrigeri	04/04/19 09:00	04/04/19 11:30
56	Realitzar fotografies durant l'esdeveniment	06/04/19 09:00	06/04/19 15:00
57	Crear una etiqueta per a les xarxes social de "Move On Art!"	21/09/18 10:00	21/09/18 10:30
58	Actualitzar continuament les xarxes socials durant l'esdeveniment	06/04/19 09:00	06/04/19 15:00
59	Oferir servei d'avituallament	06/04/19 09:00	06/04/19 12:00
60	Recollir les fotografies i publicar-les a la pàgina web del projecte	06/04/19 15:00	08/04/19 09:00
61	Valorar els serveis a través del qüestionari	08/04/19 10:00	08/04/19 10:30
62	<input type="checkbox"/> RECURSOS HUMANS	18/09/18 11:00	08/04/19 12:00
63	Dissenyar una checklist amb els treballadors a contractar	18/09/18 11:00	18/09/18 12:00
64	Dissenyar una pauta d'informe d'avaluació de cada treballador	19/09/18 08:00	19/09/18 11:00
65	Contractar grup de música en directe	01/10/18 11:00	04/10/18 11:00
66	Contractar 2 fotògrafs	01/02/19 11:00	05/02/19 11:00
67	Contractar 2 tècnics	14/01/19 08:00	15/01/19 12:00
68	Contractar 20 voluntaris	16/01/19 08:00	22/01/19 12:00
69	Contactar amb els voluntaris a mesura que s'apropi l'esdeveniment	01/03/19 11:00	04/03/19 09:00
70	Avaluar els treballadors a través de la pauta	08/04/19 10:30	08/04/19 12:00

6.3. Costos

6.3.1. Estimació del cost de les activitats

Taula 4. Estimació del cost de cada activitat

Name	Cost1
▣ PARTICIPACIÓ	€ 975,00
Reunir el comitè organitzador format per 5 treballadors	€ 0,00
Dissenyar una checklist de les activitats relacionades amb la participació	€ 0,00
Iniciar la campanya de màrqueting i promoció a través de l'IBE	€ 0,00
Publicar l'esdeveniment a la pàgina web de l'IBE	€ 0,00
Introduir "Move On Art!" dins el programa del DMAF	€ 0,00
Comunicar al MNAC el dia de l'esdeveniment	€ 0,00
Iniciar la campanya de promoció a través del MNAC	€ 0,00
Publicar l'esdeveniment a la pàgina web del MNAC	€ 0,00
Crear una pàgina web del projecte "Move On Art!"	€ 9,95
Crear un perfil del projecte a les xarxes socials	€ 0,00
Realitzar el formulari d'inscripció	€ 0,00
Obrir el període d'inscripcions a les diferents pàgines web	€ 0,00
Reunir l'equip organitzador i executiu	€ 0,00
Dissenyar i encarregar els dorsals de l'esdeveniment	€ 150,00
Dissenyar i encarregar la samarreta de "Move On Art!"	€ 375,00
Tancar període d'inscripcions de l'esdeveniment	€ 0,00
Recollir el nombre d'inscripcions	€ 0,00
Reunir l'equip organitzador i executiu	€ 0,00
Tramitar les assegurances dels participants	€ 450,00
Informar als serveis sanitaris	€ 0,00
Reunir l'equip organitzador, executiu i voluntaris	€ 0,00
Muntar un punt de sortida amb megafonia i un inflable	€ 0,00
Entregar el dorsal el mateix dia de l'esdeveniment	€ 0,00
Entregar la samarreta i complements al final de l'esdeveniment	€ 0,00
Valorar la participació i les campanyes dutes a terme a través de la checklist	€ 0,00
▣ RECORREGUT CIRCUIT DE F1	€ 290,00
Realitzar una checklist amb les accions a realitzar	€ 0,00
Notificar el dia de l'esdeveniment a l'Ajuntament i a la Policia Local	€ 0,00
Notificar el recorregut a l'Ajuntament i a la Policia Local	€ 0,00
Organitzar tota la logística necessària per fer el recorregut	€ 0,00
Reservar tantes bicicletes del Bicing com siguin necessàries	€ 0,00
Seleccionar i encarregar fotografies històriques del Circuit de F1	€ 290,00
Col·locar estratègicament les fotografies del circuit	€ 0,00
Iniciar l'esdeveniment amb la volta al Circuit	€ 0,00
Donar per acabat el recorregut	€ 0,00
Restablir la normalitat un cop acabat el recorregut	€ 0,00
Valorar la logística i manteniment que s'ha dut a terme	€ 0,00

☐ ACTIVITAT CYCLING + VISITA MNAC	€ 3000,00
Dissenyar una checklist amb les accions a realitzar	€ 0,00
Crear un itinerari esportiu dins el MNAC	€ 0,00
Llogar tantes bicicletes estàtiques com participants inscrits	€ 3000,00
Adaptar les condicions del MNAC per a l'esdeveniment	€ 0,00
Col·locar les bicicletes estàtiques dins la sala Oval del MNAC	€ 0,00
Iniciar l'activitat del cycling solidari	€ 0,00
Iniciar el concert de música en directe	€ 0,00
Projectar els diferents documentals i obres artístiques	€ 0,00
Donar per acabada l'activitat del cycling solidari	€ 0,00
Convidar als participants a realitzar l'itinerari esportiu	€ 0,00
Restablir la normalitat un cop acabat l'esdeveniment	€ 0,00
Valorar la logística i el manteniment duts a terme	€ 0,00
☐ SERVEIS COMPLEMENTARIS	€ 200,00
Dissenyar una checklist amb els serveis a realitzar	€ 0,00
Dissenyar un qüestionari de valoració dels serveis	€ 0,00
Comprar productes pel refrigeri	€ 200,00
Realitzar fotografies durant l'esdeveniment	€ 0,00
Crear una etiqueta per a les xarxes social de "Move On Art!"	€ 0,00
Actualitzar contínuament les xarxes socials durant l'esdeveniment	€ 0,00
Oferir servei d'avituallament	€ 0,00
Recollir les fotografies i publicar-les a la pàgina web del projecte	€ 0,00
Valorar els serveis a través del qüestionari	€ 0,00
☐ RECURSOS HUMANS	€ 1010,00
Dissenyar una checklist amb els treballadors a contractar	€ 0,00
Dissenyar una pauta d'informe d'avaluació de cada treballador	€ 0,00
Contractar grup de música en directe	€ 350,00
Contractar 2 fotògrafs	€ 360,00
Contractar 2 tècnics	€ 300,00
Contractar 20 voluntaris	€ 0,00
Contactar amb els voluntaris a mesura que s'apropi l'esdeveniment	€ 0,00
Avaluar els treballadors a través de la pauta	€ 0,00

