

**ANALISIS DE LOS FACTORES QUE FACILITAN O LIMITAN LA CREACION
DE UN GRUPO DE EMPRESAS CULTURALES
EN LA CIUDAD DE PALMIRA.**

**JENNYFER LIZETH CALPA ESTRADA
JOHN JAIRO AGUADO MERCADO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PALMIRA
2013**

**ANALISIS DE LOS FACTORES QUE FACILITAN O LIMITAN LA CREACION
DE UN GRUPO DE EMPRESAS CULTURALES
EN LA CIUDAD DE PALMIRA**

**JENNYFER LIZETH CALPA ESTRADA
JOHN JAIRO AGUADO MERCADO**

**TESIS DE GRADO:
TRABAJO DE INVESTIGACION**

**HOLBEIN GIRALDO
DIRECTOR DE TESIS
UNIVERSIDAD DEL VALLE**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PALMIRA, DICIEMBRE 2013**

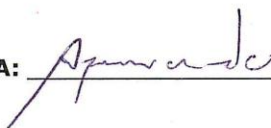
UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE PALMIRA

ACTA DE SUSTENTACION TRABAJO DE GRADO
EVALUACION FINAL

TRABAJO DE GRADO: ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE FACILITARAN O LIMITARAN LA CREACIÓN DE UN GRUPO EMPRESARIAL CULTURAL EN LA CIUDAD DE PALMIRA

No.	NOMBRE ESTUDIANTE	CODIGO ESTUDIANTE	PROGRAMA ACADEMICO	CODIGO ASIGNATURA
1.	CALPA ESTRADA JENNYFER LIZETH	200766483	3845	801108M
2.	AGUADO MERCADO JOHN JAIRO	200551812	3845	990001M

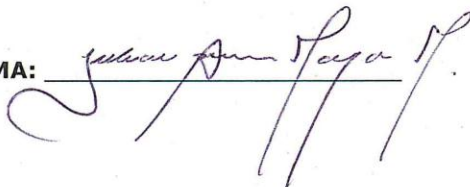
CALIFICACION OBTENIDA:



JURADO EVALUADOR

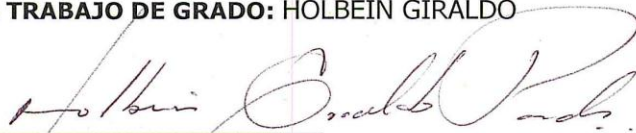
NOMBRE: JULIAN MAYA

FIRMA:



DIRECTOR TRABAJO DE GRADO: HOLBEIN GIRALDO

FIRMA:

Se firma en Palmira - Valle a los diecisiete (17) días del mes de Diciembre de 2013

Universidad del Valle Sede Palmira
Carrera 31 Av. La Carbonera Barrio Zamorano
Teléfonos: 2722444 - 2746298 - 2716949
Fax 2704760 Ext. 114
www.palmira.univalle.edu.co

Dedicamos este título a:

A esas personas importantes en mi vida que hicieron esfuerzos inalcanzables para que pudiera llegar a este punto de mi carrera, a quienes siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, , ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño está tesis se las dedico a ustedes:

*En primer lugar a Dios
Mi Madre María de la Cruz Estrada
Mi Hermanita Lala
Y a todos los que aportaron un granito de arena a este proceso*

Jennyfer Lizeth

Este triunfo se lo dedico en primer lugar a Dios por llenarme de sabiduría, por darme las fuerzas para seguir adelante sin desfallecer y haberme permitido este logro profesional.

De igual forma quiero dedicarla a mi esposa quien con su amor y apoyo incondicional me ha motivado a continuar sin importar los obstáculos. A mis hijos, que son el motivo de inspiración y la razón que me ha llevado a seguir creciendo personal y profesionalmente, a mis tíos, mis primas y mi hermana quienes con su ayuda y comprensión han sido un gran apoyo en este largo camino.

John Jairo

AGRADECIMIENTOS

No hay palabras que puedan expresar esta inmensa gratitud que siento, gracias Padre Celestial por las bendiciones, sabiduría, amor con la que me permitiste llegar a este punto importante, donde ya soy profesional y espero tener tu gracia para seguir actuando con inteligencia, sabiduría y bondad.

