

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS					  	
	CARTA DE AUTORIZACIÓN						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 2

Neiva, 28 de Agosto de 2015

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

Las suscritas:

Angélica Merchán Zarate, con C.C. No. 26´422.114,

Liney Vargas Parra, con C.C. No. 1.075.208.741

Autoras de la tesis y/o trabajo de grado titulado “propuestas para la creación de la asociación de gestores culturales del municipio de Neiva”

Presentado y aprobado en el año 2015 como requisito para optar al título de

Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico

Autorizamos al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.

- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.

- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.



GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS

CARTA DE AUTORIZACIÓN



CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

2 de 2

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS						   
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: PROPUESTA PARA LA CREACION DE LA ASOCIACIÓN DE GESTORES CULTURALES DEL MUNICIPIO DE NEIVA

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Merchán Zarate	Angélica
Vargas Parra	Liney

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Ramírez Plazas	Elías

ASESOR:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Ramírez Plazas	Elías

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico

FACULTAD: Economía y Administración

PROGRAMA O POSGRADO: Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico

CIUDAD: Neiva **AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2015 **NÚMERO DE PÁGINAS:** 50

TIPO DE ILUSTRACIONES

Diagramas___ Fotografías **X** Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general___ Grabados___ Láminas___ Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas o Cuadros **X**

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS				  		
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 3

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. Asociación	Partnership	6. Teatro	Theatre
2. Cultura	Culture	7. Música	música
3. Gremio	Guild	8. Directores	Directors
4. Gestores	Managers	9. Público	Public
5. Danzas	Dances	10. Privado	private

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

El proceso de diseñar un modelo de Asociación, exige de un enfoque contextualizado, con componente educativo y de conocimiento en todas las áreas de la cultura; Esta realidad que hoy viven los gestores culturales, impone un reto en la dirección del proceso de enseñanza, aprendizaje, y por tanto, a sus actores principales: gremio, empresarios, estudiantes y público en general.

Esto conllevan a través de la investigación cualitativa del marketing a utilizar herramientas a partir del trabajo de campo, en el desarrollo de competencias necesarias y suficientes que permitan el desempeño en la creación de una Asociación que promueva a un dialogo y un acercamiento entre los agentes del medio y el estado, en pos de un desarrollo cultural.

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

The process of designing a model of Association requires a contextual approach with educational component and knowledge in all areas of culture; This reality now living cultural managers, it poses a challenge in the management of teaching, learning, and therefore its main actors guild, businessmen, students and the general public.

This lead to qualitative research through use of marketing tools from field work in developing skills necessary and sufficient to enable the performance in creating an association that promotes dialogue and rapprochement between agents average and state, in pursuit of a cultural development.

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS				  		
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	3 de 3

APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado:

Firma:

Nombre Jurado:

Firma:

Nombre Jurado:

Firma:



**PROPUESTA PARA LA CREACION
DE LA ASOCIACIÓN DE GESTORES
CULTURALES DEL MUNICIPIO DE
NEIVA**

**POR:
ANGELICA MERCHAN ZARATE
LINEY VARGAS PARRA**

**TRABAJO DE GRADO “ASOCULTURA NEIVA”
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE MERCADEO
ESTRATEGICO**

UNIVERSIDAD SURCOLOBIANA

NEIVA –HUILA

2015

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al concepto cultura, ECURED promotor de cultura (febrero 2015) ha sido un factor de gran importancia para la sociedad a través del tiempo, entendida como el conjunto de saberes, creencias, pautas y costumbres usados por un grupo social para comunicarse e interactuar.

El emprendimiento nace al tiempo que la misma humanidad, como algo ligado a la vida misma y a todos los individuos, con el único fin de mejorar el nivel de calidad de vida tanto personal como comunitario y de la sociedad en general, logrando concluir la cadena de valor en el medio cultural, que nos define Álvaro Viña (2013).

En Colombia se han establecido mecanismos que permitan fortalecer la cultura tanto a nivel regional como nacional, en este contexto, en Colombia y Departamentos como el Huila, poseen leyes y programas gubernamentales que apoyan la cultura, donde estos recursos invertidos en la cultura tendrán el carácter de gasto público social, el respeto a los derechos humanos, la convivencia, la solidaridad, la interculturalidad, el pluralismo y la tolerancia, son valores culturales fundamentales que representan la base esencial de una cultura de paz, MINCULTURA (convocatoria de estímulos 2015)

En consecuencia, el emprendimiento cultural, entendido como la materialización en bienes y servicios, de todos aquellos proyectos, tradiciones, usos o costumbres con un componente de innovación, imaginación, creación, para hacer procesos culturales, permite recomponer la estructura social a través de propuestas interesantes; definición hecha por AlfonsMartinell (1.999), es por ello que la creación de una organización que asocie los gestores del Municipio de Neiva, contribuye a la materialización de este proceso.

Como la cultura es en general, de propiedad pública, pocas personas la asumen como propia, con las implicaciones, la responsabilidad y el potencial que tiene, desperdiciando la gran oportunidad de negocio que representa.

Esto ocurre quizás por falta de iniciativa, tal vez por falta de visión, innovación, creatividad o sueños, que le impulsen a aprovechar los recursos disponibles, generando nuevas alternativas de generación de ingresos tanto a emprendedores, resultado de satisfacción de las necesidades de un segmento del mercado.

Pese a los diversos mecanismos para impulsar el emprendimiento cultural, se hace necesario revisar la legislación existente, principalmente porque esta no ha sido apropiada por las personas, ni se toman medidas pertinentes que apunten a mejorar los mecanismos y trámites necesarios para acceder a estos beneficios, asociados a las estrategias de servicio dirigidas a los consumidores culturales, que especifica Álvaro Viña (2013)

De igual forma, la carencia de fuentes de financiación y la dificultad para acceder a ellos, se suman a la ausencia del recurso humano altamente calificado; del mismo modo la falta de consultores expertos en asesorar este tipo de emprendimiento, como la incapacidad para fortalecer el área comercial o de ventas de las iniciativas de emprendimiento hace que muchas de estas organizaciones mueran jóvenes.

Como parte del desarrollo y apoyo al emprendimiento cultural se hace necesario generar iniciativas importantes para estimular estos espacios, por ejemplo las promotoras culturales, encargadas de identificar la realidad socio cultural para promover el arte, la cultura y las expresiones populares y artísticas, deben soportarse en el vínculo de diversas instituciones, para así enriquecer el portafolio de posibilidades a los interesados en vivir la aventura del turismo y la cultura, (SchumpeterJ/ 1.935).

En los últimos años el sector cultural del Municipio de Neiva, ha tenido una dinámica constante con el fin de transformar y posicionar el gremio en el mercado cultural; la cual debe asumir las realidades sociales y económicas que son cada vez más difíciles porque se ha desvalorizado el trabajo de cada Asociación y/o organización.

De esta manera se realiza un sondeo en nueve (9) empresas de la región, donde se logró detectar que cuentan con un presupuesto para eventos y agenda cultural, de los cuales se generan recursos económicos; pero que a su vez desconocen los gremios de las diferentes áreas como: danza, música, teatro, artes plásticas, artes visuales, artesanías y literatura, entre otras, los cuales hacen parte de la Ciudad de Neiva.