6.3.2. Pressupost de costos

Taula 5. Despeses

DESPESES				
CONCEPTE	DESCRIPCIÓ	IMPORT		
		Preu Unitari	Unitats Comprades	Total
Pàgina Web	Crear una pàgina web del projecte amb el domini .com	9,95 €	1	9,95 €
Dorsals	Dissenyar i encarregar els dorsals de la cursa a una empresa externa.	0,50 €	300	150,00 €
Samarretes	Encarregar a una empresa externa la samarreta oficial de "Move on Art BCN".	1,25 €	300	375,00 €
Assegurances	Tramitar una assegurança per a cada participant.	1,50 €	300	450,00 €
Fotografies F1	Encarregar cartells de paper ploma amb imatges històriques del circuit.	15,00 €	20	300,00 €
Bicicletes estàtiques	Llogar bicicletes estàtiques de la marca Nike. Buscar el seu patrocini a canvi d'aquestes bicicletes.	11,00 €	300	3.300,00€
Refrigeri	Comprar productes per refrigeri: aigües, fruita, fruits secs, refrescos...			200,00 €
Grup de Música	Contractar un grup de música en directe.			350,00 €
Fotògrafs	Contractes dels dos fotògrafs.	180,00 €	2	360,00 €
Tècnics	Contractes dels dos tècnics.	150,00 €	2	300,00 €
TOTAL IMPORT				5.794,95 €

Taula 6. Ingressos

INGRESSOS				
CONCEPTE	DESCRIPCIÓ	IMPORT		
		Preu Unitari	Unitats Comprades	Total
Inscripció	Preu de la inscripció que ha de pagar cada participant al moment d'inscriure's. Seran donats en forma de donatiu	4,00 €	300	1.200,00 €
Patrocini Nike	Buscar el patrocini de la marca Nike a canvi de les bicicletes estàtiques.			3.300,00 €
TOTAL IMPORT				4.500,00 €

6.4. Qualitat

6.4.1. Planificació de la qualitat

Taula 7. Planificació de la qualitat

ESTÀNDARD	MÈTRICA	INSTRUMENT	QUI	QUAN
Desenvolupament de l'esdeveniment	100% Ordre establert	Checklist	Xavier Prat	Durant l'esdeveniment
Realitzar les dues parts de l'esdeveniment	90% Participació	Checklist	Voluntaris I	Durant l'esdeveniment
Refrigeri de qualitat i suficient per tots	100% previst	Checklist	Xavier Prat	Durant l'esdeveniment
Consumir els productes art i esport	80% Participació	Qüestionari	Pedro	Després de l'esdeveniment
Ambient festiu, saludable i únic	75% Participació	Qüestionari	Pedro	Després de l'esdeveniment
Bicicletes Cycling Solidari	95% Satisfacció	Qüestionari	Pedro	Després de l'esdeveniment
Esdeveniment "Move on Art BCN"	85% Satisfacció	Qüestionari	Pedro	Després de l'esdeveniment

6.5. Recursos Humans

6.5.1. Llocs de treball i tasques a desenvolupar

Director: En primer lloc, responsable de presentar l'acte de constitució del projecte a l'Institut Barcelona Esports, a l'Ajuntament de Barcelona i al Museu Nacional de Catalunya. Un cop aprovat el projecte, responsable de liderar tota l'organització de l'esdeveniment. Treballar amb els caps de programes tant del MNAC com de l'IBE i escollir l'equip organitzador del projecte; tècnics i responsables de recursos humans. Reunir l'equip organitzador i executiu periòdicament i liderar tot el procés. Coordinar totes les accions el dia de l'esdeveniment i realitzar una avaluació exhaustiva al finalitzar l'esdeveniment.

Cap de programes IBE: representació màxima del projecte en relació a l'Institut Barcelona Esports. Responsable de la tramitació de qualsevol tràmit en relació al desenvolupament de projectes. Contacte directe amb l'Ajuntament de Barcelona, amb la Guàrdia Urbana, serveis sanitaris i tot allò que relacioni agent extern amb qualsevol protocol d'un esdeveniment.

Cap de programes MNAC: representació màxima del projecte pel que fa el Museu Nacional de Catalunya. Responsable de tenir l'última paraula en qualsevol acció que es vulgui dur a terme dins el museu. Contacte directe amb l'Ajuntament de Barcelona i amb l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB). El dia de l'esdeveniment coordinadora de tot allò que passi dins el Museu.

Coordinador: és la mà dreta del director. Encarregat d'executar tot allò que no depèn ni del MNAC ni de l'IBE. Responsable de coordinar un parell de tècnics que també formen part de l'equip organitzador. Supervisar els treballadors que té per sota. Informar de qualsevol cosa al director. Està sota la disponibilitat del director.

Responsable de Recursos Humans: persona encarregada de seleccionar els dos tècnics que encara falten per descriure. Encarregada també de seleccionar un equip de 20 voluntaris, un parell de fotògrafs i un grup de música en directe. Responsable, també, de les xarxes socials pròpies del projecte, tant durant la preparació com el mateix dia de l'esdeveniment. Xarxes socials i equip executiu, les seves grans tasques a realitzar.

Tècnic I: treballador exclusiu per el dia de l'esdeveniment. Sempre sota les ordres del coordinador. Coordinar i ordenar dos grups de 5 voluntaris i un fotògraf. La seva funció és limitada a la primera part de l'esdeveniment, és a dir, tota la part exterior. Des de la sortida fins l'entrada al museu. Coordinar, sobretot, l'entrega de dorsals.

Tècnic II: treballador exclusiu per el dia de l'esdeveniment. Sempre sota les ordres del coordinador. Coordinar i ordenar dos grups de 5 voluntaris, un fotògraf i el grup de música en directe. La seva funció és limitada a la segona part de l'esdeveniment i el

tancament del mateix. Tot allò que passa dins el museu el coordinador hi ha d'estar implicat. Coordinar també l'entrega de samarretes i altres al final de l'esdeveniment.

Fotògraf I: fotògraf responsable d'immortalitzar tots aquells moments que es duen a terme durant la primera part de l'esdeveniment. Un cop finalitzat l'esdeveniment, recollir i seleccionar les fotografies.

Fotògraf II: fotògraf responsable de fotografiar tot allò que passa dins el museu. Especialment el Cycling Solidari i la posterior visita al museu. Igual que l'anterior, seleccionar i fer una tria de les fotografies un cop l'esdeveniment hagi acabat.

Grup de música: grup encarregat de posar ritme a la sessió de cycling. Transmetre bon ambient des del moment que entra al museu el primer participant.

