

De la Idea al Concepto

Cómo transformar un reto en un proyecto
estructurado y financiable para Europa Creativa

Gilberto Martínez

Webinario de Capacitación · Europa Creativa Cultura · 31 marzo 2026

¿Qué haremos hoy?

01

Identificar el problema

Articular el reto real con evidencia y datos concretos

02

Definir objetivos

Crear objetivos lógicos y resultados coherentes con la necesidad

03

Conectar con prioridades

Vincular tu idea a las prioridades de Europa Creativa COOP 2026

04

Pensar como evaluador

Anticipar cómo se puntuará cada sección de la solicitud

Recuerda: los proyectos sólidos no son los más complejos — son los más coherentes y mejor argumentados.

¿Qué hace financierable un proyecto?

Necesidad clara:

Relevancia europea con identificación basada en evidencias del sector cultural y creativo

Objetivos realistas:

Metas alcanzables que responden directamente a la necesidad identificada

Grupos lógicos:

Organizaciones y públicos con sentido estratégico para el proyecto

Actividades factibles:

Acciones proporcionadas al presupuesto y al tiempo disponible en el proyecto

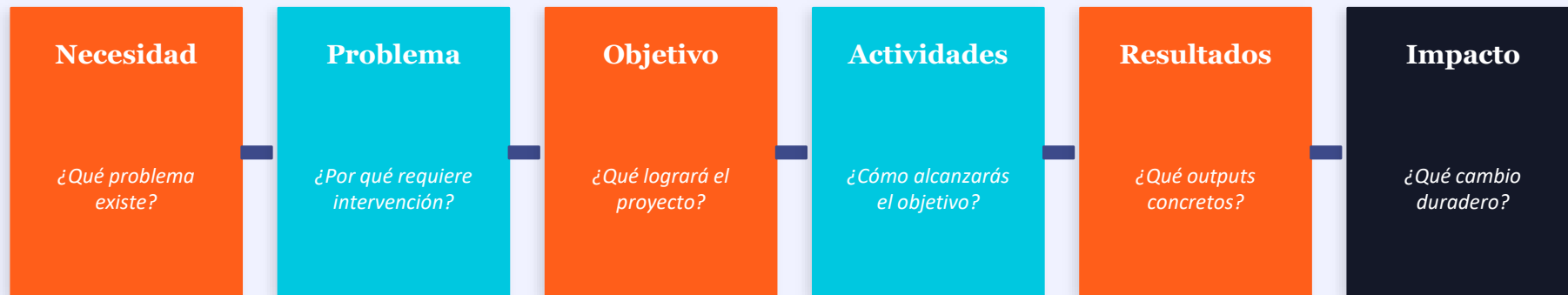
Impacto tangible:

Resultados medibles con impacto duradero más allá del periodo de subvención

"No busco primero la creatividad — busco la coherencia. Todo debe conectar sin fisuras."

La Cadena Lógica

El esqueleto de tu propuesta — el mapa que usan los evaluadores para comprobar coherencia interna.



Los evaluadores recorren esta cadena hacia adelante y hacia atrás. Cualquier eslabón débil genera alarmas en todos los criterios simultáneamente.

Si la necesidad no explica el problema, o el objetivo no responde a ese problema, la propuesta pierde puntos en relevancia, diseño e impacto — al mismo tiempo.

1

Identificar la Necesidad

Pregunta clave:

¿Cuál es el problema que queremos resolver, y de quién es ese problema? Tu análisis de necesidades debe estar anclado en la realidad del sector cultural y creativo.

Muestra evidencia a través de:

- Datos del sector cultural y creativo a nivel local o regional
- Feedback de artistas, gestores culturales, programadores o públicos
- Brechas de política vinculadas a prioridades europeas
- Informes sectoriales, estudios de audiencia o investigaciones existentes

Perspectiva del Evaluador

- ¿Está la necesidad claramente explicada y respaldada por hechos verificables?
- ¿Es relevante más allá de una sola organización o país participante?
- ¿Conecta explícitamente con una prioridad de Europa Creativa?