De igual forma agradezco de manera infinita a mi Madre Maria de la Cruz, quien siempre estuvo compartiendo conmigo este proceso, a mi Padre José Oswaldo Calpa quien con sus esfuerzos estuvo allí a pesar de la distancia, Mis Hermanos Leslie mi cómplice y segunda madre, y José mi pequeño, Mi compañera y amiga Yuli A. Zapata, ella no es compañera, amiga para mi es una hermana. Mi compañero y novio German Meneses, a quien Dios puso en mi camino durante este tiempo pues con su amor y compañía ha sido un apoyo incondicional en este camino.

Agradezco a Profesores y demás compañeros, que aportaron en esta vida universitaria, a mi compañero de grado quien con su responsabilidad y esfuerzo asumió este reto conmigo, y a la Institución a la que pertenezco Orgullosamente UNIVERSIDAD DEL VALLE, por darnos la oportunidad de formarnos para convertirnos en seres productivos y con altas cualidades humanas.

Jennyfer Lizeth

Agradezco primero a Dios quien me dio la vida y me ha llenado de bendiciones en todo este tiempo, a él que con su infinito amor me ha dado la sabiduría suficiente para culminar esta carrera.

Expreso mis más sinceros agradecimientos, reconocimiento y amor a mi esposa e hijos quienes me han dado las fuerzas para continuar.

Gracias a todas aquellas personas que de una u otra forma me ayudaron a crecer como persona y como profesional.

A mi compañera de trabajo de grado agradezco su comprensión y esfuerzo para sacar esta tesis adelante.

Agradezco también de manera especial a la Universidad del Valle por abrirme las puertas para realizar este sueño, a mi director de tesis quién con sus conocimientos supo guiar el desarrollo de la presente tesis desde el inicio hasta su culminación.

John Jairo Aguado

Contenido

CAPITULO 1	8
1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	8
2.1. FORMULACION DEL PROBLEMA	10
2. OBJETIVOS	11
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3. JUSTIFICACION	12
CAPITULO 2.	13
4. ANTECEDENTES	13
5. MARCO DE REFERENCIA	26
5.1. MARCO TEORICO	26
5.2. MARCO CONCEPTUAL	32
5.3. MARCO GEOGRÁFICO.	40
5.4. MARCO CONTEXTUAL.....	41
5.5. MARCO HISTORICO	42
5.5.1. Sitios turísticos de la ciudad	43
Catedral de Nuestra Señora del Rosario del Palmar.	43
Iglesia de La Santísima Trinidad.....	44
Iglesia de Nuestra Señora del Carmen.....	44
Edificio de la Antigua Alcaldía	44
Estación del ferrocarril.....	45
Parque de Bolívar.....	45
Plaza de toros Agustín Barona Pinillos.....	46
Bosque Municipal	47
Reserva Natural Nirvana.....	48
5.6. MARCO LEGAL.....	50
CAPITULO 3.	68
6. METODOLOGIA APLICADA.....	68

6.4. Tipo de investigación.....	68
6.4.1. Triangulación metodológica:.....	68
6.4.2. Población y muestra	70
CAPITULO 4.	73
7. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	73
7.1. CARACTERIZACION DE LA MUESTRA	73
7.2 DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES.....	114
7.2. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA QUE PRESENTA EL SECTOR CULTURAL EN MATERIA DE EMPRENDIMIENTO	128
7.3. FACTORES A FAVOR Y EN CONTRA DE LOS PROCESOS DE AGREMIACIÓN EN LOS EMPRESARIOS CULTURALES DE LA CIUDAD DE PALMIRA.....	136
CAPITULO 5.	137
8. CONCLUSIONES.....	137
9. RECOMENDACIONES	141
10. BIBLIOGRAFIA.....	144

