

GENERACIÓN DE UNA EMPRESA DE EMPRENDIMIENTO CULTURAL A NIVEL LOCAL, QUE PROMUEVA TALENTOS INÉDITOS TANTO ARTÍSTICOS COMO DE DISEÑO, A TRAVÉS DE ESPACIOS EFÍMEROS Y MEDIOS VIRTUALES



**MARÍA CAMILA AMAYA ARCINIEGAS
ALEJANDRA ARBOLEDA CAÑAVERAL
WILLIAM DANIEL HERNÁNDEZ VERGAÑO**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PEREIRA
2018**

GENERACIÓN DE UNA EMPRESA DE EMPRENDIMIENTO CULTURAL A NIVEL LOCAL, QUE PROMUEVA TALENTOS INÉDITOS TANTO ARTÍSTICOS COMO DE DISEÑO, A TRAVÉS DE ESPACIOS EFÍMEROS Y MEDIOS VIRTUALES

PROYECTO DE GRADO

**ASESOR DE PROYECTO
MDI JAVIER ALFONSO LÓPEZ MORALES**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PEREIRA
2018**

AGRADECIMIENTOS

Como fruto de este largo proceso de formación académica y profesional, queremos agradecer a nuestro tutor Javier Alfonso López Morales que hizo un acompañamiento constante hasta último momento, transmitiéndonos todo su conocimiento y enfocándonos para poder lograr un buen producto.

A nuestra profesora Lucia Ruiz Granada, quien desde el principio apoyo el proyecto y nos dio las herramientas para poder continuar en la etapas siguientes.

A todas las personas que tuvieron la disposición y el tiempo para que por medio de entrevistas y asesorías brindaron información y conocimiento para el correcto desarrollo del proyecto.

Y por último pero no menos importante, a nuestras familias y amigos que durante todo el proceso estuvieron apoyándonos y motivándonos a seguir adelante en todo momento.

TABLA DE CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1 Definición de problema	15
1.2 Delimitación del problema	16
2. JUSTIFICACIÓN	19
2.1 Pregunta de investigación	20
3. OBJETIVOS	21
3.1 Objetivo general	21
3.2 Objetivos específicos	21
4. MARCO REFERENCIAL	22
4.1 Marco Teórico	22
4.2 Marco Contextual	26
4.3 Marco Legal	31
4.4 Marco Histórico	38
5. TRABAJO DE CAMPO	43
5.1 Técnicas	43
5.2 Instrumentos	4
5.3 Conclusiones trabajo de campo	9
6. VARIABLES O CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	11
7. PROCESO DE GENERACIÓN DE IDEA DE EMPRENDIMIENTO	15
7.1 Metodología	15
7.2 Requerimientos	15
7.2.1 Requerimientos de emprendimiento	15
7.2.2 Requerimientos de virtualidad	17
7.2.3 Requerimientos de diseño	18
7.3 Concepto de emprendimiento	21
7.4 Alternativas	21
7.4.1 Alternativas de emprendimiento	21
7.4.2 Alternativas de virtualidad	23

7.4.3 Alternativas de diseño	25
7.4.4 Evaluación de alternativas	26
8. PROPUESTA DEFINITIVA.	31
8.1 Financiera	33
8.2 Viabilidad comercial	35
8.3 Logística	35
8.4 Paralelo de ventajas	36
9. COMPROBACIÓN	38
9.1. Identidad corporativa	38
9.2 Implementación del proyecto	42
9.3 Conclusiones comprobación	70
9.4 Recomendaciones	71
CONCLUSIONES	74
GLOSARIO	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
ANEXOS	82

TABLA DE ILUSTRACIONES

Gráfico 1: Desempleo en Colombia a 2001 – 2016.....	12
Gráfico 2: Mapa de Área Metropolitana Centro Occidente.....	17
Gráfico 3: Mapa cultural de Pereira.....	18
Gráfico 4: Participación en actividades culturales.....	27
Gráfico 5: satisfacción con la oferta cultural.....	28
Gráfico 6: Presentación musical en La Cuadra Talleres Abiertos.....	29
Gráfico 7: Exposición en sala del Colombo Americano.....	30
Gráfico 8: Exposición en galería Maga, La Cuadra.....	30
Gráfico 9: Banda Sinfónica de Pereira.....	39
Gráfico 10: Teatro Santiago Londoño.....	40
Gráfico 11: Secretaría de Cultura de Pereira.....	41
Gráfico 12: Entrada ARTBO.....	44
Gráfico 13: Espacio efímero exposición ARTECÁMARA.....	44
Gráfico 14: Columna entrevista a María Paz Gaviria.....	3
Gráfico 15: Propuestas logo.....	38
Gráfico 16: Logo Gestionarte.....	39
Gráfico 17: Tarjeta de presentación.....	40
Gráfico 18: Promoción del evento.....	40
Gráfico 19: Convocatoria de diseño.....	41
Gráfico 20: Firma del contrato entre GestionArte y el autor/a.....	51
Gráfico 21: Obra Germán Llano (A).....	52
Gráfico 22: Obra Germán Llano (B).....	52
Gráfico 23: Obra Germán Llano (C).....	52
Gráfico 24: Obra Germán Llano (D).....	52
Gráfico 25: Libretas personalizadas: Oswaldo Guayasamin.....	53
Gráfico 26: Libretas personalizadas: Frida Kahlo.....	53
Gráfico 27: Libretas personalizadas: El principito.....	53
Gráfico 28: Libretas personalizadas: Vincent Van Gogh.....	53
Gráfico 29: monedero en materiales reciclado.....	54
Gráfico 30: Gato de Chesire.....	55
Gráfico 31: Conejo Blanco.....	56
Gráfico 32: Maniquí.....	57
Gráfico 33: El Sombrero.....	57
Gráfico 34: Alicia.....	58
Gráfico 35: Jedeko kirisia.....	59
Gráfico 36: Facebook.....	59
Gráfico 37: Instagram.....	60
Gráfico 38: pasos de ensamble del espacio efímero.....	61
Gráfico 39: planos de ensamble del espacio efímero (parte 1).....	62

Gráfico 40: planos de ensamble del espacio efímero (parte 2)	63
Gráfico 41: planos técnicos del espacio efímero (parte 2)	64
Gráfico 42: Elaboración del espacio efímero.....	65
Gráfico 43: Corte de las piezas del espacio efímero	65
Gráfico 44: prueba de ensamble espacio efímero.....	66
Gráfico 45: Transporte desensamblada del espacio efímero	66
Gráfico 46: Montaje del espacio efímero (A)	67
Gráfico 47: Montaje del espacio efímero (B)	67
Gráfico 48: Espacio efímero con Maniquí y El Conejo Blanco	68
Gráfico 49: Espacio efímero con Collar y libretas	68
Gráfico 50: Visitantes en el espacio efímero.....	69
Gráfico 51: Visitantes apreciando las obras	69
Gráfico 52: Resumen del proceso	70
Gráfico 53: Propuesta del nuevo espacio efímero	72

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de técnicas e instrumentos	43
Tabla 2: variables y categorías	11
Tabla 3: Requerimientos de emprendimiento.....	15
Tabla 4 : Requerimientos de virtualidad	17
Tabla 5: Requerimientos de diseño.....	18
Tabla 6: Alternativas de emprendimiento cultural.	22
Tabla 7: alternativas de virtualidad.....	23
Tabla 8: evaluación de alternativas de emprendimiento.	26
Tabla 9: evaluación de alternativas de virtualidad.....	27
Tabla 10: evaluación de alternativas de diseño.	28
Tabla 11: Evaluación de las piezas a exponer	28
Tabla 12: costos y gastos del proceso	33
Tabla 13: costos y gastos a futuro (de consolidarse el emprendimiento).....	34
Tabla 14: Obra de Germán Llano (A)	42
Tabla 15: Obra de Germán Llano (B)	43
Tabla 16: Obra de Germán Llano (C).....	44
Tabla 17: Mujer de escena.....	45
Tabla 18: Libretas personalizadas	45
Tabla 19: Monedero material reciclado	46
Tabla 20: Gato de Cheshire	47
Tabla 21: Conejo Blanco	47
Tabla 22: Maniquí	48
Tabla 23: El Sombrerero	48
Tabla 24: Alicia.....	49
Tabla 25: Jedeko kisrisia (Juego de bisutería)	50

GENERACIÓN DE UNA EMPRESA DE EMPRENDIMIENTO CULTURAL A NIVEL LOCAL, QUE PROMUEVA TALENTOS INÉDITOS TANTO ARTÍSTICOS COMO DE DISEÑO, A TRAVÉS DE ESPACIOS EFÍMEROS Y MEDIOS VIRTUALES

RESUMEN

El emprendimiento ha tenido una evolución, pasó de presentarse en actividades de sustento básico como relacionadas con la supervivencia, a incursionar en ámbitos como las industrias culturales y creativas, que vienen en crecimiento pero les falta promoción y apoyo.

Por lo anterior, se identificó la necesidad de generar una empresa de emprendimiento, que promueva a actores de la cultura por medio del arte, la artesanía y el diseño. Para ello, se hizo una revisión bibliográfica de autores representativos, una caracterización del entorno por medio de búsqueda en la web, visita a instituciones de índole artística y creativa donde se pudo constatar la actividad a través de la entrevista a personajes directamente implicados en el medio cultural y artístico.

Llevando el trabajo a un estado de comprobación final donde se identificaron aspectos positivos y puntos por mejorar en el ejercicio práctico.

PALABRAS CLAVE:

Emprendimiento cultural, industrias culturales y creativas, gestión económico-cultural, diseño, medios virtuales, Pereira (Colombia).

GENERATION OF A ENTREPRENEURSHIP COMPANY AT LOCAL LEVEL, WHICH PROMOTES UNPUBLISHED TALENTS, ARTISTICS AND OF DESIGN, THROUGH EPHEMERAL SPACE AND VIRTUAL MEDIA

SUMMARY

Entrepreneurship has had an evolution, from being present in basic livelihood activities related to survival, and then dabble into areas such as Cultural and Creative Industries, which are growing but needs promotion and support.

We identify the need to generate an entrepreneurial enterprise, which promotes cultural actors through art, crafts and design. For this, we did a bibliographical review of representative authors, a characterization of the environment through web search, a visit to artistic and creative institutions, where the activity could be verified through the interview of characters directly involved in the media Culture and art.

Taking the work to a state of final verification, we identify positive aspects and improvements to make.

KEY WORDS:

Cultural Entrepreneurship, cultural and creative industries, economic-cultural management, design, virtual media, Pereira (Colombia).

INTRODUCCIÓN

El fenómeno “emprendimiento” puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político, social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente, tiene una cuota de incertidumbre y de innovación (Formichella, 2004).

El emprendimiento además de ser una oportunidad para trabajar en algo propio y desde el gusto, ayuda a combatir el desempleo; “entre el 5% y el 10% de emprendimientos genera el 80% de los empleos que se crean en las ciudades Latinoamericanas y del mundo” (Portafolio, 2016), convirtiéndose en una forma de nivelar la economía.

Las tasas de desempleo en Colombia vienen a la baja desde el 2010, hasta el 2017, y se mantuvieron estables del 2016 al 2017 como se evidencia en el gráfico 1; para julio del 2017 fue de 9,7% (DANE, 2017). Esto conlleva a la necesidad de plantear soluciones innovadoras y rentables para obtener por diferentes medios, nuevos ingresos, al igual que se adjudica la idea emprendedora a individuos capaces de ver nuevas oportunidades en el mercado y explotárlas.

No obstante, las cifras de emprendimiento en Colombia han bajado según el Global Entrepreneurship Monitor¹ (GEM), En cuanto a los porcentajes de emprendimiento nacional, el GEM registra para los años 2015-2016 una alza de emprendedores nacientes 15,6% correspondiente a las personas con empresa de menos de 3 meses, por encima del promedio de economías como la de Guatemala (10,8%) y un porcentaje del 7,5% de nuevos emprendedores afirma tener empresas que han sobrepasado los 3 meses y no han alcanzado los 3 años y medio; por otra parte, la tasa de emprendedores establecidos del país es de 5,2%, es decir, de personas tienen empresas que han cumplido más de 3 años y medio desde la puesta en marcha de su negocio, dato que está por debajo del promedio de todas las economías (Escandón-Barbosa, y otros, 2015, pág. 41)(Cámara de Comercio de Cali, 2016).

Esto puede relacionarse con las cifras de empleo informal que presenta Colombia, para el trimestre móvil mayo - julio de 2016, la proporción de ocupados informales en las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue del 47,8%. (DANE, 2017).

¹ Global Entrepreneurship Monitor es el estudio más importante del mundo del emprendimiento, puede proporcionar información de alta calidad, informes completos e historias interesantes, que mejoran en gran medida la comprensión del fenómeno empresarial, pero es más que eso. También es una comunidad de creyentes en constante crecimiento en los beneficios transformadores del emprendimiento.

Gráfico 1: Desempleo en Colombia a 2001 – 2016

Fuente: Elaboración propia con base en Banco de la República, 2017, p. 7

El emprendimiento es un proceso innato en los seres humanos, es esa capacidad de encontrar soluciones nuevas a los problemas que están en el medio; no hay barreras, o límites en la actividad que se vaya a desarrollar; actualmente está muy ligado con la innovación y el acercamiento a sectores que no eran tan representativos (Arboleda Castro, 2011).

Una muestra de esto son los emprendimientos en industrias culturales y creativas, donde intervienen diferentes actores con variedad de actividades como el cine, las artes plásticas, las artes escénicas, el diseño, entre otros, que además de mover la economía, enriquecen la cultura en diferentes esferas.

En el caso de Colombia, se tiene un respaldo desde el Ministerio de Cultura, fundado en 1997 como respuesta a la Ley 397 de 1997, Ley General de Cultura, impulsada por el ex presidente Ernesto Samper en busca de fomento y estímulos a la cultura (Colprensa, 2017) (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2017).

Actualmente, el Ministerio de Cultura (2017) cuenta con el Grupo de Emprendimiento Cultural, que tiene como objetivo fomentar y fortalecer los emprendimientos e industrias culturales, en Colombia a través de la formación para el emprendimiento, la generación y gestión de fuentes de financiamiento, la promoción a la circulación y acceso a servicios y productos culturales, el fomento a la articulación institucional y la generación de investigación y conocimiento en un marco de competitividad e innovación para la generación de empleo y desarrollo.

A pesar del trabajo del Ministerio de Cultura, aún hay artistas y diseñadores relegados por falta de oportunidades o trayectoria, que no tienen acceso a las plataformas para la difusión de sus obras, ya que son limitadas en número y son inaccesibles en su mayoría, que terminan siendo de difícil acceso para personas con poca capacidad adquisitiva dado que ellas requieren del pago de tarifas altas o de un reconocimiento de la comunidad para ser incluidos en ellas. Ésta situación se hace más evidente en municipios y ciudades diferentes a la capital, es decir, las provincias, donde las condiciones económicas y sociales no son las mismas; y el apoyo de los entes gubernamentales y las dinámicas de la ciudad van a otro ritmo, uno menos acelerado. No obstante, se ha perdido la concepción de cultura tradicional, aquella arraigada a otros tiempos, es decir, la relacionada con la tradición como lo manifiesta Vargas Llosa (2012) en su libro *La Civilización del Espectáculo*:

“La cultura, entendida no como un mero epifenómeno de la vida económica y social, sino como realidad autónoma, hecha de ideas, valores estéticos y éticos, y obras de arte y literarias que interactúan con el resto de la vida social y son a menudo, en lugar de reflejos, fuente de los fenómenos sociales, económicos, políticos e incluso religiosos... sacrificando calidad por cantidad, donde llega a ser entendida como un entretenimiento” (p. 9).

Es decir, la cultura en la sociedad del espectáculo se valora según el entretenimiento que ellas ofrezcan, independientemente de la calidad de las obras, lo que es valorado es la capacidad que tenga para generar satisfacción instantánea poco duradera pero en gran cantidad (Bauman, 2009).

Teniendo en cuenta lo anterior, Bourdieu (2010) afirma que las necesidades culturales se deben a la crianza y educación que se recibe a lo largo de la vida. Estudios prueban que prácticas como: visitar museos, ir a conciertos, la lectura, la pintura o la música están íntimamente relacionadas con el nivel de estudios cursados y secundariamente, por el origen social. Es decir, las instituciones formativas son las encargadas de enseñar como se aprecia el arte y la artesanía.

En este sentido, es necesario hablar del término artista que según Bourdieu “es aquel de quien los artistas dicen que es un artista. O bien: el artista es aquel cuya existencia en cuanto artista está en ese juego que llamo campo artístico” (Bourdieu, 2010, p. 258). Es decir, en el mundo del arte es importante saber cómo se puede ganar el derecho de ser llamado artista y quién puede brindar dicho reconocimiento. Empero, al artesano se le considera “como el conecedor de un oficio que se desarrolla históricamente antes de la industria, puede producir objetos artísticos, pero no necesariamente; puede producir

objetos en serie a los que no añade ningún valor socialmente establecido como estético.” (Freitag, 2014, p. 135)

Entre tanto el arte como el diseño son aquellas representaciones que se mueven en un ámbito social, económico, político y cultural; el diseño y el arte han compartido una característica que ha hecho una gran confusión para lograr entender estas áreas. La estética y la belleza ha sido parte de las dos áreas de trabajo, pero como se mencionó anteriormente el arte debe ser considerado arte por el ojo que lo mira y la mano que lo realiza, a diferencia del diseño que tiene una específica finalidad y es de solución de problemas, al igual que conlleva producción y comercialización, el diseño no busca la estética como finalidad, esta viene en muchos casos intrínseca en él.

Cabe señalar que el diseño juega un papel importante dentro del proceso de creación del emprendimiento, por lo tanto, partiendo desde diferentes perspectivas de autores, Eugenio Vega considera que el diseño aparece ligado a formas de producción industrial e implica la separación de las fases del proyecto y realización del objeto, este requiere procesos analíticos, técnicos y creativo, el desarrollo del diseño es inseparable de la aparición de las sociedades prósperas con altos niveles de consumo. (Vega, s.f.)

El diseño por otro lado y como se menciona en la revista UAM² sale desde el objeto artesanal, siendo esta la base para la consolidación del diseño, el paso de la artesanía al diseño es consecuencia de dos factores en la actual realidad social y productiva:

- 1: Exigencia a la nueva realidad no asimilable ni asimilada en los instrumentos sociales,
- 2: precisión tecnológica a los métodos de producción.

² UAM: Universidad Autónoma de México

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición de problema

"La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias." (UNESCO, 1982).

Estos rasgos que desarrolla una comunidad generan sentido de pertenencia e identidad, arraigando todo esto a su vida cotidiana; pero con la dinámica actual, las migraciones y tanta diversidad, se le ha quitado valor a lo que en algún momento marcó la sociedad.

Cabe resaltar, que en el contexto en el que se desenvuelve Colombia en cuanto a las dinámicas actuales, el impacto generado por la guerra marcó sus tradiciones y su historia, en múltiples áreas afectadas, se genera entonces, a través de situaciones como el desplazamiento y la violencia, el olvido de sus creencias y sistemas de vida; por otra parte, a pesar de las grandes dificultades que sufren muchas zonas afectadas, la cultura se ha mantenido y crece en medio de las dificultades, así lo afirma el investigador social Germán Rey (2016).

Por otra parte, "las dificultades que atraviesa la cultura se palpan en todo el país." (Semana, 2016) al estar vigentes muchos conflictos actualmente, cabe resaltar que la cultura es un punto clave para el postconflicto, y teniendo en cuenta que el fortalecimiento cultural no ha sido de gran ayuda, es inminente una mayor participación de agentes tanto públicos como privados.

Se debe tener en cuenta que al no conocer la variedad de representaciones culturales y artísticas en las regiones colombianas que han sido de tradición a lo largo de los años, se pasa por alto la transmisión de la historia de dichas culturas, tan ricas como diversas en el territorio, por medio del arte o la artesanía, que son expuestas por personas con poca experiencia en la comercialización, evaluación y procesos de dar a conocer sus productos, por lo que pueden ser poco atractivos en dicho mercado.

A pesar de la rica tradición de la cultura local, con el paso de los años, se ha ido diluyendo en la cotidianidad, se han perdido muchas de las costumbres arraigadas y expresiones tradicionales de la cultura.

No se niega que exista una cultura arraigada a gran parte de las personas, con actividades en común en torno a la música y consumo de licor que reúnen aspectos importantes de la sociedad local; pero en lo que respecta a la apreciación de expresiones de arte, artesanía y diseño si ha disminuido.

Es pertinente tener en cuenta que a nivel local, es decir, desde la Secretaría de Cultura de Pereira afirma que en la ciudad se encuentran múltiples gestores culturales los cuales aportan para el enriquecimiento en la zona, no obstante, no hay un enfoque que promueva la venta y exposición de las piezas hechas por personas inéditas en el arte, la artesanía y el diseño en un mismo lugar en la ciudad. La mayor falencia se encuentra en la parte de diseño, ya que en los espacios que se da o se ha dado, no es algo frecuente.

Además, la falta de empleo y el empleo informal son factores que generan en las clases medias y bajas un ingreso económico reducido, limitando tanto la demanda de obras de arte como la capacidad para valorar los proyectos artísticos de otros y propios, problemática que no solo se ve reflejada en Risaralda, sino también en todo el país.

1.2 Delimitación del problema

Teniendo en cuenta que el desarrollo de las actividades se llevará a cabo en la ciudad de Pereira, es importante hacer la respectiva delimitación:

Pereira está ubicada en el centro occidente de Colombia, en la zona conocida como Eje Cafetero o Triángulo del Café, conformada por los departamentos de Risaralda, del cual es la capital, Quindío y Caldas. Actualmente, conocida como la capital del eje por los avances y crecimiento de su economía. Es un área de gran tradición cultural, sobre todo, en torno al café y a la música que acompañaba las actividades del campo, generalmente con instrumentos de cuerda e interpretaciones de bambuco.

La música es de las actividades culturales más importantes identificadas por la Secretaría de Cultura, no solo por lo tradicional, también, por el aumento de producciones hechas, eventos realizados y asistencia del público, sobre todo en el género popular. Las artesanías también es de las actividades más organizadas, tienen una tradición de años atrás que la has sabido organizar y mantener actualmente en unos grupos focalizados y que trabajan en equipo para mantenerse a flote (Torres, 2017).

Gráfico 2: Mapa de Área Metropolitana Centro Occidente



Fuente: tomado de Wikipedia

A partir de enero del 2017 la cultura dejó de estar promovida y representada por el Instituto Municipal de Cultura y dio paso a la Secretaría de Cultura de Pereira ubicado en Centro Cultural Lucy Tejada Cra. 10 16-60, encabezado por la artista plástica egresada de la Universidad Tecnológica de Pereira, Rosa Ángel Arenas.

Esta institución tiene como propósito dignificar la cultura y los procesos académicos y formativos que influyen en la construcción de la sociedad. Teniendo conciencia que es un reto y una oportunidad para mejorar el desempeño y desarrollo de la administración municipal frente al tema cultural, apoyados en los diferentes colectivos existentes, grupos y comunidad en general (Secretaría de Cultura de Pereira, 2017).

Adicional a este ente gubernamental, existen organismos y colectivos que juegan un papel muy importante en la promoción de la cultura local. Dentro de los cuales están: las ferias artesanales, La Cuadra Talleres Abiertos, Cortocircuito y Museo de Arte de Pereira.

Las ferias artesanales se ubican en el Parque Banderas (entree calle 7 y 8, y calles 35 y 37) durante las fiestas de la cosecha en el mes de agosto y en la Plaza Cívica Ciudad Victoria en diferentes momentos del año, pero no son ferias exclusivamente de los artesanos, se ven productos de todo tipo que no son propias de oficios artesanales como: comidas rápidas y dulces típicos.