Consejo: Para proyectos de pequeña escala, dos datos sólidos y una cita de un informe sectorial pueden hacer tu caso creíble y convincente.

Definir el Problema

EJEMPLO FUERTE

"Las comunidades de música folk en regiones rurales de España y Rumanía carecen de competencias digitales para alcanzar públicos europeos, poniendo en riesgo la transmisión del patrimonio musical intangible."

EJEMPLO DÉBIL

"Queremos organizar talleres de música para comunidades rurales en varios países europeos."

Perspectiva del Evaluador:

- ¿Emerge el problema de evidencias concretas, no de opiniones o deseos?
- ¿Se presentan causas y consecuencias de forma lógica y convincente?
- ¿Es realista abordarlo dentro del presupuesto y plazo de la convocatoria?

Un problema bien formulado es una descripción factual de una situación negativa — no la ausencia de una actividad o recurso.

El Árbol del Problema

Herramienta para estructurar causas y consecuencias antes de formular objetivos.



Para formular el objetivo: invierte el problema central — conviértelo en una meta positiva alcanzable.

3

Formular Objetivos SMART

S

Específico

Define qué cambiará y para quién

M

Medible

Indicadores cuantificables de éxito

A

Alcanzable

Realista dentro de tus recursos y capacidades

R

Relevante

Responde directamente a la necesidad

T

Temporal

Plazos claros dentro del período del proyecto

Transformación de ejemplo:

Problema: "Músicos folk sin acceso a herramientas digitales para la circulación europea"

Objetivo SMART: "Dotar a 60 músicos de tradición oral en 3 países de competencias digitales certificadas para difusión transnacional en 18 meses"

Atención: tus objetivos se contrastarán con los indicadores y resultados. Cualquier desconexión debilita toda la propuesta.

4

Definir los Grupos Objetivo

GRUPO PRIMARIO

Beneficiarios directos del proyecto.

Especifica: números, perfil demográfico, por qué necesitan apoyo.

Ejemplo: 60 músicos de tradición oral (40% mujeres) de comunidades rurales en España, Rumanía y Portugal, con escasa o nula presencia digital.

GRUPO SECUNDARIO

Beneficiarios indirectos: públicos, programadores culturales, festivales, administraciones locales y comunidades más amplias.

Explica el efecto multiplicador y el impacto extendido más allá de los participantes directos.

No escribas 'artistas y gestores'. Escribe '45 músicos de tradición oral de 25-50 años sin presencia digital' y '12 gestores de festivales en zonas rurales'.

5

Actividades y Factibilidad

Las actividades deben fluir lógicamente desde los objetivos y conducir directamente a los resultados.

1. Preparación

- Investigación y análisis de necesidades
- Coordinación del consorcio transnacional
- Diseño detallado del plan de trabajo

2. Implementación

- Talleres de formación digital (x3 países)
- Desarrollo de la plataforma colaborativa
- Programa piloto con grupos objetivo

3. Seguimiento

- Evaluación y medición de impacto
- Disseminación de resultados y open toolkit
- Planificación de sostenibilidad post-proyecto

Tiempo

¿Planificación realista?

Equipo

¿Capacidad suficiente?

Presupuesto

¿Costes proporcionados?

Socios

¿Aportan algo específico?

6

Resultados Esperados

Recursos y materiales

Kits de formación, materiales pedagógicos, plataformas digitales o programas piloto testeados con los grupos objetivo

Competencias mejoradas

Incremento medible en capacidades de los participantes, acreditado mediante marcos reconocidos

Nuevas alianzas

Colaboraciones formadas entre organizaciones culturales, artistas, plataformas y comunidades de distintos países

Visibilidad y difusión

Eventos, publicaciones, presencia digital y actividades de diseminación que extiendan el alcance del proyecto

Para proyectos COOP, dos resultados solidos y bien desarrollados puntúan más que una lista superficial de diez.