CAPITULO 1

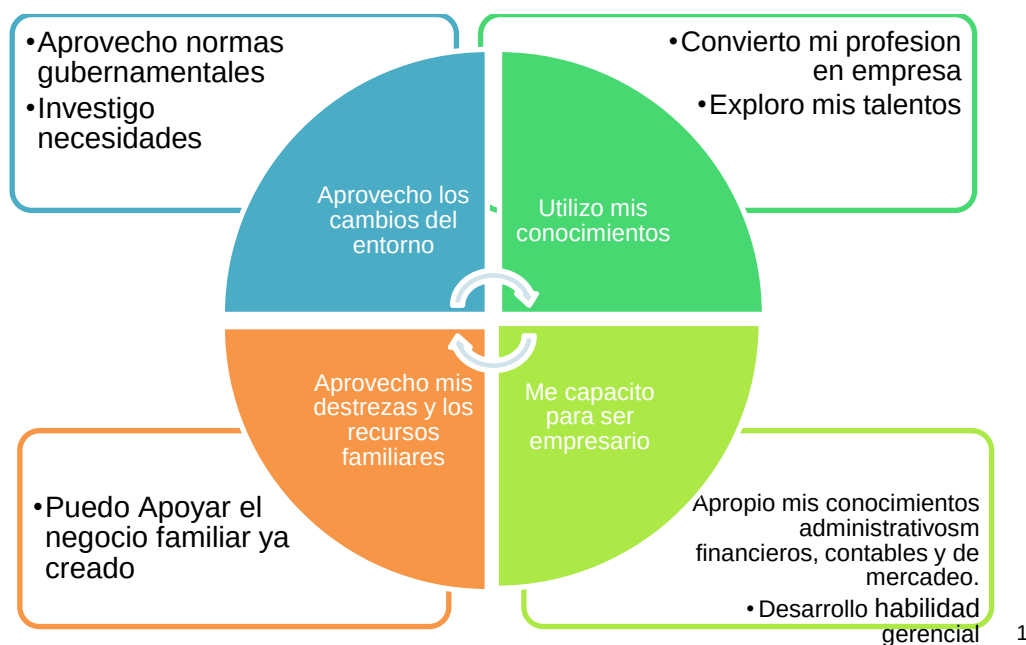
1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Dado el bajo conocimiento de los empresarios y de algunos gestores culturales en la ciudad de Palmira, sobre leyes que apoyan y fomentan la creación de empresas relacionadas con la cultura; se puede establecer que quienes representan este sector, desconocen los mecanismos de gestión que permiten la administración y veeduría correspondientes al sector Cultura en materia de promoción empresarial, por tanto la existencia, y diligencia de figuras de participación política y social como los Concejos Municipales de Cultura, se torna disfuncional en cuanto al desarrollo empresarial; la inactividad o conformidad de la gestión de este órgano de consejería, minimiza la participación del gremio de empresas culturales en la formulación de políticas públicas del municipio que en materia de cultura se generaran, y está ausente en el plan de desarrollo municipal que deja ver en su gestión la insuficiencia de garantías para el desarrollo y gestión de las empresas culturales en la ciudad de Palmira.

Por otra parte se encuentra la desarticulación de las organizaciones del sector debido a la insuficiente garantía de aspectos como sostenibilidad y crecimiento de éstas en el mercado local, regional y nacional ,de igual forma el bienestar para los colaboradores y sus familias en materia de prestaciones sociales, no compensa de manera adecuada la labor que se realiza a nivel social desde el arte por estas empresas considerando que su trabajo es una muestra de expresión de identidad

de la sociedad, dentro de un marco simbólico. Además es importante tener en cuenta que esto es una causa del aumento de empresarios que laboran de forma independiente en el medio; debido a estas razones, las iniciativas empresariales de tipo cultural, generan poca agremiación de las empresas, causando como consecuencias:

- a) Empresarios Culturales con una mínima visión de empresa, considerando que esta se compone de cuatro aspectos fundamentales que se ha de precisar importante en las empresas culturales;



Cuadro 1. Visión empresarial

Fuente. Programa Nacional de Formalización y fortalecimiento empresarial

¹ Cámara de Comercio de Cali. Área Empresarial, Guía Ruta Micros para la Formalidad, Edición No. 1, Abril 2012. Santiago de Cali

- b) Insuficiente formación empresarial y profesional de los empresarios culturales.
- c) Producto cultural con una propuesta de valor que no define sus atributos de calidad. El ministerio de Cultura, a través de la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, define que todas las empresas Culturales, deben estar en la capacidad de identificar sus propios atributos de Calidad, los cuales variaran dependiendo de su oferta de valor, y los públicos que atienden y la intencionalidad creativa de subyace su producción².
- d) Bajo nivel de formulación de proyectos culturales presentados a entidades públicas, privadas, o del tercer sector, siendo estas locales, nacionales e internacionales, por las organizaciones del sector, dada la condición de desconocimiento en la formulación de éstos, o por las condiciones para acceder a estos recursos.
- e) Bajo nivel de empleabilidad fija por parte de las empresas culturales a los artistas de la ciudad de Palmira
- f) Bajas tasas de comercialización de productos culturales de la ciudad
- g) Bajo nivel de ingresos de las organizaciones culturales palmiranas
- h) Baja formación de público, producto de una deficiente información
- i) Baja formación de público producto de una deficiente información

2.1. FORMULACION DEL PROBLEMA

² VIZCAINO, Álvaro Viña, Emprendimiento cultural para la Innovación, el Desarrollo y la Asociatividad, Unidad de Emprendimiento e innovación, Segunda Edición 2013. Bogotá

¿Cuales son los factores que facilitan o limitan la creación de un grupo empresarial en la ciudad de Palmira?