Gráfico 3: Mapa cultural de Pereira



Fuente: elaboración propia con base en google maps

En cuanto a La Cuadra Talleres Abiertos y Cortocircuito, buscan la promoción de artistas y generar espacios para el disfrute del arte y la cultura, tienen aperturas de manera periódica, el primer jueves del mes y el segundo viernes de cada mes respectivamente.

La Cuadra ha estado abierto al público hace 17 años está ubicada en la zona de la circunvalar en la calle 12 con carrera 12b por su parte, Cortocircuito es la unión de seis instituciones que se encuentran en el centro de la ciudad desde hace 14 años: Secretaría de Cultura de Pereira, Banco de la Republica, Fundación Universitaria del Área Andina, Colombo Americano de Pereira, Comfamiliar Risaralda y Alianza Francesa de Pereira.

El Museo de Arte de Pereira lleva 40 años de funcionamiento, se encuentra en la Av. Las Américas #19-88, y es un espacio que busca la promoción de la cultura por medio de la circulación de arte contemporáneo y moderno local, nacional y mundial. Se evidenció fuertemente, con el 44° Salón Nacional de Artistas (AÚN) del 16 de septiembre al 14 de noviembre de 2016.

2. JUSTIFICACIÓN

Apoyados en la información disponible en la Cámara de Comercio de Pereira y la Secretaría de Cultura, se reconoce la carencia de espacios dedicados a la exposición de nuevos talentos relacionados con las artes, artesanías y diseño a nivel local y en un mismo espacio.

Al indagar acerca de industrias culturales en Pereira en las páginas oficiales de la Cámara de Comercio y Secretaría de Cultura de la ciudad, se encontró que si existen este tipo de empresas que promuevan la cultura, sin embargo, su enfoque está dirigido a las artes escénicas, musicales, medios audiovisuales, entre otros, empero no se cuenta con un lugar y/o espacio que promueva la interacción de artistas desconocidos con personas interesadas en adquirir productos únicos y diferenciados.

Se justifica desde la problemática, ya que busca permear todas las clases sociales desde la integración con la cultura desde el arte, la artesanía y el diseño; no solo desde la “rumba” y el consumo de licor como es común ver actualmente, y entre los diferentes niveles socioeconómicos como es tradicional en la ciudad.

El proyecto está orientado a la promoción e integración de artistas, artesanos y diseñadores generadores de objetos materiales y público interesado en estas producciones a exponer, en un espacio que permita la interacción con este tipo de productos, rescatando por medio de la objetualidad, las tradiciones culturales.

Pereira cuenta hoy con el Plan Municipal de Cultura 2012 - 2021, adoptado mediante Acuerdo de junta 07, del 21 de diciembre del 2012, apunta a fortalecer el sistema municipal de cultura, promover la creación y el emprendimiento, y valorar y promover el patrimonio material e inmaterial del municipio. Cuenta con una serie de lineamientos que ponen énfasis en aspectos claves tales como la lectura y la escritura, la institucionalidad, la descentralización de la oferta y el fortalecimiento de las capacidades de los gestores culturales, entre otros. (Pereira, 2016, pp. 102-103)

Algunos de los instrumentos con que cuenta el municipio para fomentar los procesos culturales son: la Emisora Cultural de Pereira, que se encuentra en el puesto 16 en el ranking del estudio general de medios; la Biblioteca pública Ramón Correa Mejía y otras bibliotecas satélites; la Banda Sinfónica; la Escuela de formación cultural con 8 áreas (danza, coros, teatro, artes plásticas, bandas músico marciales, bandas musicales, cuerdas típicas y cuerdas sinfónicas). (Pereira, 2016, p. 103)

Teniendo en cuenta el programa Cultura Eje del Desarrollo de la Secretaría de Cultura de Pereira, a través del cual buscan potenciar la oferta cultural en la ciudad con la propuesta “Cultura Transformación Ciudadana”, a través de Convocatorias y Estímulos de Concertación (Ramírez, 2017).

Así pues se pretende contribuir a la generación de empleo regional por medio del fomento de artistas y diseñadores inéditos, con el fin de dar a conocer obras novedosas y crear reconocimiento por parte del público en general de los talentos nunca antes vistos, llegando así a impulsar, tanto la cultura como al propio autor.

Se hace novedoso por la manera en que se muestran las obras ya que son de artistas desconocidos, donde cada pieza es elaborada directamente por el artista, artesano o diseñador y es expuesta en un espacio efímero y por medios virtuales.

Es pertinente para administradores en formación, investigar acerca de este tema debido a que su labor al finalizar la formación académica está relacionada no solo con el direccionamiento de las organizaciones, sino también con el ejercicio de emprendimiento que en este caso se enfoca en un aspecto que está detrimento en la capital del Eje Cafetero tal como lo afirma Gallo (2016) apoyado en estadísticas del Plan Maestro de Cultura, asegurando que existe una ausencia de Cultura Ciudadana y Capital Social y una baja participación ciudadana en espacios de fomento de la cultura que ha sido generado por una insuficiente inversión pública.

2.1 Pregunta de investigación

¿Cómo fortalecer la cultura a nivel local mediante la promoción de artistas y diseñadores inéditos, a través de una empresa de emprendimiento, que utilice espacios efímeros y medios virtuales?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Establecer una empresa de emprendimiento, enfocada en el arte, la cultura y el diseño, promoviendo artistas locales con escaso reconocimiento, por medio de representaciones materiales tanto artesanales y artísticas, como de la actividad propia del diseño, a través de espacios efímeros y medios virtuales.

3.2 Objetivos específicos

Gestionar actividades relacionadas con la cultura, contribuyendo a su oferta en el ámbito local.

Determinar las condiciones financieras, comerciales, técnicas y administrativas para el funcionamiento sostenible de la empresa de emprendimiento cultural.

Facilitar las relaciones entre artistas, diseñadores y personas interesadas en adquirir los bienes culturales.

Diseñar espacios efímeros y virtuales que permitan un adecuado conocimiento o visualización de las obras artísticas y de diseño.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 Marco Teórico

"La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias." (UNESCO, 1982)

Desde finales del siglo XX la economía dejó de verse de la misma manera, donde solo participaban los sectores tradicionales, se empezó a hablar de la economía creativa en Australia y en el Reino Unido por parte de las Naciones Unidas dándole una nueva visión a la economía desde la cultura.

La economía creativa es un concepto basado en los recursos creativos que de manera potencial generen crecimiento económico y desarrollo. Puede fomentar la generación de ingresos, creación de empleo e ingresos de exportación, mientras que también puede promover la inclusión social, diversidad cultural y desarrollo humano (UNESCO, 2010, p.p. 20-26).

Este tipo de economía abarca las industrias culturales e industrias creativas, para algunos representan aspectos diferentes y para otros pueden usarse en las mismas ocasiones.

De industrias culturales han hablado diferentes organizaciones y autores. Para efectos de este trabajo se acogen las definiciones propuestas por la UNESCO, los autores Arango Lopera, Rey y Zallo.

Según la UNESCO son:

"Aquellas industrias que producen productos artísticos y creativos tangibles o intangibles y que tienen un potencial de creación de riqueza y generación de ingresos mediante la explotación de bienes culturales y la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento. Lo que las industrias culturales tienen en común es que todas utilizan la creatividad, el conocimiento cultural y la propiedad intelectual para producir productos y servicios con significado social y cultural" (UNESCO, 2007, p. X)

Recoge la producción y consumo de objetos estéticos producidos en serie y difundidos masivamente y que requieren un consumidor pasivo después de su elaboración y

comercialización (Arango Lopera, 2015, p. 506). Incluye tanto bienes como servicios con base creativa, suele ser un proceso en que se articulan esfuerzo de diferente naturaleza y en los que aparecen nuevas posibilidades e inclusive nuevos oficios (Rey, 2008, p. 67), organizadas por un capital que se valoriza y destinados finalmente a los mercados de consumo, con fines de reproducción ideológica y social (Zallo, citado en Rey, 2008, p.67).

Sobre industrias creativas, se habló primero en Australia y después en el Reino Unido, para referirse a aquellas que “tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (UNESCO, 2010, p. 17).

Constituye una ruptura con la idea de las industrias culturales, teniendo consecuencias en las políticas públicas, en otras palabras, la cultura es desplazada por la creatividad (Schlesinger, citado en Díaz Munizaga, 2013), y van adquiriendo mayor importancia en la economía y en la transmisión de la identidad cultural, aspecto éste esencial en la difusión y promoción de la diversidad cultural (Díaz Munizaga, 2013, p. 72).

Por otro lado, las industrias creativas derivan su producción de la creatividad individual, la innovación, las habilidades y el talento en la explotación de la propiedad intelectual. (Alfonzo Cifuentes, Gallego Londoño, & Ríos Millán, 2010, p.7)

Si bien no hay una sola definición, ni una claridad definitiva entre el concepto de industrias culturales y creativas, en el entorno, ambas se entienden como aquellas que se desarrollan a partir de contenidos intangibles, generalmente protegidos por el derecho de autor y, de manera general, se siguen comprendiendo como un solo concepto; en las que se incluyen actividades productivas, de promoción, difusión, comercialización, que agregan valor y están relacionadas con la provisión de bienes y servicios que incluyen algún tipo de manifestación artística o de la creatividad de los individuos o un grupo de ellos (Alfonzo Cifuentes, Gallego Londoño, & Ríos Millán, 2010, p. 3) (UNESCO, s.f).

En lo anterior, cabe la propuesta del proyecto ya que busca comercializar los objetos elaborados por artistas, artesanos y diseñadores locales; mostrando sus talentos y habilidades en el uso transformación de distintos materiales y técnicas que sirven para la trasmisión de cultura por medio de la objetualidad, con apoyo del sector público y privado.

Es importante entonces conocer sobre este tipo de representaciones materiales y por medio de objetos en términos generales y su función.

La creación de un objeto y la función del mismo se remontan a los orígenes mismos del ser humano, quien a lo largo de su existencia fue creando y construyendo los objetos que necesitaba. Estas dos operaciones, la concepción y la construcción, estuvieron, a cargo de la misma persona que simultáneamente configuraba y construía el producto. El llamado artesano.

Cuando se indaga acerca del significado de “arte” y “artesanía” a personas que no son necesariamente expertos en el tema, es posible que cada uno tenga desarrollado una concepción para ambos, basados principalmente en lo que se enseña o en lo que se tiene conocimiento. Sin embargo, se evidencia que existe una clara diferencia en lo que se entiende como obra de arte y lo que se considera artesanía, esta diferencia se puede dar, ya sea por la estética que poseen los objetos que caracterizan ambos conceptos, o por la familiaridad con los objetos, por esto es importante conocer las definiciones de los conceptos de Arte y Artesanías (Freitag, 2014).

No siempre se ha tenido la división de los términos arte, artesanía y estética, pues en la antigüedad los griegos no poseían una definición o una palabra para referirse a lo que hoy se conoce como arte, empero, tenían su propio término que se aproximaba a lo se entiende como arte en la actualidad. Este término era *Techné* que se puede traducir como “oficios”, el cual se puede definir como la habilidad para ejecutar determinados oficios. Por esto, se evidencia que la idea antigua del artista es semejante a la noción actual de hombre de oficios, ya que se definía al artesano/artista griego, como aquel que poseía una serie de capacidades intelectuales para captar principios con un entendimiento, práctica y cierta destreza para desarrollar un objeto (Shiner, 2010). Con el tiempo, el sistema arte/artesanía fue transformándose hasta convertirse en el actual sistema, que separa a los dos conceptos y logra una autonomía entre el arte y la artesanía, entonces:

Todos los aspectos nobles de la antigua imagen del artesano/artista, como son la gracia, la invención y la imaginación, quedaron adscritos únicamente al artista mientras que el artesano quedó solamente como aquél que posee cierta destreza o habilidad para trabajar de acuerdo con reglas y que se lo retrató como individuo al que sólo le interesaba el dinero (Shiner, 2010, p. 34).

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede observar que las habilidades que definen a un artista o un artesano, son múltiples pero similares entre sí, es decir, un artista y un artesano, independientemente de su formación autónoma o académica, pueden fabricar una misma obra y comunicar lo mismo, sin embargo, la categoría es dada en

función del factor que tal vez es el más determinante para diferenciarse, el cual es el lugar donde se exponen sus obras (Freitag, 2014)

Si bien el arte como el diseño han sido una expresión humana a través de los años, se debe tener en cuenta que al paso del tiempo, han evolucionado y han tomado parte de la sociedad y la cultura para ir conformando lo que son hoy en día, el arte como el diseño siendo representaciones de múltiples necesidades, las cuales no son netamente para atractivo sino a diferencia del arte el diseño surge por medio de necesidades y este en el proceso de su creación crea belleza y estética.

Tomando en cuenta la línea de diseño debido a su importancia en el trabajo de emprendimiento es importante aclarar que “La palabra ‘*diseño*’ es muy reciente y viene del italiano ‘*disegno*’ (que significa dibujo), es un proceso estratégico de resolución de problemas que impulsa la innovación, desarrolla el éxito comercial y conduce a una mejor calidad de vida a través de productos, sistemas, servicios y experiencias innovadores (WDO, S.F).

Por otra parte, “otros puntos de vista, entienden el diseño, ante todo, como un procedimiento para embellecer los objetos, suavizar la rudeza que les confieren los procesos industriales y, en definitiva, mostrarse como una nueva forma de expresión artística.” (Vega, 2003). De manera que el diseño está netamente ligado a formas de producción industriales.

El diseño no se materializa de un modo único. Sus diversas manifestaciones, resultado de particulares procesos de creación y producción cuya especificidad impide una generalización metodológica, se agrupan en dos grandes apartados: de una parte, objetos, bienes de consumo y equipamiento que pretenden atender alguna necesidad o uso y que tradicionalmente se ha conocido como diseño industrial, de modas relacionado con proyección y realización de prendas y accesorios; de espacios, que se ocupa de realizar proyectos de uso y adecuación de los espacio de acuerdo a necesidades específicas de su utilidad; y de mensajes, que proporcionan información y que ha recibido la denominación de diseño gráfico, diseño de comunicación y multimedia, Reproducir mensajes visuales significantes y enfocado al diseño de interfases digitales y software, respectivamente (Visocym, 2015).

Cabe señalar entonces que el diseño aparece de forma intrínseca a la evolución y a los cambios que se generan en una sociedad consumista y demandante, por lo tanto, el diseño es un proceso que genera belleza, cambio e innovación, obteniendo entonces así una mirada al futuro mezclando el arte y el objeto funcional.

Virtualidad y Espacios Efímeros: Para la muestra de las obras, se tienen pensados dos medios: los espacios efímeros y desde la virtualidad; por lo que es importante delimitar que es cada uno.

Teniendo en cuenta, que el proyecto involucra los medios virtuales para su desarrollo e interacción entre las partes, se entienden como las formas de estar conectado con la comunidad en internet por medio de vínculos, interacciones y relaciones, que permiten el intercambio de información, se puede conversar y socializar a través de la comunicación simultánea donde se puede interactuar con personas que no están cerca de nosotros (Taringa, 2016).

Estos medios permiten la comunicación inmediata, facilitando la difusión de información, y en el caso del proyecto, la interacción de las personas con la obra cuando no se pueda hacer de manera presencial, o quiera volver a verla.

Por su parte, un espacio efímero es aquel que se proyecta para que su tiempo de duración sea relativamente corto, sin embargo, este concepto involucra características importantes que contribuyen a su definición y valoración como tal, entre ellas podemos mencionar el concepto del suceso que se evidencia en el espacio, este por naturaleza siempre va a ser un acontecimiento irrepetible en las diferentes oportunidades en que se presente, debido a una gran cantidad de factores que influyen sobre él, que pueden ir desde agentes ambientales, lugar de representación, tipo de público, actores, cantantes o presentadores, según sea el caso (Tellez García, 2014).

4.2 Marco Contextual

Para comprender un poco más el entorno al que pertenece el emprendimiento, es importante seguir con lo que se venía trabajando en la delimitación, con la caracterización local:

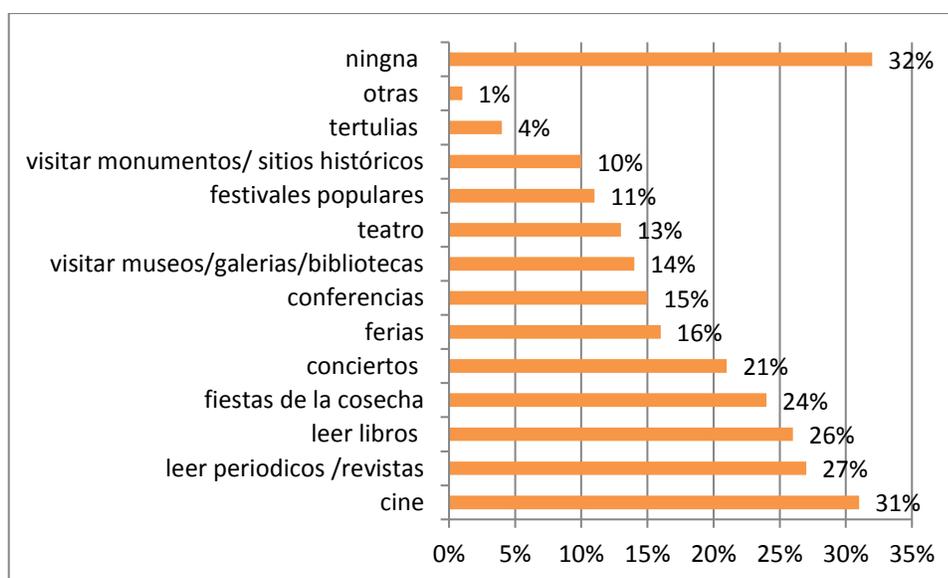
De acuerdo con Mauricio Ramírez, Comunicador de la Secretaría de Cultura, el municipio tiene el Plan de Desarrollo 2016-2019, que desde el aspecto cultural tiene diferentes apuestas: se quiere a través del programa Pereira Educada y Educadora, cultivar público que aprecie los eventos culturales que se organicen en la ciudad, esto se logra a través de la Escuela de Formación Cultural que cuenta con alrededor de 4.000 alumnos, apostando por nuevos artistas y aquellos que no se vayan a dedicar a alguna de las áreas artísticas o culturales valoren estas manifestaciones y sean consumidores.

Otra de las apuestas es con el programa Cultura Eje del Desarrollo, desde tres perspectivas, a) fortalecimiento del Eje Cultural, con el plan de reformulación del Plan Maestro, la Emisora Cultural, la biblioteca, Banda Sinfónica y de más escenarios culturales; b) Cultura de Transformación Ciudadana, a través de Convocatorias y Estímulos de Concertación en la búsqueda de potenciar la oferta cultural con personas naturales y proyectos o actividades de formación; c) Patrimonio (2017).

En cuanto a la oferta, según Julián Burgos (2017) Director del Programa de comunicación social y periodismo de la Universidad Católica de Pereira, se quiso hacer un clúster cultural en la administración anterior (en los años 2013-2014), a través del fomento de la gestión por parte de diferentes actores del medio. Proyecto que no se llevó a cabo, debido a la falta de una disciplina que jalone la economía del sector cultural en la ciudad; lo que llevó a identificar un buen potencial en la oferta por temporadas para cubrir esta falencia (Ramírez, 2017).

Según La Encuesta de Percepción Ciudadana de Pereira Cómo Vamos (2016), la mayor participación en actividades culturales es por parte de jóvenes entre 18 y 25 años, el 14% visitó museos/ galerías/ bibliotecas y en el último año el 32% de la población no asistió a ninguna actividad cultural (2017, pp. 21-22). Por lo que la medida de formación de mercado propuesta anteriormente puede ser una buena forma de contrarrestar estas cifras, como se muestra con el incremento de la satisfacción con la oferta al 49%.

Gráfico 4: Participación en actividades culturales



Fuente: Elaboración propia con base en La Encuesta de Percepción Ciudadana 2016, p.21.

Gráfico 5: satisfacción con la oferta cultural

Fuente: Elaboración propia con base en La Encuesta de Percepción Ciudadana 2016, p.22.

A nivel nacional, se tiene el referente de ARTBO, la Feria Internacional de Arte de Bogotá que es un espacio donde se encuentran artistas, curadores, galerías y público en general nacional e internacional en una plataforma de relacionamiento comercial y cultural.

De acuerdo con Juanita Torres³ (2017) asistente de la secretaria de cultura, asegura que el entorno de las industrias culturales a nivel local ha mostrado un crecimiento importante y un reconocimiento que hace un tiempo no había mostrado. Se tiene un programa académico y una especialización en estética, que permite el conocimiento y la investigación de este sector.

Se reconoce la música como la representación más importante y organizada de la cultura, junto con las artesanías; habiendo toda una comunidad de alrededor de 400 indígenas de 4 etnias que conforman un resguardo que hace productos pero que les falta el conocimiento para la venta.

³ Juanita Torres, asistente de la doctora Rosa Ángel Secretaria de Cultura de Pereira, Profesional en artes del espectáculo con énfasis en Cine y Teatro y doble maestría en Estética del Cine y Concepción de proyectos culturales. Experiencia en diferentes campos de la producción y realización audiovisual de ficción y documental, como también en producción de teatro y televisión. Con gran interés en la creación artística y el apoyo a estructuras y estrategias culturales públicas o privadas.

Desde la secretaría se está desarrollando un programa de política pública, que a través de un laboratorio de emprendimiento quiere mejorar las condiciones de comercialización de los objetos, que puede darse por medio de las muestras artesanales.

Cabe señalar que en el año del 2018 se creó un nodo cultural para la ciudad de Pereira, donde buscan articular las vocaciones culturales de cada ciudad con el trabajo del sector público con el fin de cubrir las necesidades puntuales de esta región; estas estrategias ya han sido implementadas en ciudades como: Medellín, Cali, Cartagena, Barranquilla, Manizales que buscan en macroproyectos fortalecer el sector cultural; siendo así se puede contar en un plano a futuro la participación que podría tener el emprendimiento con el proyecto del nodo cultural de Pereira.

Si bien, Pereira cuenta desde hace alrededor de diez años con espacios como Cortocircuito para la circulación de artistas más que lugar para promocionar sus obras. Cuando de promoción de la cultura desde artistas, artesanos y diseñadores inéditos a nivel local es poca la información que se tiene; no obstante, ha habido propuestas que buscan mejorar la oferta cultural.

Dentro de estas propuestas, está La Cuadra Talleres Abiertos, es una entidad sin ánimo de lucro que trabaja por el fomento de las expresiones artísticas y culturales que se lleva a cabo periódicamente y en el mismo lugar, donde la comunidad se hace partícipe del evento.

Gráfico 6: Presentación musical en La Cuadra Talleres Abiertos



Fuente: elaboración propia

Gráfico 7: Exposición en sala del Colombo Americano



Fuente: elaboración propia

Adicionalmente, el municipio desde la Secretaría de Cultura lleva a cabo eventos que han aumentado la oferta cultural en la ciudad; a pesar de no ser en sí mismos emprendimientos.

Gráfico 8: Exposición en galería Maga, La Cuadra.



Fuente: elaboración propia

4.3 Marco Legal

De acuerdo con Luis Eduardo Peláez⁴ (2017), experto en derechos de autor se revisó la normatividad:

Constitución Política de Colombia

Artículo 61. El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.

Nota: El concepto de “propiedad intelectual”, acogido por el artículo 61 de la Constitución Política, en concordancia con el artículo 2 numeral 8 del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, es omnicompreensivo de diferentes categorías de propiedad sobre creaciones del intelecto, que incluye dos grandes especies o ramas: la propiedad industrial y el derecho de autor, que aunque comparten su naturaleza especial o sui generis, se ocupan de materias distintas. Mientras que la primera trata principalmente de la protección de las invenciones, las marcas, los dibujos o modelos industriales, y la represión de la competencia desleal, el derecho de autor recae sobre obras literarias, artísticas, musicales, emisiones de radiodifusión, programas de ordenador, etc.