De acuerdo a las reuniones que se han realizado con los líderes culturales, surgen necesidades de hacer gestión por la cultura en la Ciudad de Neiva, pero a su vez crecen las sugerencias por la falta de conocimiento en la creación de proyectos, el trabajo en equipo y la cooperación cultural. Este hecho provoca que las organizaciones culturales, básicamente por falta de capacitación y de un portafolio de servicios donde los incluya, estén perdiendo posibilidades y oportunidades de trabajo, sin conocer los estímulos del MINCULTURA (2.015).

Luego de conversaciones constantes con los directores y miembros del consejo de cultura, se hace evidente una alternativa sobre la falta de direccionamiento y organización del gremio, donde se tiene claridad en lo importante de crear una Asociación de Gestores culturales, en el Municipio de Neiva, a partir de una investigación cualitativa, seguidamente la elaboración de un proyecto de emprendimiento con un diseño de Asociación, con argumentos y soportes que serán presentados en el trabajo de grado a partir de la pregunta **¿Cómo se plantearía la creación de una Asociación de Gestores Culturales en la ciudad de Neiva?**

El presente trabajo de investigación titulado “PROPUESTA PARA LA CREACION DE LA ASOCIACION DE GESTORES CULTURALES DEL MUNICIPIO DE NEIVA”, Consta de tres capítulos, que le permitirán al lector identificar la distribución que se le ha realizado al trabajado de grado.

El capítulo 1 presenta la estructura del proyecto, presentando la justificación, sus objetivos, marco teórico, marco conceptual y su diseño de investigación.

De igual manera se realiza dentro del mismo una ilustración sobre el concepto que se tiene como referencia y lo que se quiere lograr con el mismo.

El capítulo 2 ofrece al lector la explicación de lo que se realizó durante la investigación y cuáles fueron sus resultados, de acuerdo a los datos suministrados por el gremio cultural.

El capítulo 3 identifica el modelo y funcionamiento que se le quiere dar a la propuesta con una aclaración técnica de lo que se quiere para fortalecer el sector cultural del Municipio de Neiva.

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1: ESTRUCTURA DEL PROYECTO	
JUSTIFICACIÓN	7
OBJETIVOS	8
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	9
DISEÑO DE INVESTIGACION	17
CAPITULO 2: DATOS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	
RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A LOS GESTORES CULTURALES	23
CAPITULO 3: MODELO Y FUNCIONAMIENTO DE LA PROPUESTA	
PROPUESTA PARA LA CREACION DE LA ASOCIACIÓN DE GESTORES CULTURALES DEL MUNICIPIO DE NEIVA	27
DISEÑO DEL LOGO:	29
• INSTRUMENTOS MUSICALES AUTÓCTONOS DEL HUILA	32
MODELO DE FUNCIONAMIENTO	35
DISEÑO PLEGABLE	42

DISEÑO DEL BLOG..... 44

CONCLUSIONES..... 45

BIBLIOGRAFIA..... 47

JUSTIFICACIÓN

El proceso de diseñar un modelo de Asociación, exige de un enfoque contextualizado, con componente educativo y de conocimiento en todas las áreas de la cultura; Esta realidad que hoy viven los gestores culturales, impone un reto en la dirección del proceso de enseñanza, aprendizaje, y por tanto, a sus actores principales: gremio, empresarios, estudiantes y público en general.

Esto conllevan a través de la investigación cualitativa del marketing a utilizar herramientas a partir del trabajo de campo, en el desarrollo de competencias necesarias y suficientes que permitan el desempeño en la creación de una Asociación que promueva a un dialogo y un acercamiento entre los agentes del medio y el estado, en pos de un desarrollo cultural.

De esta manera, se realizaran unos intercambios culturales dentro del proceso que servirán como ejemplo práctico, con el objetivo de crear espacios que permitan crear conciencia de la importancia de tener los encuentros comunitarios, con el fin de rescatar y difundir las tradiciones Folclóricas y Culturales, con miras a mejorar la participación de la comunidad en general, formando ciudadanos integrales a través del conocimiento y la práctica de la cultura local y regional.

Una vez se introduzca un modelo de aprendizaje y una investigación exhaustiva con el gremio cultural y sus participantes, se hace necesario tener un portafolio de servicios y una página digital, donde sea el puente directo entre los artistas y los posibles clientes.

OBJETIVOS

- **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un modelo para la creación de una Asociación de Gestores y Organizaciones culturales en la Ciudad de Neiva.

- **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Analizar antecedentes de los estudios realizados sobre las agremiaciones culturales en el contexto nacional y local.
- Conocer la percepción de los gestores culturales en la Ciudad de Neiva.
- Definir un modelo de misión, visión, objetivos, valores y perfiles que serán necesarios para identificarse como gremio cultural.
- Definir y proponer un portafolio de servicios con el gremio en las diferentes modalidades.
- Diseñar un blog que permita la identificación del gremio cultural a través de una página de fácil acceso para los interesados tanto a nivel regional y Nacional.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Andy Freire/, (2015), en su Teoría del emprendimiento, plantea que el emprendimiento se encuentra sostenido en el emprendedor; en la persona o grupo de personas que mediante una iniciativa, genera ideas innovadoras que combinadas adecuadamente con el capital, se convierten en la capacidad de responder acertadamente a una necesidad.

La UNESCO/, (1982), en su declaración México señala como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. Esta misma definición es adoptada por el Gobierno colombiano en la Ley 397 de 1997, conocida como Ley General de Cultura.

La Ley General de Cultura aporta las bases para el proceso de transformación de la cultura en el país, fundada en los principios de descentralización, participación, planeación, autonomía territorial y competencias territoriales, establecidos en la Constitución Política de 1991. Esta ley posiciona a Colombia como uno de los países líderes en legislación e institucionalidad cultural en Latinoamérica, a través de la creación del Sistema Nacional de Cultura.

Otro importante avance que ha permitido esta Ley es la creación del Ministerio de Cultura; con el ánimo de formular y poner en marcha la política cultural y liderar el Sistema Nacional de Cultura, mediante funciones como :

- Proteger, conservar, rehabilitar y divulgar el Patrimonio Cultural de la Nación como testimonio de la identidad cultural nacional, tanto en el presente como en el futuro.
- Fomentar y preservar la pluralidad y diversidad cultural de la Nación.
- Promover el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales según los principios de descentralización, participación y autonomía.
- Fomentar y estimular la creación, la investigación, la actividad artística y cultural y el fortalecimiento de las expresiones culturales en todos los niveles territoriales.

La ley de la cultura está integrada por cuatro títulos; el primero de ellos establece los principios fundamentales y definiciones en cultura; el segundo da los lineamientos en patrimonio; el tercero sobre el fomento y los estímulos a la creación, a la investigación y a la actividad artística y cultural; el cuarto aborda la gestión cultural.

De acuerdo con lo anterior, el Estado debe:

- Promover procesos, planes, programas y proyectos que permitan la interculturalidad, la sensibilización y el respeto a la diversidad.
- Proteger el patrimonio cultural de la Nación, en su dimensión más amplia.
- Fomentar la creación, la investigación, la oferta de bienes y servicios culturales, la convivencia y la solidaridad.