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

- Analizar los factores que facilitan y/o obstaculizan la creación de un grupo empresarial cultural que fomente la integración de los empresarios palmiranos articulando las diversas propuestas de emprendimiento cultural de la ciudad de Palmira.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar a los empresarios culturales de la ciudad de Palmira, por áreas de desempeño, escolaridad, trayectoria en el medio artístico, ejercicio de la profesión, tamaño de empresas culturales y tipo de relación laboral.
- Análisis de la problemática que presenta el sector cultural en materia de emprendimiento.
- Identificar los factores a favor y en contra de los procesos de agremiación de las empresas culturales de la ciudad de Palmira.

3. JUSTIFICACION

El sector de las Industrias Culturales en Colombia tiene una participación en el PIB del 3.21%, son una gran fuente empleo y mejoran la calidad de vida de los artistas y sus familias, la caracterización de este sector propone la creación de un grupo que fomente la agremiación de las empresas y entidades encargadas del proceso cultural y todos aquellos comprometidos con las Artes en la ciudad de Palmira, quienes se verán beneficiados por este análisis en la medida en que las propuestas que surjan de este trabajo construyan y fortalezcan el sector Cultura en materia de emprendimiento, creación y fortalecimiento empresarial dado el alto impacto económico y social que las empresas culturales representan en la ciudad.

Se establece desde este trabajo, la importancia de la formalización de las empresas culturales, estimulando en los empresarios una nueva visión y dejando atrás los viejos paradigmas que promulgan la tecnificación de las obras de arte y de la gestión cultural, asumiendo los nuevos retos que se vienen dando en materia de industrias culturales a nivel global.

En este contexto de los retos administrativos y sociales que tienen las organizaciones en general y de manera especial las que han asumido un compromiso social a través de la cultura, deben considerar que la reducción de la pobreza en el marco económico, exige involucrar las necesidades de las personas con diversos niveles de vulnerabilidad, siendo la cultura y el arte una de las formas de inclusión social más grande que existe en la sociedad se hace un llamado entonces a el aporte de estas organizaciones a esta problemática. Lo que implica

la implementación de acciones y políticas enfocadas al desarrollo socio-económico y humano que apunten a la igualdad de oportunidades y de derechos para todas las personas, independientemente del status social, género, condiciones físicas o mentales y raza, aspectos que están relacionados directamente por conceptos de identidad y desarrollo temático relacionado con este proyecto.

CAPITULO 2.

4. ANTECEDENTES

A finales del siglo XIX las transformaciones económicas generaron condiciones para que la población civil, tuviese acceso a derechos como el voto y la educación,

con esto llega el abaratamiento de costos en la enseñanza, favoreciendo la distribución masiva de conocimiento y bienes culturales. En un principio estos bienes estaban expresados exclusivamente a través de la circulación de periódicos, edición de libros y novelas que eran restringidos a una élite de la sociedad, pero dado el proceso social y político de la época, las formas de comunicarse cambian y con ellas los contenidos del arte y respectivamente los hábitos de consumo, es en este momento en el que se empieza a hablar de Industria Cultural.

La introducción del término Industrias Culturales no fue inmediata, pese a la contradicción que se puede hallar en la utilización de dos términos tan opuestos como “Industrias y Cultura”, debido a la oposición de la reproducción del arte pues se hace alusión a las amenazas de aplicación de las técnicas industriales en la creación y difusión masiva de las obras culturales, sin embargo en los años 70's y 80's este concepto tiene un nuevo sentido que relaciona *la economía* (PIB, comercio exterior), *la inserción social* (generación de empleo) y *la diversidad cultural* (preservación y reproducción de las culturas locales) en un mismo concepto³, ampliando el impacto de esta definición y a su vez aumentando los radios de acción de las Industrias Culturales en la sociedad.

Conociendo el origen de las Industrias Culturales se establece entonces la necesidad de ligar el valor simbólico del arte y la cultura, al desarrollo económico y social de una nación, para el caso colombiano esto se refleja a través de algunos

³Presentación origen y concepto de Industrias Culturales. UCASAL, seminario de IC. Slide 11. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/porqueleer/origen-del-concepto-de-industrias-culturales-presentation>.

principios de la ley general de Cultura del país (ley 397/97), en la cual se trata de dignificar la crítica y desvalorizada acción de los artistas y gestores culturales en la sociedad.