En el **Artículo 71** de la constitución política dice “la búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y además manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades” Reglamento por la Ley 397 de 1997.

El estado tiene el deber de brindar apoyo a aquellas personas o entidades que quieran trabajar en pro de la ciencia y la cultura con el fin de fortalecer los sectores para el bien de la comunidad y el país, al igual que debe brindar el fácil acceso a la cultura de cada ciudadano colombiano; es decir, la nación debe estar encargada de

⁴ Luis Eduardo Peláez Valencia, Profesor Asociado de la Universidad Católica de Pereira, Investigador Asociado en el Sistema de medición de COLCIENCIAS, Ingeniero de Sistemas, Especialista en Propiedad intelectual, Magister en Ingeniería de Software, Master en Ingeniería y proyectos de software, Doctor (C) en Proyectos.

ayudar al fomento de las instituciones culturales y al igual crear a los colombianos las puertas para la comunicación con aquellas instituciones.

Al igual se debe reconocer por parte del gobierno y la Ley el emprendimiento por parte de los estudiantes como trabajo de grado, por medio de la ley 1014 de 2006 dicta normas cuyo fin es el fomento de la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia, la presente ley tiene como objetivo promover el emprendimiento, disponer de normas para la creación de empresas, fortalecimiento y desarrollo, red de instrumento de fomento productivo, mejores condiciones del entorno institucional y fortalecimiento de procesos empresariales.

Derechos de autor

LEY 44 DE 1993

CAPÍTULO II

Del Registro Nacional del Derecho de Autor

Artículo 6º.- Todo acto en virtud del cual se enajene el Derecho de Autor, o los Derechos Conexos así como cualquier otro acto o contrato vinculado con estos derechos, deberá ser inscrito en el Registro Nacional del Derecho de Autor como condición de publicidad y oponibilidad ante terceros.

Artículo 8º.- Toda obra que sea presentada como inédita para efectos de la inscripción en el Registro Nacional del Derecho de Autor, sólo podrá ser consultado por el autor o autores de la misma.

Artículo 9º.- El Gobierno Nacional establecerá los requisitos y procedimientos de inscripción ante el Registro Nacional del Derecho de Autor.

CAPÍTULO IV

De las sanciones.

Artículo 51º.- Incurrirá en prisión de dos (2) a cinco (5) años y multa de cinco (5) a veinte (20) salarios legales mínimos mensuales:

1. Quien publique una obra literaria o artística inédita, o parte de ella, por cualquier medio, sin la autorización previa y expresa del titular del derecho.
2. Quien inscriba en el registro de autor una obra literaria, científica o artística a nombre de persona distinta del autor verdadero, o con título cambiado o suprimido, o con el texto alterado, deformado, modificado o mutilado, o mencionando falsamente el nombre del editor, productor fotográfico, cinematográfico, videográfico o de soporte lógico.
3. Quien de cualquier modo o por cualquier medio reproduzca, enajene, compendie, mutile o transforme una obra literaria; científica o artística, sin autorización previa y expresa de sus titulares.
4. Quien reproduzca fonogramas, videogramas, soporte lógico u obras cinematográficas sin autorización previa y expresa del titular, o transporte, almacene, conserve, distribuya, importe, venda, ofrezca, adquiera para la venta o distribución o suministre a cualquier título dichas reproducciones.

Ley 599 de 2000 Por la cual se Expide el Código Penal

Artículo 270. (Modificado por el artículo 14 de la Ley 890 de 2004). VIOLACIÓN A LOS DERECHOS MORALES DE AUTOR. Incurrirá en prisión de treinta y dos (32) a noventa (90) meses y multa de veinte seis punto sesenta y seis (26.66) a trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes quien:

1. Publique, total o parcialmente, sin autorización previa y expresa del titular del derecho, una obra inédita de carácter literario, artístico, científico, cinematográfico, audiovisual o fonograma, programa de ordenador o soporte lógico.
2. Inscriba en el registro de autor con nombre de persona distinta del autor verdadero, o con título cambiado o suprimido, o con el texto alterado, deformado, modificado o mutilado, o mencionando falsamente el nombre del editor o productor de una obra de carácter literario, artístico, científico, audiovisual o fonograma, programa de ordenador o soporte lógico.

3. Por cualquier medio o procedimiento compendie, mutile o transforme, sin autorización previa o expresa de su titular, una obra de carácter literario, artístico, científico, audiovisual o fonograma, programa de ordenador o soporte lógico.

Artículo 271. (Modificado por el artículo 2 de la Ley 1032 de 2006). VIOLACIÓN A LOS DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS. Incurrirá en prisión de cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis punto sesenta y seis (26.66) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes quien, salvo las excepciones previstas en la ley, sin autorización previa y expresa del titular de los derechos correspondientes:

1. Por cualquier medio o procedimiento, reproduzca una obra de carácter literario, científico, artístico o cinematográfico, fonograma, videograma, soporte lógico o programa de ordenador, o, quien transporte, almacene, conserve, distribuya, importe, venda, ofrezca, adquiera para la venta o distribución, o suministre a cualquier título dichas reproducciones.
2. Represente, ejecute o exhiba públicamente obras teatrales, musicales, fonogramas, videogramas, obras cinematográficas, o cualquier otra obra de carácter literario o artístico.
3. Alquile o, de cualquier otro modo, comercialice fonogramas, videogramas, programas de ordenador o soportes lógicos u obras cinematográficas.
4. Fije, reproduzca o comercialice las representaciones públicas de obras teatrales o musicales.
5. Disponga, realice o utilice, por cualquier medio o procedimiento, la comunicación, fijación, ejecución, exhibición, comercialización, difusión o distribución y representación de una obra de las protegidas en este título.
6. Retransmita, fije, reproduzca o, por cualquier medio sonoro o audiovisual, divulgue las emisiones de los organismos de radiodifusión.
7. Recepcione, difunda o distribuya por cualquier medio las emisiones de la televisión por suscripción.

Artículo 272. (Modificado por el artículo 3 de la Ley 1032 de 2006). VIOLACIÓN A LOS MECANISMOS DE PROTECCIÓN DE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS

CONEXOS, Y OTRAS DEFRAUDACIONES. Incurrirá en prisión de cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis punto sesenta y seis (26.66) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, quien:

1. Supere o eluda las medidas tecnológicas adoptadas para restringir los usos no autorizados.
2. Suprima o altere la información esencial para la gestión electrónica de derechos, o importe, distribuya o comunique ejemplares con la información suprimida o alterada.
3. Fabrique, importe, venda, arriende o de cualquier forma distribuya al público un dispositivo o sistema que permita descifrar una señal de satélite cifrada portadora de programas, sin autorización del distribuidor legítimo de esa señal; o, de cualquier forma, eluda, evada, inutilice o suprima un dispositivo o sistema, que permita a los titulares del derecho controlar la utilización de sus obras o fonogramas, o les posibilite impedir o restringir cualquier uso no autorizado de estos.
4. Presente declaraciones o informaciones destinadas directa o indirectamente al pago, recaudación, liquidación o distribución de derechos económicos de autor o derechos conexos, alterando o falseando, por cualquier medio o procedimiento, los datos necesarios para estos efectos. Decreto 1070.

LEY 23 DE 1982

Sobre derechos de autor

El Congreso de Colombia

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1º.- Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente Ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. También protege esta Ley a los intérpretes

o ejecutantes, a los productores de programas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor. (Dirección nacional de derechos de autor)

Artículo 2º.- Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas literarias y artísticas las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación , tales como: los libros, folletos y otros escritos; las conferencias, alocuciones, sermones y otras obras de la misma naturaleza; las obras dramáticas o dramático-musicales; las obras coreográficas y las pantomimas; las composiciones musicales con letra o sin ella; las obras cinematográficas, a las cuales se asimilan las obras expresadas por procedimiento análogo a la cinematografía, inclusive los videogramas; las obras de dibujo, pintura, arquitectura, escultura, grabado, litografía; las obras fotográficas o las cuales se asimilan las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía; las obras de arte aplicadas; las ilustraciones, mapas, planos croquis y obras plásticas relativas a la geografía, a la topografía, a la arquitectura o a las ciencias y, en fin, toda producción del dominio científico, literario o artístico que pueda reproducirse, o definirse por cualquier forma de impresión o de reproducción, por fonografía, radiotelefonía o cualquier otro medio conocido o por conocer. Adiciona mediante la Ley 44 de 1993. (Dirección nacional de derechos de autor)

Artículo 6º.- Los inventos o descubrimientos científicos con aplicación práctica explotable en la industria, y los escritos que los describen, solo son materia de privilegio temporal, con arreglo al artículo 120, numeral 18, de la Constitución.

Las ideas o contenido conceptual de las obras literarias, artísticas y científicas no son objeto de apropiación. Esta Ley protege exclusivamente la forma literaria, plástica o sonora, como las ideas del autor son descritas, explicadas, ilustradas o incorporadas en las obras literarias, científicas y artísticas.

Las obras de arte aplicadas a la industria solo son protegidas en la medida en que su valor artístico pueda ser separado del carácter industrial del objeto u objetos en las que ellas puedan ser aplicadas.

Artículo 199º.- Si la obra fuere artística y única, como un cuadro, un busto, un retrato, pintura, dibujos, arquitecturas o esculturas, el depósito se hará formulando una relación de los mismos, a la que acompañará una fotografía que, tratándose de arquitectura y esculturas, será de frente y laterales.

Para hacer el depósito de planos, croquis, mapas, fotografías, se presentará a la Oficina de Registro una copia de las mismas. Para los modelos y obras de arte se presentará copia o fotografía del modelo o de la obra, más una relación escrita y detallada de los caracteres que no sea posible apreciar en la copia o fotografía. (Dirección nacional de derechos de autor)

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Propiedad industrial

La Propiedad Industrial es un sistema administrado por el Estado, a través de la Superintendencia de Industria y Comercio, para la concesión de derechos sobre nuevas creaciones (Patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales y esquemas de trazados de circuitos integrados) y a los comerciantes sobre los signos que utilizan para distinguir sus productos y servicios (Marcas, lemas, nombres y enseñas comerciales) en el mercado. Asimismo, conoce y decide sobre la declaración de protección de una denominación de origen (Decreto 3081 de 2005).

Mediante la protección de las nuevas creaciones se logra incentivar el desarrollo tecnológico a través de la investigación, otorgándole al inventor un monopolio temporal, que le permite recuperar económicamente la inversión realizada al tiempo que emprende un avance tecnológico nacional. (Superintendencia de Industria y Comercio , S.F)

Por sugerencia del Luis Eduardo Peláez profesor de la facultad de ciencias básicas de la Universidad Católica de Pereira (2017), se tomara la LEY 23 DE 1982 sobre derechos de autor, y especialmente los siguientes artículos:

Desde la última reforma realizada en el año 1991 en la constitución política de Colombia constata en el Artículo 70 en el capítulo 2 de los derechos sociales económicos y culturales que “El estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional”.

Considerando que el gobierno apoya y genera incentivos a aquellas empresas que estén ubicadas en el sector cultural, se establecen entonces algunos artículos específicos para aquellas empresas culturales o científicas en el siguiente artículo:

LEY 1014 DE 2006

CAPÍTULO III.

FOMENTO DE LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO.

Artículo 16. Las Universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esa ley, en reemplazo de los trabajos de grado.

Artículo 20. Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las cámaras de comercio, las incubadoras de empresas desarrollan programas de promoción de la empresarialidad desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización. También las cámaras facilitaran al emprendedor, medios para la comercialización de sus productos y/o servicios, así como la orientación y preparación para el acceso a las líneas de crédito para emprendedores y de los programas de apoyo institucional público y privado existente

Tomando en cuenta que la finalidad del proyecto es comercializar y producir bienes artísticos (pintura y escultura) se debe tener en cuenta la protección de aquellos artículos; es decir, los derechos de autor.

Contratación:

Para llevar a cabo la venta de la pieza entre comprador y artista (artesano o diseñador) se debe dejar una constancia por escrito con todas las especificaciones referentes a: fechas de entrega, valor de la pieza, compositor, nombre de la obra, porcentaje de participación de la empresa en la venta, tipo de pieza. Se deja constancia en los anexos.

4.4 Marco Histórico

Pereira la capital de Risaralda, ha sido la plataforma para múltiples manifestaciones culturales tales como cine, teatro, música, literatura, danzas y artes plásticas y visuales.

Por medio de actores públicos y privados Pereira ha apostado desde hace 100 años a estos diferentes medios por los cuales la cultura se ha abierto, se evidencia desde la apertura de la banda sinfónica el 1 de enero de 1917. Antes, existían diferentes agrupaciones musicales, una de ellas la banda fundada en 1914 por el maestro Ezequiel Morales y Concha, que fue la base de la Banda Sinfónica que engalanaría fiestas y carnavales hasta los primeros años de la década de 1930. (Alcaldía de Pereira , 2017)

Gráfico 9: Banda Sinfónica de Pereira



Fuente: Banda Sinfónica Municipal de Pereira, 2018

Al igual la Biblioteca pública fue una de las plataformas que se sumaron a la puesta por la cultura pereirana en los años de 1938, fue Eduardo y Emilio Correa Uribe quienes se encargaron de entregarle a la ciudad esta obra el 22 de agosto de ese año. Luego de funcionar como una dependencia adscrita al despacho del alcalde de Pereira, mediante acuerdo No. 37 del 26 de agosto de 1980, la Biblioteca se constituyó en una corporación sin ánimo de lucro, que dio paso a su vez al Instituto de Cultura de Pereira, en 1992 y para este año se constituyó el instituto municipal de cultura y fomento al turismo en Pereira una entidad pública cuyo fin era desarrollar diferentes actividades en zonas rurales y urbanas relacionadas con la música, el arte, las danzas, la literatura, el teatro y la divulgación del patrimonio arqueológico. (MINICULTURA, 2017)

El Instituto Municipal de Cultura y fomento al turismo estuvo trabajando los 25 años de existencia en pro a la formación y operación de: la banda sinfónica municipal que llevaba una trayectoria de 99 años, la biblioteca pública Ramon Correa Mejía que desde sus inicios se había consolidado como un medio de transmisión cultural de 78 años, la emisora cultural Remigio Antonio Cañarte, el teatro Santiago Londoño que

había abierto sus puertas al público por primera vez el 5 de marzo de 1990 siendo para la ciudad de Pereira uno de los principales escenarios culturales, al igual se destaca la participación de la escuelas de formación cultural ya que por medio de estas encamina a aquella población vulnerable de la ciudad al encuentro de espacios sanos para la interacción y el aprendizaje por medio del arte plástico, teatro, música, danza, bandas entre otras modalidades con el fin de transformar la cultura ciudadana de Pereira además es un apoyo en los procesos relacionados con el patrimonio, la promoción y participación cultural.

Gráfico 10: Teatro Santiago Londoño



Fuente: Eje Diversión, 2013

Ya para los años 90 se crean diferentes alternativas de fomento del arte por medio de grupos de artes escénicas, escuelas de creación, exposiciones, agrupaciones musicales, eventos y bares, algunas de estas manifestaciones rompen con el esquema de cultura elite como se ha conocido, un ejemplo claro fue la creación de la cuadra talleres abiertos en el año 2000 por un grupo de artistas y por el centro Colombo Americano de Pereira.

“Se basa en una concepción de difusión cultural con accesibilidad masiva por su realización en espacios abiertos ya que se utiliza la calle y los talleres de los artistas de la zona, para ofrecer al arte múltiples ambientes alternos.

En La Cuadra se realizan simultáneamente: cuatro exposiciones, conciertos, recitales de poesía, lanzamiento de libros, conferencias entre otras muchas actividades culturales.” (Colombo Americano, 2017)

En el 2002 con la Corporación Ciudad Latente aparece, con similares intereses de “cultura urbana”, el Tabloide Pulso, un producto editorial local, que se distribuía en la

misma Cuadra, con una visión crítica del desarrollo urbanístico, y una agenda articulada de la oferta cultural de la ciudad.

Para el 2005 se crea el centro cultural Lucy Tejada el 30 de agosto en el centro de la ciudad, su nombre basado en la artista pereirana Lucy Tejada de la cual la ciudad cuenta con una donación y otras obras que forman parte del patrimonio público. El mismo año aparece Cortocircuito un espacio para el arte donde se reúne la promoción, circulación y difusión de las artes visuales en todos los niveles.

Gráfico 11: Secretaría de Cultura de Pereira



Fuente: Tomado de Google Maps

Ya para el año del 2017 con el nuevo alcalde de Pereira Juan Pablo Gallo se hizo un rediseño del instituto municipal de cultura y fomento al turismo (imcft) una oportunidad para la cultura en la ciudad, fue liquidado para integrarse en la Secretaria de Cultura de la misma ciudad, al igual “se determinó que no existen recursos suficientes para financiar los gastos de funcionamiento del Imcft. Además, se asegura que el Instituto no es viable financiera ni administrativamente, lo que hace necesario adoptar medidas.” (Arteria, 2017)

La Secretaria de Cultura fue creada el mismo día que se firmó el decreto para liquidar el IMCFT⁵. La Secretaria se encargará de “definir políticas, planes, programas y proyectos para el fomento, fortalecimiento y consolidación de la cultura, evaluando la ejecución de los mismos, para tomar las medidas correctivas necesarias; asesorar el desarrollo de programas y fortalecimiento de bibliotecas y centros de formación artística y cultural, formación en gestión cultural; promover las manifestaciones culturales a

⁵ IMCFT: Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo

través de la realización de eventos institucionales y apoyar los que se realicen a nivel municipal, fomentar y propiciar manifestaciones y expresiones culturales propias de una ciudad”. (Arteria, 2017)

5. TRABAJO DE CAMPO

5.1 Técnicas

Comprenden procedimientos y actividades que permiten obtener la información necesaria para dar respuesta a la pregunta de investigación. (Barrera, J. 2000 en Hernández, 2013)

Tabla 1: Tipos de técnicas e instrumentos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	INSTRUMENTO DE REGISTRO
Observación	Guía de Observación Lista de Cotejo Escala de Observación	Papel y Lápiz (formato) Cámara fotográfica Cámara de Vídeo
Revisión documental	Matriz de categorías	Papel y Lápiz (formato)
Entrevista	Guía de Entrevista	Grabador. Papel y Lápiz Cámara de vídeo.
Encuesta	Cuestionario Escala Test Prueba de conocimiento	Papel y Lápiz (formato)
Sociometría	Test socio-métrico	Papel y Lápiz (formato)
Sección en profundidad	Guía de observación	Grabador. Papel y Lápiz Cámara de vídeo Cámara fotográfica

Fuente: elaboración propia con base en Hernández, 2013.

Para el desarrollo de este trabajo, se usaron las técnicas de: observación, para la visita a la feria artesanal ya que se quería tener una idea y fue la primera actividad de campo y no había un experto o persona encargada, la revisión documental para la elaboración del marco teórico y legal con el fin de tener buenas bases para el desarrollo del trabajo, y la entrevista para la recolección de información de los expertos por medio de preguntas que permitían la interacción entre entrevistado y entrevistador, y fueron consignadas las respuestas en grabación de audio.

ARTBO: Teniendo en cuenta que ARTBO es una plataforma de artistas nacionales e internacionales, un espacio donde se promueve el arte y por ende la cultura; por ende,

se programó una visita a dicho evento en el mes de agosto del 2017, que se llevó a cabo entre el 26 y 29 de octubre del mismo año, con el fin de conocer, entender e interactuar con el medio.

Gráfico 12: Entrada ARTBO



Fuente: elaboración propia.

**Gráfico 13: Espacio efímero
exposición ARTECÁMARA**



Fuente: elaboración propia.

Se llevaron a cabo cuatro entrevistas, a personas y galerías que participaban de la feria, se tomaron en cuenta diferentes perspectivas: un artista nuevo e independiente, dos representantes de galerías y la directora de ARTBO. Se aplicaron entrevistas con preguntas abiertas y semiestructuradas debido a las condiciones de tiempo y espacio permitido.

Como artista nuevo se entrevistó a Sergio Daniel, estudiante de Artes visuales en la universidad javeriana de Bogotá graduado en marzo de 2017. Su obra son réplicas de videos de figuras públicas actuadas por el mismo artista, los repetía muchas veces y no sabía qué hacer con ellos hasta que se dio cuenta que las

palabras podían cambiar de sentido según la imagen que las acompañe; adicionalmente tiene claro que le gusta trabajar con sí mismo.

En lo que respecta a galerías, el primer entrevistado fue a un representante de la galería Nueve Ochenta, galería que se dedica a la difusión del arte contemporáneo latinoamericano, manteniendo un especial énfasis en la consolidación plástica y comercial de un grupo de artistas tanto a nivel local como internacional (Nueveochenta, S.F).

Otra galería con la que se tuvo contacto fue Rincón Projects, espacio que busca reunir ideas y personas interesadas en el arte, de manera colaborativa y con el fin de generar diversos proyectos en áreas como la gestión cultural, el mercado del arte, las publicaciones y la asesoría en eventos artísticos (Rincón Projects, S.F) por medio de Lisa Granada una Artista plástica la universidad los Andes trabaja actualmente en la galería, como artista depende cómo se vaya moviendo y cómo se vaya abriendo campo en el medio, ya que hay muchas oportunidades de exponer, opina que entre más se muestren sus obras y dé a conocer su arte en una exposición.

Y por parte de los organizadores y encargados del evento se programó una entrevista con María Paz Gaviria⁶, directora de ARTBO. Con ella se tuvo contacto semanas antes del evento vía Facebook con el fin de garantizar el encuentro e informarle el motivo de la entrevista, la entrevista se dio mientras se hacía el recorrido por la feria. Antes de asistir al evento, como se mencionó anteriormente se hizo la preparación pertinente, para ello se recurrió a los medios e información en la web.

Las preguntas realizadas en ARTBO se dividieron en dos, las que iban dirigidas a los artistas y a las galerías, y las que respondió María Paz Gaviria. Fueron las siguientes:

⁶ María Paz Gaviria, nació el 3 de septiembre de 1983 en Pereira, estudió historia del arte en la Universidad de Columbia en Nueva York, estudio Historia del Arte en Columbia University, trabajó en la oficina del director del Museo Whitney, en la Galería Sperone Westwater y en la Bienal de Nueva Orleans. Volvió a Colombia en el 2010 y en el 2011 se convierte en la directora de ARTBO: Feria Internacional de Arte.

Gráfico 14: Columna entrevista a María Paz Gaviria.



Fuente: foto propia tomada al periódico El Espectador.

Preguntas dirigidas a artistas y galerías:

- ¿Cómo ha sido su trayectoria en ARTBO?
- ¿Cómo ha sido la aceptación del público con respecto a las obras expuestas?
- ¿Cómo fueron los inicios en el arte y como maduraron las obras que expuso después?
- ¿Cuál es la propuesta de valor de sus obras?
- ¿Qué tan fácil es encontrar un lugar para exponer o dar a conocer sus obras?
- ¿Por qué medios difunde sus obras? ¿hace uso de los medios virtuales?

Preguntas dirigidas a María paz Gaviria:

- ¿Cuál ha sido la trayectoria de ARTBO en los años que se ha venido presentando en la ciudad de Bogotá?
- ¿Qué tipo de medios usa para difundir el arte?
- ¿Cómo inició la idea del proyecto?

- ¿A nivel provincial cómo se maneja la promoción del arte y la cultura?
- ¿Cómo ha influenciado ARTBO a Colombia?
- ¿Cómo es la estructura (dinámica de las actividades) de ARTBO?