Prioridades de Europa Creativa COOP

Toda propuesta debe demostrar alineación real con las prioridades horizontales del programa.

Inclusión y Diversidad

Garantizar igualdad de acceso, diversidad cultural y representación.
Eliminar barreras para comunidades desfavorecidas.

Transformación Digital

Integrar competencias digitales y tecnologías innovadoras en los procesos creativos, formativos y de circulación.

Sostenibilidad Ambiental

Promover prácticas ecológicas y conciencia ambiental en el diseño y ejecución de proyectos del sector cultural y creativo.

Relaciones Internacionales

Fomentar la colaboración con países del programa que NO son de la Unión Europea

Los evaluadores detectan el 'priority-washing' de inmediato. Las prioridades deben estar integradas en la metodología, no añadidas como palabras clave.

Caso práctico: SOUNDROOTS

Proyecto ficticio para ilustrar la cadena lógica completa en el contexto de Europa Creativa COOP

1. Necesidad identificada

Músicos folk en zonas rurales de España, Rumanía y Portugal sin herramientas digitales ni redes transnacionales

2. Problema definido

Brecha digital y falta de plataformas adaptadas que amenaza la transmisión del patrimonio musical intangible europeo

3. Objetivo formulado

Dotar a 60 músicos de competencias digitales y conectarlos en una plataforma colaborativa europea en 20 meses

4. Actividades planificadas

3 talleres de formación digital, desarrollo de plataforma, 2 conciertos transnacionales en streaming abierto

5. Resultados

60 músicos formados, plataforma operativa, toolkit abierto descargable, 1.800 nuevos seguidores europeos

6. Impacto alcanzado

Patrimonio difundido, nuevos públicos europeos, modelo replicable para otras comunidades rurales del continente

Pequeño, basado en evidencias, directamente ligado a un cambio cultural medible — así luce un proyecto bien puntuado.

¿Cómo se evalúa? Los 4 criterios

Los proyectos COOP se evalúan sobre 100 puntos. Cada criterio tiene un peso específico.

30 pts

01. Relevancia del Proyecto

¿Aborda necesidades identificadas? ¿Se alinea con las prioridades? ¿Está justificada la dimensión europea?

30 pts

02. Calidad del Diseño

¿Son coherentes los objetivos con las actividades? ¿Es sólida la metodología? ¿Son realistas los resultados?

20 pts

03. Calidad de la Asociación

¿Aportan los socios experiencia complementaria? ¿Están claramente definidos los roles y la gestión del consorcio?

20 pts

04. Impacto y Diseminación

¿Como se usarán y compartirán los resultados? ¿Hay un plan de sostenibilidad real mas allá del periodo de subvención?

Si un eslabón es débil, la puntuación cae en todos los criterios simultáneamente.

Lo que ve el evaluador: errores más frecuentes

Presentes en más del 60% de las propuestas que no superan el umbral de calidad.

x Necesidad sin evidencia

La propuesta describe el contexto, pero no demuestra que el problema existe. No hay datos, citas ni consultas a partes interesadas.

x Objetivos = actividades

"El objetivo es organizar talleres" no es un objetivo: es una actividad. El objetivo describe el cambio que producen esas actividades.

x Consorcio sin complementariedad

Todos los socios hacen lo mismo. El evaluador se pregunta por qué se necesita cooperación transnacional si los perfiles son idénticos.

x Presupuesto desconectado

Los costes no se rastrean hasta las actividades. Un evaluador que no entiende por qué se gasta algo descuenta puntos en diseño y factibilidad.

x Impacto = participantes

El impacto no puede limitarse a quienes participan directamente. Los proyectos COOP deben demostrar efectos más allá del partenariado.

x Sostenibilidad wishful

"Esperamos continuar el proyecto" no es un plan. El evaluador busca mecanismos concretos: quién, cómo y con qué recursos se mantendrá el impacto.