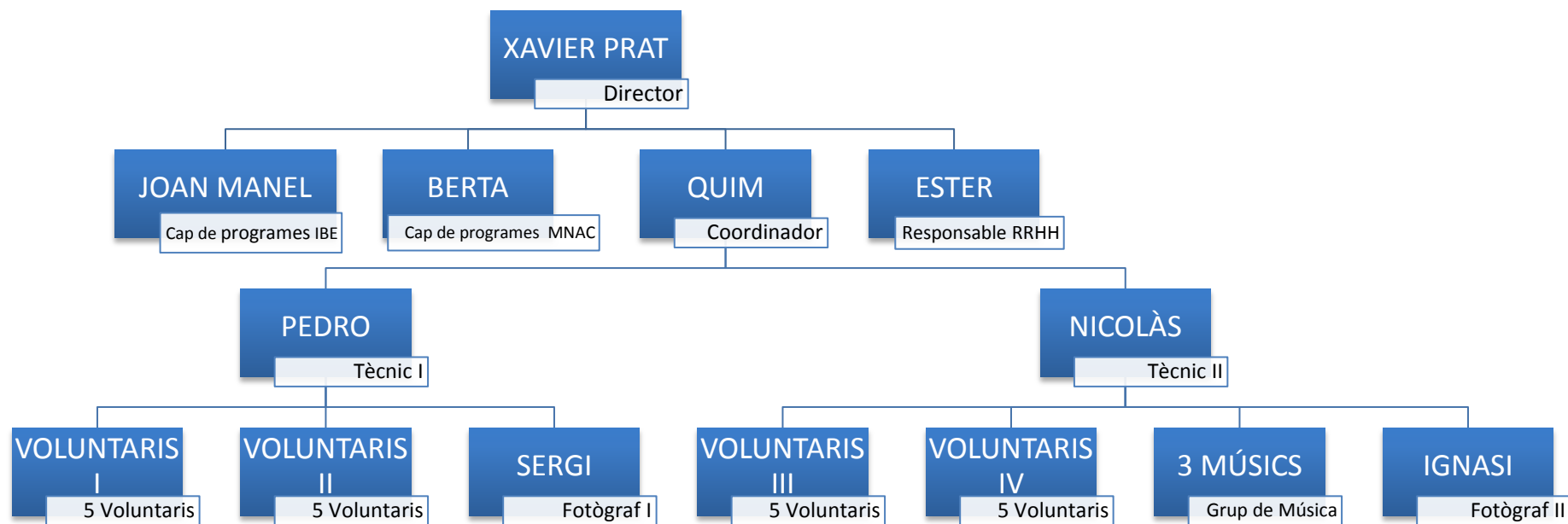
Voluntaris: realitzar tasques de repartiment de dorsals, de samarretes, muntatges del punt de sortida, recollida final, oferir avituallament i totes aquelles tasques necessàries només durant el dia de l'esdeveniment. Segons el grup de voluntaris hi haurà unes tasques més o menys específiques.

Taula 8. Llocs de treball

	Name	RBS	Initials
1	Xavier Prat	Director "Move On Art!"	X
2	Joan Manel	Cap de programes IBE	J
3	Berta	Cap de programes MNAC	B
4	Quim	Coordinador "Move On Art!"	Q
5	Ester	Responsable RRHH	E
6	Pedro	Tècnic I	P
7	Nicolàs	Tècnic II	N
8	Sergi	Fotògraf Exterior	S
9	Ignasi	Fotògraf Interior	I
10	Trio Musics	Grup de música	T
11	Voluntaris I	Grup de 5 voluntaris	VI
12	Voluntaris II	Grup de 5 voluntaris	VII
13	Voluntaris III	Grup de 5 voluntaris	VIII
14	Voluntaris IV	Grup de 5 voluntaris	VIV

6.5.2. Organigrama

Taula 9. Organigrama



6.5.3. Matriu d'assignació de responsabilitats

Taula 10. Assignació de responsabilitats

	Name	Resource Names
1	PARTICIPACIÓ	
2	Reunir el comitè organitzador format per 5 treballadors	Xavier Prat
3	Dissenyar una checklist de les activitats relacionades amb la participació	Xavier Prat
4	Iniciar la campanya de màrqueting i promoció a través de l'IBE	Joan Manel
5	Publicar l'esdeveniment a la pàgina web de l'IBE	Joan Manel
6	Introduir "Move On Art!" dins el programa del DMAF	Xavier Prat
7	Comunicar al MNAC el dia de l'esdeveniment	Berta
8	Iniciar la campanya de promoció a través del MNAC	Berta
9	Publicar l'esdeveniment a la pàgina web del MNAC	Berta
10	Crear una pàgina web del projecte "Move On Art!"	Xavier Prat
11	Crear un perfil del projecte a les xarxes socials	Quim
12	Realitzar el formulari d'inscripció	Quim
13	Obrir el període d'inscripcions a les diferents pàgines web	Berta,Joan Manel,Quim
14	Reunir l'equip organitzador i executiu	Xavier Prat
15	Dissenyar i encarregar els dorsals de l'esdeveniment	Quim
16	Dissenyar i encarregar la samarreta de "Move On Art!"	Xavier Prat
17	Tancar període d'inscripcions de l'esdeveniment	Quim
18	Recollir el nombre d'inscripcions	Quim
19	Reunir l'equip organitzador i executiu	Xavier Prat
20	Tramitar les assegurances dels participants	Joan Manel
21	Informar als serveis sanitaris	Joan Manel
22	Reunir l'equip organitzador, executiu i voluntaris	Xavier Prat
23	Muntar un punt de sortida amb megafonia i un inflable	Pedro[50%];Voluntaris I[50%]
24	Entregar el dorsal el mateix dia de l'esdeveniment	Pedro[50%];Voluntaris I[50%]
25	Entregar la samarreta i complements al final de l'esdeveniment	Nicolàs[50%];Voluntaris III[50%]
26	Valorar la participació i les campanyes dutes a terme a través de la checklist	Xavier Prat
27	RECORREGUT CIRCUIT DE F1	
28	Realitzar una checklist amb les accions a realitzar	Xavier Prat
29	Notificar el dia de l'esdeveniment a l'Ajuntament i a la Policia Local	Joan Manel
30	Notificar el recorregut a l'Ajuntament i a la Policia Local	Joan Manel
31	Organitzar tota la logística necessària per fer el recorregut	Joan Manel
32	Reservar tantes bicicletes del Bicing com siguin necessàries	Quim
33	Seleccionar i encarregar fotografies històriques del Circuit de F1	Quim
34	Col·locar estratègicament les fotografies del circuit	Pedro[50%];Voluntaris III[50%]
35	Iniciar l'esdeveniment amb la volta al Circuit	Xavier Prat
36	Donar per acabat el recorregut	Pedro[50%];Voluntaris II[50%]
37	Restablir la normalitat un cop acabat el recorregut	Pedro[50%];Voluntaris II[50%]
38	Valorar la logística i manteniment que s'ha dut a terme	Xavier Prat
39	ACTIVITAT CYCLING + VISITA MNAC	
40	Dissenyar una checklist amb les accions a realitzar	Xavier Prat
41	Crear un itinerari esportiu dins el MNAC	Berta
42	Llogar tantes bicicletes estàtiques com participants inscrits	Quim
43	Adaptar les condicions del MNAC per a l'esdeveniment	Berta
44	Col·locar les bicicletes estàtiques dins la sala Oval del MNAC	Nicolàs[50%];Voluntaris III[50%]
45	Iniciar l'activitat del cycling solidari	Xavier Prat
46	Iniciar el concert de música en directe	Trio Musics
47	Projectar els diferents documentals i obres artístiques	Nicolàs[50%];Voluntaris IV[50%]
48	Donar per acabada l'activitat del cycling solidari	Voluntaris IV
49	Convidar als participants a realitzar l'itinerari esportiu	Voluntaris IV
50	Restablir la normalitat un cop acabat l'esdeveniment	Voluntaris III
51	Valorar la logística i el manteniment duts a terme	Xavier Prat