A nivel local, se entrevistó a María García⁷ directora y fundadora de una galería y coordinadora del evento La Cuadra Talleres Abiertos donde se muestran artistas locales, hay muestras musicales y de artesanías en la calle el primer jueves de cada mes y cuya entrada es libre; y con Jorge Mario Quintero⁸ coordinador cultural de la Alianza Francesa de Pereira y como representante de Cortocircuito que es un colectivo de 5 instituciones que prestan sus espacios para la muestra de obras de artistas según los criterios que cada uno decida de manera independiente. Y se tuvo recolección de información con la asistencia la Foro Naranja: Distritos Creativos en noviembre de 2017, un evento de ciudad para conocer y compartir conceptos y experiencias, sobre formas contemporáneas de organización territorial, oportunidad para comprender que la creatividad y la innovación son el camino para construir ciudades inteligentes y sostenibles, donde el conocimiento, el patrimonio cultural y las redes de trabajo son recursos absolutamente valiosos (Foro naranja 2017: Distritos Creativos, 2017).

Preguntas dirigidas a personas encargadas o representantes de Cortocircuito y La Cuadra:

- ¿Cuánto tiempo llevan en funcionamiento?
- ¿Cuántos expositores han tenido? ¿Cuántos al mes? ¿Cuántas obras por exposición? ¿Y cuántas exposiciones al año?
- ¿Cómo es el proceso de venta de las obras?
- ¿Recibe algún apoyo del sector público o privado?
- ¿Qué importancia tienen las redes para la cuadra – cortocircuito? ¿Y para que las usen?
- ¿Qué tipos de obras exponen? (Arte - artesanías – diseño)

5.2 Instrumentos

Siendo los instrumentos, las vías para aplicar una determinada técnica de recolección de información (Hernández M. , 2013), en este trabajo se llevaron a

⁷ María García, directora y fundadora Galería Maga; Coordinadora de La Cuadra Talleres Abiertos. Gestión Cultural, Curaduría, Fotografía.

⁸ Jorge Mario Quintero: Diseñador gráfico con estudios en Gestión y Gerencia Cultural, enfocado en la formación de emprendimiento musical y producción de espectáculos.

cabo entrevistas a expertos en el tema, sobre todo a manera de contextualización y comprensión del medio.

5.2.1 Feria Artesanal

Con el fin de conocer e ir contextualizando el entorno desde la experiencia, se visitó la feria artesanal en el marco de las fiestas de la cosecha en el mes de agosto de 2017. Este evento estaba ubicado en el parque banderas, en la carrera 8° # 35 de la ciudad de Pereira, contaba con puestos de artesanías como su nombre lo indica, pero adicional a estos, había gran variedad, que iba desde puestos de comida rápida, de bromas, de juegos, estampado de camisetas, y en general objetos que no son artesanías.

Después del recorrido, queda un sinsabor por el mal uso de estos espacios, donde se evidencia escasez de oferta cultural y que se pierden oportunidades de promoción de artistas y artesanos, ya sea por falta de disponibilidad del lugar, barreras para participar o pocas personas que llenen este vacío.

5.2.3 ARTBO: Feria internacional de Arte

5.2.3.1 SERGIO DANIEL

- ¿Cómo ha sido su trayectoria en ARTBO?

Es la primera participación en ARTBO, con parte del trabajo de grado. Entro a la sección de Arte Cámara, que es un espacio para artistas nuevos e independientes participando en un proceso de convocatoria donde se envía una propuesta y un portafolio, y los curadores van armando la exposición.

- ¿Cómo ha sido la aceptación del público con respecto a las obras expuestas?

En cuanto a la aceptación del público, comenta que ha visto diferentes reacciones, ya que su trabajo son pantallas donde se proyectan los vídeos y para escucharlos se deben poner los audífonos para saber de qué se trata, algunos se ríen, otros le comentan cosas, hay muchas reacciones, y hubo una pareja que no quiso interactuar con la obra porque dijeron que era YouTube.

- ¿Cómo fueron los inicios en el arte y como maduraron las obras que expuso después?

No tiene mucha trayectoria, se acaba de graduar y es la segunda vez que muestra sus vídeos y apenas están empezando a pasar cosa. Va conociendo gente y lo están contactando, son cosas que apenas están pasando. Reconoce en sus obras un valor agregado o propuesta de valor, desde la reflexión al arte mismo, si hay que escoger y definirse en un solo tipo de arte cuando se es artista, presión que se les ejerce desde la universidad.

- ¿Qué tan fácil es encontrar un lugar para exponer o dar a conocer sus obras?

Manifiesta que para un artista que está comenzando no es fácil, ya que hay muchos artistas que buscan oportunidades y en el caso puntual de ARTBO Arte Cámara donde se presentaron cerca de 900 persona y se escogieron 25; y en el arte no basta con lo que se hace, también influye mucho las relaciones, los evento a los que se asiste, por lo que no basta con lo que se hace.

- ¿Por qué medios difunde sus obras? ¿hace uso de los medios virtuales?

Sergio difundió en primera instancia su obra en YouTube, donde lo conocieron algunas personalidades del arte, teniendo en cuenta que la fuente original es YouTube, los manipuló, y los devolvió, es un medio donde no se necesita mayores recursos para compartir lo que se hace.

5.2.3.2 GALERÍA NUEVE OCHENTA:

- ¿Cómo ha sido su trayectoria en ARTBO?

La galería es reconocida tanto a nivel local como a nivel internacional, y consideran a ARTBO una plataforma para darse a conocer y para reencontrarse con sus clientes.

Nueve ochenta considera que las exposiciones internacionales de sus artistas son la gestión clave para el reconocimiento a nivel internacional de esta galería, por otra parte, apuestan a los artistas con trabajos más consolidados en el medio; sus principales obras son del arte contemporáneo y figurativo en Colombia.

Sus obras expuestas son principalmente de artistas nacionales e internacionales con trayectoria.

- ¿Por qué medios difunde sus obras? ¿hace uso de los medios virtuales?

Optan por emplear las redes sociales para brindar una mayor visualización de sus artistas, sin embargo, mencionan que el arte se tiene que ver y experimentar, debido que las plataformas de internet no permiten apreciar realmente una obra.

5.2.3.3 LISA GRANADA (RINCÓN PROJECT):

- ¿Qué tan fácil es encontrar un lugar para exponer o dar a conocer sus obras?

Puede llegar a conocer personas o galerías que ven en sus obras algo lo suficientemente interesante, para ser invitado a otra exposición, siempre hay que estar ahí metido en el medio, ya sea hablando con una galería o participando en las convocatorias de las distintas ferias, siempre es un espacio que no solamente se va a exponer, sino para establecer relaciones.

- ¿Qué tan fácil es encontrar un lugar para exponer o dar a conocer sus obras?

Hay una demanda creciente de arte que crece cada vez más existen muchas ferias que impulsa el arte en Colombia. Existen ferias quedan espacio a artista independiente sin necesidad de pertenecer a una galería como la feria del millón, pero aun así resulta difícil para un artista independiente moverse internacionalmente sin la representación de una galería.

5.2.3.4 MARÍA PAZ GAVIRIA:

- ¿Cómo inició la idea del proyecto?

La feria nació como una iniciativa de la cámara de comercio Bogotá con el fin de promover, de posicionar a nuestra ciudad y a nuestro país como un escenario para la cultura y los negocios, que este fuera un espacio que dinamizará las artes plásticas en Colombia y que fueron espacio de acercamiento cultural para la ciudad.

- ¿Cuál ha sido la trayectoria de ARTBO en los años que se ha venido presentando en la ciudad de Bogotá?

La Feria ha sido fundamental en estos últimos 13 años en la internacionalización de la escena artística colombiana, en democratizar los espacios para el arte digamos por toda Colombia. No solamente a través de lo que ocurre en conferencias, de una manera mucho más amplia y mucho más cercana a través de todas las plataformas de artes visuales de la ciudad.

- ¿Qué tipo de medios usa para difundir el arte?

Los medios de comunicación y las redes sociales son importantes para la difusión de los contenidos para llegar tanto a las personas que desean asistir como las que desconocen la feria, y dar a conocer las obras de las galerías al público.

Hay diferentes maneras, en las diferentes partes del país están involucrados en el proyecto, Artbo posee más de 3000 obras; de más de 350 artistas, de 75 galerías, de 18 países del mundo. Pero también hay otros espacios más allá de este gran mercado internacional como por ejemplo arte cámara que existe para promover las jóvenes promesas del arte colombiano, donde se pueden postular artistas menores de 40 años de todas partes de Colombia sin la representación comercial de una galería para un espacio donde puedan visualizar sus obras en el mercado.

Artbo selecciona a sus expositores mediante un comité que califica mediante un sistema de puntaje, quien quedara seleccionado en su sección principal donde se postulan galerías de todas partes del mundo y envías sus mejores obras y su historia y trayectoria como galería.

21 metros cuadrados es una nueva categoría que consiste en un espacio para galerías que participan por primera vez en la feria y tiene menos de 6 años de trayectoria, es una manera muy dinámica de mostrar el arte emergente nacional e internacional.

5.2.4 Foro de Cultura

En Pereira se llevó a cabo el primer Foro de Cultura (direccionado a la economía naranja), hubo intervención del sector público por parte de la Secretaria de Cultura y del sector privado por parte de representantes de La Cuadra, Corto Circuito y Parquesoft.

Desde la secretaria se ofrecerán apoyos económicos a proyectos que le apuesten a la cultura, no obstante, existe la condiciones de que aporte algún tipo de indicador o manera de medir su aporte a la economía.

Se reconoce en la ciudad el trabajo por parte de colectivos, es decir, es más visible el trabajo de agentes culturales cuando se unen. Un ejemplo de esto es la agremiación de artesanos, organizados en cabildos ya que identificaron que su fuerza y reconocimiento está en el trabajo en equipo. Con esto lo que se pretende es tener un observatorio cultural en la ciudad del sistema cultural.

Ampliando un poco más el aspecto de las artesanías, Risaralda se ha fortalecido en este aspecto y tiene gran potencial. Se entendió que los indígenas tienen en sus manos la tradición y que para lograr un buen producto, diferenciado, se requiere de años de práctica, en eso radica la calidad. Y observando el trabajo y la dinámica de estas personas, se identificó que cuando llegan a la ciudad no quieren volver a sus lugares de origen que por lo general son en zona rural, por lo tanto los materiales para la elaboración de los productos son naturales y al quedarse en la zona urbana deben implementar otros materiales, materiales industriales y adaptar sus trabajos estas nuevas condiciones y así también renovar los objetos sin perder la tradición.

Por parte de los grandes agentes culturales de Pereira, se tiene la Cuadra, que es un espacio donde se unen diferentes disciplinas en un espacio compartido y abierto con 17 años de trayectoria. Se hace uso de los talleres allí ubicados para exponer a artistas reconocidos, que le dan peso a los eventos y a artistas nuevos, y es un evento sin ningún costo que le abre las puertas a la ciudad. A lo largo de su historia se han expuesto 2800 artistas, al año se hacen 40 exposiciones y se están utilizando 9 talleres como escenario.

Otro gran aportante es Corto circuito, es una red colaborativa de actores independientes en sus recursos, donde se llevan a cabo exposiciones con curadores y espacios aptos para mostrar las piezas de los artistas en su mayoría locales.

5.3 Conclusiones trabajo de campo

Después del trabajo de campo se llega a la conclusión, que el arte y la cultura son potenciales de negocio, sin que se pierda la esencia de la tradición, al contrario lo que puede generar es el reconocimiento y promoción tanto del artista como de la obra.

No obstante, es un medio con mucha competencia, donde se es muy exigente para dar entrada, hay unos protocolos y procesos que se deben respetar para garantizar la calidad de lo que se muestre y darle el debido manejo.

Se reconoce entonces, las dificultades que en el medio del arte se llegan a generar puesto que los espacios de difusión de arte buscan en sus artistas una trayectoria, por lo tanto el iniciar en estas plataformas para los nuevos artistas es complejo y requiere de oportunidades para la incursión en este entorno.

Una vez se tuvo contacto con un artista que apenas está surgiendo y empezando su carrera, se puede concluir que, no es fácil llegar a una plataforma que los exponga y promueva, ya que hay muchos artistas talentosos, que no solo se depende de su talento para entrar en el medio y que por lo mismo las herramientas virtuales pueden ser una alternativa para empezar a darse a conocer.

A través de las entrevistas que se hicieron por medio del trabajo de campo se puede llegar a la conclusión después de tener contacto con las dos galeristas que si bien el medio en el arte se ha ido ampliando en Colombia y ha venido teniendo reconocimiento internacional aún faltan por consolidarse plataformas igual de fuertes e importantes en el país como lo es ARTBO. Debido a que no existe un espacio tan maduro y amplio en otras zonas del país se infiere que Colombia aún sigue siendo un mercado con muchas posibilidades en el arte para seguir explotando.

Por otra parte se centra el interés de los curadores y galerías en trabajos de artistas mucho más maduros con un trabajo extenso debido a que estos artistas ya tienen una trayectoria y un trabajo consolidado como tal. Se puede afirmar que para los nuevos artistas el medio es aún hostil, a la hora incursionar en nuevos estilos de arte y por su trayectoria aún no logran consolidar estilos tan firmes como artistas de re nombre.

Por medio de múltiples plataformas los nuevos artistas pueden exponer sus obras y sus trabajos independientes, pero se evidencia que aún que son muchas las oportunidades para los nuevos artistas, artesanos o diseñadores, para exponer tales trabajos aún se queda corta la oportunidad tanto para aquellos que tiene experiencia como para los empíricos artísticamente.

6. VARIABLES O CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Esta sección del trabajo busca hacer la comparación de los aspectos importantes del proyecto, con los puntos de referencia que se tomaron en cuanto a promoción de la cultura, en aspectos cuantitativos y cualitativos que ayudaran a presentar de una mejor manera las soluciones.

Tabla 2: variables y categorías

VARIABLES (cuantitativas)	CATEGORIAS (cualitativas)
<p>LA CUADRA</p> <p>17 años de exposiciones 40 exposiciones al año 2800 artistas 9 talleres como escenario 4 artistas por mes Entre 10 y 20 obras por exposición</p>	<p>Según María García (2018) es un espacio para mostrar artistas a nivel local, con entrada libre.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Recibe algún apoyo del sector público o privado? Reciben apoyo del Sector Público por medio del Ministerio de Cultura a través Convocatoria de concertación, de la Secretaria de Cultura y por parte del sector privado con aportes en dinero y en especie. • ¿Cómo es el proceso de venta de las obras? El artista es el encargado de la venta, los talleres de la cuadra funcionan únicamente como escenario para mostrarlas, no juegan papel alguno en la comercialización. Solo la Galería Maga hace gestión comercial. • ¿Qué importancia tienen las redes para la cuadra? ¿Y para que las usan?

	<p>Se hace uso de las redes sociales (Facebook, instagram) exclusivamente para la promoción y difusión del evento, no para la venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tipos de obras exponen? (Arte - artesanías – diseño) <p>Previo a la exposición se hace una curaduría entre los talleres para determinar lo que se va a mostrar en cuanto a arte, en lo que respecta a los artesanos alquilan una mesa y se muestran en la calle.</p>
<p>CORTOCIRCUITO</p> <p>Comienza su año número 14 de exposiciones 9 exposiciones al año (marzo a noviembre) 702 exposiciones Entre 1 y 5 artistas por institución, alrededor de 117 al año por las 6 instituciones que lo conforman.</p>	<p>De acuerdo con Jorge Mario Quintero, Cortocircuito es una red colaborativa, pero de actores independientes en sus recursos. Cuentan con curadores en las exposiciones que buscan promover artistas locales. Instituciones prestan sus instalaciones para la promoción de artistas locales, se conforma por: Alianza Francesa, Colombo Americano, Fundación Universitaria del Área Andina, Banco de la Republica, Comfamiliar Risaralda y la Secretaria de Cultura en la sala Carlos Revius Castro ubicadas en el centro de la ciudad y con idoneidad cultural.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo es el proceso de venta de las obras? <p>No se da acompañamiento en la obra, si el artista decide venderlo</p>

se expone el precio y queda exhibido durante el mes. Ni Corto circuito, o alguna de las instituciones que lo conforman reciben algún tipo de porcentaje por la venta, solo es un espacio de exposición.

- ¿Recibe algún **apoyo del sector público o privado**?

A nivel global (Cortocircuito) no recibe ningún tipo de apoyo ya que es una unión de voluntarios, pero cada institución es libre de enviar proyectos al ministerio de cultura, concertación local, gestiona asistencia departamental o municipal. El apoyo que se reciba es para la sala de la institución que lo solicite.

- ¿Qué importancia tienen **las redes** para la cuadra – cortocircuito? ¿Y para que las usen?

Actualmente se utiliza Facebook para difundir el evento cada mes, enviar comunicados de prensa. Cada institución responde por su exposición y su artista. Y adicionalmente, como tradición tiene una postal para cada exposición. Se plasma información de los artistas, el conversatorio antes de la apertura.

- ¿Qué **tipos de obras** exponen? (Arte - artesanías – diseño)

Enfocadas a las artes visuales,

	<p>cada institución tiene su curaduría para la elección de los artistas. No es necesario que tenga algún tipo de reconocimiento, experiencia o estudios, si se les hace la valoración cuando mandan la propuesta para determinar si es lo que buscan para la exposición. Lo que si pretenden es tener calidad en lo que se muestre. (2018)</p>
<p>ARTBO</p> <p>Más de 3000 obras Más de 350 artistas, de 75 galerías, de 18 países del mundo en 2017.</p>	<p>Iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá con el fin de promover a la ciudad y a la país como escenarios culturales y darle oportunidad a los artistas plásticos de exponer y dar a conocer sus obras</p> <p>Cada galería, pagaba por el espacio para exponer.</p> <p>Agrupar gran variedad de artistas en un solo lugar.</p> <p>Es una exposición que se hace cada año, donde se organizan las espacio efímeros por cubículos.</p>

Fuente: Elaboración propia

7. PROCESO DE GENERACIÓN DE IDEA DE EMPRENDIMIENTO

7.1 Metodología

Para el debido desarrollo del proyecto se determinaron unos requerimientos con base en Gerardo Rodriguez y otros que se aplican específicamente al trabajo, que se tendrán como criterios de evaluación de las alternativas de emprendimiento, de virtualidad y de diseño.

7.2 Requerimientos

7.2.1 Requerimientos de emprendimiento

Tabla 3: Requerimientos de emprendimiento

REQUERIMIENTO	CRITERIOS	DETERMINANTES
Nombre de la empresa	Capacidad de promover artistas, artesanos y diseñadores locales.	<ul style="list-style-type: none"> • Por lo menos uno de cada tipo de expositor.
Negociación	Contacto directo con la persona autora de la pieza, haciendo practico el proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Que la negociación se haga entre la empresa y el autor.
	Acuerdo de exposición entre la empresa y el artista, artesano o diseñador.	<ul style="list-style-type: none"> • Debe ser económico en cuanto a costos • Ágil en los pasos de negociación • Claridad de las partes antes de cerrar el negocio
	Se deben esclarecer las condiciones de participación, derechos de autor y de más aspecto legales para la exposición y comercialización de la	<ul style="list-style-type: none"> • Por medio de un documento escrito y firmado por las partes.

pieza	
Logísticos	<p>Que permita el transporte de la pieza hasta el espacio efímero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Condiciones seguras de transporte, que la pieza no sufra daños. • Que garantice los tiempos de entrega para las exposiciones y si se requiere para la toma de fotografías.
	<p>El almacenamiento de las piezas protege su estado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Embalaje acorde al lugar de almacenamiento
	<p>Permite hacer las actividades optimizando el tiempo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se hacen procesos eficientes en cuanto a tiempo
Financieras	<p>Lograr el ingreso por medio de la promoción de artistas, artesanos y diseñadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con la exposición y venta de las piezas por los dos medios (virtuales y espacio efímero)
	<p>Se debe alcanza el punto de equilibrio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que los ingresos cubran los costos en los que se incurrieron en el proceso
Legales	<p>Proteger las actividades de la empresa bajo la normatividad de derechos de autor, reproducción y propiedad intelectual para evitar a futuro reclamaciones por parte de los autores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por medio de un documento escrito, y firmado por parte del autor y la empresa.

Fuente: elaboración propia

7.2.2 Requerimientos de virtualidad

Tabla 4 : Requerimientos de virtualidad

REQUERIMIENTO	CRITERIOS	DETERMINANTES
Legibilidad	Hacer la lectura de la información que se publica en la plataforma virtual una actividad fácil y entendible para cualquier persona interesada.	<ul style="list-style-type: none"> • Que la información este en un lugar fácil de ubicar • De un color que contraste con el fondo • Que la fuente sea fácil y agradable de leer
Comunicativo	Que permita transmitir de una manera clara y confiable la información visual y escrita de las piezas que se están mostrando	<ul style="list-style-type: none"> • Que las imágenes se puedan visualizar fácilmente, acercarse
Interacción rápida	Que la relación entre los posibles compradores y la empresa sea lo más rápida y eficiente	<ul style="list-style-type: none"> • Que la interacción sea en el menor tiempo posible y que notifique al momento
Visualización	<p>Permite visibilizar a gran número de personas las piezas que allí se muestran</p> <p>Que permita mostrar las imágenes de las piezas que se exponen en el espacio efímero de manera virtual</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es una plataforma con gran transito • Desde todos los ángulos necesarios para la buena apreciación de la pieza
Acceso	Que el ingreso a la plataforma sea rápido y breve	<ul style="list-style-type: none"> • Preferiblemente por algún medio usado con anterioridad por los usuarios

Costos	Debe ser en cuanto a costos, lo más asequible tanto para la empresa como para los compradores	<ul style="list-style-type: none"> • Para el acceso a la plataforma no incurrir en ningún pago
Negociación	La plataforma debe permitir o propiciar la transacción de la pieza entre los posibles compradores y la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Que sea confiable para las partes • Que esté al acceso de los posibles compradores

Fuente: elaboración propia

7.2.3 Requerimientos de diseño

Tabla 5: Requerimientos de diseño.

REQUERIMIENTO	CRITERIOS	DETERMINANTES
Relación con el Espacio	Las exposiciones artísticas y de diseño deben tener dimensiones que correspondan con el espacio a ubicar, sin obstruir el tránsito o actividades de otros expositores.	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensiones del espacio: Mínimo 50 m² hasta 120 m²
Ubicación	La ubicación de los espacios seleccionados debe ser en lugares concéntricos, de fácil acceso para el público objetivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Parqueadero • Cercanía relativa (lugares centrales) • Vías de fácil acceso • Acceso a servicio de transporte público
Practicidad	Los elementos mobiliarios deben ser fáciles de instalar y transportar.	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos livianos y moldeables • Adaptables al espacio • Las obras no deben sobrepasar

		las dimensiones de 2m x 2m u un peso máximo de 20 Kg
Conveniencia	Los elementos mobiliarios deben facilitar las actividades y flujo de personas alrededor del espacio	<ul style="list-style-type: none"> • Los elementos mobiliarios deben ser adaptables a las necesidades del expositor
Seguridad	los elementos mobiliarios y el espacio seleccionado no deben representar riesgos para los visitantes o expositores, ni para la integridad de las obras mismas.	<ul style="list-style-type: none"> • Recubrir herrajes o ensambles • Cumplir con los estándares mínimos de seguridad
Percepción	La organización del espacio en general debe permitir la interpretación rápida por parte de los visitantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Las obras deben ser llamativas y únicas, que representen las capacidades del artista. • El espacio debe estar adaptado a las exposiciones de los artistas.
Transportación	Las obras y los elementos mobiliarios deben permitir su transporte sin que el espacio o las obras sufran daños	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliarios armables y desarmables • Embalaje de las obras
Ensamblados	Los sistemas de ensamble o mecanismos de unión deben ser seguros para el personal logístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Ensamblados ocultos y/o con materiales biodegradables • El ensamble del mobiliario debe requerir máximo de dos personas.
Versatilidad	Las piezas del mobiliario deben ser versátiles y adaptables.	<ul style="list-style-type: none"> • Las piezas

		<p>mobiliarias, deber poder formar diferentes estructuras según lo requerido por el espacio y los expositores.</p>
Resistencia	El mobiliario debe ser resistente a la manipulación, el transporte e instalación.	<ul style="list-style-type: none"> • Caídas • Golpes • Contacto con líquidos
Materiales	El material del mobiliario debe ser liviano, moldeable y resistente	<ul style="list-style-type: none"> • Estructuras firmes con materiales como cartón, maderas livianas, plásticos biodegradables, aluminio, entre otros.
Mano de obra	Los mobiliarios deben tener la posibilidad de construirse con poca mano de obra.	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de herramientas manuales o electro manuales. • Uso de ensamblajes sencillos y de instalación rápida • Máximo dos personas para el ensamble del mobiliario
Bienes de capital	Los mobiliarios deben permitir ser contruidos con poca inversión en bienes de capital.	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de herramientas de baja complejidad técnica. • Procesos de ejecución manual • Poca inversión en materiales adicionales

Tipo de ambiente	Ambientes cerrados	<ul style="list-style-type: none"> • Ventilación • Luminosidad • Pasillos amplios • Espacios seguros
	Ambientes abiertos	<ul style="list-style-type: none"> • Techado para las exposiciones • Espacios seguros

Fuente: elaboración propia

7.3 Concepto de emprendimiento

Para tener una mirada desde el emprendimiento y la creación de empresa se tuvo contacto con Juan Carlos Ospina⁹ director del Centro de la Gestión de Emprendimiento de la Universidad Católica de Pereira, quien manifestó que el modelo de negocio es llamativo y puede tener buena acogida.