En desarrollo de lo anteriormente expuesto, además de la Ley General de Cultura, en Colombia se promulgó el Decreto 1589 de 1998, que reglamenta el Sistema Nacional de Cultura, Ley 814

de 2003, para fortalecer el sector del cine y la Ley 1185 de 2008, encargado del patrimonio material e inmaterial de Colombia.

En este marco normativo, como actor principal de la cultura se encuentran los individuos: la sociedad civil organizada con sus intereses valores y principios. Todos ellos, participan socialmente en espacios donde se generan iniciativas y proposiciones para construir el futuro deseable, con escenarios que permitan crear condiciones para que se pueda disfrutar, conocer, formarse y aprovechar bienes culturales para mejorar la calidad de vida y la cultura.

Dentro de los actores que dinamizan el sector cultural se evidencia la importante participación de productores de bienes y servicios como artistas, grupos culturales, empresas privadas, ONG, asociaciones y gestores que desde su quehacer artístico están inmersos en las dinámicas del mercado y mercadeo de productos culturales.

En Colombia, son reconocidos los eventos culturales y folclóricos, como: Feria de las flores en Medellín, Feria de Cali, Festival Internacional de Música en Cartagena, Hay Festival, Semana Santa en Popayán, Festival “mono Núñez”, Festival de música del Pacífico Petronio Álvarez, Feria Internacional del libro, Festival Internacional del Joropo, Festival del San Pedro en el Huila, entre otros Festivales de cine, música y teatro. Todos ellos además de transmitir a nuevas generaciones el legado cultural recibido de anteriores generaciones, se convierten en dinamizadores de la economía local, regional y nacional, teniendo en consideración que se afectan positivamente sectores como el hotelero, transporte, alimentación, bebidas, sitios turísticos

Casos como la Promotora de Turismo, Recreación y Cultura del Río Meta, Proturmeta, empresa mixta de la Orinoquía colombiana, de carácter mixto gestor y operador de actividades propias del sector turístico y cultural. Del mismo modo la Corporación de turismo de Cartagena o que opera y comercializa un sinnúmero de servicios como hospedaje, alimentos, salud, bienestar, cultura, deporte, recreación, turismo y complementarios. Así mismo se evidencia otro gran ejemplo, Juan Valdés Café, quien representa ante el mundo a los más de 563.000 caficultores en Colombia, difundiendo y promoviendo el consumo de café y otros productos de origen Nacional, motivando el incremento del consumo y generando importantes utilidades a sus accionistas, que durante 2013 fueron superiores a los 4.500 millones.

De acuerdo a la propuesta, se realizó una búsqueda a través de Google académico con las palabras claves (asociaciones culturales en Colombia), con el fin de tener unas fuentes claras, que aportaran definiciones concretas y de utilidad para la propuesta que se planteó. Se tomaron como referencia teórica dos (2) estudios (Impacto Económico de las industrias culturales en Colombia - Ministerio de Cultura de Colombia convenio Andrés Bello/,2014); (Perfil Profesional del gestor Cultural, Competencias para la gestión cultural del siglo XXI – JC Mojica Cardozo,/ 1998), de la misma manera se trabajó en base al libro de Emprendimiento cultural para la innovación, el desarrollo y la Asociatividad, de la Universidad Nacional-Ministerio de Cultura, del Director y Coautor Álvaro Viña Vizcaíno”

Los estudios nos da un panorama general con respecto al reto que tienen las agremiaciones culturales, ya que las funciones y competencias de los agentes culturales evolucionan paralelamente a la realidad social, y adquieren una importancia de acuerdo con la función que se

les otorga en los planteamientos y contenidos de las políticas públicas. También pueden adquirir un protagonismo desde la perspectiva de su propia iniciativa social, y como elementos de presión sobre las estructuras de las administraciones públicas.

No obstante, también es de resaltar que se ha descuidado un poco el sector por parte de las entidades estatales, como hizo notar A. Eide,/ (1.991) aunque la expresión "económicos, sociales y culturales" se utiliza ampliamente, las más de las veces el interés parece limitarse a los derechos económicos y sociales. Resulta difícil encontrar una constitución nacional que, al enumerar los derechos económicos y sociales, contenga un capítulo que trate exhaustivamente de los derechos culturales.

Esta información nos da una visión importante de entender la cultura a partir de un concepto macro de la definición cultural hasta la importancia de un trabajo mancomunado por parte de los gremios y/o gestores culturales; así mismo, nos da un punto de partida para concluir que se hace necesario formar una Asociación de gestores culturales en la Ciudad de Neiva, la cual servirá de modelo para Ciudades que aún no tienen consciencia de formar un proyecto del sector que nos identifica como patrimonio cultural.

Según Viña./(2013), en su libro “Emprendimiento cultural para la innovación el desarrollo y la asociatividad” la infraestructura de toda organización, está constituida por todas las funciones organizacionales, administrativas y financieras, que son transversales en el emprendimiento cultural.

Podemos inferir que el emprendimiento cultural, como recurso de capital humano que es, al liberar la creatividad y la innovación humanas, no sólo es un desafío al espíritu emprendedor, sino que también propicia el desarrollo económico y social en lo local y regional, según el sentido dado por Sen,/(2000)

De acuerdo a ello se tiene en cuenta la metodología del Profesor Alvaro Viña adaptado de Ander-Egg& Aguilar, 1995, (Ver Tabla uno)

Tabla 1: Definición de Metodología

Pregunta		Para precisar / delimitar
QUÉ	Se quiere hacer	Naturaleza de la iniciativa / oportunidad
POR QUÉ	Se quiere hacer	Origen y fundamentación
PARA QUÉ	Se quiere hacer	Objetivos y propósitos
CUANTO	Se quiere hacer	Metas
DONDE	Se quiere hacer	Localización / cobertura físico - espacial
CÓMO	Se va a hacer	Actividades y tareas; procedimientos y metodologías.
CUANDO	Se va a hacer	Ubicación en el tiempo; cronograma
QUIENES	Lo van a hacer	Recursos humanos
CON QUÉ	Se va a hacer / se va a financiar	Recursos materiales / financieros
A QUIENES	Va dirigido	Públicos, audiencias, beneficiarios, consumidores
QUÉ RIESGOS	Existen	Las amenazas y contingencias a evitar o minimizar

Fuente: Viña(2013), adaptado de Ander-Egg& Aguilar, 1995

Desde esta perspectiva adoptamos el modelo de la tabla 1 para definir la metodología que se utilizara para definir el modelo, para evaluar la intencionalidad de crear una asociación de gestores culturales en el municipio de Neiva adaptando un instrumento de evaluación así.

¿Qué?: Crear una asociación de gestores culturales en el municipio de Neiva

¿Por qué?: No existe la conexión entre los gestores culturales y los posibles clientes

¿Para qué?: Para Agrupar al sector cultural, con el fin de orientar, capacitar y tener un portafolio de servicios y una página digital, donde sea el puente directo entre los artistas y los posibles clientes.

¿Dónde?: en el municipio de Neiva.