Para el análisis de la relación entre el valor económico y valor simbólico, se debe entender la racionalidad de los artistas a la hora de:

1. Comercializar sus productos y costear la materialización de sus obras,
2. Establecer el encuentro entre la obra y el público,
3. Entender cuál es el valor que la sociedad asigna a los bienes culturales y la importancia que le da al hecho de acceder a ellos.

El desarrollo del área cultural y artística se ha percibido como un sector que contribuye al crecimiento social e identitario de una sociedad; cabe añadir que ha tenido una fuerte y activa participación en la economía de los distintos países del mundo, pese a esta situación crítica de solvencia financiera de las empresas culturales y la desvalorización de su trabajo social, político y económico, se habla de emprendimiento cultural, que es el resultado de la conformación de grandes Industrias Culturales, dentro de las cuales Colombia ya tiene una experiencia significativa en materia de legislación, un ejemplo claro de esto es la Ley General de Cultura 397 /97, y la creación de una Política Nacional para la promoción de las Industrias Culturales en Colombia realizada por el Concejo Nacional de Política Económica y Social. (CONPES 36 59).⁴

⁴**Consejo Nacional de política Económica y Social. 2010. Política Nacional para la promoción de las Industrias Culturales en Colombia.** Bogotá, Colombia: s.n., 26 de Abril de 2010.

Esta relación entre cultura y economía se puede dar en dos direcciones, 1. El impacto de la cultura en la economía, a través de la generación de empleo y movimientos comerciales que surgen de carácter artístico y cultural en la realización de productos o eventos; y 2. La dirección adyacente a la cultura, que se define a partir de las condiciones económicas de las personas, que determinan el acceso a bienes y servicios que influyen sobre las prácticas, costumbres y otros aspectos de carácter simbólico de una sociedad. Así, se ha empezado a hablar del sector de Industrias Culturales.

Según, O'Connor (1999)⁵ Las Industrias Culturales son los bienes y servicios cuyo valor económico primario deriva de su valor cultural y tienen potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual. En ellas se resalta la importancia que tiene el poder económico en los distintos procesos que de aquí se desprende, su manifestación como la diversidad, la identidad, la memoria y la participación social.

En la actualidad, las Industrias Culturales están haciendo un aporte importante a las economías de los países, generando tasas de crecimiento superior a las de otros sectores importantes de la economía. Como actividades económicas, han representado una participación considerable en el PIB, comprendiendo el área editorial (Libros, industria gráfica, periódicos, revistas, diarios, literatura, biblioteca, industria publicitaria, diseño), el área audiovisual (Industria cinematográfica, Televisión) el área fotográfica (Discografía, Radio, Orquesta, ópera, Conciertos

⁵O'Connor. El despliegue de Industrias Culturales y Creativas, PRANA, Incubadora de Empresas Culturales e Industrias Creativa. Ppt 2011

actuaciones), Artes Visuales y escénicas (Teatro, Orquestas, Danza, diseño, moda, arquitectura, museos y galerías), Turismo Cultural (Gastronomía, platos típicos, eco-turismo, artesanías), Deporte, Multimedia (Industria de la publicidad, Software, videojuegos, Soportes multimedia, diseños).

Desde muchos puntos de vista, es un sector amplio y cabe decir que abarca diversos tipos de generación y explotación del recurso intelectual además de mencionar el marco legal en el que este sector se desenvuelve.

Se estima que las Industrias Culturales constituyen el 7% del PIB mundial y entre el 3,5% y 4% en Latinoamérica. Esto comparado con un promedio de 5 a 6% en Europa y de 7 y 11,12% en los Estados Unidos y en empleo 8,49% lo que lo hace líder en este campo, a nivel de facturación, ingresos, incluso dentro de los renglones de exportaciones al resto del mundo.

7Estas industrias para el caso latinoamericano contribuyeron a que el tango, la ranchera, el rock en español, el merengue, la salsa, las baladas, las telenovelas mexicanas, brasileras, venezolanas y colombianas, el cine mexicano y el argentino o el “boom” literario latinoamericano, pasaran del anonimato y traspasaran fronteras internacionales, convirtiéndose en una herramienta para el intercambio de conocimientos universales de mundos simbólicos. En otras palabras la riqueza creativa de los procesos culturales se convierte en un capital que genera flujos económicos futuros.