Adicionalmente, hizo unas apreciaciones que son importantes tenerlas en cuenta para un futuro en lo que respecta al mercadeo y la diferenciación para hacer más llamativa la empresa para los dos tipos de clientes: expositores y compradores.

Reconoce la propuesta de valor en la connotación de inéditos de los autores de las piezas a mostrar, así como el aspecto de querer contar una historia con cada objeto que se vaya a mostrar tanto de manera virtual como física en el espacio efímero, o lo que se conoce actualmente como storytelling.

7.4 Alternativas

7.4.1 Alternativas de emprendimiento

En el proceso de definir la mejor opción de negocio, se tuvieron en cuenta diferentes opciones de emprendimiento en cuanto al funcionamiento y actividades de la empresa:

⁹ Juan Carlos Ospina: Entrenador experimentado con experiencia comprobada en el trabajo en la industria de recursos humanos. Habilitado en Gestión del Talento, Persona, Coaching, Emprendimiento y Desarrollo Organizacional. Fuerte profesional.

Tabla 6: Alternativas de emprendimiento cultural.

Alternativa	Descripción
Compra de la pieza	Se contacta al artista, artesano o diseñador interesado en exponer su pieza, se le hace la valoración respectiva. Si se toma la decisión de exponerla se procede por parte de la empresa a comprarla directamente con la persona que la hizo. Para este proceso, se firma una constancia legal para cubrir los aspectos de derechos de autor, propiedad intelectual y/o industrial según la normatividad que lo cobije. Seguidamente, se transporta con personal de la empresa o si es muy delicada la pieza por medio de una empresa experta en el traslado de mercancía, para después exponerla en el espacio efímero y en la plataforma virtual. Para la venta de las piezas en el espacio efímero se hace la transacción en efectivo, por medio de una entidad financiera a manera de transferencia o consignación.
Porcentaje en la venta	Se contacta al artista, artesano o diseñador interesado en exponer su pieza, se le hace la valoración respectiva. Si se toma la decisión de exponerla se acuerdan los tiempos de exposición, tanto en el espacio efímero como en la plataforma virtual, y se deja constancia escrita de las condiciones legales (según la normatividad) y comerciales (tiempos y porcentajes de la venta) de la exposición y venta de la pieza. Seguidamente, se transporta con personal de la empresa o si es muy delicada la pieza por medio de una empresa experta en el traslado de mercancía, para después exponerla en el espacio efímero y en la plataforma virtual. Una vez expuesta, al momento de resultar comprador la transacción se hace directamente entre comprador y artista, artesano o diseñador y la empresa sería una plataforma para promocionar y mostrar que recibiría un porcentaje de la venta por este servicio. Para la venta de las piezas en el espacio efímero se hace la transacción en efectivo, por medio de una entidad financiera a manera de transferencia o consignación.
Alquiler del espacio	Se contacta al artista, artesano o diseñador interesado en exponer su pieza, se le hace la valoración respectiva. Si se toma la decisión de exponerla, se acuerdan los tiempos de exposición, tanto en el espacio efímero como en la plataforma virtual, y se deja constancia escrita de las condiciones legales (según la normatividad) y comerciales (tiempos y porcentajes de la venta) de la exposición y venta de la pieza. El expositor debe pagar por anticipado por el

espacio que va a usar, y se hace responsable de llevar la pieza hasta el lugar de muestra (espacio efímero) y se llega a un acuerdo para tomar las fotos y montarlo en la plataforma virtual. Una vez expuesta, al momento de resultar comprador la transacción se hace directamente entre comprador y artista, artesano o diseñador y la empresa sería una plataforma para promocionar y mostrar. Para la venta de las piezas en el espacio efímero se hace la transacción en efectivo, por medio de una entidad financiera a manera de transferencia o consignación.

Fuente: elaboración propia

7.4.2 Alternativas de virtualidad

Como se menciona en las alternativas de emprendimiento, hay un aspecto de virtualidad donde se expondrán las piezas y teniendo en cuenta que existen diferentes opciones para este fin, se dio una mirada a algunas de ellas con la ayuda de un ingeniero de sistemas (Durán Giraldo¹⁰, 2018) y de un community manager (González Ríos¹¹, 2018):

Tabla 7: alternativas de virtualidad.

Alternativa	Descripción
Página web	Con esta plataforma, se suben las imágenes a una especie de catálogo donde pueden ser visualizadas las piezas desde diferentes perspectivas, junto con el precio y una pequeña reseña que cuente la intención de artista, artesano o diseñador. En cuanto a la transacción de la compra se puede usar tarjeta de crédito o débito, o por pago en efectivo hecho en una cuenta bancaria o por una empresa de giros reconocida, teniendo contacto (comprador-empresa) con antelación vía telefónica. Para tener este tipo de plataforma se deben cumplir unas condiciones, para que pueda quedar a disponibilidad de las personas que estén haciendo la búsqueda:

¹⁰ Esteban Durán Giraldo: Ingeniero de Sistemas de la Universidad ICESI, Java Developer.

¹¹ Tomás Andrés González Ríos: Community Manager de la Asociación Española de Profesionales de Social Media - Madrid. Director de Estrategia digital en empresa Planneo Grupo Estratégico.

- Registrar un dominio: hace referencia al nombre del sitio web
- Contratar hosting (alojamiento u hospedaje): lugar donde se encuentre la página para ser visibilizada.
- Diseño del sitio web: textos, imágenes, vídeos y sonido.
- Programación: consiste en "traducir" el diseño a un código que pueda ser leído y entendido por los navegadores.

Esta opción requiere de una inversión considerable tanto para el dominio como para el alojamiento que no es menor a \$400.000

Blog

Con esta plataforma, se suben las imágenes a una especie de catálogo donde pueden ser visualizadas las piezas, junto con el precio y una pequeña reseña que cuente la intención de artista, artesano o diseñador. En cuanto a la transacción de la compra se hace por pago en efectivo hecho en una cuenta bancaria o por una empresa de giros reconocida, teniendo contacto (comprador-empresa) con antelación vía telefónica. Para tener este tipo de plataforma no se requiere algún permiso especial o intervención de un experto, es decir, la puede crear cualquier persona y manejar el contenido.

Esta opción tiene a favor que puede funcionar como una página web y es gratis, pero se debe adaptar a unas plantillas pre establecidas, no obstante no quedaría como una página oficial de la empresa, quita credibilidad, y es una plataforma que ha perdido estatus entre los usuarios en esta época.

Página en Instagram

Crear una cuenta en esta red social que se centra en la visualización de imágenes, y que permita visualizar a cualquier usuario las piezas, junto con el precio y una pequeña reseña que cuente la intención de artista, artesano o diseñador. En cuanto a la transacción de la compra se hace por pago en efectivo hecho en una cuenta bancaria o por una empresa de giros reconocida, teniendo contacto (comprador-empresa) con antelación vía telefónica. Teniendo un manejo directo y rápido por parte de la empresa para el contacto con los compradores.

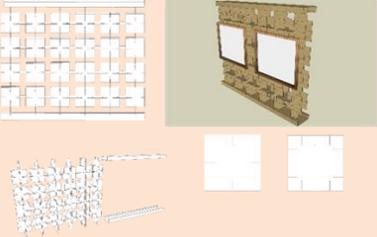
El uso de Instagram en el territorio nacional, no está incluido en el paquete de redes sociales gratuitas por parte de las compañías de celulares, lo que hace que su uso se de en mayor medida por parte de los estratos altos. Ha tenido una tendencia de crecimiento con respecto a la venta de productos también debido al estrato en el que se mueve, así como plataforma para el posicionamiento de marca teniendo en cuenta que hace parte del grupo de redes del Social Media que lo que buscan es vender.

Página en Facebook	<p>Página en Facebook: crear una cuenta en esta red social que conecta personas y publicar imágenes, y de esta manera se subirían las fotos de las piezas, junto con el precio y una pequeña reseña que cuente la intención de artista, artesano o diseñador. En cuanto a la transacción de la compra se hace por pago en efectivo hecho en una cuenta bancaria o por una empresa de giros reconocida, teniendo contacto (comprador-empresa) con antelación vía telefónica. Teniendo un manejo directo y rápido por parte de la empresa para el contacto con los compradores.</p> <p>Cabe resaltar, que la aplicación de Facebook en Colombia es ofrecida por las compañías de celular de manera gratuita, lo que aplica de manera más universal para todas las personas sin importar su estrato social. Ha impulsado mucho la compra y venta de publicidad a través de ellos, teniendo en cuenta que hace parte del grupo de redes del Social Media que lo que buscan es vender.</p>
Aplicación móvil	<p>Aplicación móvil: es una aplicación informática diseñada para teléfonos inteligentes, tablets y otros dispositivos móviles. En este caso de manera gratuita, donde se tendrán las piezas por medio de fotos junto con el precio y una pequeña reseña que cuente la intención de artista, artesano o diseñador. Estando al alcance de las personas siempre, desde que bajen la app. En cuanto a la transacción de la compra se puede usar tarjeta de crédito o débito,</p>

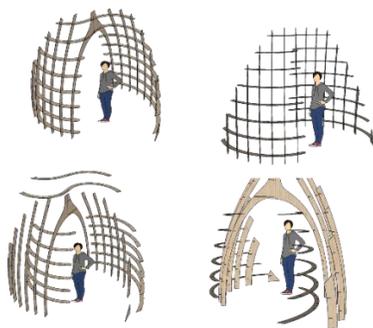
Fuente: Elaboración propia

7.4.3 Alternativas de diseño

Estas alternativas hacen referencia al espacio efímero, que será donde se muestren de manera física todas las piezas que hayan hecho los artistas, artesanos o diseñadores según los requerimientos anteriormente planteados:

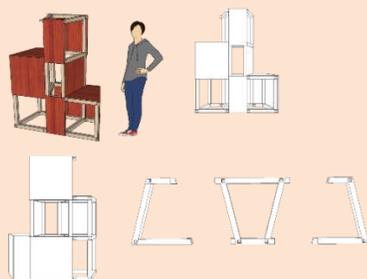
Alternativa	Descripción
<p data-bbox="412 1564 597 1596">Mobiliario 1:</p> 	<p data-bbox="824 1612 1398 1816">Se propone construir estructuras tridimensionales a partir del ensamblaje de planos en dos dimensiones de cartón rígido, que a su vez favorecen el fácil montaje y la movilidad de la exposición</p>

Mobiliario 2



Cabina de forma ovalada, con ensamblaje simple. Compuesto por una cubierta de secciones horizontales y verticales, y piezas que se fijan entre sí para aportar rigidez.

Mobiliario 3



El diseño expositivo Inspirados en el logotipo, de carácter modular, se realizó mediante bastidores en forma trapecio isósceles, que permiten configurar un espacio versátil según las necesidades de cada montaje.

7.4.4 Evaluación de alternativas

Para la evaluación de las alternativas se diseñó un cuadro de ponderación, donde a cada una se le valoraban de 1 a 5, siendo 5 el valor más importante y 1 el menos importante:

Tabla 8: evaluación de alternativas de emprendimiento.

EVALUACIÓN ALTERNATIVAS DE EMPRENDIMIENTO						
	20%	20%	15%	25%	20%	100%
Alternativas	Nombre de la empresa	Negociación	Logísticos	Financieras	Legales	puntuación
Compra de la pieza	5	2	5	2	3	3,25
Porcentaje en la venta	5	4	5	4	4	4,35
Alquiler del espacio	5	3	4	4	4	4

Fuente: Elaboración propia

Después del desarrollo de la evaluación de las alternativas de emprendimiento por parte del grupo, y según el cumplimiento de los requerimientos, se llegó a la conclusión que la opción de Porcentaje en la venta es la mejor con una puntuación de 4,35 debido a las facilidades que ofrece para el desarrollo de las actividades.

Tabla 9: evaluación de alternativas de virtualidad.

EVALUACIÓN ALTERNATIVAS DE VIRTUALIDAD								
	15%	15%	15%	15%	15%	15%	10%	100%
Alternativas	Legibilidad	Comunicativo	Interacción rápida	Visualización	Acceso	Costos	Negociación	Puntuación
Página web	5	3	2	4	3	1	4	3,1
Blog	4	2	3	3	3	5	3	3,3
Página en Instagram	4	5	4	5	5	5	3	4,5
Página en Facebook	4	4	4	4	5	5	3	4,2
Aplicación móvil	5	3	3	4	3	2	2	3,2

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que este aspecto de la virtualidad es un medio para la posición de la marca y como canal de comercialización se optó por tomar las 2 alternativas de mayor puntaje, es decir, Instagram y Facebook.

Según la evaluación de las alternativas de virtualidad con base en los requerimientos establecidos, arrojo que la mejor opción es la página en Instagram con un puntaje de 4,5. Tuvo una buena calificación en todas las categorías, la que menor puntaje obtuvo fue la de negociación sin que esto quiera decir que está mal o no se pueda hacer, es cuestión de generar en los posibles compradores la confianza de hacer el pago y esperar la pieza. Y en segundo puesto está Facebook con 4,2 de puntaje, teniendo el mismo comportamiento que la anterior en cuanto a la calificación de los criterios.

Tabla 10: evaluación de alternativas de diseño.

EVALUACIÓN ALTERNATIVAS DE EMPRENDIMIENTO						
	8%	8%	8%	8%	8%	8%
Alternativas	Seguridad	Percepción	Resistencia	Transportación	Materiales	Bienes de capital
Mobiliario 1	4	2	1	4	5	4
Mobiliario 2	3	2	1	3	5	4
Mobiliario 3	4	4	3	3	3	3

Fuente: Elaboración propia

7.4.4.1 Evaluación de las piezas

A continuación, se presenta un modelo de elaboración propia con el fin de sujetar las obras de las exposiciones previas a variables de evaluación las cuales se implementarán a la hora de aceptar una pieza de arte, artesanía o diseño para la exhibición en los espacios efímeros y medios virtuales.

Tabla 11: Evaluación de las piezas a exponer

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO		
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	25%
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	25%
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	20%
Estética	Valor estético que presente la obra artística	15%

Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	15%
-------------------	---	-----

Fuente: elaboración propia.

En los análisis generales se evalúan alternativas para cada obra de arte que se espere exponer en la empresa de emprendimiento, al igual que se encuentran categorías para evaluar la habilidad del artista en el campo del arte, artesanía o diseño, una de las categorías más destacadas se encuentra el diseño de la pieza de arte puesto que el proyecto está enfocado en capturar aquellas obras inéditas en artistas jóvenes en el mercado. Cabe resaltar que el trabajo de los artistas, artesanos y diseñadores se verá evaluado por la primera categoría con el fin de lograr uno de los objetivos principales del proyecto que es la exposición de objetos únicos en el mercado de las artes, es decir, trabajos inéditos.

Cabe señalar que una de las categorías más importantes en la matriz de evaluación son las características culturales que poseen las obras que se presentaran en los espacios efímeros y medios virtuales, este es uno de los requisitos a evaluar con el fin de cumplir el objetivo del proyecto ya que este integra el valor artístico y el cultural en la región.

Por otro lado, se encuentran categorías como lo estético, lo innovativo, estos tipos de variables evalúan la obra de arte o de diseño con el fin de enfocar las piezas que se emplearon en la creación de esta y por consiguiente la articulación de estas herramientas para la consolidación de la pieza como tal, los criterios que se tendrán en cuenta para evaluar las categorías anteriormente señaladas serán:

- Orden visual
- Armonía
- Acabados en la pieza artística o de diseño
- Geometría
- Colores
- Tema
- Movimiento
- Profundidad

Puesto que cada pieza en la solidificación de la obra de arte o diseño debe tener las características esenciales que cumpla con los requerimientos anteriores con el fin de considerarla aceptable para la empresa de emprendimiento cultural.

Por ende, estos caracteres anteriormente mencionados son con el fin de obtener una visión del trabajo del artista, con la capacidad de involucrar su experiencia junto con un trabajo único y exclusivo por medio de materiales frescos e innovadores que se mezclen con el valor cultural de su región.

8. PROPUESTA DEFINITIVA.

El presente trabajo busca evidenciar el proceso de creación de una empresa que promueva la cultura con el arte, la artesanía y el diseño; por medio del reconocimiento de artistas, artesanos y diseñadores inéditos, donde se pueda poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera relacionados con la creación de empresa y por resultante, el direccionamiento de la misma.

Por lo tanto, después de diferentes formas de abordar el problema, se identificó la necesidad de reconocer expresiones materiales que transmitan cultura, teniendo en cuenta que se está perdiendo el valor de esta por desconocimiento y por falta de un espacio que propicie y aprecie esas representaciones únicas y poco difundidas; tanto tradicionales y típicas de la comunidad como novedosas.

Por la época en la que estamos, las plataformas virtuales son una gran oportunidad de difusión debido a que por ellas se llega a múltiples personas, tanto demandantes como ofertantes de las piezas, sin importar si tiene algún tipo de trayectoria o estudios en el medio. Adicionalmente, el montaje de un espacio efímero se usaría para exponer las piezas de manera física en un lugar determinado y por un periodo de tiempo, es decir, que se podrá sustituir según la oferta y la demanda del momento y se podrá hacer el montaje y exposición de las obras donde requiera.

Se nombra entonces al proyecto **GESTIONARTE: GESTORES CULTURALES**, el diseño de una solución por medio de un emprendimiento cultural que busca la promoción a nivel local de artistas, artesanos y diseñadores inéditos; por medio de un espacio efímero y haciendo uso de Instagram y Facebook, con el fin de vender las piezas que elaboren.

En primera instancia, se debe hacer el contacto entre Gestionarte y los artistas, artesanos y diseñadores interesados en comercializar sus piezas. Este proceso se puede hacer por medio de convocatorias que se anunciarán en las redes sociales mencionadas, por correo electrónico de referidos o personas del medio, con anuncios en lugares clave o por medio del voz a voz. En este punto, los interesados mandan sus propuestas en unas fechas determinadas y se escoge la pieza de acuerdo a la evaluación según las categorías planteadas como se explica en el punto 7.4.3.1.

Una vez seleccionadas las piezas, se hace la legalización de la actividad por medio de un documento donde la persona que exhibirá la pieza autoriza la

muestra de manera virtual y física por medio del espacio efímero; también se deja especificado que si la pieza llega a ser vendida a Gestionarte le corresponde un porcentaje del valor de la venta.

En un inicio se generó la idea de solo crear una plataforma en Instagram donde las personas que fueran usuarios de esta red social pudieran ver, compartir y comprar las piezas de arte y diseño por esta plataforma más sin embargo se indago sobre los medios de comunicación con Tomas Gonzales y comento que Facebook era una plataforma donde se encontraban poblaciones de distintas características socio económicas, cabe señalar que nuestro proyecto es con el fin de compartir el arte con un público amplio y que no se haga una segmentación de mercados con respecto a los estratos socioeconómicos tan marcada como en otras plataformas de comercialización de piezas similares .

Dicho lo anterior Gonzales afirma que existe una alta tasa de personas de estratos medio y medio -alto que usan la plataforma de Instagram como red social más sin embargo también dice que estas personas también acceden a redes como Facebook, se puede afirmar entonces que Instagram es para mercado con posiciones socioeconómicas distintas a Facebook, debido a esto se optó por crear dos plataformas virtuales donde las personas puedan ver, compartir y comprar las obras de arte y diseño expuestas en las redes sociales de Gestionarte gestores culturales.

De manera que, se procede a la publicación de las piezas en la cuenta de Instagram y Facebook de GestionArte y en el espacio efímero según las fechas que se establezca. Para esta última situación, dependiendo de la ubicación y características de la pieza, y de los acuerdos a los que se llegue con el expositor, es trasladada por GestionArte o por personas expertas en el traslado de mercancía para evitar daños.

Una vez las piezas estén en el lugar donde se vaya a montar el espacio efímero, se ubican para que los posibles compradores puedan verlas, disfrutar y conocer su historia.

Si hay una persona interesada en la compra por medio de Instagram, se hace contacto por mensajería interna de esta misma red social para darle la información de cómo debe hacer el pago (cuenta bancaria o empresa de giros) y cómo se le hará llegar la pieza, de igual forma los datos de contacto se intercambian y se mantiene la comunicación hasta terminar el proceso; de darse la venta por medio de la muestra física, debe hacerse en efectivo o por los medios mencionados anteriormente.

8.1 Financiera

Entre las posibles alternativas que se evaluaron para la consolidación del proyecto se trató las características propias de una empresa como es la parte financiera, comercial y logística, estas variables se compararon dentro de los requerimientos que se encontraron pertinentes en el proyecto.

Entre las alternativas de emprendimiento se optó por un requerimiento financiero puesto que son una parte crucial de los negocios al igual que el proyecto es una empresa que requiere utilidades, liquides, costos y gastos; en el emprendimiento cultural la alternativa financiera se relaciona con la promoción de los artistas, diseñadores y artesanos con el fin de lograr la venta por medio de los espacios efímeros y medios virtuales ya que así se lograrán ingresos por medio de la venta de estas obras.

Por otra parte, el punto de equilibrio será generado solo si los ingresos pueden cubrir los costos del emprendimiento, estos costos se comprenden de la siguiente forma en el ejercicio de comprobación que se muestra más adelante: financiación, distribución y administración.

Tabla 12: costos y gastos del proceso

ACTIVIDAD	VALOR (\$)
Anuncios y publicidad	\$ 32.000
Espacio efímero espacio efímero	\$ 126.000
Transporte y gasolina	\$ 42.000
Tarjetas	\$ 15.000
Otros	\$ 2.600
Total	\$ 217.600

Fuente: elaboración propia

De consolidarse el proyecto en un emprendimiento, los rubros correspondientes a los costos deben ser más específicos y llevados con mayor rigor que los que se presentaron en este ejercicio. A continuación, se muestran algunos que deberían tenerse en cuenta:

Tabla 13: costos y gastos a futuro¹² (de consolidarse el emprendimiento)

ACTIVIDAD	VALOR (\$)
Community Manager	\$ 1.000.000
Curador o evaluador de las piezas	\$ 300.000
Logística	\$ 100.000
Diseñador	\$ 500.000
Condicionamiento del espacio efimero	\$ 200.000
Publicidad	\$ 100.000
Total	\$ 2.200.000

Fuente: elaboración propia

El valor del community manager es muy variable y depende de la experiencia y del tipo de acuerdo al que se llegue con el experto; ya que puede ser por mes o por un periodo más largo, o al llegar a cierto número de seguidores. Es determinado además, por la cantidad de redes que se vayan a manejar según González (2018).