52	SERVEIS COMPLEMENTARIS	
53	Dissenyar una checklist amb els serveis a realitzar	Xavier Prat
54	Dissenyar un qüestionari de valoració dels serveis	Quim
55	Comprar productes pel refrigeri	Quim
56	Realitzar fotografies durant l'esdeveniment	Ignasi[50%];Sergi[50%]
57	Crear una etiqueta per a les xarxes social de "Move On Art!"	Ester
58	Actualitzar continuament les xarxes socials durant l'esdeveniment	Ester
59	Oferir servei d'avituallament	Voluntaris III
60	Recollir les fotografies i publicar-les a la pàgina web del projecte	Ester
61	Valorar els serveis a través del qüestionari	Xavier Prat
62	RECURSOS HUMANS	
63	Dissenyar una checklist amb els treballadors a contractar	Xavier Prat
64	Dissenyar una pauta d'informe d'avaluació de cada treballador	Ester
65	Contractar grup de música en directe	Ester
66	Contractar 2 fotògrafs	Ester
67	Contractar 2 tècnics	Ester
68	Contractar 20 voluntaris	Ester
69	Contactar amb els voluntaris a mesura que s'apropi l'esdeveniment	Ester
70	Avaluar els treballadors a través de la pauta	Ester

6.6. Comunicació

6.6.1. Definició de l'estratègia de gestió dels interessats pel projecte

Taula 11. Gestió dels stakeholders

STAKEHOLDER	INTERESSOS DEL STAKEHOLDER	IMPACTE POTENCIAL	ESTRATÈGIA PER EVITAR CONFLICTES
Empresa privada	Crear i organitzar el projecte	Alt	Posar els màxims recursos per el projecte
Cap de programes Institut Barcelona Esports	Vincle directe entre empresa i IBE	Alt	Posar totes les facilitats i la màxima col·laboració
Cap de programes del Museu Nacional d'Art de Catalunya	Vincle directe entre empresa i MNAC	Alt	Posar totes les facilitats i la màxima col·laboració
Director	Liderar el projecte	Alt	Liderar amb professionalitat
Coordinador	Lligam entre equip organitzatiu i executiu	Alt	Obeir amb responsabilitat i dirigir amb rigor
Cap de recursos Humans	Crear el millor equip de treball possible	Alt	Crear un equip de treball excel·lent
Tècnics	Liderar el grup de voluntaris	Alt	Treballar en equip col·laborar el màxim
Voluntaris	Executar i col·laborar	Alt	Obeir amb responsabilitat i col·laborar el màxim
Grup de música	Donar ritme i crear bon ambient	Alt	Preparar el repertori prèviament
Fotògrafs	Immortalitzar els màxims moments possibles	Mitjà	Treballar de manera professional i ètica
Organització Mundial de la Salut (OMS)	Promocionar esdeveniments d'aquest tipus	Mitjà	Seguir promocionant i recolzant esdeveniments
Veïns i veïnes	Afectats per una alteració puntual	Baix	Preveure qualsevol afectació
Visitants, treballadors i treballadores del MNAC	Afectats per una activitat especial i diferent	Mitjà	Adaptar-se el màxim a la situació temporal

Guàrdia Urbana	Treballar per a la bona organització vial	Baix	Col·laborar amb l'organització
Participants	Participació directe de l'esdeveniment	Alt	Tenir una actitud predisposada per viure un esdeveniment diferent
Ajuntament de Barcelona	Promocionar i col·laborar en l'esdeveniment	Baix	Promocionar i recolzar aquest tipus d'esdeveniments esportius
Patrocinadors	Promocionar la seva marca i col·laborar econòmicament	Alt	Proporcionar el màxim de recursos al projecte
Bicing	Proporcionar i promocionar les bicicletes	Alt	Comptar amb un gran nombre de bicicletes de sobra
Associació de veïns de Montjuïc	Afectats per un esdeveniment més a Montjuïc	Baix	Adaptar-se i col·laborar per facilitar qualsevol tràmit

6.6.2. Matriu de comunicació del projecte

Taula 12. Comunicació amb els stakeholders

STAKEHOLDER	TIPUS DE COMUNICACIÓ	DESCRIPCIÓ I FINALITAT	FREQÜÈNCIA	EMISSOR	RECEPTOR
Empresa privada	Reunió/Correu/Trucada	Màxima coordinació entre treballadors	Diària	Director	Equip directiu
Cap de programes Institut Barcelona Esports	Reunió/Correu/Trucada	Col·laboració, coordinació i treball en equip	Setmanal	Director	Cap de programes
Cap de programes del Museu Nacional d'Art de Catalunya	Reunió/Correu/Trucada	Col·laboració, coordinació i treball en equip	Setmanal	Director	Cap de programes
Director	Reunió/Correu/Trucada	Lideratge i informació minut a minut	Diària	Director	Equip organitzatiu
Coordinador	Reunió/Correu/Trucada	Rebre ordres i posada al dia	Diària	Director	Coordinador
Cap de recursos Humans	Reunió/Correu/Trucada	Buscar el millor equip de treball	Setmanal	Director	Cap de RRHH