¿Cómo? Creando la Asociación de Gestores Culturales

Desde esta perspectiva, consideramos que el emprendimiento cultural debe ser parte activa de las acciones que el Estado adelante y promueva en su función articuladora, mediadora y facilitadora del desarrollo, a partir de iniciativas que, incorporando las dimensiones económica y empresarial de una manera equilibrada y no agresiva, propicien la generación y muy especialmente la distribución, comercialización y circulación de nuevos bienes y servicios culturales, a la vez que se conservan las tradiciones y culturas locales. (Ver tabla 2)

Tabla 2 Fases de una iniciativa de emprendimiento cultural

FASES	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
Fase de pre-inversión	Definición de la iniciativa	Definición de: Metas Objetivos Antecedentes Justificaciones
	Formulación del proyecto o plan de negocio	Planeación de: Calendarios / cronogramas Presupuestos ingresos y egresos Riesgos que se pueden presentar en la ejecución Alianzas Equipos de trabajo
Fase de inversión	Presentación / aprobación de la iniciativa	Evaluación externa de viabilidad y aprobación
	Ejecución / Evaluación y control	Ejecución o puesta en marcha. Informes y reportes de avance. Medición de resultados
	Cierre proyecto / Montaje de una empresa	Entrega de informes finales / creación y formalización de una empresa

Fuente: Álvaro Viña (2013)

De esta tabla trabajaremos para el proceso académico y formativo hasta la presentación y aprobación de la iniciativa por parte del gremio cultural y a partir de ello se realiza el diseño de investigación, a partir de las preguntas del ¿Qué?, ¿Por qué?, y ¿para qué?

DISEÑO DE INVESTIGACION

1) FUENTES

1.1 FUENTE PRIMARIA:

Se hace necesario, usar como fuente primaria 40 entrevistas para los gestores culturales.

De la misma manera, se realizara un trabajo de observación no participante en el sector.

1.2 FUENTES SECUNDARIAS:

Para soportar esta investigación se consultará por medio de la Secretaria de Cultura del Departamento del Huila, y la del Municipio de Neiva y sus bibliotecas, toda la información necesaria de los gestores culturales, ¿quiénes son?, cuáles son sus necesidades?

Lo que se pretende buscar es la importancia de la agremiación para el Municipio, su gente y el aporte que se le puede dar a través de intercambios y alianzas estratégicas.

2) METODO DE INVESTIGACION

Se trabajara el método Analítico y el de Observación; ya que nuestra investigación se basa en la factibilidad de crear la asociación de gestores culturales en el Municipio y para ello requerimos explorar esta información, de acuerdo al comportamiento de las personas frente a este tema.

3) DISEÑO DEL INSTRUMENTO

3.1 ENTREVISTA

Población: Son los Gestores Culturales de Neiva que según la Secretaria de Cultura de Neiva a 40 para el año 2015.

Muestra: La muestra para las entrevistas fue Censal por que se aplicaron a todas las organizaciones culturales.

Recolección y análisis de datos: para recolectar la información se utilizara el cuestionariode los gestores culturales y se realizara bajo las siguientes categorías en la tabla 1:

PERCEPCION DE LA FUTURA ASOCIACION:	
1	Cuál es el funcionamiento que cree usted que debe tener la Asociación de gestores culturales del Municipio de Neiva?
2	Que aportes importantes traería la Asociación al sector cultural?
3	De qué manera se puede generar recursos para acreditar la economía en el sector cultural?
4	La asociación requiere socios con un perfil y una experiencia acreditada, cree usted

	que esto fortalecería el ejercicio profesional del Gremio?
5	Que le gustaría que la Asociación de Gestores Culturales del Municipio de Neiva, le ofreciera?

RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A LOS GESTORES CULTURALES

A continuación se relacionan las conclusiones del cuestionario aplicado a de los gestores culturales, identificado en la tabla uno (1), con un número de cinco preguntas, las cuales permiten conocer la percepción frente a la futura Asociación.

1	Cuál es el funcionamiento que cree usted que debe tener la Asociación de gestores culturales del Municipio de Neiva?
---	--

Con una muestra de 40 gestores culturales y con un porcentaje del 65% en la primera pregunta, el gremio cultural, específicamente quienes hoy lideran las Escuelas de Formación de la Secretaria de Cultura Deporte y Recreación, reconocen que el funcionamiento debe ser independiente a los intereses políticos, ya que por experiencia el manejo de la actual Corporación “Corposampetro”, no es más que una figura privada con intereses económicos dependientes del sector público, lo que ocasiona malos manejos, por desconocimiento y falta de experiencia en el área cultural.

De acuerdo a los resultados arrojados, el gremio cultural considera importante que el funcionamiento sea establecido por una junta directiva, claramente seleccionada por unanimidad del sector.

2	Que aportes importantes traería la Asociación al sector cultural?
---	---

Con un resultado del 82% en las respuestas, los 40 directivos de las organizaciones culturales, consideran que el mayor aporte, es el de unificar y/o agremiar al sector cultural, ya que durante los últimos años se han manifestado descontentos e inconformidades que han ocasionado malas relaciones e intereses ajenos al de fortalecer las costumbres y tradiciones de nuestra región.

La asociación permitirá trabajar por un bien en común, lo que traería aportes importantes y significativos para Neiva, como una Ciudad que le apuesta al cambio, con el único propósito de trabajar por la cultura y el aprovechamiento del tiempo libre de nuestra sociedad.

3	De qué manera se puede generar recursos para acreditar la economía en el sector cultural?
---	---

Del 92% de las respuestas, se tienen claridad en quienes son los principales aportantes para la Asociación; de acuerdo a los resultados se estableció un orden para identificar claramente de qué manera los gestores culturales lo identifican.

-Ministerio de Cultura/ Gobierno Nacional de Colombia 38%

-Gobernación del Huila- Alcaldía de Neiva 29%

-Empresas Privadas de la región 18%

-ONG 9%

-Desconocen quien 2%

4	La asociación requiere socios con un perfil y una experiencia acreditada, cree usted que esto fortalecería el ejercicio profesional del Gremio?
---	---

El 86% afirman que si es de gran importancia, pero aclaran que aunque es fundamental la formación académica en el área de las artes y la Cultura, también es primordial una experiencia con un nivel de más cinco años participando y fortaleciendo la cultura de la región, a través de las organizaciones o salas de concertación cultural; dicha experiencia debe ser demostrable, ya que para el funcionamiento de la Asociación se debe manejar el archivo de las hojas de vida con sus respectivos soportes.

5	Que le gustaría que la Asociación de Gestores Culturales del Municipio de Neiva, le ofreciera?
---	--

79% de las respuestas direccionan bajo los mismos objetivos, como los son el de capacitación a capacitadores, apoyo en la elaboración de proyectos para convocatorias Nacionales e Internacionales, distribución justa y adecuada en el momento de selección para las muestras artísticas y culturales en las fiestas de nuestra región, con el fin de que todos los asociados tengan la posibilidad de generar ingresos económicos para sus organizaciones.

3.2 ENCUESTA

Se toman las Variables propuestas por Viña (2013):

El cuestionario está diseñado en escala Likert, con referencia al libro de emprendimiento cultural, para la innovación, el desarrollo y la asociatividad Viña/2013 en su libro “Emprendimiento cultural para la innovación, el desarrollo y la asociatividad” a partir de una investigación realizada con la Universidad Nacional de Colombia y el Ministerio de Cultura. Se

retoman datos del documentos con el fin de presentar un cuestionario para que el entrevistado en cada afirmación exprese su grado de acuerdo o desacuerdo.