El curador o persona conocedora de la cultura que haga la evaluación de las piezas se contrataría para cuando haya exposición nueva, no sería permanente por lo que no sería un rubro estrictamente mensual si no con la periodicidad que se haga las muestras.

En logística estarían incluidos los valores de transporte, ya sea por una empresa o si se hace por parte de la GestionArte; así como requerimientos de embalaje o protección de las piezas. Y si en algún momento se debe alquilar el espacio para poder montar el espacio efímero.

A la persona encargada del espacio efímero, se le pagaría por hacer el diseño y por entregarlo materializado (Hernández¹³ N. , 2018). Este valor sería cubierto en varios meses, ya que el módulo o los módulos pueden usarse en más de una exposición. Y en ocasiones el espacio efímero deberá ser adaptado según el lugar y las piezas por lo que esas modificaciones se deben incluir en el presupuesto a pesar de no ser un rubro que se ocasione en cada periodo.

Y para la publicidad, parte de ella se maneja por redes y va en el rubro de community manager. Lo adicional es lo que corresponde a publicidad física, como pendones, tarjetas de presentación y artículos de identidad corporativa.

¹² Todos los valores son variables, y están sujetos a modificaciones según las empresas o profesionales que se contraten. Así mismo, los valores no tienen una misma periodicidad.

¹³ Natalia Hernández Jaramillo: Diseñadora Industrial.

Adicionalmente, para dar inicio a las actividades del emprendimiento se puede recurrir a capital público. Participando en las convocatorias del ministerio de cultura, por medio de becas o en el programa de Convocatoria de Estímulos y Concertación (Ministerio de Cultura , S.F) que es un concurso donde se pasa la propuesta y de clasificar se le otorgan unos recursos para el proyecto. En el caso propio sería capital semilla, con el que se podrían iniciar las actividades y dejar bien montado lo que respecta al espacio efímero, redes y negociaciones.

8.2 Viabilidad comercial

De acuerdo a indagaciones hechas en la secretaria de cultura y se encontró la gran demanda que existe el sector a nivel local y es poca la oferta en la ciudad por parte de actores privados, cabe señalar que debido al nodo cultural que la ciudad de Pereira creo en el 2018 se abre una oportunidad de trabajar de la mano con la secretaria de cultura para crear el fomento en áreas culturales, es importante destacar que el proyecto generara oportunidades para la inclusión de distintos niveles socioeconómicos.

El proyectó hace la convocatoria de los autores por medio de las redes sociales de GestionAre y desde las cuentas de los integrantes del grupo, por medio de difusión vía correo electrónico y con la impresión y publicación de la información en lugares estratégicos.

En esta parte, es cuando se hace la conexión de todas las partes interesadas: GestionArte con sus dos tipos de clientes que son, los creadores de las piezas y los compradores.

8.3 Logística

Este requerimiento muestra diferentes etapas en el producto entre uno de ellos está el transporte de las piezas de arte, artesanía o diseño ya que cada obra requiere unas características de embalaje especiales, al igual se debe contar con el medio en el que se optara para la movilidad de la obra.

Dado lo anterior estas obras deben contar con tiempos de entrega establecidos al igual que un embalaje en específico ya que con ello se garantiza que la pieza llegara a su destino intacta y se contara con su preservación en el lugar de almacenamiento. Para los expositores el tiempo que se genere para el montaje debe ser un proceso eficiente generando la administración adecuada de tiempo y

espacio, esto se creara debido a los mecanismos anteriormente diseñados, es decir, una puesta para la presentación de las piezas artísticas, artesanales o diseño.

Siguiendo con el proceso de montaje se contará con el personal idóneo para el diseño y adecuación del espacio ya que se debe adaptar las áreas en las que las exposiciones será realizada, después el equipo deberá tener las piezas de arte previamente seleccionadas para la exposición y serán puestas de manera meticulosa para crear en el espacio armonía entre las obras y los cubículos.

8.4 Paralelo de ventajas

En la región de Risaralda y enfocado en el sector de la ciudad de Pereira se encuentran múltiples proyectos que están orientados al trabajo cultural y social, ya que contribuyen a dar espacios en los que las personas pueden disfrutar del arte; la música y la pintura son los mayores representantes en estas áreas designadas al aprovechamiento del tiempo libre y el ocio.

Entre estos espacios culturales y artísticos se destaca La Cuadra ya que es un proyecto enfocado a todo tipo de público que quiera disfrutar de zonas en las que se desenvuelve: música, pintura, poesía y escultura, junto con el apoyo de múltiples talleres artísticos se abre la posibilidad a la máxima difusión cultural a la población pereirana.

Al igual tiene como objetivo ayudar al crecimiento cultural de la ciudad con el apoyo de algunos talleres artísticos de este mismo sector, por otro lado, se caracteriza por crear espacios poco convencionales para atraer al público de distintos sectores socioeconómicos.

A pesar del periodo en el que la cuadra se ha venido desempeñando como una plataforma donde grandes y pequeños pueden interactuar con el arte y por ende la cultura, se genera aun en la ciudad carencia de espacios como la cuadra para atraer a público de toda clase a áreas como estas, por ende se pensó en una idea donde el concepto cambie de manera que el público se sienta identificado por el concepto puesto que la propuesta de GestionArte gestores culturales es crear espacios efímeros, es decir, áreas en múltiples lugares de la ciudad donde se realice una plataforma para comunicar la cultura a las personas por medio del diseño, el arte y la artesanía.

GestionArte se crea con el fin de ayudar a aquellos artistas inéditos que buscan una oportunidad en el campo artístico y de diseño, al igual que crea un espacio para que personas de todas las clases económicas se acerquen a estos sitios con el fin de la inclusión, puesto que pone el arte al alcance de múltiples consumidores. GestionArte apunta a la inversión cultural ya que se identificó el crecimiento en este tipo de mercados, al igual que la falta de oferta en comparación con la demanda que se pudo encontrar en la población.

GestionArte es un conector para los artesanos, artistas y diseñadores al igual que para los consumidores e interesados en trabajos como los que se expondrán en los espacios efímeros, así mismo, se encontrarán las exposiciones en las plataformas virtuales para el fácil acceso al público de todas las obras y artistas que se estarán apoyando.

El proyecto es una visión diferente de lo que se considera oferta cultural hoy en día, ya que apunta a artistas que aún no tienen un amplio recorrido en el medio, al igual que personas naturales que deseen incursionar en este medio pero que no cuenten con el apoyo necesario para hacerlo; GestionArte por otra parte crea un lugar para aquellas representaciones artesanales que se han perdido en zonas de la región, dando una gran importancia a estas formas de representación. Y le da la posibilidad de darse a conocer a los diseñadores, que tengan algo que mostrar por medio de la objetualidad.

9. COMPROBACIÓN

Para realizar la comprobación se requirió crear una identidad corporativa, además de diseñar y elaborar un prototipo de espacio efímero, seleccionar y evaluar las obras expuestas y elegir el espacio más apto para el evento. Estos ítems son descritos a continuación.

9.1. Identidad corporativa

Este ítem busca que, por medio del logo, en todas sus representaciones, los colores base y la fuente utilizada para la marca representen la esencia del proyecto. Por tanto, se diseñaron las siguientes propuestas para su posterior selección.

Gráfico 15: Propuestas logo



Fuente: elaboración propia

Luego, se seleccionó aquella que tenía semejanzas en su forma con el diseño del espacio efímero ya que al agrupar las dos letras características de la marca (GA-GestionArte) se crea la forma de un trapecio isósceles. A su vez, se eligió el tono naranja ya que este es un color representativo en las industrias culturales del país. Por último, se escogió una fuente por su diseño rectangular que complementa la forma del trapecio.

Gráfico 16: Logo Gestionarte



Fuente: elaboración propia

Adicionalmente se hizo el diseño de la tarjeta de presentación y la parte de publicidad para la convocatoria y promoción del evento donde también se usó el color naranja representativo de la empresa y con el que se relacionó el logo con el sector cultural.

La orientación de la tarjeta fue seleccionada horizontalmente con el fin de distribuir de una forma más armónica la información. En la cara principal se plasmó el logo de GestionArte en negativo con un fondo en tonos derivados del naranja simulando pinceladas y marcas de acuarela ubicadas de forma aleatoria. Mientras que en la parte trasera se dividió la tarjeta en dos; en la parte izquierda se ubicó nuevamente el logo (solo las siglas) con un fondo similar al de la parte trasera. En

la parte derecha se ubicó el nombre de la marca Gestionarte, los números de contacto y demás información descrita anteriormente.

Gráfico 17: Tarjeta de presentación



Fuente: elaboración propia

La pauta publicitaria utilizada para la promoción del evento se diseñó teniendo en cuenta nuevamente el color representativo de la marca GastionArte, el naranja, difuminando circularmente de oscuro en el centro a claro en los extremos, de forma que simula pinceladas circulares.

Gráfico 18: Promoción del evento



Fuente: elaboración propia

Se ubicó el logo en negativo en la parte central-superior, obteniendo gran protagonismo en la imagen, mientras que en la parte inferior se plasmó la descripción del evento y las redes sociales. El formato esta vez tiene una orientación vertical como se ve en la imagen anterior.

Después la selección del logo, fue necesario hacer la convocatoria, es decir, dar a conocer la propuesta a nuestros primeros clientes: artistas, artesanos y diseñadores. Para los dos primeros (artistas y artesanos) se tuvo contacto con personas conocidas y/o referenciadas que podían cumplir con los requerimientos. Por su parte, para la cuota de diseño se publicó una convocatoria en la página de Instagram y de Facebook de GestionArte, así como en las carteleras de la universidad, en una cuenta de Instagram que siguen los estudiantes de la Universidad Católica de Pereira, se hizo difusión por parte del director y un profesor del programa de Diseño Industrial, y en las redes sociales personales de los integrantes del grupo.

Para el diseño de la pauta publicitaria, se separaron dos espacios en un formato rectangular con orientación horizontal; en el lado izquierdo se ubicó el logo en negativo sobre un fondo de color naranja propio de la imagen corporativa y aquellos de su misma gama distribuidos de forma que emule una obra en acuarela abstracta. Sobre ella se realiza la invitación a participar en el evento con el fin de captar rápidamente la atención del espectador.

Gráfico 19: Convocatoria de diseño

GA
GESTIONARTE

¿TE GUSTARÍA MOSTRAR TU TALENTO?

1ER CONVOCATORIA PARA DISEÑADORES Y ARQUITECTOS INÉDITOS

Inscripciones del 9 al 14 de abril
Envíanos tu propuesta al correo:
gestionartegc@gmail.com
(las propuestas que envíes deben ser elementos útiles o artísticos.)
¡Te esperamos!

Más información: +57 310 4378673
+57 3195191028
+57 321 8328516

@gestionartegc
/Gestionartegestoresculturales

Fuente: elaboración propia.

De lado derecho, se plasma la descripción del evento con las fechas y direcciones de contacto del evento sobre un fondo de color naranja rojizo difuminado de forma que contraste con el lado izquierdo de la pauta publicitaria, tal como se evidencia en el gráfico 19.

9.2 Implementación del proyecto

Para este proceso se creó una cuenta de correo electrónico, de Facebook y de Instagram donde se podía tener contacto con los posibles clientes. Se recibieron inquietudes por parte de una egresada del programa de Diseño Industrial de la Universidad mediante el correo electrónico que estaba interesada en participar, pero por cuestiones de tiempo y distancia no pudo exponer sus objetos. Por Instagram, preguntaron más acerca del evento, no obstante, sus propuestas no fueron enviadas por ningún medio. Se recibió entonces la propuesta de un joven que elabora libretas con hojas reciclables y con diseño personalizado, se dio cuenta de la convocatoria por la publicación en las redes de una conocida.

Como se mencionó anteriormente, la cuota de arte y artesanía se cubrió con personas del medio conocidas por los integrantes del grupo. Con German Llano y Luz Arias egresados de Bellas Artes de la Universidad Tecnológica de Pereira se aportó a las artes desde la pintura; y con Jaime Andrés Nacavera, perteneciente a la comunidad Embera la sección de artesanías por medio de un juego de bisutería conformado por un collar, aretes y pulsera.

En este punto, se hace la debida evaluación de las piezas de acuerdo al formato de tabla 11 de este documento, para establecer si cumplen con los requerimientos planteados para ser expuestas de manera virtual y física:

Tabla 14: Obra de Germán Llano (A)

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	5,0	1,25
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,0	0,75
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	5,0	1,00
Estética	Valor estético que presente la obra	5,0	0,75

	artística		
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	4,0	0,6
	TOTAL		4,4

Fuente: elaboración propia

la primera obra que se apreció para la evaluación de las piezas fue la pintura de German Llano que representaba una mujer en un tríptico con tonos azules y grises, se debe aclarar que el artista no propuso nombres en específico para sus obras por lo tanto a partir de este texto se aclara que se diferenciaron por medio de las letras A,B y C; La obra A fue de gran interés para los evaluados debido a su diseño y la manera particular de unir las tres partes que componían la obra de arte, mas sin embargo no se encontró una conexión con el contexto que lo rodeaba, es decir, con la cultura propia de su entorno.

Tabla 15: Obra de Germán Llano (B)

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	5,0	1,25
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,0	0,75
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	5,0	1,00
Estética	Valor estético que presente la obra artística	5,0	0,75
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	4,0	0,6
	TOTAL		4,4

Fuente: elaboración propia

La segunda obra de German Llano fue una pintura en tríptico, dentro de la misma temática que se manejó en la anterior pieza el artista plasmo en colores grises y azules una mujer de piel blanca que de gran manera contrastaba con el fondo ya

descrito, se tomaron en cuenta los diversos materiales para esta pintura como papel, madera, pintura como el óleo para evaluar las categorías como experiencia, estética y diseño propio; propuso una forma diferente de ver las pinturas en tríptico por lo tanto en innovación tuvo una alta calificación empero se puede decir que la calificación más baja fue por la categoría de reflejo cultural la cual no se vio reflejada en la pintura.

Tabla 16: Obra de Germán Llano (C)

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	5,0	1,25
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,0	0,75
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	5,0	1,00
Estética	Valor estético que presente la obra artística	5,0	0,75
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	4,0	0,6
TOTAL			4,4

Fuente: elaboración propia

La obra nombrada C del autor anterior mostro las mismas carteristas de las obras que se evaluaron anteriormente, esta vez el artista creo en solo un cuadro una mujer de tez blanca y cabello rojizo, los colores principales que se apreciaron en la obra fueron los gris y rojo por lo cual creo una sobresaliente presentación visual por parte de los evaluadores lo que hace la evaluación para esta obra sobresaliente, se vio en la proporcionalidad que manejaba el cuerpo de la mujer en la pieza al igual los materiales incorporados estuvieron de la mejor manera incorporados en la pintura, recibió una baja calificación ya que presento la misma falencia como en las otras pinturas del artista.

Tabla 17: Mujer de escena

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	5,0	1,25
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,0	0,75
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	5,0	1,00
Estética	Valor estético que presente la obra artística	5,0	0,75
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	4,0	0,6
		TOTAL	4,4

Fuente: elaboración propia

Esta pintura es la última obra que se evaluó del artista German Llano, fue presentada a manera de pintura sobre madera y con otros materiales incorporados a esta lo cual la hice un gran atractivo al público al igual que los colores manejados en esta, la pintura conversaba relación con las demás obras del artista siendo una mujer la principal figura en la pieza, su diseño y matices fueron los que obtuvieron la mayor puntuación y por otro lado el reflejo cultural sigue siendo deficiente a la hora de ver las obras de Llano en general.

Tabla 18: Libretas personalizadas

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	4,0	1,0
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,5	0,9
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	3,7	0,7
Estética	Valor estético que presente la obra artística	5,0	0,8
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	4,0	0,6
		TOTAL	4,0

Fuente: elaboración propia

Las libretas fueron evaluadas en conjunto ya que no presentaban materiales ni temáticas diferentes, se evaluó la característica principal en ellas que eran de papel reciclable sin embargo esta clase de trabajo ya se pueden apreciar en cuadernos y papel por lo tanto no es una técnica muy novedosa, al igual que el diseño propio que es sacado de imágenes que descargan los mismos creadores de las libretas, es decir, no es un diseño propio el que empasta las libretas, por consiguiente no representan un reflejo cultural como se describe en el ítem evaluador pues no se hayo una relación entre el valor cultural se la región y la libreta.

Tabla 19: Monedero material reciclado

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	3,5	0,9
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	2,0	0,5
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	4,0	0,8
Estética	Valor estético que presente la obra artística	4,0	0,6
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	5,0	0,8
		TOTAL	3,5

Fuente: elaboración propia

El monedero clasifico para la exposición ya que manejaba materiales reciclables como lo era los cartones de leche tetra pack por ello se logró exponer, mas sin embargo sus calificaciones fueron deficientes ya que los diseños no son del mismo artista solo obtiene diseños ya pre creados y los preparan para el comprador, no poseen en ninguna manera un reflejo de su cultura; estéticamente puede mejorar puesto que se notaron algunas falencias en el producto como el color que obtenía el monedero dentro, los acabados y los colores alrededor de este.

Tabla 20: Gato de Cheshire

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	4,5	1,1
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,0	0,8
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	4,0	0,8
Estética	Valor estético que presente la obra artística	5,0	0,8
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	4,5	0,7
TOTAL			4,1

Fuente: elaboración propia

El gato de Cheshire es una obra de la colección homenaje a Alicia del artista Luz H. Arias, la pintura fue sobre madera y convino distintas técnicas para la elaboración de la pieza esto fue considerado ya que la experiencia fue reflejada en esta pintura junto con la innovación que se presentó a la hora de combinar estos materiales poco usuales en la pintura, la pieza es de creación única debido a la técnica implementada por el artista ya que como se mencionó antes es inusual ver texturas completamente diferentes una de la otra en una pintura, mas sin embargo el contexto en el que se desenvuelve la pintura no es propiamente cultural de la región por esa razón obtuvo una calificación menor.

Tabla 21: Conejo Blanco

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	4,5	1,1
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,0	0,8
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	5,0	1,0
Estética	Valor estético que presente la obra artística	5,0	0,8
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	5,0	0,8
TOTAL			4,4

Fuente: elaboración propia

El conejo blanco es parte de la misma colección hecha por Luz H. Arias, esta pintura obtuvo las mayores calificaciones debido a los matices que logro en el pelaje del conejo junto con un apto contraste con el fondo resalto en gran manera la pintura y por ende la atención a esta obra en particular, logro captar la atención del público con una pintura echa con materiales como papel, pintura y madera por esa razón logro obtener grandes puntuaciones a la hora de la evaluación el orden visual de la pieza es adecuado, al igual de sus colores y la figura del conejo representada en la pintura, mas sin embargo sigue siendo reiterativo el hecho de no tener un reflejo cultural de su región.

Tabla 22: Maniquí

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	5,0	1,25
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,0	0,75
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	5,0	1,00
Estética	Valor estético que presente la obra artística	4,0	0,6
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	5,0	0,75
TOTAL			4,4

Fuente: elaboración propia

De la misma autora el maniquí fue evaluado por su forma de como la artista capto de otra manera el modo de ver el mundo de Alicia, al igual que los colores que conforman el collage se mezclan perfectamente dando una apariencia al maniquí muy sutil, por otra parte se emplearon diferentes materiales en el maniquí lo cual llevo a una alta calificación más sin embargo los acabados que presento hicieron que la estética de la pieza fuera entorpecida, un aspecto negativo fue la poca relación que tenía con su medio cultural por esa razón su evaluación no fue la más alta.

Tabla 23: El Sombrero

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	4,0	1,00

Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,0	0,75
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	5,0	1,00
Estética	Valor estético que presente la obra artística	4,3	0,65
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	5,0	0,75
TOTAL			4,1

Fuente: elaboración propia

El sombrero sigue con la misma temática de Alicia por esa razón la calificación del reflejo cultural es la menor sin embargo se destaca en sobremanera la experiencia de la artista en la obra y lo creativa que fue al crear esta pieza de arte, el diseño lo realizo en una base de madera por otro lado si se aprecia la obra es un tríptico dentro de una gran pieza de madera, al igual los colores variables pero mezclados dentro de la figura fueron excepcionales sin embargo se presentaron falencias en esta misma figura como la proporción de las facciones del sombrero.

Tabla 24: Alicia

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	4,0	1,0
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	3,0	0,8
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	4,0	0,8
Estética	Valor estético que presente la obra artística	4,0	0,6
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	4,6	0,7
TOTAL			3,8

Fuente: elaboración propia

Alicia fue la última pieza que se evaluó de la colección de Alicia, esta pintura está pintada sobre madera, esta característica de material ya se había visto en los anteriores cuadros por otra parte los colores empleados en esta pintura no fueron los más llamativos, puesto que a la vista la forma y el color para la figura de la obra no fueron los mejores, aunque la artista intento retratar a su manera una

Alicia no logro hacer entender este concepto al público ya que se perdía la idea de Alicia en esta pintura.

Tabla 25: Jedeko kirisia (Juego de bisutería)

EVALUACIÓN PIEZAS DE ARTE, ARTESANIAS Y DISEÑO			
CATEGORIA	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL
Diseño propio	Una pieza artística inédita y de creación exclusiva	5,0	1,3
Reflejo cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	5,0	1,3
Experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	5,0	1,0
Estética	Valor estético que presente la obra artística	4,5	0,7
Innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	3,0	0,5
		TOTAL	4,6

Fuente: elaboración propia

Claro de luna fue una de las obras con mayor valor representación cultural por parte de la cultura indígena que se presentó en la comprobación del proyecto, sus colores fueron llamativos y de tonos representativos como lo fue el amarillo, por otro lado el diseño se evaluó como único debido a que no se conoce una colección similar a la que se presentó en la exposición, al igual que la experiencia vista por el artesano fue sobresaliente en su trabajo debido al diseño presentado por el mismo, mas sin embargo no obtuvo la mejor calificación en la innovación ya que el collar fue visto como una pieza la que no presentaba nuevas formas o materiales de realización.

Después de hacer la evaluación de las piezas y verificar que si cumplían con las características para la exposición se pasa a la firma del contrato entre GestionArte y el autor/a.

Gráfico 20: Firma del contrato entre GestionArte y el autor/a



Fuente: elaboración propia

Una vez firmado el documento (véase anexo 1), se procede a la captura fotográfica de las piezas a exponer y al traslado para mostrarlas en el espacio efímero.

Es importante saber un poco de las piezas que se iban a mostrar y reconocerlas por medio de fotografías

Estas primeras cuatro obras fueron hechas por Germán Llano, utilizando técnica mixta. Son una colección de cuatro cuadros con bailarinas y mujeres pertenecientes al circo, por lo que reflejan trabajo y alegría. Cada una de las piezas de esta colección tenía un valor de \$300.000 COP.

Estas piezas fueron expuestas anteriormente en la vereda la florida en una muestra cultural, por lo que no fueron hechas especialmente para la exposición de GestioArte.