Tècnics	Correu/Trucada/ Reunió	Passar informació i formació	Mensual	Coordinador	Tècnics
Voluntaris	Correu/Reunió	Inscripció, coordinació i formació	Mensual	Tècnics	Voluntaris
Grup de música	Trucada/Reunió	Contractació i posada a punt	Trimestral	Cap RRHH	Grup de música
Fotògrafs	Correu	Contractació i explicació projecte	Trimestral	Coordinador	Fotògrafs
Organització Mundial de la Salut (OMS)	Correu	Informar de l'esdeveniment	Una vegada	Director	Membre OMS
Veïns i veïnes	Correu	Informar de l'esdeveniment i les alteracions	Una vegada	IBE	Veïns i veïnes
Visitants, treballadors i treballadores del MNAC	Correu	Informar de l'esdeveniment i les alteracions	Una vegada	IBE	Usuaris i treballadors/es MNAC
Guàrdia Urbana	Correu	Informar punts de la via amb alteracions	Una vegada	MNAC	Guàrdia Urbana
Participants	Correu	Confirmació de la inscripció i publicitat	Mensual	Director	Participants
Ajuntament de Barcelona	Correu	Informar de l'esdeveniment i col·laboració	Una vegada	IBE	Ajuntament de Barcelona
Patrocinadors	Correu/Trucada/ Reunió	Buscar patrocinis i tancar contractes	Mensual	Director	Patrocinadors
Bicing	Trucada/Reunió	Crear conveni i concretar el servei prestat	Una vegada	Director	Treballador Bicing
Associació de veïns de Montjuïc	Correu	Informar de l'esdeveniment i les alteracions	Una vegada	IBE	Associació de veïns de Montjuïc

6.7. Riscos

6.7.1. Metodologia de gestió dels riscos

Amb l'objectiu d'identificar tots els riscos que poden afectar "Move on Art BCN", s'han realitzat una sèrie de protocols, accions i passos. D'aquesta manera, s'ha identificat tots els riscos del projecte i s'ha desenvolupat una resposta a cada risc.

En primer lloc, s'ha consultat l'estudi bàsic de la Diputació de Barcelona, que ha permès tenir en compte tots aquells riscos i tot allò que s'ha de conèixer de cara a la seguretat dels participants i dels propis organitzadors.

En segon lloc, s'han analitzat a fons, les entrevistes realitzades durant al llarg recorregut d'aquest treball. Tot i que en un inici, només l'entrevista al Gabriel Arranz, com a director de promoció i esdeveniments esportius de l'Institut Barcelona Esports, comptava amb un apartat concret d'identificació de riscos ens els esdeveniments que ells organitzen, s'ha pogut observar com la resta d'entrevistes han aparegut alguns episodis, on el propi desenvolupament de la conversa, finalitza en alguns casos, amb consells sobre algun risc en concret. En aquest cas, tant l'entrevista al Gabriel Arranz com a l'Elisabet Pueyo, han sigut de gran ajuda per, posteriorment, realitzar una identificació, un anàlisi i una planificació de la resposta de tots els riscos.

6.7.2. Identificació dels riscos del projecte

Taula 13. Riscos del projecte

CATEGORIA	RISC	CAUSA	RESPOSTA
Participants	Baix nivell de participació en l'esdeveniment	Mala campanya de promoció	Retardar el tancament del formulari d'inscripció
Patrocini Nike	No aconseguir el patrocini de la marca a canvi del lloguer gratuït de les bicicletes	No interès per part de Nike	Buscar un nou patrocinador de bicicletes estàtiques
Meteorologia	Condicions meteorològiques adverses	Mal temps	Suspensió de la part I de l'esdeveniment
Patrocinis	Baix nombre de patrocinis	Mala campanya de promoció	Buscar nous patrocinis
Recaptació	Poca recaptació i com a conseqüència un baix donatiu	Pocs participants	Donatiu menor al que hi havia previst
Competència	Un altre esdeveniment esportiu el mateix dia a Montjuïc	Un mal estudi de mercat	Convertir aquest fet en un punt positiu

6.7.3. Anàlisi qualitativa dels riscos

Taula 14. Qualitat del risc

CATEGORIA	RISC	PROBABILITAT D'OCURRÈNCIA	IMPACTE POTENCIAL
Participants	Baix nivell de participació en l'esdeveniment	Baix	Alt
Patrocini Nike	No aconseguir el patrocini de la marca a canvi del lloguer gratuït de les bicicletes	Mitjà	Mitjà
Meteorologia	Condicions meteorològiques adverses	Baix	Alt
Patrocinis	Baix nombre de patrocinis	Baix	Alt
Recaptació	Poca recaptació i com a conseqüència un baix donatiu	Baix	Mitjà
Competència	Un altre esdeveniment esportiu el mateix dia a Montjuïc	Alt	Mitjà

6.7.4. Planificació de la resposta als riscos

Taula 15. Resposta del risc

CATEGORIA	RISC	PROPIETARI DEL RISC	ACCIONS DE RESPOSTA	SENYALS D'ADVERTÈNCIA D'OCURRÈNCIA	PLANS DE CONTINGÈNCIA
Participants	Baix nivell de participació en l'esdeveniment	Cap de programes IBE	Retardar el tancament del formulari d'inscripció	Pocs inscrits a falta de pocs dies pel tancament d'inscripcions	Adaptar l'esdeveniment a pocs participants
Patrocini Nike	No aconseguir el patrocini de la marca a canvi del lloguer gratuït de les bicicletes	Director	Buscar un nou patrocinador de bicicletes estàtiques	Poc interès per part de la marca	Buscar el lloguer d'una bicicleta molt més econòmica
Meteorologia	Condicions meteorològiques adverses	Director	Suspensió part I de l'esdeveniment. Només realitzar Part II	Previsió Meteorològica adversa	Ràpida adaptació per començar amb la part II
Patrocinis	Baix nombre de patrocinis	Cap de programes IBE	Buscar nous patrocinis o buscar noves injeccions de capital	Pocs patrocinadors a mesura que s'acosti el dia 6 d'Abril	Reduir costos o que vagin a càrrec de l'empresa
Recaptació	Poca recaptació i com a conseqüència un baix donatiu	Director	Donatiu menor al que hi havia previst	Pocs inscrits a falta de pocs dies pel tancament d'inscripcions	Assumir el baix donatiu. En cap cas incrementar el donatiu amb diners de l'empresa
Competència	Un altre esdeveniment esportiu el mateix dia a Montjuïc	Director	Convertir aquest fet en un punt positiu. Saber vendre els nostres punts forts	Forta campanya de promoció del Dia Mundial de l'Activitat Física	Veure quines són les afectacions reals