La entrevista cuenta con 20 preguntas definidas para Gestores Culturales y los factores a evaluar son cuatro.

Señor (a) Gestor cultural, solicito de su valioso tiempo para responder una serie de afirmaciones

CATEGORIA	#	AFIRMACION
Identidad del Gremio Cultural	1	Tengo buena relación con los actores de las diferentes áreas.
	2	Aporto conocimientos a otras escuelas de formación, diferente a mi área.
	3	Me siento a gusto con el trabajo que realizo
	4	Soy consciente de la importancia de asociarnos por gremio
	5	Si una empresa me ofrece participación remunerada y no tengo el perfil, referencio a otro.
La cadena de valor en las organizaciones Culturales	6	Los bienes y servicios culturales que promuevo contribuyen a la formación de ciudadanos.
	7	Cuento con materia prima e infraestructura necesaria para ofrecer un bien o servicio cultural
	8	Doy cumplimiento a los horarios y actividades con las escuelas de formación que lidero.
	9	Busco generar acciones de mejora con intercambios culturales con el propósito de enriquecer los conocimientos de los artistas
	10	Facilito y estimo la audiencia de públicos

Gestión de Marketing en las iniciativas Culturales	11	Trabajo constantemente por darme a conocer ante las audiencias y públicos
	12	Aporto conocimientos al proceso creativo para motivar el consumo cultural
	13	Me asocio con otros gestores culturales para presentar propuestas de ensambles en las diferentes empresas
	14	Genero proyectos ante el Ministerio de cultura con el fin de recibir recursos para mi organización
	15	Hago participación ante el municipio con muestras culturales en recintos públicos
Oferta cultural	16	Doy a conocer el impacto y las metas sociales por las que trabaja mi organización
	17	Me encuentro legalmente constituida como organización cultural ante la cámara de comercio de Neiva
	18	Tengo una fijación de precios para los productos creativos y culturales
	19	Realizo estrategias de distribución y comercialización ante las empresas
	20	Tengo en cuenta las apreciaciones y experiencias de consumo cultural vivida por los contratantes, para mi enriquecimiento profesional

RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS GESTORES CULTURALES

De acuerdo a la evaluación que se realizó sobre la creación de la Asociación de Gestores culturales, los cuales fueron evaluados mediante entrevistas y conversatorios, donde se mide la identidad del medio cultural, La cadena de valor en las organizaciones Culturales, Gestión de Marketing en las iniciativas Culturales y la oferta cultural, factores principales para la

implementación de nuestro proyecto y en se hace evidente una hipótesis sobre la falta de direccionamiento y organización del gremio, donde se tiene claridad en lo importante de crear una Asociación de Gestores culturales, en el Municipio de Neiva.

La gestión cultural es aquella labor profesional de quienes ponen en contacto a la cultura con la sociedad y no lo hacen como críticos o como educadores, sino a través de una programación cultural y unos proyectos culturales. Esto puede suceder de muchas maneras: fomentando la participación en actividades culturales, gestionando proyectos que nacen desde la iniciativa ciudadana, ayudando a desarrollar las posibilidades culturales de un grupo determinado, etc. La gestión cultural implica la utilización de todos los elementos habituales de gestión, pero comprendiendo la especificidad del mundo cultural y las implicaciones que tiene la cultura para la sociedad.

De esta manera el gremio cultural, con el que se ha venido trabajando, siente la importancia de que el gestor cultural debe estar en un lugar determinado, en una institución, en una comunidad, porque su labor contribuye a hacer siempre presente una determinada parte de la cultura en ese lugar específico. Cultura siempre significa “valores”, “actitudes”, “visión del mundo”. Por lo tanto, contribuye a hacer presente esos valores, esa visión del mundo, que van marcando la mentalidad en ese lugar en ese momento histórico. Por otro lado, puede contribuir a crear una “sociedad cultural”, una sociedad que aprecie la cultura, que aprecie el patrimonio, que se dé cuenta de que vivir la cultura es un aparte importante de la calidad de vida.

Estos profesionales de la labor cultural en el Municipio de Neiva, reconocen que su papel es trabajar, dialogar, convencer, convocar, recoger iniciativas y darles forma, e involucrar a las personas en los proyectos, tener una visión y saber que hay una misión que se corresponde con

esa visión. Y no perder nunca la fuerza, la perseverancia, la fe en que su trabajo es importante para la sociedad, lo reconozca ésta en un momento dado o no lo reconozca; donde se lograría a partir de nuestra asociación.

De las cuarenta encuestas realizadas, se entiende en términos generales, que cultura es un bien público, el papel del Estado será bastante activo. Si se entiende que cultura básicamente es la expresión de la libertad de los individuos, su papel será otro. En cualquier caso, me parece que el Estado, al menos, debe instaurar un marco que permita y favorezca el desarrollo de la vida cultural.

✓ **PERCEPCION DE LA FUTURA ASOCIACION**

✓ **IDENTIDAD DEL GREMIO CULTURAL**

Los Gestores culturales manifiestan tener la identidad total por el gremio cultural ya que la labor que realizan en general es una pasión y de allí siente la importancia de agremiarse para así mismo constituir su propia empresa y sobre todo resaltar la cultura de la región, pasando de generación en generación, como un patrimonio cultural. Los Gestores creen que su trabajo no es bien remunerado, porque no cuentan con una certificación que respalde sus conocimientos y habilidades para el desarrollo de tan importante labor.

✓ **CADENA DE VALOR EN LA ORGANIZACIONES CULTURALES:**

Es claro que los gestores culturales tienen una pasión por la cultura, pero su trabajo actual es mal remunerado y no es valorado al 100 por ciento, es por ello que se ha perdido las ganas de promoverla, por esta razón una vez más que los Gestores Culturales ven una muy buena opción la Agremiación, ya que les permitirá tener una remuneración justa y propia para cada gremio

(Arte, Danza y Música). La cultura es la identidad de una región por ello promoverla en la comunidad es vital para la sociedad; los gestores culturales esta dispuestos a capacitarse y a crear su propia empresa

✓ **GESTION DE MARKETING EN LAS INICITIVAS CULTURALES**

Una de las constantes de las entrevistas está en la falta de contratación por parte del Fondo Mixto de Cultura quien es la entidad que se encarga de este tipo de vinculaciones; Esto obedece a que el sentir de los gestores es que “siempre contratan los mismos”, ahora es el sentir que ante el Ministerio de Cultura no pueden obtener mayor respaldo a este sector y por ende a la comunidad. La gestión de marketng ayudará al gremio a que haya igualdad y equidad en la contratación; con la creación de proyectos innovadores en el campo cultural.

✓ **OFERTA CULTURAL**

Una gran parte de nuestros gestores culturales son empíricos y esta formación la tienen en su sangre, es por ello que aún no están legalmente constituidas, esto conlleva a que no tienen unos precios estándar, ni tienen el conocimiento para presentar una propuesta comercial, por ende los Gestores que están legalmente constituidos son los que son contratados por la empresa privada.