Gráfico 21: Obra Germán Llano (A)



Fuente: elaboración propia

Gráfico 23: Obra Germán Llano (C)



Fuente: elaboración propia

Gráfico 22: Obra Germán Llano (B)



Fuente: elaboración propia

Gráfico 24: Obra Germán Llano (D)



Fuente: elaboración propia

Gráfico 25: Libretas personalizadas: Oswaldo Guayasamin



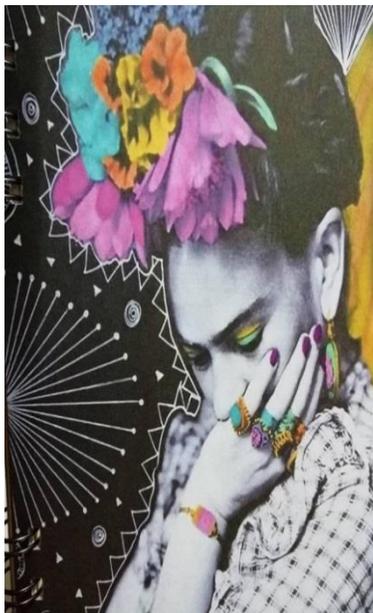
Fuente: elaboración propia

Gráfico 27: Libretas personalizadas: El principito



Fuente: elaboración propia

Gráfico 26: Libretas personalizadas: Frida Kahlo



Fuente: elaboración propia

Gráfico 28: Libretas personalizadas: Vincent Van Gogh



Fuente: elaboración propia

Las libretas son elaboradas por Víctor Toro, perteneciente al taller creativo Re. Son elaboradas a mano y con un diseño que puede ser personalizado; están inspiradas en obras y artistas famosos.

Oswaldo Guayasamin es representado en libretas con su obra La Ternura del año 1989, esta obra originalmente hace un homenaje al amor a las madres y defensa a los derechos humanos.

La libreta de Frida Kahlo, está en su mayoría a blanco y negro pero el adorno de la cabeza es colorido y le da vida a la pieza. Esta artista reflejaba su vida en las obras que hacía.

La libreta del principito, de Antoine de Saint-Exupéry con la imagen más representativa de la obra.

La libreta de Vincent Van Gogh, tiene varias de sus obras, como los Cipreses, La noche estrellada y Autorretrato hechas entre los años 1889 y 1890.

Cada una de estas libretas tenía un precio de venta de \$25.000.

Este monedero fue elaborado por Víctor Toro, en material reciclable de empaques tetrapack como alternativa de utilizar los materiales que representan un desecho. Cocido y hecho a mano. Esta pieza tenía un valor de \$12.000.

Gráfico 29: monedero en materiales reciclado



Fuente: elaboración propia

La artista pereirana Luz H. Arias representa en su colección Alicia en el país de las maravillas la obra del mismo nombre del autor Lewis Carroll en el año 1865. Este homenaje a la obra tuvo tres razones para la artista: primero, el mundo distorsionado de Alicia lleno de magia, misterios y muchos significados ocultos, esta colección representa la curiosidad de Alicia dejándose llevar por su corazón; a veces mejor equivocarse y aprender de los errores que no haber intentado alcanzar nada por miedo.

El tiempo... como algo tan efímero, relativo y extraño; y un gato tan místico e inteligente que aparece y desaparece mostrándonos siempre una sonrisa.

Gráfico 30: Gato de Chesire



Fuente: elaboración propia

Gato de Cheshire: ¡oh, siempre llegarás a alguna parte si caminas lo suficiente! Para esta pintura, la autora hace uso de la Técnica mixta. Tenía un valor de \$500.000.

Conejo Blanco: si conocieras el tiempo tan bien como yo, no hablaría de perderlo. La autora utiliza la técnica mixta, se ofreció esta pieza a \$450.000. (Gráfico 31)

Gráfico 31: Conejo Blanco



Fuente: elaboración propia

Maniquí: "creo que sí, estas demente, pero te diré un secreto: las mejores personas lo están". Se hizo uso de la técnica collage para esta pieza y su valor para la venta era \$800.000 (Gráfico 32)

El Sombrero: ¡NO estoy loco! Mi realidad es simplemente diferente a la tuya. La autora Luz H. Arias usó la técnica mixta para esta pieza y su valor a para la venta era de \$600. 000 (Gráfico 33)

Gráfico 32: Maniquí



Fuente: elaboración propia

Gráfico 33: El Sombrero



Fuente: elaboración propia

Gráfico 34: Alicia

Fuente: elaboración propia

Alicia, Alice Hiddell (1852) fue inspiración de Hewis para el personaje. "Me doy buenos consejos a mí misma, pero rara vez los sigo". La autora hizo una interpretación de la protagonista, usando técnica mixta y fue ofertada en \$500.000.

Jaime Andrés Nacavera, elaboro un conjunto de bisutería exclusivamente para la muestra de GestionArte haciendo uso de la técnica de Shakira checa que es tradicional de la comunidad Embera, y denominó la pieza Jedeko kirisia: Claro de Luna y representa la fuerza de la mujer Embera con todos los colores que allí se usan. El conjunto tenía un valor de \$130.000.

Gráfico 35: Jedeko kirisia



Fuente: elaboración propia

Las fotografías se utilizan para promocionar las piezas en los medios virtuales: Facebook e Instagram.

Gráfico 36: Facebook



Fuente: elaboración propia

Al 14 de mayo de 2018, la cuenta de Facebook cuenta con 133 amigos y 11 publicaciones, no obstante la participación con la página y las publicaciones no fue muy marcada a diferencia de la cuenta de Instagram, que era seguida por 34 personas, se hicieron 17 publicaciones y un total de 98 “me gusta”.

Gráfico 37: Instagram



Fuente: elaboración propia

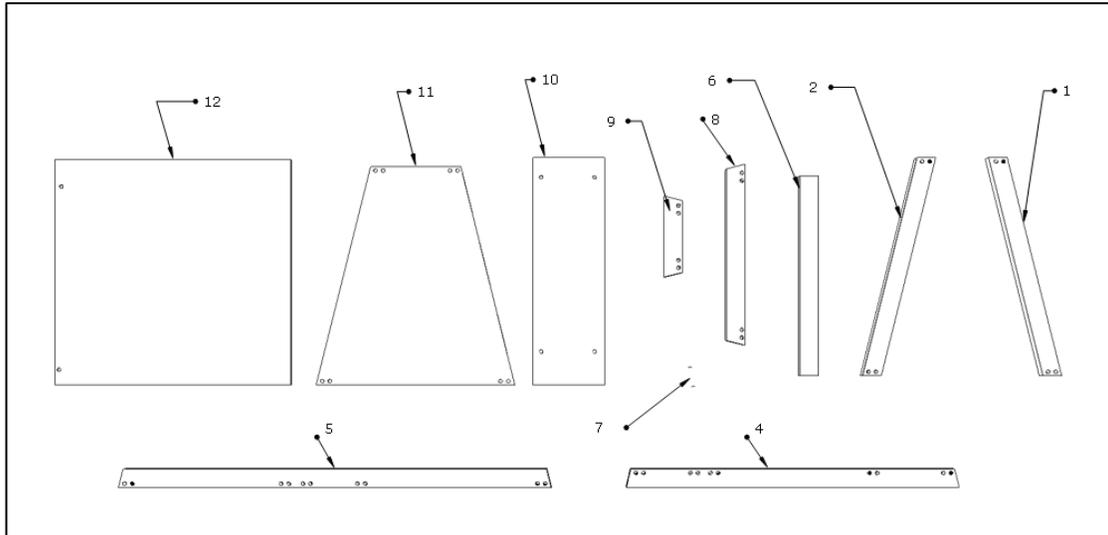
Una vez confirmados los expositores, se hace la promoción del espacio efímero con fecha y lugar usando las redes sociales, las carteleras de la Universidad Católica de Pereira como se puede ver en la gráfica 18 , así como una invitación especial por medio de una carta para el Decano de la Facultad de Ciencias Económica y Administrativas, la Directora del Programa de Administración de Empresas y el Director del Programa de Diseño Industrial que se les entregó de manera física.

En el proceso, se tenían las tarjetas de presentación en el lugar de exposición con el fin de tener mayor recordación y seguimiento de los posibles clientes que visitaron la exposición: estas contenían los números de contacto, las redes sociales y el correo electrónico.

Para la exposición de las piezas se tuvo que diseñar y elaborar el espacio efímero correspondiente, para ello se utilizaron programas de diseño y para la materialización; madera (pino cepillado) ya que es un material liviano y económico lo cual concuerda con los requerimientos establecidos para los espacios efímeros. También se requirieron; tornillos, empates en madera, triplex y la herramienta necesaria.

Con respecto al diseño, se partió de la forma de trapecio isósceles para realizar módulos piramidales, intercalando transparencias con el fin de darle mayor contraste a la iluminación de las obras de arte.

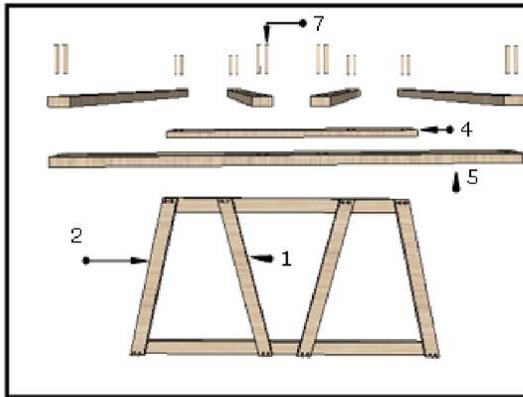
Gráfico 38: pasos de ensamble del espacio efímero



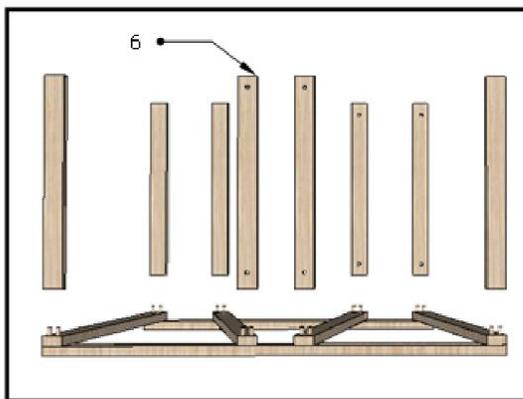
Fuente: elaboración propia

Gráfico 39: planos de ensamble del espacio efímero (parte 1)

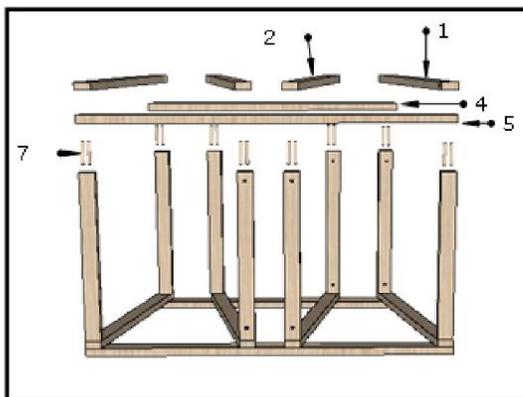
Paso 1



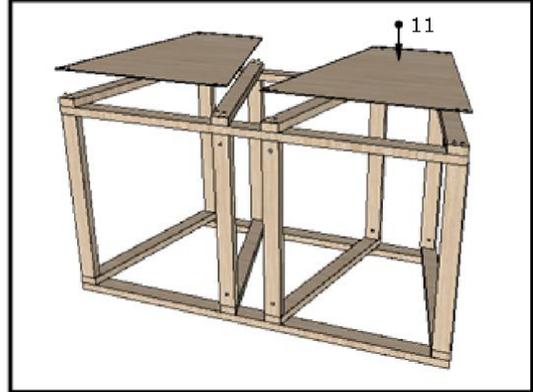
Paso 2



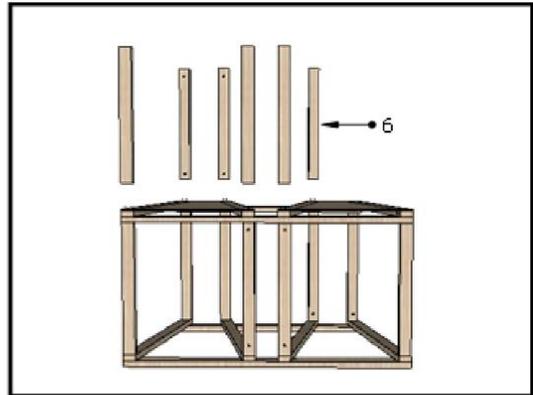
Paso 3



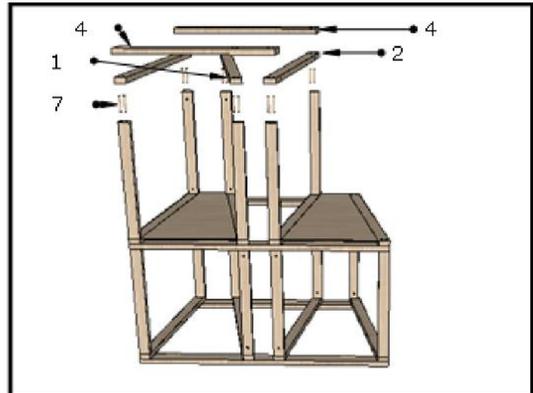
Paso 4



Paso 5



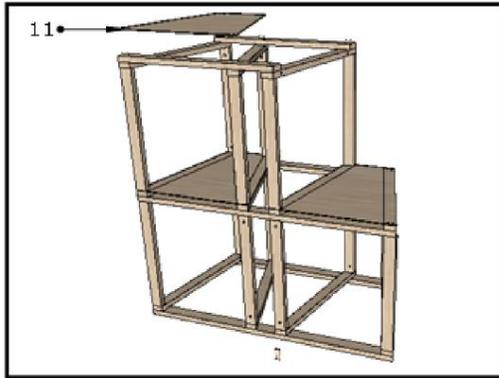
Paso 6



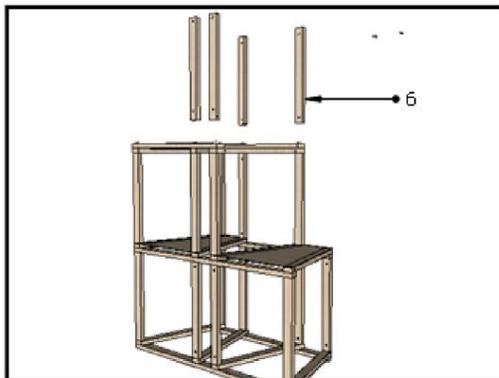
Fuente elaboración propia

Gráfico 40: planos de ensamble del espacio efímero (parte 2)

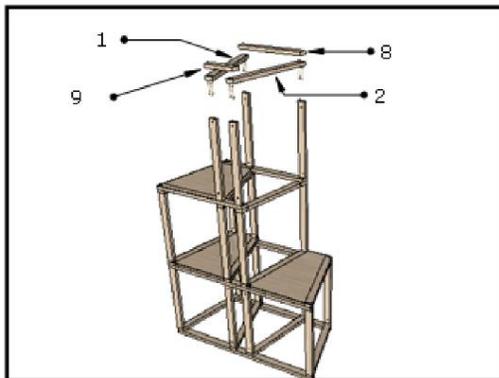
Paso 7



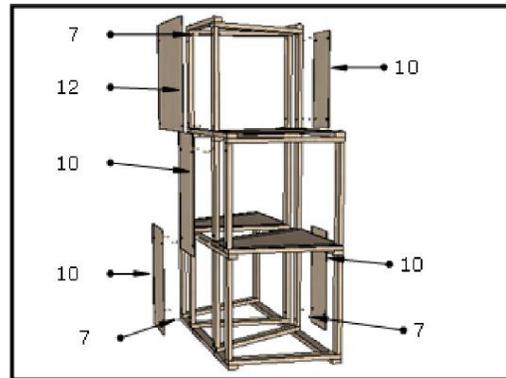
Paso 8



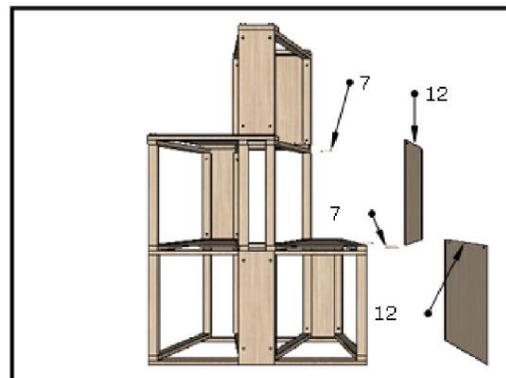
Paso 9



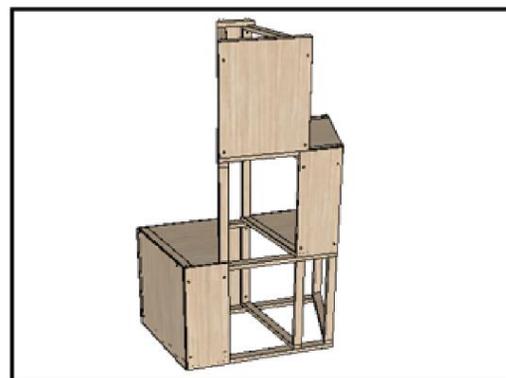
Paso 9



Paso 10

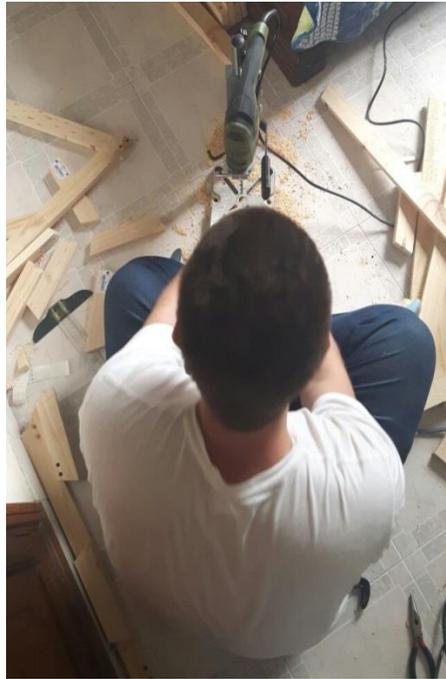


Paso 11



Fuente: elaboración propia

Gráfico 42: Elaboración del espacio efímero



Fuente: elaboración propia

Gráfico 43: Corte de las piezas del espacio efímero



Fuente: elaboración propia

Gráfico 44: prueba de ensamble espacio efímero

Fuente: elaboración propia

Dicho espacio efímero debió ser transportado desde el lugar de elaboración hasta el Bibliocafé, lugar donde se desarrolló el evento. Una vez en el destino, se ensambla para acomodar las piezas de la exposición.

Gráfico 45: Transporte desensamblada del espacio efímero

Fuente: elaboración propia

Gráfico 46: Montaje del espacio efímero (A)



Fuente: elaboración propia

Gráfico 47: Montaje del espacio efímero (B)



Fuente: elaboración propia

Después de que se arma la estructura, se procede a montar las piezas junto con el nombre (si tiene), el autor y alguna reseña ya que generalmente, cada obra cuenta una historia.

Esta información es la que se mencionó anteriormente junto con las fotografías de las piezas, y se hace con el fin de generar una conexión entre los visitantes físicos y virtuales con lo que se está exponiendo

Gráfico 48: Espacio efímero con Maniquí y El Conejo Blanco

Fuente: elaboración propia

Gráfico 49: Espacio efímero con Collar y libretas

Fuente: elaboración propia

En el proceso de exposición física por medio del espacio efímero se registró la visita de algunas personas con fotografías. Manifestaron que eran piezas muy llamativas y se obtuvieron comentarios muy agradables en lo referente a la calidad y autenticidad de lo que allí se mostraba.

Gráfico 50: Visitantes en el espacio efímero.



Fuente: elaboración propia

Gráfico 51: Visitantes apreciando las obras



Fuente: elaboración propia

Gráfico 52: Resumen del proceso



Convocatoria

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
tiempo propio	Una pieza artística hecha y de creación exclusiva	3,5	0,5
espacio cultural	La conexión que la obra presenta en su contexto cultural	2,0	0,5
experiencia	Aplicación del artista sobre la técnica y el material trabajado	4,0	0,5
valor público	Valor estético que presente la obra artística	4,0	0,5
innovación	Forma novedosa de creación de la pieza.	5,0	0,5
TOTAL			

Evaluación de piezas



Selección de piezas



Firma del documento



Traslado y fotografía y de la pieza



Exposición virtual de la pieza



Exposición física de la pieza



Venta de la pieza

Fuente: Elaboración propia

9.3 Conclusiones comprobación

Teniendo en cuenta que la exposición se realizó en la Universidad Católica de Pereira y que se prepararon las evaluaciones del espacio efímero con anterioridad se debe destacar la falta de público que se presentó en la zona debido al lugar del área puesto que no se presentó en un espacio más amplio el proyecto, se generó esa falta de público, sin embargo, se presentaron personas ajenas a la universidad que apreciaron y apoyaron este tipo de propuestas por la cultura.

Se puede destacar la alta participación de artistas y artesanos en la generación del proyecto ya que se interesaron en gran manera en la promoción de sus obras en un espacio efímero el cual se realizó en la Universidad.

Aunque se expusieron distintos tipos de arte, artesanía y diseño se pudo observar en cuanto a requerimientos de cuidado de la pieza que no se obtuvo exigencias por parte de los autores.

El proceso que se realizó con los artistas, artesanos y diseñadores fue de acuerdo a los parámetros establecidos anteriormente en los puntos 4 y 7 donde se

establecen los marcos legales que cubren las obras expuestas y los procesos que se irán haciendo después de obtener la pieza como tal, respectivamente

Por otra parte, a la hora de la exposición se observaron actos por parte del público que no se había previsto, el entorpecimiento de la zona y la pérdida de algunos elementos.

Al mismo tiempo de generar el espacio efímero se expusieron las obras en los medios virtuales, se recibió alta participación de la gente en la red social Instagram al contrario de Facebook que se encontró poca actividad en la página, sin embargo se debe destacar que aun las paginas son recientes y no se cuenta con publicidad en estos medio para que la empresa se dé a conocer; se mostró acogida por parte de los seguidores y una posible opción de compra de una libreta que se visualizó en Facebook.

Es importante señalar que el diseño que se estableció para los stands fue pensado en el protagonismo que debían tener las obras, junto con los espacios en los que se presentaría la exposición, por eso se creó con el fin de tener materiales y diseño acordes al trabajo, se realizaron siguiendo el concepto de espacios efímeros y así obtener una presentación cómoda para el manejo.

Se pudo observar en la exposición la falta de iluminación en algunas áreas, la inestabilidad del material, dejando a las obras en espacios poco aptos para la presentación y la carencia de color representativo de GestionArte.

9.4 Recomendaciones

Es importante tener en el área de exhibición medidas de seguridad, ya que las obras son de gran delicadeza y se presentaría por parte de los exhibidores y el público el entorpecimiento del espacio demarcado para la puesta de las obras.

Crear y buscar espacios acordes para la puesta de las obras, es decir, elaborar espacios efímeros que tengan mayores capacidades para ambientar la obra expuesta al igual que este debe crear una armonía junto con la pieza artística, artesanal y de diseño, buscando una línea de naturalidad y acoplamiento de la empresa y las obras.

Buscar un espacio en la ciudad de Pereira donde el proyecto sea más visible por el público en general, espacios más abiertos he iluminados, pero siempre conservando un espacio apto para la seguridad de las obras, algunas áreas recomendadas serian: centros comerciales, el centro cultural, universidades, entre otros.

Invertir mayor cantidad de capital en el material utilizado para recrear el espacio efímero ya que es necesario un fácil montaje y desmontaje del stand, y al mismo tiempo buscar la mayor participación de las piezas de arte con iluminación, mejores acabados en los módulos de madera y un color llamativo que represente a la organización.

Se evidencia durante la exposición, que el espacio efímero diseñado tuvo falencias con la estabilidad, por tanto, no se pudieron colgar algunas obras en él, haciendo necesario ubicar aquellas de mayor peso a nivel del piso. Además, no se pudieron realizar las adecuaciones planeadas debido a falta de tiempo para la realización del módulo.