6.8. Adquisicions

6.8.1. Anàlisi de fabricació pròpia o compra

Taula 16. Productes Comprats, Adquirits o produïts

Name	Adquirits/Comprats	Produïts
☐ PARTICIPACIÓ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reunir el comitè organitzador format per 5 treballadors	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Dissenyar una checklist de les activitats relacionades amb la participació	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Iniciar la campanya de màrqueting i promoció a través de l'IBE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Publicar l'esdeveniment a la pàgina web de l'IBE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Introduir "Move On Art!" dins el programa del DMAF	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Comunicar al MNAC el dia de l'esdeveniment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Iniciar la campanya de promoció a través del MNAC	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Publicar l'esdeveniment a la pàgina web del MNAC	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Crear una pàgina web del projecte "Move On Art!"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crear un perfil del projecte a les xarxes socials	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Realitzar el formulari d'inscripció	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Obrir el període d'inscripcions a les diferents pàgines web	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Reunir l'equip organitzador i executiu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Dissenyar i encarregar els dorsals de l'esdeveniment	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dissenyar i encarregar la samarreta de "Move On Art!"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tancar període d'inscripcions de l'esdeveniment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Recollir el nombre d'inscripcions	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Reunir l'equip organitzador i executiu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Tramitar les assegurances dels participants	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informar als serveis sanitaris	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Reunir l'equip organitzador, executiu i voluntaris	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Muntar un punt de sortida amb megafonia i un inflable	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Entregar el dorsal el mateix dia de l'esdeveniment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Entregar la samarreta i complements al final de l'esdeveniment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Valorar la participació i les campanyes dutes a terme a través de la checklist	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
☐ RECORREGUT CIRCUIT DE F1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Realitzar una checklist amb les accions a realitzar	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Notificar el dia de l'esdeveniment a l'Ajuntament i a la Policia Local	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Notificar el recorregut a l'Ajuntament i a la Policia Local	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Organitzar tota la logística necessària per fer el recorregut	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Reservar tantes bicicletes del Bicing com siguin necessàries	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Seleccionar i encarregar fotografies històriques del Circuit de F1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Col·locar estratègicament les fotografies del circuit	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Iniciar l'esdeveniment amb la volta al Circuit	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Donar per acabat el recorregut	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Restablir la normalitat un cop acabat el recorregut	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Valorar la logística i manteniment que s'ha dut a terme	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

☐ ACTIVITAT CYCLING + VISITA MNAC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dissenyar una checklist amb les accions a realitzar	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Crear un itinerari esportiu dins el MNAC	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Llogar tantes bicicletes estàtiques com participants inscrits	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adaptar les condicions del MNAC per a l'esdeveniment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Col·locar les bicicletes estàtiques dins la sala Oval del MNAC	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Iniciar l'activitat del cycling solidari	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Iniciar el concert de música en directe	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Projectar els diferents documentals i obres artístiques	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Donar per acabada l'activitat del cycling solidari	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Convidar als participants a realitzar l'itinerari esportiu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Restablir la normalitat un cop acabat l'esdeveniment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Valorar la logística i el manteniment duts a terme	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
☐ SERVEIS COMPLEMENTARIS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dissenyar una checklist amb els serveis a realitzar	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Dissenyar un qüestionari de valoració dels serveis	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Comprar productes pel refrigeri	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Realitzar fotografies durant l'esdeveniment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Crear una etiqueta per a les xarxes social de "Move On Art!"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Actualitzar contínuament les xarxes socials durant l'esdeveniment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Oferir servei d'avituallament	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Recollir les fotografies i publicar-les a la pàgina web del projecte	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Valorar els serveis a través del qüestionari	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
☐ RECURSOS HUMANS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dissenyar una checklist amb els treballadors a contractar	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Dissenyar una pauta d'informe d'avaluació de cada treballador	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Contractar grup de música en directe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contractar 2 fotògrafs	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contractar 2 tècnics	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contractar 20 voluntaris	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Contactar amb els voluntaris a mesura que s'apropi l'esdeveniment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Avaluar els treballadors a través de la pauta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6.8.2. Enunciat de treball de contracte i criteris de selecció del proveïdor

10. Crear una pàgina web del projecte “Move on Art BCN”

Necessitat: crear un portal d'internet on els participants puguin trobar tota la informació necessària i el formulari d'inscripció de l'esdeveniment.

Propòsit: promocionar i arribar al màxim de públic possible compartint a les xarxes socials aquesta pàgina web.

Criteris de selecció: pàgina web econòmica, atractiva i logísticament senzilla.

15. Dissenyar i encarregar els dorsals de l'esdeveniment.

Necessitat: dissenyar el dorsal que portarà cada participant. Un dorsal original, coherent amb la idea de l'esdeveniment. Posteriorment encarregar-lo.

Propòsit: comptabilitzar els participants i, a la vegada, que el dorsal sigui un record del projecte.

Criteris de selecció: cada dorsal a un preu econòmic, un disseny atractiu i original.

16. Dissenyar i encarregar la samarreta de “Move on Art BCN!”.

Necessitat: dissenyar i encarregar una samarreta que serveixi de record per als participants.

Propòsit: obsequiar el participant amb una samarreta original, divertida i que segueixi la idea del projecte.

Criteris de selecció: samarreta econòmica, de bona qualitat i amb un disseny atractiu.

20. Tramitar l'assegurança dels participants.

Necessitat: cobrir l'assegurança de qualsevol participant perquè en cas d'accident sigui atès pels serveis sanitaris.

Propòsit: transmetre confiança de cara als participants.

Criteris de selecció: una assegurança de qualitat i a un preu raonable.

33. Seleccionar i encarregar fotografies històriques del Circuit de F1.

Necessitat: oferir art a través de la fotografia històrica.

Propòsit: que el participant visqui moments històrics que van passar en el circuit de F1.

Criteris de selecció: seleccionar les millor fotografies, encarregar-les a un preu econòmic i amb una bona qualitat.

42. Llogar tantes bicicletes estàtiques com participants inscrits.

Necessitat: realitzar l'activitat del cycling solidari.

Propòsit: recaptar un donatiu per una organització en concret.

55. Comprar productes pel refrigeri.

Necessitat: Oferir als participants aigua, menjar i qualsevol aliment que necessitin.

Propòsit: que els participants agafin forces de cara la segona part de l'esdeveniment.

Criteris de selecció: bona qualitat preu.

65. Contractar grup de música en directe.

Necessitat: donar ritme i ambient al cycling solidari.

Propòsit: fer més atractiva l'activitat.

Criteris de selecció: buscar un grup amb ganes de promocionar-se, d'un bon nivell i un pressupost tirant a baix.

66. Contractar dos fotògrafs.

Necessitat: oferir el servei de fotografia.

Propòsit: que cada participant tingui fotografies de l'esdeveniment.

Criteris de selecció: buscar un parell de fotògrafs de confiança, amb experiència en esdeveniments esportius i amb bona qualitat de fotografia.

67. Contractar 20 voluntaris.

Necessitat: tenir el màxim de persones treballant per l'esdeveniment el mateix dia.

Propòsit: oferir el millor servei possible a cada participant.

Criteris de selecció: buscar voluntaris relacionats amb l'esport i/o l'art. Que transmetin confiança, ganes de treballar i una actitud proactiva.