Es por esta razón que los gobiernos a través de sus distintos ministerios, empezaron a promover desde hace algunos años, programas que contribuyan al

crecimiento del sector cultural. En el caso Colombiano por ordenamiento constitucional de 1991, se adoptó la cultura como uno de los elementos centrales del concepto de Nación y de diversidad, por tanto se asignó al estado la tarea de fomentar e incentivar las manifestaciones culturales y ofrecer estímulos a quienes ejerzan actividades relacionadas. En el año 2010 el CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social) creó el documento 3659 *“Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia”* aprobado por el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, y el Departamento Nacional de Planeación. El cual se sustenta a partir de varios documentos generados con el fin de promover incentivos fiscales, líneas de fomento financiero, la apertura de mercados internacionales, el fortalecimiento de la agremiación sectorial, la formación certificada y la protección de los derechos de autor.

El Ministerio de Cultura bajo el enfoque de gestión 2007-2010 “Colombia diversa: cultura de todos, cultura para todos” creó el programa para el Emprendimiento y las industrias Culturales y el grupo de emprendimiento cultural, donde se formula y ejecutan acciones articuladas con otras políticas del Estado, sobre generación de información, estudio de mercado y construcción de diagnósticos socioeconómicos para la cadena de valor de la cultura, formación para el emprendimiento, apoyo a la asociación y agremiación, creación y fortalecimiento de redes, formalización de empresas y programas de apoyo a la protección de la propiedad intelectual.

Pese a que se han creado diversos mecanismos de fortalecimiento para este sector, artistas, gestores y empresarios culturales ignoran estos recursos, pues la

oferta de las industrias culturales está focalizada a las grandes ciudades, a su vez concentrando tendencias de desarrollo, apoyo, promoción o formación, incluso el interés empresarial privado. Las TIC's (Tecnologías de la Información) han sido de gran ayuda a los gestores culturales los cuales han construido redes entre instituciones que permiten el acceso a programas, aunque no de manera completa, pero si estimulando la búsqueda de más información.

El Consejo Nacional de Política Económica y social en el documento 3659 toma el concepto de “Industrias Culturales” en el sentido acogido por la UNESCO y la UNCTAD que menciona aquellos sectores productivos donde se conjuga creación, producción y comercialización de bienes y servicios, basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor.

Un estudio adelantado por la UNESCO en colaboración con el DANE y el Ministerio de Cultura, fue publicado en la Revista Portafolio en el 2011, afirma que en Colombia la participación del sector cultural es equivalente a la contribución que hace la industria del suministro de electricidad, gas y agua; y está representado en 3,21% del PIB del país.

En Colombia sectores como el Editorial o el cinematográfico se ubican entre los 4 primeros países de mayor producción a nivel latinoamericano, adicionalmente sectores como la televisión, el turismo cultural e incluso los grandes eventos declarados patrimonio cultural de la humanidad son de gran relevancia en la participación del sector en la economía colombiana.

Así mismo es importante destacar servicios artísticos, que incluyen el teatro, la danza y espectáculos, cuyos rubros registran evidentes impulsos como la concurrencia del festival Iberoamericano de teatro realizado cada dos años en Bogotá D.C.

En el CONPES 3659 se formula como eje problemático a nivel nacional, La circulación y distribución de bienes y servicios de las industrias culturales, e identifican como principal problema en materia de circulación, los bajos niveles de promoción como son: aumentar la visión en mercado cultural, participación en festivales, desarrollo de ruedas de negocio.

En el país funcionan a manera de Holding empresarial y bajo la figura de Industrias culturales, en ciudades como Medellín y Cali, proyectos de industrias culturales como los del departamento del Cauca y la ciudad de Cartagena por mencionar las más reconocidas, organizaciones de tipo privado que promueven la creación y el fortalecimiento de empresas culturales sostenibles que contribuyan con la organización y la visibilizarían del sector dentro de las dinámicas económicas, generando a su vez calidad de vida para artistas y creadores.

Los Grupos empresariales constituidos, han buscado promover tanto la inversión gubernamental como privada, resaltando el alto nivel estratégico en el impacto económico y social al sector cultural, de igual forma se contribuye al cumplimiento de objetivos fijados en la Agenda de competitividad de Palmira, en la cual se busca la agremiación empresarial. Y es esta una de las razones que llevan a la exigencia del proyecto, pues no sólo es agremiar a quienes están ya constituidos,

si no poder vincular en la ciudad de Palmira a todas aquellas empresas que bajo la consigna de integralidad en su trabajo y en el ejercer de su profesión generan identidad a la ciudad y rescatan o producen nuevas expresiones que los representen.