A través de convenios con el SENA Fondo Emprender se pretende crear empresarios en el sector cultural.

A continuación se presenta la propuesta que se entrega y su modelo de funcionamiento.

PROPUESTA PARA LA CREACION DE LA ASOCIACIÓN DE GESTORES CULTURALES DEL MUNICIPIO DE NEIVA.

1. VISIÓN

La asociación cultural del municipio de Neiva ASOCULTURA - NEIVA, será en el 2020 la asociación de mayor reconocimiento en el gremio cultural, que se destacará por el compromiso social y por el rescate y difusión de las tradiciones de nuestra de región con miras hacia una proyección departamental.

2. MISIÓN

Agremiar a los gestores culturales a partir de una asociación, que permita capacitarlos y asesorarlos con el fin de posicionarlos en el mercado cultural del municipio de Neiva, a través de medios digitales e impresos que fortalezcan la difusión de sus servicios con calidad.

3. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de Asociación de Gestores y Organizaciones culturales en la Ciudad de Neiva, que permita representar y promocionar los intereses profesionales y culturales de sus asociados ante entidades públicas y privadas.

4. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los gestores culturales más representativos en las áreas de Danza, Música y Teatro de la región.
- Dar a conocer el portafolio de servicios del gremio en sus diferentes modalidades
- Promover el perfeccionamiento profesional de los gestores mediante la formación continua, la identificación de buenas prácticas, el trabajo en equipo y el fomento de intercambios. Establecer criterios para la formación de futuros profesionales.
- Crear espacios de intercambio cultural entre diferentes entidades públicas o privadas de las diferentes regiones, creando conciencia de la importancia de nuestra cultura.
- Diseñar estrategias de marketing cultural que permita la interacción entre la asociación y el mercado en general

DISEÑO DEL LOGO:



A continuación se hace un esbozo general sobre las razones por las cuales se realiza el logo anterior:

- **DESCRIPCIÓN “SANJUANERA”:**



El tradicional baile del Sanjuanero Huilense declarado Patrimonio Cultural del Huila es considerado el baile más representativo del Huila.

La Melodía, El sanjuanero fue compuesto a principios de 1936 por el Maestro Anselmo Durán Plazas, el 12 de junio de 1936, víspera de la fiesta patronal de Gigante - Huila, la Banda Departamental presentó por primera vez en la patria de Francisco Eustaquio y José María Álvarez esta obra entre el aplauso y la complacencia de todos.

Dos años después en agosto de 1938 la magistral pieza tuvo su estreno oficial en el Salón Amarillo del Capitolio Nacional. La primera grabación discográfica fue realizada por el dueto Garzón y Collazos en la década de los años 50.

Sanjuanero Huilense, Interpretado por la Banda Sinfónica del Huila

El Baile, Sobre el origen del Baile el Sanjuanero Huilense no hay acuerdo definitivo entre estudiosos. Todo comienza con la organización del Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco, pues en los certámenes anteriores a la oficialización se presentaban grupos de danza en los desfiles y bailes que interpretaban, según Álvaro Trujillo en su libro “Génesis y Evolución del Baile Sanjuanero“, “El bambuco caminadito, estilo junta tierra, lleno de gracia y sencillez, sin nada de brinquitos en los parejos”.

Sin embargo, con la realización formal de las fiestas y con ella la decisión de realizar el Reinado Nacional del Bambuco, fue necesario crear una coreografía para el tema Sanjuanero Huilense, adoptado como la pieza musical que todas las candidatas deberían bailar para seleccionar a la reina. El proceso de creación de la coreografía oficial partió de la base de considerar el Sanjuanero Huilense como un bambuco que tiene elementos de rajaleñas (pertenecen al género de las trovas en cuanto a la copla y a las danzas en razón de las tonadas). El Sanjuanero adoptó del rajaleña los pasos del caminadito, el junta tierra y el escobillado, que es la parte más saltadita del baile.

Luego se adoptaron algunos elementos del bambuco tradicional, a los cuales se le adicionaron figuras y movimientos que se observaban en los barrios y corregimientos de Neiva durante la realización de las rondas que se llevan a cabo como antesala a las fiestas. Como todo proceso folclórico, la coreografía oficial del Sanjuanero Huilense no se impuso inmediatamente. Fue necesario que la estructura se asimilara por parte de bailarines y parejas, hasta que se consolidó en acuerdo firmado por la Junta Directiva del Instituto Huilense de Cultura y Turismo, el 28 de mayo de 1982.

Reseña Histórica-Gobernación del Huila (2013).



- **INSTRUMENTOS MUSICALES AUTÓCTONOS DEL HUILA**

El tiple se considera el instrumento nacional de Colombia, sus inicios se dieron en los límites de los departamentos de Santander y Boyacá, especialmente en los municipios de Chitaraque (Boyacá) y olivalSuaita (Santander). Se utiliza en el acompañamiento de ritmos típicos del interior del país como el bambuco y el pasillo. También se usa como acompañante de la tradicional trova antioqueña.

A TAMBORA derivada del atabal de guerra y uno que en su adaptación huilense

La tambora o bombo es un instrumento que ha sido asimilado por las comunidades afrocolombianas del Pacífico. Se fabrica con el tronco de un árbol llamado banco. Los parches se elaboran con piel de venado, chivo u oveja. Los elementos se ensamblan con la ayuda de un par de aros en los que se aseguran, de manera indirecta, las membranas. Tiene forma cilíndrica y profundidad media. Se considera un instrumento cuyo sonido es producido por la vibración de dos membranas en tensión.

LA PUERCA O MARRANA, es consecuencia de la zambomba usual en España y Portugal.

Es un instrumento de una membrana, llamado también marrano o zambumbia. Se fabrica con un calabazo o fruto seco de totumo (*lagenariavulgaris*) al que se le corta un sector para formarle boca en la parte superior. Sobre esta boca se le coloca un aro de bejuco al que va atado un parche o cuero de conejo o cerdo de monte e incluso de chivo o cordero. Se le coloca una varilla como en el caso del furruco pero obviamente más pequeña. Se toca sosteniendo el instrumento en la

mano, para lo cual se horada en la parte inferior el calabazo en forma de triángulo que permita la introducción de un dedo, que casi siempre es el pulgar. El mecanismo de ejecución es similar al del furruco pero en algunos casos la varilla no está impregnada con cera sino que se humedece con agua o guarapo (zumo de caña) para frotarla.

Es muy popular en el departamento de Santander en los conjuntos guabineros para la música del torbellino. En el departamento del Huila es muy conocido con el nombre de puerca y se utiliza en los grupos musicales llamados cucambas para el acompañamiento de los cantos de rajaleñas y el sanjuanero.