Errores específicos en Europa Creativa

Patrones que se repiten año tras año en propuestas del subprograma Cultura.

x Valor añadido europeo declarado, no demostrado

Escribir 'este proyecto tiene dimensión europea' no es suficiente. El evaluador necesita ver por qué el problema NO se puede resolver a nivel nacional y qué aporta específicamente cada país.

x Priority-washing cultural

Mencionar 'diversidad' o 'sostenibilidad' sin que estén integradas en las actividades. Si las prioridades no aparecen en el plan de trabajo ni en el presupuesto, no se puntúan.

x Circulación sin público definido

Los proyectos de circulación no especifican a qué públicos llegará el trabajo ni a través de qué canales reales. 'Llegar a más gente en Europa' no es un indicador medible.

x Innovación sin explicación

'Este proyecto es innovador' es una afirmación, no un argumento. El evaluador necesita saber en qué es innovador, respecto a qué existe anteriormente y por qué eso importa.

Regla de oro: si no puedes explicarle a un evaluador que no conoce tu proyecto POR QUÉ algo es verdad, no lo escribas como si lo fuera.

El Valor Añadido Europeo

No son estructuras internacionales grandiosas: es demostrar lo que no puede lograrse trabajando solo a nivel nacional.

Aprendizaje Transnacional

Facilita el intercambio de prácticas o la resolución conjunta de problemas que reúne perspectivas europeas diversas e irrepetibles en un solo contexto nacional.

Resultados Transferibles

Crea materiales, metodologías o herramientas compartidas con potencial real de adaptación y uso en diferentes contextos nacionales y culturales.

Beneficio Mutuo

Todos los socios ganan perspectivas valiosas. No solo una transferencia unidireccional — cada organización lleva algo que no tenía antes de colaborar.

"Dos organizaciones aprendiendo la una de la otra a través de fronteras es suficiente si la cooperación es genuina, justificada y genera resultados usables más allá del partenariado inmediato."

El evaluador pregunta: ¿Explica la propuesta por qué era necesario trabajar transnacionalmente? ¿Están los resultados diseñados para ser usables más allá del partenariado?

Lista de verificación: del concepto a la propuesta

Si puedes marcar los 8 elementos con confianza, tu idea está lista para convertirse en una propuesta competitiva.

01

Necesidad respaldada por datos

Tienes evidencias concretas (datos, encuestas, testimonios) que demuestran la necesidad real

03

Objetivos SMART y alcanzables

Medibles, realistas para la escala y con plazos definidos dentro del periodo del proyecto

05

Actividades coherentes (máx. 3-5)

Conducen lógicamente a los objetivos y pueden ejecutarse con la capacidad del equipo

07

Consortio complementario

Los socios aportan perfiles distintos, roles definidos y razones reales para colaborar juntos

02

Problema claramente formulado

Específico y directamente vinculado a la necesidad, sin ambigüedad ni sobre-generalización

04

Resultados con indicadores claros

Tangibles y medibles dentro del plazo y los recursos disponibles

06

Prioridades auténticamente integradas

Las prioridades de Europa Creativa están en la metodología, no mencionadas superficialmente

08

Plan de impacto creíble

Estrategias concretas para compartir resultados y visión realista de sostenibilidad post-proyecto

Gracias

Preguntas o reflexiones

gilberto@backslash.es

<https://www.linkedin.com/in/gilbertomtnez/>

Los Tres Pilares

Lógica:	Relaciones claras de causa-efecto
Evidencia:	Análisis de necesidades basado en datos
Factibilidad:	Alcance y capacidad realistas

"Un proyecto pequeño con lógica clara y ambiciones realistas superara consistentemente a una propuesta compleja sin coherencia."