En el ámbito empresarial hay mucho que decir, debido a que muchas familias dependen del arte, por tanto el nivel de empleabilidad en la ciudad que se genera desde este sector es muy alto, su incidencia en lo social significa, menos conflicto, familias más íntegras y mentalmente sanas, de ahí se desprende la relación economía y sociedad.

La conformación del Grupo empresarial se entiende como una organización económica que controla una serie de compañías que garantiza un control sobre los diferentes factores de un mercado. En el caso particular de la Ciudad de Palmira se entenderá abarcar en la medida de lo posible a quienes ejercen en sectores de la cultura como lo son:

SECTOR	SUBSECTOR
Creación literaria, musical, teatral, etc.	Creación literaria
	Creación musical
	Creación teatral
	Creación audiovisual
Artes escénicas y espectáculos artísticos	Danza
	Presentaciones articulando danza, teatro y música

	Otras formas de artes escénicas*
	Presentaciones musicales en vivo.
	Presentaciones musicales en vivo.
Artes plásticas y visuales	Fotografía
	Pintura
	Escultura
	Arte industrial
	Grabado, Artes Gráficas, Ilustración
Música	Edición de música
	Producción fonográfica
Audiovisual	Cine y video
	Radio
	Televisión
	Multimedia
Diseño	Arquitectónico
	Gráfico
	Textil
	Industrial
	Joyas
Formación cultural	Formación artística dentro del programa general
	Formación artística especializada
	Formación en mantenimiento del patrimonio,

Tabla 1. Sectores Culturales

Fuente: Construido a partir de DANE (2007) y CAB (2009).

Uno de las grandes ventajas de constituir un Grupo empresarial se basa en la medida que se logra controlar los sectores del mercado, (Tabla 1), pues esto asegura que quienes formen parte de él, puedan tener acceso a materia prima, logística, transporte, financiación entre otros. Con el control de toda la cadena o procesos de un bien o un servicio, se disminuyen riesgos y se maximizan utilidades.

Es importante tener en cuenta que en las agremiaciones exitosas hay un interés común, un propósito y una dirección, ya que si existen perjuicios de tipo individual del objeto social o intereses particulares, el objetivo que determinen las empresas asociadas junto al proceso articulador de la matriz, tendrá fuertes limitaciones y grandes obstáculos para desarrollar estrategias de creación del Grupo empresarial.

En cuanto a Ruedas de Negocios de Industrias Culturales se refiere, es importante mencionar la realizada en Bogotá, llamada “Rueda de Negocios de Música y Artes escénicas”, organizada en el marco del Festival Iberoamericano de teatro 2006 apoyado por la Cámara de Comercio de Bogotá, en la III Versión de Ventana Internacional de las Artes escénicas. A la cual un total de 51 compañías de teatro nacionales e internacionales, bandas de música se dieron cita con

observadores internacionales cumpliendo una expectativa de 300 encuentros en los que micro, pequeñas y medianas empresas de este sector de la economía ofrecieron sus servicios a lo mejor de la industria internacional.

Esta versión se llevó con la participación de personalidades como el productor ejecutivo de la Academia de Música de Brooklyn; el director del Festival Don Quijote de París; el presidente de John Lambert and Associates; el director de Artes Américas; el productor de RooftopPromotions; el director artístico del PeachBlossom International Culture Corp; el director de Mercat de les Flors; el director del Festival Internacional de Teatro de Santo Domingo; el vicepresidente de AdvancementSkirball Cultural Center y el vicepresidente del Instituto Internacional de Teatro de la UNESCO, entre muchos más observadores, reconocidos mundialmente en la escena teatral.

En la ciudad de Santiago de Cali se ha creado las “Industrias Culturales de Cali”, Proyecto Piloto para Latinoamérica, de carácter privado, cuyo objetivo es transformar a Cali en referente latinoamericano por su potencial cultural, artístico y empresarial, al tiempo que se posiciona el valor del emprendimiento cultural como parte fundamental del desarrollo económico y social de las ciudades. Este proyecto busca a través del emprendimiento cultural, favorecer la diversidad cultural y reconocer el valor del oficio, los saberes, la creatividad, el patrimonio, la memoria y las prácticas de los individuos alrededor de las culturas⁶.