Se recomienda rediseñar el espacio efímero con el fin de proporcionar mayor estabilidad, agregarle detalles de iluminación LED integrada al módulo para realzar la belleza de las obras y añadirle los tonos colores representativos de la empresa a los módulos con el objetivo de resaltar su similitud con el logo de GestionArte. Sumado a esto, se plantea la elaboración de un segundo módulo donde se puedan exponer cuadros u otro tipo de obras que requieran ser colgadas.

Gráfico 53: Propuesta del nuevo espacio efímero



Fuente: elaboración propia

Otra inversión importante debe ser en publicidad de los medios virtuales, con el propósito de atraer más seguidores en las páginas para así potenciar la compra por ese canal.

Administrar de manera más eficiente los medios virtuales, es decir, delegar a una persona en específico para ser el Community manager de la compañía con la finalidad de crear y mantener las relaciones con los clientes, los seguidores y los interesados en la marca o el producto.

En la comprobación del trabajo de grado se vio un nuevo método de generar una tienda en línea la cual se encarga de piezas artísticas y objetos que cumplen con una funcionalidad siendo una posibilidad de promover talentos por medio de plataformas internacionales especializadas en el área. No obstante, se deben revisar los aspectos legales y llegar a un acuerdo con los artistas, artesanos y diseñadores.

Aprovechar las posibilidades de las nuevas tecnologías con el propósito de recrear para el público virtual una experiencia más real a la hora de apreciar las piezas artísticas, artesanales y de diseño.

A la hora de hacer la negociación se debe aclarar al artista, artesano o diseñador que debe leer y entender cada parte acordada en el contrato para evitar confusiones en la venta o en la exposición de la pieza.

Es importante no recibir las obras si aún el contrato no ha sido debidamente diligenciado.

Se debe especificar en el contrato detalles como: el autor aprueba la venta de su obra de arte en medios virtuales distintos a Facebook e Instagram, si el autor no especifica los parámetros para el transporte de la pieza entonces la empresa dispondrá de esta como lo vea pertinente, mientras este la obra en los medios virtuales de nuestra empresa seguirá a la venta y podrá ser retirada cuando el artista lo desee, por otro lado sino es así la pieza seguirá siendo exhibida y si es vendida aunque ya la empresa no tenga el objeto físico seguirá perteneciéndole el 20% de la venta de la obra.

Se deben hacer contratos con las personas o establecimientos que presten el área para las exhibiciones de los espacios efímeros ya que todo debe estar documentado por si surge algún contratiempo.

CONCLUSIONES

El proceso de desarrollo del trabajo tuvo diferentes etapas y de cada una se puede sacar una conclusión:

Después de una extensa revisión bibliográfica de autores importantes en el tema de las industrias culturales, el arte, la cultura, el emprendimiento y todos los demás aspectos que desde los antecedentes y la teoría se mencionaron, se llega a la conclusión que este es un tema que es relativamente nuevo pero que ha cogido una fuerza importante en países con un mayor desarrollo donde han podido migrar sus actividades económicas a un sector que no es tradicional, un sector donde se potencia lo que los autores puedan mostrar y pueden llegar a una sociedad por medio de todas las expresiones de la cultura.

En lo que a Colombia respecta, desde el sector público se ha buscado una mayor participación en actividades que involucren la cultura pero es un proceso largo y que adicionalmente requiere la integración y cooperación del sector privado para llegar a un público más amplio.

Por su parte, Pereira lleva un corto pero que vislumbra buenos resultados por trabajo conjunto entre el sector público desde la Secretaría de Cultura y desde el sector privado con empresas y colectivos que se han organizado desde hace muchos años para prestarle a la ciudad espacios para el goce y disfrute de la cultura; un ejemplo de esto es La Cuadra Talleres Abiertos y Cortocircuito que han estado relacionados con la exposición de arte, música y algo de artesanías en la ciudad.

Teniendo en cuenta lo anterior, no se identifica una empresa u organización en Pereira que desarrolle exactamente las mismas actividades que se plantean en el proyecto por lo que se ve una buena oportunidad para la promoción de artistas, artesanos y diseñadores inéditos por medio del espacio efímero con la muestra física y a través de los medios virtuales con Facebook e Instagram.

El trabajo de grado fue un medio por el cual los estudiantes retroalimentan lo visto en la carrera ya que para realizar el proyecto se requirió poner en práctica los temas tales como mercadeo, logística, financiera, entre otras; se necesitó el trabajo en equipo, la colaboración de todas las partes que integraron en proyecto, la gestión realizada con los artistas, diseñadores y artesanos para la consolidación de la comprobación al final, al igual que fueron las características clave para la aplicación del aprendizaje en la academia.

Como fue mencionado en el texto anterior en el proceso se realizó una comprobación de lo planteado, donde se llevó a la práctica cada etapa del

desarrollo de la idea y se evidencio como sería la dinámica de la actividad, cabe aclarar, que fue desarrollado en un espacio y condiciones a escala de lo que sería.

De la comprobación se puede concluir que: las personas que visitaron el evento manifestaron que era una apuesta interesante y diferente, desde las redes sociales hubo buena interacción por medio de “me gusta”, más desde Instagram que desde Facebook. Por la primera, se tuvo contacto con personas que al ver la convocatoria quisieron participar a pesar de que no enviaron sus proyectos, si genero alguna reacción entre las personas.

No obstante, por medio de Facebook resultó una posible compradora con la que se tuvo contacto vía telefónica. Esta plataforma ofrece herramientas de seguimiento y cifras estadísticas que no tiene Instagram y que a futuro serian de gran ayuda para el proyecto por lo que sería pertinente potenciar la página de Facebook para el contacto con el público.

Adicionalmente, se reconoce que se debe ubicar la exposición física en un lugar de mayor concurrencia de personas y donde se tenga presencia permanente de alguna persona para el cuidado de las piezas que allí se muestran.

Se puede apreciar una ventaja por parte de la inversión ya que no se requiere una cantidad de dinero significativa puesto que el proyecto solo se encarga de gestionar la venta de artículos artísticos, artesanales y diseño (que en su caso sean objetos funcionales), debido a ello el trabajo en su totalidad estaría en la exposición de las piezas por lo tanto la inversión se centra en el stand que se realizó por parte del equipo de trabajo; los medios virtuales (Instagram y Facebook) ofrecen la posibilidad de un catálogo totalmente gratis, disponibles las veinticuatro horas al público en general.

GLOSARIO

Curador: El curador es la persona que cuenta con la preparación y la habilidad para desarrollar las estrategias de exhibición eficientes, que aseguren una exitosa relación entre los artistas y los espectadores (y compradores), por medio de la obra y el modo en que ésta, es presentada.

Espacio efímero: Un espacio efímero es aquel que se proyecta para que su tiempo de duración sea relativamente corto, sin embargo, este concepto involucra características importantes que contribuyen a su definición y valoración como tal, entre ellas podemos mencionar el concepto del suceso que se evidencia en el espacio, este por naturaleza siempre va a ser un acontecimiento irrepitable en las diferentes oportunidades en que se presente, debido a una gran cantidad de factores que influyen sobre él, que pueden ir desde agentes ambientales, lugar de representación, tipo de público, actores, cantantes o presentadores, según sea el caso.

Galería de arte: Las galerías de arte son lugares donde se exponen pinturas y/o esculturas de uno o más artistas, con fines estéticos, de difusión cultural y en ocasiones con objetivos de comercializar las piezas exhibidas.

Inéditos: hace referencia a la condición de artistas, artesanos y diseñadores que tienen poco o nulo reconocimiento en el medio.

Storytelling: hace referencia a contar historias, y actualmente se aplica al marketing aplicado al producto o servicio, la empresa, o una persona; que generando así una conexión emocional con sus clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía de Pereira . (8 de Noviembre de 2017). *Alcaldía de Pereira* . Obtenido de <http://www.pereira.gov.co/Cultura/Paginas/Rese%C3%B1a.aspx>
- Alfonzo Cifuentes, J., Gallego Londoño, A., & Ríos Millán, A. (2010). *Industrias Culturales de Santiago de Cali: caracterización y cuentas económicas*. Cali : Impresora Feriva S.A .
- Arango Lopera. (2015). *Industrias Culturales y Estéticas: un rastreo sobre su posible relación* (Vols. 18-2). Medellín: Universidad de Medellín.
- Arteria. (8 de Noviembre de 2017). *Periodico arteria* . Obtenido de <https://www.periodicoarteria.com/liquidacin-instituto-en-pereira-6571>
- Banda Sinfónica Municipal de Pereira. (13 de febrero de 2018). *Facebook*. Recuperado el 22 de abril de 2018, de Banda Sinfónica Municipal de Pereira: <https://www.facebook.com/340232059374561/photos/a.423376464393453.102297.340232059374561/1733260170071736/?type=1&theater>
- Bauman, Z. (2009). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica de Argentina S.A.
- Bourdieu, P. (2010). *El Sentido Social del Gusto. Elementos para una Sociología de la Cultura*. XXI SIGLO VEINTIUNO .
- Burgos, J. (20 de abril de 2017). Entrevista acerca del entorno cultural de la ciudad . (M. Amaya Arciniegas, & W. Hernandez Vergaño, Entrevistadores)
- Cámara de Comercio de Cali . (11 de noviembre de 2016). *Cámara de Comercio de Cali*. Recuperado el 17 de septiembre de 2017, de GEM: Panorama del Emprendimiento en Colombia: <http://www.ccc.org.co/gem-panorama-del-emprendimiento-colombia/>
- Colombo Americano. (8 de Noviembre de 2017). *colombopereira*. Obtenido de <http://www.colombopereira.com/es/ipaginas/ver/19/la-cuadra-talleres-abiertos/>
- Colprensa. (23 de agosto de 2017). *El País* . Recuperado el septiembre de 2017, de Colombia celebra los 20 años de creación del Ministerio de Cultura : <http://www.elpais.com.co/entretenimiento/cultura/colombia-celebra-los-20-anos-de-creacion-del-ministerio-de-cultura.html>

- DANE. (Julio de 2017). *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2017, de Encuesta Integrada de Hogares -GEIH- Mercado Laboral.: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- DANE. (2017). *Departamento Nacional de Administración de estadísticas* . Recuperado el 17 de septiembre de 2017, de Empleo Informal y Seguridad Social: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>
- Díaz Munizaga, P. (2013). Industrias culturales & Industrias creativas, evolución histórica y conceptual, confluencias y divergencias. 4-162.
- Dirección nacional de derechos de autor*. (s.f.). Obtenido de Ley 23 de 1982 "Sobre derechos de autor" .: <http://derechodeautor.gov.co/leyes>
- Durán Giraldo, E. (Febrero de 2018). Asesoría Ingeniero de Sistemnas. (M. Amaya Arciniegas, Entrevistador)
- Eje Diversión. (06 de septiembre de 2013). *Eje Diversión*. Recuperado el 22 de abril de 2018, de Teatro Santiago Londoño: <https://ejediversion.webnode.com.co/news/teatro-santiago-londono/>
- Escandón-Barbosa, D., Arias, A., Medina, L., Gómez, L., Varela, R., Martínez, P., y otros. (2015). *Reporte de GEM Colombia 2015/2016*. Recuperado el 2 de marzo de 2018, de GEM Colombia : <file:///C:/Users/Maria%20Camila/Downloads/GEM-Colombia-20165.compressed3.pdf>
- Formichella, M. (2004). *Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario*. Recuperado el septiembre de 2017, de EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Foro naranja 2017: Distritos Creativos. (2017). *Facebook*. Recuperado el 5 de marzo de 2018, de Foro naranja 2017: Distritos Creativos: <https://www.facebook.com/events/755031961355988/>
- Freitag, V. (diciembre de 2014). Entre arte y artesanía: elementos para pensar el oficio artesanal en la actualidad. *El Artista*(11), pp. 129-143.

- Gallo, J. (2016). *Plan de Gobierno Plan de Todos*. Pereira: Alcaldía de Pereira .
- García, M. (15 de febrero de 2018). Representante de La Cuadra. (C. Amaya, & W. Hernández, Entrevistadores)
- Gay, A., & Samar, L. (2007). *El Diseño Industrial en la Historia*. (TEC, Ed.)
Obtenido de
<http://www.faud.unsj.edu.ar/descargas/LECTURAS/Diseno%20Industrial/OBLIGATORIA/3.pdf>
- González Ríos, T. (07 de abril de 2018). Entrevista con experto en redes sociales . (M. Amaya Arciniegas, Entrevistador)
- Grupo de Emprendimiento Cultural. (2017). *MinCultura* . Recuperado el 2 de septiembre de 2017, de Grupo de Emprendimiento Cultural:
<http://emprendimientocultural.mincultura.gov.co/>
- Hernández, M. (19 de septiembre de 2013). *Diferencia entre método, técnica, instrumento y metodología*. Recuperado el 07 de octubre de 2017, de Metodología de Investigación Marisol Hernández:
<http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com.co/2013/09/diferencia-entre-metodo-tecnica.html>
- Hernández, N. (2018). Cotización Espacio Efímero. (M. Amaya Arciniegas, Entrevistador)
- MINICULTURA. (8 de noviembre de 2017). *Sistema nacional de información cultural* . Obtenido de
<http://www.sinic.gov.co/SINIC/Secciones/PaginaDireCulDetalle.aspx?AREID=2&SECID=1&SERID=14&Id=3596>
- Ministerio de Cultura . (S.F). *Grupo emprendimiento cultural*. Recuperado el 2018, de Convocatoria :
<http://emprendimientocultural.mincultura.gov.co/convocatorias/>
- Molina, R. (s.f.). *Diseño e introducción a las tecnologías digitales* . Obtenido de
<http://eugeniovega.es/paidos/clase02disenho.pdf>
- Nueveochenta. (S.F). *Nueveochenta* . Recuperado el 5 de marzo de 2018, de
<http://nueveochenta.com/nueveochenta>
- Pelaez, L. (20 de Abril de 2017). Entrevista acerca de derechos de autor . (M. Amaya Arciniega, A. Arboleda Cañaverál, & W. Hernández Vergaño, Entrevistadores)

- Pereira Cómo Vamos . (2017). *Encuesta de Percepción Ciudadana 2016*. Pereira : IPSO.
- Pereira, A. d. (2016). *Documento Técnico de soporte Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019 "Pereira Capital del Eje"*. Pereira.
- Portafolio. (2016). *Emprendimiento Colombiano en Cifras*. Recuperado el 2 de septiembre de 2017, de Portafolio :
<http://www.portafolio.co/innovacion/emprendimiento-colombiano-cifras-155078>
- Quintero, J. (23 de Febrero de 2018). Coordinador Cultural de la Alianza Francesa - Integrante de Cortocircuito. (M. Amaya Arciniegas, & W. Hernandez Vergaño, Entrevistadores)
- Ramírez, M. (21 de Abril de 2017). Entrevista acerca del entorno cultural de Pereira. (M. Amaya Arciniegas, & W. Hernandez Vergaño, Entrevistadores)
- Rey, G. (2008). Industrias culturales, Creatividad y desarrollo. *Ministero de asuntos exteriores y Cooperacion*, 5-137.
- Rincón Projects. (S.F). *Rincón Projects*. Recuperado el 5 de marzo de 2018, de Historia: <https://www.rinconprojects.com/sobre-rincon>
- Secretaria de Cultura de Pereira. (13 de enero de 2017). *pereira.gov* . Obtenido de Secretaria Municipal:
<http://www.pereira.gov.co/Cultura/Noticias/Paginas/Secretar%C3%ADa-Cultural-Municipal.aspx>
- Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (28 de febrero de 2017). *Alcandía de Bogotá*. Recuperado el 23 de septiembre de 2017, de Ley 397 de 1997 :
<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/ley-397-de-1997-ley-general-de-cultura>
- Semana. (28 de mayo de 2016). ¿Hay crisis de la cultura en Colombia? *Semana*.
- Shiner, L. (2010). *La invención del arte. Una historia cultural* . Paidós:Barcelona-Buenos Aires-México.
- Superintendencia de Industria y Comercio . (S.F). *SIC: SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO*. Recuperado el 22 de febrero de 2018, de Obetivos y funciones: <http://www.sic.gov.co/objetivos-y-funciones>
- Taringa. (12 de octubre de 2016). *Taringa* . Recuperado el 21 de septiembre de 2017, de Medios Virtuales en el Ciber Espacio:

<https://www.taringa.net/posts/ciencia-educacion/19616466/Medios-virtuales-en-el-ciberespacio.html>

Tellez García, M. (Diciembre de 2014). *Espacios Efímeros: Escenografía*, octava . (U. d. Guanajuato, Editor) Recuperado el Septiembre de 2017, de interiorgrafico: <https://www.interiorgrafico.com/edicion/octava-edicion-diciembre-2009/espacios-efimeros-escenografia>

Torres, J. (02 de Octubre de 2017). Contexto de oferta cultural . (M. Amaya, & W. Hernández, Entrevistadores)

UNESCO. (2007). *STATISTICS ON CULTURAL INDUSTRIES: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects*. Bangkok: UNESCO Asia and Pacific Regional Bureau for Education.

UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas* . España: Gráfica Latina .

Vargas L, M. (2012). *La Civilización del Espectáculo* . Alfaguara .

Vega, E. (2003). *Arte, Diseño y Tecnología*. Obtenido de <http://www.eugeniovega.es/paidos/intro.pdf>

Visocym. (10 de Junio de 2015). *Diferentes tipos de diseño y sus categorías*. Recuperado el octubre de 2017, de <https://www.visocym.com/2015/06/10/diferentes-tipos-de-dise%C3%B1o-y-sus-categorias/>

WDO. (S.F). *World Disign Organization*. Recuperado el Octubre - Noviembre de 2017, de Definición de Diseño Industrial: <http://wdo.org/about/definition/>

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Recuperado el Septiembre de 2017, de Área metropolitana de Centro Occidente: https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81rea_metropolitana_de_Centro_Occidente

ANEXOS

1. Contrato de compraventa de obra CONTRATO DE CONDICIONES DE EXPOSICIÓN DE UNA PIEZA DE ARTE, ARTESANÍA O DISEÑO.

En la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _____ del _____ año _____ se reunieron en _____ de la ciudad de _____, las

siguientes personas:

PARTES:

_____, identificada con cédula de ciudadanía 1.088.236.600 quien en adelante se llamará la AUTOR

_____, identificado con la cédula de ciudadanía _____ REPRESENTANTE DE LA EMPRESA

GESTIONARTE: GESTORES CULTURALES, quien en adelante se denominará el EXPOSITOR.

Manifiestan los antes citados, que se han reunido con la finalidad de celebrar un contrato de exhibición y venta de una pieza de arte, artesanía o diseño creada por el autor.

OBJETO DEL CONTRATO:

1° El autor por medio de este contrato autorizan al Expositor para exhibir en su espacio efímero (de manera física) y en las redes sociales del expositor e denominados _____

2° El autor autoriza al Expositor para vender _____ por el valor _____ (\$ _____), precio sobre el cual GESTIONARTE recibe el 20% que corresponde a _____ (\$ _____).

La exhibición se autoriza por un período de _____ (_____) días calendarios, los que empezarán a contarse a partir del día _____ de _____ del año _____ y finalizarán el día _____ de _____ del año _____ a las _____, en caso de no haber sido vendida, será reintegrada en perfecto estado a los autores el día siguiente.

DESCRIPCION DE LA OBRA:

MANTENIMIENTO DE LA OBRA:

Cuidado con el agua, limpiar con un trapo seco.

FORMA DE PAGO:

El expositor pagará en dinero efectivo al autor la suma resultante de la venta de la pieza al terminar la exposición.

CONDICIONES ESPECIALES:

1. Por tratarse de una pieza de diseño lo que se vende al comprador es solamente el original de la obra denominada _____ creada por _____.
2. La venta se hace únicamente con destino a colección privada, por lo que se prohíbe su reproducción por cualquier medio.

3. Por lo anterior el dueño del original no podrá exhibirlo con fines de lucro, pues los derechos intelectuales y morales no se venden con el original de la obra.
4. Los autores podrán realizar copias de la obra citada, y podrán exhibirla con fines de lucro, sin que deban realizar pagos a favor del propietario del original, con esto se valorizará el precio de la obra, por lo tanto, en el momento en que el propietario del original desee venderlo, deberá pagar a los autores un valor igual al cinco por ciento del valor que supere, la suma pagada por el cuadro original, al ser adquirido de los autores.

TRASLADOS:

Los traslados de la obra serán por cuenta y riesgo del expositor y el seguro que se contrate por el expositor, deberá cubrir los desplazamientos

AUTORIZACION

Los autores autorizan a la empresa **GESTIONARTE: GESTORES CULTURALES** a la reproducción de la pieza por medio de fotografías en sus cuentas de Instagram, Facebook, y redes sociales, desde el día de entrega de la pieza a los expositores hasta su venta o devolución según el caso. Los elementos publicitarios aquí autorizados deberán ser retirados de las redes sociales y cualquier otro medio una vez expirado el plazo pactado, de lo contrario se entenderá incumplido el contrato.

La compraventa de obra artística protegida por la Ley de Propiedad Intelectual presenta particularidades que son muy significativas, ya que a diferencia de lo que sucede con la compra de un bien no protegido (por ejemplo, un vehículo), en que una vez transferido, el antiguo propietario pierde su uso, goce y disposición, en la compraventa de la obra artística el AUTOR/A sigue ostentando determinados derechos morales y patrimoniales de los que no se desprende, salvo autorización expresa del propio artista.

DERECHOS DE AUTOR

Por el presente contrato no se entienden transferidos los derechos morales y patrimoniales que la LEY 44 DE 1993 de derechos de autor y el artículo 61 de la Constitución Política de Colombia sobre Propiedad Intelectual, reconoce al AUTOR/A de la obra, ni se entiende el COMPRADOR facultado para reproducirla, exhibirla, publicarla, transformarla o distribuirla con fines de lucro.

CLÁUSULA DE NO TRANSFERENCIA.

Los autores declaran que son titulares originales del derecho de autor y propietarios individuales de la mencionada obra, y manifiestan que no han transferido ninguno de los derechos que en tal calidad les corresponden sobre la

misma, encontrándose ésta libre de cargas, gravámenes o autorizaciones vigentes para su utilización por terceros.

INCUMPLIMIENTO DE LOS AUTORES.

En caso de incumplimiento de los autores, estos pagarán a favor el expositor una suma igual a cien mil pesos (\$100.000 m.cte) se entenderá incumplimiento la no entrega de la pieza de arte en la fecha prevista y el retiro de la misma antes de la fecha pactada.

Durante la exhibición los autores no podrán disponer de la pieza de arte para ninguna otra exposición o actividad.

INCUMPLIMIENTO DEL EXPOSITOR.

En caso de incumplimiento por parte del expositor, el mismo pagará a favor de los autores una suma igual a cien mil pesos (\$100.000 m.cte). , sin que este pago le genere derecho alguno sobre la obra.

CLAUSULA COMPROMISORIA UNO:

Acuerdan las partes que GESTIONARTE tendrá los derechos de venta de la pieza, durante la exhibición virtual y física.

CLAUSULA COMPROMISORIA DOS:

En caso de controversias para la aplicación o liquidación del presente contrato estas se someterán a un centro de conciliación, legalmente constituido, de la ciudad de Pereira. De no ser posible conciliar la diferencia, esta se podrá someter por cualquiera de las partes a la Justicia Ordinaria.

MERITO EJECUTIVO.

El presente contrato presta merito ejecutivo entre las partes y para su ejecución solo se requiere la presentación del mismo con la constancia escrita, expedida por el interesado, manifestando el incumplimiento en que la otra parte incurrió.

ANEXOS.

Se adjunta la representación fotográfica de la obra, en escala y su descripción técnica.

Autor/a de la pieza

C.C. _____

Representante de Gestionarte

C.C. _____