7. Conclusions

La primera part de les conclusions de “Move on Art BCN”, inclou una sèrie de propostes de millora per aquest mateix projecte. Aquestes propostes, podrien ser introduïdes al projecte en qualsevol moment, però s’ha escollit col·locar-les a les conclusions amb l’objectiu que el projecte no perdi l’essència ni busqui posar l’accent fora dels objectius inicials del treball. Una de les propostes que proposem, és convidar Catalunya Ràdio durant el desenvolupament de l’esdeveniment. L’emissora, es desplaça cada Dia Mundial de l’Activitat Física a algun punt del país per cobrir diferents esdeveniments que promoguin l’activitat física en un dia com aquest. Aquesta proposta, seguiria la línia de promoció de l’activitat física, l’art, l’esport i la cultura.

Una altra proposta de millora en un futur, és la utilització del dorsal com a entrada al Museu Nacional d’Art de Catalunya. Al llarg de l’entrevista amb l’Elisabet Pueyo, comentem que el MNAC no es pot visitar només un dia, i que treballen amb estratègies perquè el visitant torni un segon dia per acabar-lo de visitar. Amb aquesta proposta, buscaríem que el participant realitzés una primera visita el dia de l’esdeveniment, i que posteriorment, pogués tornar al MNAC per acabar-lo de visitar. Així doncs, proposem que el dorsal, serveixi com a entrada per a una segona visita.

I ara si, “Move on Art BCN”, és i serà un projecte de promoció d’esport, art i cultura. Tot i això, una de les conclusions a les quals arribo al finalitzar aquest treball és que la gràcia dels esdeveniments no tradicionals i híbrids, és la facilitat d’introduir o eliminar diferents idees. Com hem comentat en la justificació teòrica del projecte, aquests tipus d’esdeveniments no segueixen cap patró ni cap guió establert prèviament, de manera que la imaginació i la originalitat juguen un paper importantíssim. Amb això, volem dir que “Move on Art BCN” és un projecte creat per promocionar especialment l’esport i l’art, però en cap cas és un projecte tancat. La promoció és només un possible àmbit on encabir aquest projecte, i hem escollit aquest àmbit perquè a dia d’avui creiem i hem demostrat al llarg del treball que és el millor marc on encabir “Move on Art BCN”. Aquest fet, però, no vol dir que més endavant aquest projecte no pugui fer el salt a un altre àmbit. Per això, aquest treball acaba aquí, però no ho fa “Move on Art BCN”. Personalment, aquest projecte és una porta oberta que s’ha obert aquest any 2017-2018 i que espero poder

seguir treballant en un futur, no necessàriament en aquesta idea, però si en aquest àmbit. D'aquí, en surten línies futures per experimentar, i altres treballs que tinguin com a base apropar esport i art. I és que aquest era el meu únic objectiu a l'hora d'escollir el meu Treball de Final de Grau. Bé és cert, que buscava algun tema que em motivés i em realitzés, però sobretot que em servís per un futur.

A banda de crear un nou esdeveniment esportiu i artístic, amb aquest treball he buscat sempre crear una bona base per a qualsevol esdeveniment d'aquest tipus. "Move on Art BCN" és només el resultat final d'un llarg procés, que compte amb uns apartats extrapolables a altres projectes. I aquesta és la gràcia d'aquest treball. Les entrevistes que s'han realitzat al llarg d'aquest Treball de Final de Grau, no només són aplicables a "Move on Art BCN", l'estudi de mercat de les necessitats de la societat actual, no només és aplicable a aquest projecte, i molta part del Pla de Gestió del Projecte, també el podríem adaptar a un nou projecte, que tingui com a objectiu principal, promocionar i apropar els productes art i esport, sigui on sigui i quan sigui.

Per això, i tot i que aquesta proposta d'esdeveniment esportiu i artístic, és només això, una proposta, podem dir que els objectius del Treball de Final de Grau s'han complert.

Així doncs, arribem al punt final del treball de final de grau i, tot just a l'inici, de projectes inclusius, híbrids i originals.

8. Agraïments

Per últim, però no menys important, m'agradaria fer constar en aquest mateix treball, el meu agraïment més profund cap a aquelles persones que han format part d'aquest projecte. D'aquesta manera, agraeixo al tutor d'aquest treball, el Dr. Josep Oriol Martínez, pel seguiment i dedicació constant durant el curs. Als professors Sixte Abadia, Gaspar Maza, Dr. Ricardo Sánchez i Raquel Mirabet, per l'atenció donada sempre que ha estat necessari. Als entrevistats Juli Pernas, Ibone Lallana, Gabriel Arranz, Fanny Campeny i Elisabet Pueyo, per donar forma, valor i credibilitat a aquest projecte. Per últim, a la família, especialment al meu pare Xavier Prat, a la meva mare Berta Ribé i al meu tiet Joan Bricollé. Amb tots ells, comparteixo aquest treball, i els hi agraeixo qualsevol gest de col·laboració.

9. Fonts d'informació

- Marujo, M. N. (2015). Eventos culturales y motivaciones de los turistas: La Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira - Portugal. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, ISSN 0327-5841, ISSN-E 1851-1732, Vol. 24, N^o. 1, 2015, Págs. 40-55, 24(1), 40–55.
- Gutierrez, M. (2015). EL DEPORTE COMO UN ARTEFACTO “ HIBRIDO ”. BRICOLAJE S PARA LA INTERVENCIÓN SOCIAL , CULTURAL Y, 3(1995), 85–106. Retrieved from <http://revistes.ub.edu/index.php/REGAC/article/view/14160/19269>
- Diaz, A. (2004). El deporte como fenómeno socio cultural. *IV Congreso Internacional de Educacion Fisica E Interculturalidad.*, 1–17.
- Deporte, C. Y. (n.d.). COMPASS : Manual de Educación en los Derechos Humanos con jóvenes CULTURA Y DEPORTE, 33(0).
- Balius, R. (2014). Las Bicicletas, el tándem y el automóvil de Ramón Casas. A R, Balius (Ed.) *Arte en el estadio.* (pp. 32-34). Pamplona: FEMEDE
- Diaz, A. (2004). El deporte como fenómeno socio cultural. *IV Congreso Internacional de Educacion Fisica E Interculturalidad.*, 1–17.
- Catalunya Secretaria General de l'Esport. (2003). *Art i Esport a Catalunya: pintura, escultura i dibuix, cartellisme, fotografia.* Barcelona. Generalitat de Catalunya. Secretaria General de l'Esport, 2003. 2a ed.
- Ramos, M.P. (2012). *Los Juegos Olímpicos en el arte.* Madrid: Lunwerg Editores
- Pernas, J. (2015, 09 de Setembre). El primer museu de l'esport a Barcelona. Obtingut de <http://barcelonasportiva.blogspot.com.es/2015/09/el-primer-museu-de-lesport-barcelona.html>

10. Annexos

Comencem l'annex d'aquest treball, amb allò que creiem que el representa més. Obra artística, que representa activitat física. A més a més, ho fa d'una manera molt especial i amb la qual ens sentim molt identificats; activitat física sense velocitat, sense competició, només amb l'objectiu de gaudir, disfrutar i aprendre, oci en estat pur. Parlem de l'autor Ramon Casas, i part del seu repertori d'obra artística. Dibuixos extrets de (Balius, 2014).