Estos nombres de marrano y puerca se deben al sonido del instrumento, que es muy semejante al gruñido del cerdo, marrano o puerco. **Música autóctona del Huila (2009)**



- **EL TEATRO:** Como resultado de la gestión realizada por la Secretaría de Cultura Deporte y Recreación de la Ciudad de Neiva, llega al Huila la Temporada de Teatro que promueve el Ministerio de Cultura, que no solo se incluye dentro de las Escuelas de Formación cultural, sino que se ha gestionado para que llegue obras teatrales de diferentes partes del mundo, a través de los Intercambios Culturales. Secretaria de Cultura Neiva (2012)

- **SELECCIÓN DEL COLOR**



PSICOLOGIA DEL COLOR

 <p>AZULES</p> <p>simpatía, armonía, eternidad, inteligencia, anhelo</p>	 <p>ROJOS</p> <p>amor, pasión, valor, dinamismo, calor</p>	 <p>AMARILLOS</p> <p>diversión, optimismo, energía, espontaneidad, alegría</p>
 <p>VERDES</p> <p>naturaleza, juventud, refrescante, esperanza, fertilidad</p>	 <p>NARANJAS</p> <p>exotismo, llamativo, original, acogedor, aromático</p>	 <p>VIOLETAS</p> <p>devoción, fe, vanidad, fantasía, moda</p>
 <p>ROSAS</p> <p>romanticismo, ilusión, feminidad, ternura, delicadeza</p>	 <p>BLANCOS</p> <p>verdad, honradez, pureza, inocencia, ligereza</p>	 <p>NEGROS</p> <p>elegancia, misterio, magia, conservador, poder</p>

livecolorful.com

Europea en positivo – (Agosto 2014)

La gama de colores que se estableció para el diseño del Logo, retoma los Violetas, Rosas y Blancos los cuales predominan, haciendo una ilustración de lo que se quiere dar a conocer de acuerdo a la Guía Europea en positivo del año 2014, de la misma manera se establecen unos visos de azules, verdes y amarillos, con el propósito de rescatar en las faldas tradicionales de la región el arte en los troquelados de las flores.

MODELO DE FUNCIONAMIENTO



1. MODELO ASOCIATIVO

1.1 ESTATUTOS

LEY GENERAL DE CULTURA

- Ley No. 1185 de 2008: Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 –Ley General de Cultura– y se dictan otras disposiciones.
- Ley No. 397 de 1997: Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias; Ministerio de Cultura convocatorias(2015)

Artículo 1. DENOMINACIÓN

Con la denominación ASOCIACIÓN DE GESTORES CULTURALES DEL MUNICIPIO DE NEIVA, se constituye como Asociación al amparo de la Ley General de Cultura en Colombia y normas complementarias, con capacidad jurídica propia y plena capacidad de obrar, careciendo de ánimo de lucro.

Artículo 2. TEMPORALIDAD

Esta Asociación se constituye por tiempo indefinido.

Artículo 3. FINES Y OBJETIVOS

Entre los fines que pretende conseguir la Asociación se encuentra:

- Identificar los gestores culturales más representativos en las áreas de Danza, Música y Teatro de la región.
- Dar a conocer el portafolio de servicios del gremio en sus diferentes modalidades
- Promover el perfeccionamiento profesional de los gestores mediante la formación continua, la identificación de buenas prácticas, el trabajo en equipo y el fomento de intercambios. Establecer criterios para la formación de futuros profesionales.
- Crear espacios de intercambio cultural entre diferentes entidades públicas o privadas de las diferentes regiones, creando conciencia de la importancia de nuestra cultura.
- Diseñar estrategias de marketing cultural que permita la interacción entre la asociación y el mercado en general

Artículo 4. ACTIVIDADES.

La Asociación centrará sus actividades en:

- Participación y organización de todo tipo de eventos socioculturales.
- Organización, diseño y ejecución de programas socioculturales.
- Generación de espacios de intercambio, debate y reflexión.
- Proyección externa de la Asociación.
- Divulgación, difusión y promoción de la propia Asociación y de sus fines.
- Uso de las Nuevas Tecnologías aplicadas al desarrollo Cultural.

Artículo 5. MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN.

Los miembros de la Asociación podrán ser fundadores. Tendrán la condición de socio/a fundador cuantas personas suscriban el acta fundacional. Podrán ser numerarios/as y protectores/as cuantas personas lo soliciten por escrito a la Junta Directiva y siendo avalados por dos miembros de la Asociación.

El nombramiento de socio de Honor corresponde a la Asamblea General de Socios/as a propuesta de la Junta Directiva o de un tercio de los miembros de la Asociación.

Los requisitos para conseguir la condición de miembro serán los siguientes:

- Para ser Numerario/a. Deberá estar en posesión del Título Universitario de Postgrado en Gestión Cultural, aunque también podrán pertenecer a la Asociación, aquellas personas que justifiquen documentalmente y adecuadamente (mediante la presentación de un curriculum demostrativo) su implicación en la realización y/o gestión de actividades culturales y así lo soliciten a la Junta

Directiva. Para ello será necesario que le solicitante posea una experiencia mínima, en tales aspectos, de tres años y sea ratificada su solicitud, por la mayoría presente de la Asamblea General de la Asociación.

- Serás Socios/as Protectores/as. Aquellas personas físicas o jurídicas que estén comprometidas en la gestión cultural y que hagan una aportación económica anual a la Asociación dentro de los límites establecidos por la Junta Directiva y ratificados por la Asamblea General, que será quién apruebe la admisión.
- Miembros de Honor. Cuantas personas físicas o jurídicas que por su trayectoria profesional y vinculación o compromiso sean propuestas por la Junta Directiva o un tercio de los miembros de la entidad y ratificadas por la Asamblea General.

Artículo 6. DERECHOS DE LOS MIEMBROS.

Los miembros fundadores y numerarios tendrán los derechos siguientes:

- Asistir y participar en las deliberaciones de la Asamblea General.
- Ejercitar el derecho al voto en la Asamblea General.
- Elegir y ser Elegido para los cargos de representación o ejercer los cargos directivos.
- Ejercer la representación que se le confiera en cada caso.
- Intervenir en el gobierno y en las gestiones, así como en los servicios y actividades de la Asociación, de acuerdo con las normas legales estatutarias y los reglamentos internos.
- Exponer en la Asamblea General y a la Junta cualquier iniciativa que considere oportuna para hacer más eficaces a los objetivos de la Entidad.
- Solicitar y obtener explicaciones sobre la administración y la gestión de la Junta Directiva o de los mandatarios de la Asociación.

- Recibir información sobre las actividades de la misma y hacer uso de los servicios comunes establecidos o se encuentran a disposición de aquélla.
- Formar parte de los grupos de trabajo.
- Poseer un ejemplar de los Estatutos
- Los miembros protectores y de honor tendrán los derechos enunciados en los párrafos a, d, f, h, i, j.

Artículo 7. DEBERES DE LOS MIEMBROS:

Son deberes de los miembros de la Asociación los siguientes:

- Cumplir las disposiciones de los Estatutos, si existe, de reglamento de Régimen Interior y los acuerdos de la Asamblea General y los de la Junta Directiva, dentro de sus competencias respectivas.
- Satisfacer puntualmente las cuotas establecidas.
- Mantener la colaboración que venga en interés del buen funcionamiento de la Entidad
- Asistir a las Asambleas Generales.

Artículo 8. PÉRDIDA DE LA CONDICIÓN DE MIEMBRO.