10.1. L'obra artística de Ramon Casas

Ramon Casas i Carbó, un artista fonamental del Modernisme català, va ser un extraordinari pintor i dibuixant. Durant una època de la seva vida, va ser el que llavors anomenaven un "sportsman". Un "sportsman", era un qualificatiu que es donava a individus de classe alta, que practicaven esports que es caracteritzaven per tenir tant un alt cost com un alt risc. Durant l'època de joventut, Ramon Casas tenia una desmesurada obsessió pel ciclisme. Gran amic de Santiago Rusiñol i Pere Romeu, els quals els hem pogut veure representats ens més d'una ocasió en alguns dels seus dibuixos. El més famós, l'obra "Ramon Casas i Pere Romeu en un tàndem", més coneguda com "El Tàndem". En ella, podem veure els dos protagonistes sobre un tàndem, una obra que va ser pintada per presidir el famós "Els quatre Gats", (Balius, 2014).



Figura 1. Barcelona ciclista. Ramon Casas, 1889.



Figura 2. Excursió ciclista. Ramon Casas, 1889.



Figura 3. Una ciclista. Ramon Casas, 1890.



Figura 4. El descansa dels ciclistes. Ramon Casas, 1896

10.2. Proposta del dorsal de Move on Art Barcelona

El següent apartat de l'annex, vol mostrar una proposta del dorsal. En aquest cas, és una adaptació de la portada d'aquest treball. Aquest dorsal, vol ser un exemple coherent d'allò que "Move on Art BCN" vol ser i transmetre. Un dorsal senzill, on s'hi pugui veure representat el producte esport i el producte art, i que quedi lligat per la ciutat i l'ambient que vol acull aquest projecte.

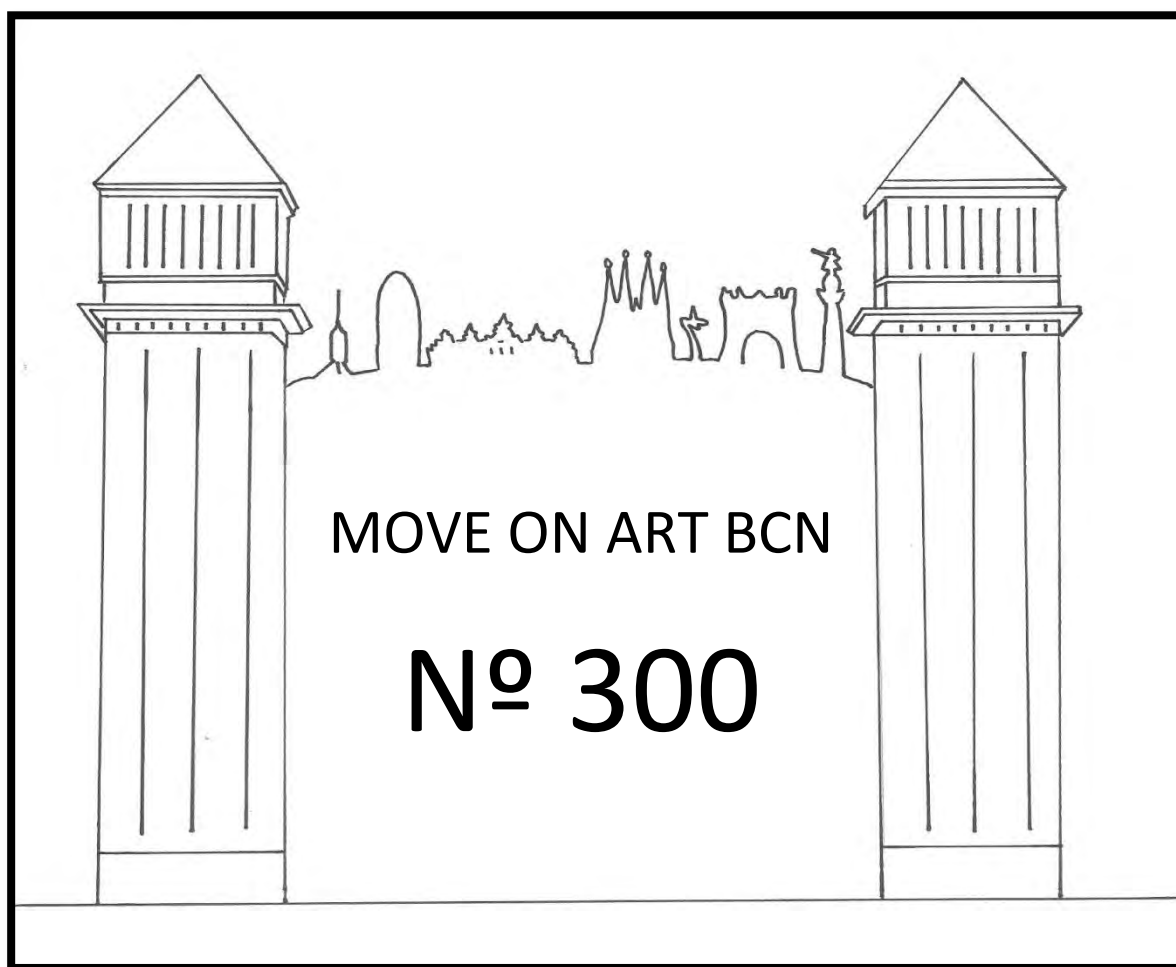


Figura 5. Proposta del dorsal de Move on Art Barcelona. Edició: Xavier Prat

10.3. Entrevistes

Adjunt en aquest treball podeu trobar en format digital les entrevistes realitzades durant l'estudi de mercat d'aquest projecte. Aquestes entrevistes, les podeu trobar en el mateix ordre que han estat realitzades, a la part final d'aquest treball. Les entrevistes són les següents:

- Entrevista al Sr. Juli Pernas, director del Museu Olímpic i de l'Esport de Barcelona.
- Entrevista a l'Ibone Lallana, directora de comunicació i màrqueting del Museu Olímpic i de l'Esport de Barcelona.
- Entrevista al Gabriel Arranz, director de promoció i esdeveniments esportius de l'Institut Barcelona Esports, de l'Ajuntament de Barcelona.
- Entrevista a la Fanny Campeny, "City Manager" de Time Out.
- Entrevista a l'Elisabet Pueyo, cap de màrqueting de Museu Nacional d'Art de Catalunya.