Los miembros de la Asociación se podrán dar de baja por las razones siguientes:

- Por voluntad propia, comunicándolo fehacientemente a la Junta Directiva.
- Por falta de pago de una anualidad completa, después del debate y decisión de la Junta Directiva.
Previa notificación mediante correo certificado, con acuse de recibo de esta situación.

- Por la realización de cualquier acto que atente contra el prestigio y la ética profesional o el buen funcionamiento de la Entidad, previa aprobación de la Asamblea General. Aniversario

Agcex(2014)

DISEÑO PLEGABLE

MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, VALORES

VALORES

- *Ética*
- *Respeto*
- *Honestidad*
- *Trabajo en equipo*



ASOCULTURA



ASOCULTURA NEIVA

LINEY VARGAS PARRA
ANGELICA MERCHAN ZARATE

GERENCIA DE MERCADEO ESTRATEGICO
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

<http://www.gestionculturana.org/index.php/es/socios/porque-ser-socioa.html>



**“Cultura, es el
aprovechamiento
social del
conocimiento”**
(GABRIEL GARCIA MARQUEZ)





VISION

La asociación cultural del municipio de Neiva ASOCULTURA - NEIVA, será en el 2020 la asociación de mayor reconocimiento en el gremio cultural, que se destacará por el compromiso social y por el rescate y difusión de las tradiciones de nuestra de región con miras hacia una proyección departamental.

MISION

Agremiar a los gestores culturales a partir de una asociación, que permita capacitarlos y asesorarlos con el fin de posicionarlos en el mercado cultural del municipio de Neiva, a través de medios digitales e impresos que fortalezcan la difusión de sus servicios con calidad.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de Asociación de Gestores y Organizaciones culturales en la Ciudad de Neiva, que permita representar y promocionar los intereses profesionales y culturales de sus asociados ante entidades públicas y privadas.



Gestionando Cultura

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los gestores culturales más representativos en las áreas de Danza, Música y Teatro de la región.
- Dar a conocer el portafolio de servicios del gremio en sus diferentes modalidades
- Promover el perfeccionamiento profesional de los gestores mediante la formación continua, la identificación de buenas prácticas, el trabajo en equipo y el fomento de intercambios. Establecer criterios para la formación de futuros profesionales.
- Crear espacios de intercambio cultural entre diferentes entidades públicas o privadas de las diferentes regiones, creando conciencia de la importancia de nuestra cultura.
- Diseñar estrategias de marketing cultural que permita la interacción entre la asociación y el mercado en general.

DISEÑO DEL BLOG

Se anexa CD del Blog, donde se sistematizo las Hojas de Vida de las organizaciones culturales existentes y conformadas legalmente en el Municipio de Neiva, en las áreas de danza, música y teatro.

Es una herramienta de marketing digital, que permite estar actualizados de toda la información necesaria en el gremio cultural en el Municipio de Neiva, con sus portafolios de servicios, registros fotográficos, suministro de convocatorias del Ministerio de Cultura para mantener informados al sector y la comunidad en general.

CONCLUSIONES

El emprendimiento cultural es una oportunidad que debe articularse a las dinámicas del mercado para asegurar sostenibilidad en el tiempo. Existen artistas y gestores culturales que desconocen las estrategias de fomento a la industria cultural y limitan su quehacer artístico a la contratación estatal

Debemos pararnos a pensar en la **finalidad que perseguimos con la creación de la entidad.**

Una asociación es una reunión de individuos que acuerdan un fin común cuyo carácter no será predominantemente económico. Es decir, si yo pretendo montar un negocio para ganar dinero, no elegiré crear una asociación sino una sociedad. De ahí que no pueda realizarse cualquier actividad mediante una asociación.

Las asociaciones no persiguen el lucro de sus asociados, sino que suelen tener carácter benéfico, cultural, artístico... y actúan en aras de difundir o poner en práctica aquello que constituye su fin último. Ahora bien, es posible que una asociación, aparte de la esencial dedicación al cumplimiento de sus fines, **realice una actividad económica accesoría**, como sería el caso de la asociación de gestores culturales del Municipio de Neiva.

Las asociaciones se sostienen principalmente de los ingresos procedentes de las cuotas de los asociados, aunque también suelen recibir subvenciones y donaciones. Si obtienen beneficio, éste debe reinvertirse en el cumplimiento de los fines recogidos en los estatutos de su fundación. Nunca se repartirá entre los socios.

Podemos ver un ejemplo claro de lo que supondría una actividad propia de una asociación y lo que supondría el ejercicio de una actividad económica. Una asociación de baile regional realizaría una exhibición en un festival con el ánimo de los socios de difundir la cultura. Sin embargo, si realiza la misma actuación previo envío de un presupuesto a la organización y pactando una contraprestación dineraria, estaría entonces ejerciendo una actividad económica con fines lucrativos. En este último caso, **se trataría de una prestación de servicios** en nada diferente a la que podría realizar cualquier sociedad civil o mercantil. ¿Cuál es la diferencia entre una asociación y una sociedad? (03 de agosto de 2013)

Todo esto nos lleva a proyectar un emprendimiento cultural desde lo local y de la mano con las organizaciones del sector. Así, la unión de los consejos municipales y departamentales de cultura con los gremios de turismo, empresas privadas y entidades gubernamentales de la Ciudad de Neiva, podrían desarrollar una estrategia paralela a los clúster regionales, en armonía con las múltiples opciones de financiación que desde lo estatal apoya la cultura como otro sector económico digno de impulsar y reconocer a partir de portafolios de servicios y un sistema digital de apoyo para mayor posicionamiento.

BIBLIOGRAFIA

- “Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural”, Mayo - Agosto 1999 / Maio - Agosto 1999, AlfonsMartinell.
- Viña, A / (2013) “Emprendimiento Cultural para la innovación y las asociatividad”, Universidad Nacional, Ministerio de cultura.
- SCHUMPETER, J/ (1935), Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico. Editorial. Fondo de cultura económica, México.
- MINCULTURA (convocatoria de estímulos 2015)
- Andy Freire (2015)
- La UNESCO/, (1982)
- Ley general de cultura del gobierno Colombiano N° 397 de 1997
- Constitución Política de Colombia de 1991
- Decreto 1589 de 1998, que reglamenta el Sistema Nacional de Cultura, Ley 814 de 2003
- Ley 1185 de 2008
- Impacto Económico de las industrias culturales en Colombia - Ministerio de Cultura de Colombia convenio Andrés Bello, (2014)
- Perfil Profesional del gestor Cultural, Competencias para la gestión cultural del siglo XXI – JC Mojica Cardozo, / 1998
- Sen, (2000)
- Reseña Histórica-Gobernación del Huila (2013).

Páginas web:

- ECURED. Promotor Cultural.

Recuperado el 17 de febrero de 2015, de:

http://www.ecured.cu/index.php/Promotor_cultural

- Corporación Turística de Cartagena

Recuperado el 17 de febrero de 2015, de

<http://www.cartagenadeindias.travel/institucional.php?la=es>

- <http://www.unesco.org/issj/rics158/symonidesspa.html>

- <https://angedu.wordpress.com/page/2/>

- <http://www.asencultura.org/cultura/cultura-y-periodismo/261-colectivos-sectores-y-gremios-culturales-modos-de-asociacion-y-participacion-en-el-desarrollo-de-la-sociedad>