⁶INDUSTRIAS CULTURALES CALI [en línea]. <<http://www.industriasculturalescali.com/nosotros>> (citado diciembre 2012)

Al igual que pretende incidir en las condiciones de vida de una comunidad, no solamente aportando al desarrollo de la economía, sino también validando diversas formas de creación y favoreciendo así la construcción de una sociedad más participativa. Actualmente están trabajando con 75 empresas de base cultural, 75 emprendedores con ideas de negocio, gremios en alianzas para favorecer la demanda cultural y redes conformadas por instituciones que trabajan de manera conjunta para el mejoramiento de su actividad y de la ciudad.

El objetivo de las Industrias culturales de Cali es acompañar al emprendedor a trazar su proyecto de vida alrededor de su hacer, mediante planes de acción concretos que conduzcan a su desarrollo. En este espacio se propicia:

1. El intercambio e interacción de experiencias y recursos entre los participantes del proyecto, creando espacios y líneas de trabajo conjunto;
2. Establecer los contactos con las instituciones que pueden contribuir al desarrollo de los emprendedores o empresas participantes.
3. Favorecer los procesos de construcción de política pública.
4. Articular los diferentes gremios relacionados con el ámbito cultural favoreciendo acciones de ciudad.

Y Finalmente, se enfocan en garantizar la continuidad de las acciones emprendidas mediante un modelo de sostenibilidad público privado, para el desarrollo de las industrias culturales en la región.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1. MARCO TEORICO

“La cultura también es economía” afirma Octavio Getino⁷ es inversiones, producción, ventas, balanza comercial, gasto público y gasto privado, empleo y pagos por derechos de autor, entre otras variables de análisis.

En la actualidad se ha establecido la relación entre cultura y economía y se aclaro que esta se puede dar en dos direcciones, 1. El impacto de la cultura en la economía, a través de la generación de empleo y movimientos comerciales que surgen de carácter artístico y cultural en la realización de productos o eventos; y 2. La dirección adyacente a la cultura, que se define a partir de las condiciones económicas de las personas, que determinan el acceso a bienes y servicios que influyen sobre las prácticas, costumbres y otros aspectos de carácter simbólico de una sociedad. Así, se ha empezado a hablar del sector de Industrias Culturales. Este argumento es apoyado con base en las afirmaciones de distintos estudiosos del tema, uno de ellos es el Chileno Octavio Getino.

Se desarrollará entonces cada una de las posturas presentadas anteriormente de las relaciones cultura y economía.

⁷ GETINO, Octavio, La medición de los impactos culturales en la economía y en la sociedad Latinoamericana, Ponencia elaborada para su presentación en el X encuentro Internacional de Economistas sobre Globalización, Bogotá 2007. pag 1.

1. El impacto de la cultura en la economía, a través de la generación de empleo y movimientos comerciales que surgen de carácter artístico y cultural en la realización de productos o eventos

Getino⁸, define la relación entre cultura y economía, en la cual ya no se trata de entender a la cultura en su sentido más amplio, ni trata de definir las múltiples interacciones que la caracterizan, sino que se permite describir sus dimensiones más perceptibles, generando en ellas la capacidad de ser diseccionadas para su análisis científico. Pues de no describirse de esa forma, la cultura sería un ideal inalcanzable para la razón y el conocimiento.

Debido al acelerado crecimiento de las Industrias Culturales en el último tramo del Siglo XX, en materia de producción y mercados de las actividades, de los servicios culturales, los grandes conglomerados y las mayores compañías del sector, han realizado significativas inversiones en el estudio de estos temas, incorporando no solo economistas, sino antropólogos, sociólogos, psicólogos y los artistas mismos, con el fin de obtener mayor rentabilidad y mejores resultados en estos nuevos mercados emergentes. En esta nueva dimensión económica en la que la cultura siempre ha estado como una sombra, y que hoy por hoy viene a mostrarse de una manera casi explosiva que cada vez más toma mayor fuerza a través de estudios e investigaciones realizadas por organismos intergubernamentales o por expertos de distintas procedencias. Un ejemplo claro de estudiosos del tema es la

⁸Ibid. Pág. 3

presencia del investigador español Lluís Bonet⁹, en el cual el sector de la cultura y de la comunicación ha comenzado vivir una transformación casi tan radical como la experimentada con la invención de la imprenta una de las primeras formas de expresión y comunicación conocidas en el universo.

El chileno afirma que en la realidad global que actualmente enfrentan los mercados, El sector Cultura pasa a ser visto como una actividad clave en las estrategias internacionales de dominio de estos nuevos espacios comerciales que se mueven a través de las telecomunicaciones y el ocio, hecho que ha provocado el aumento en la velocidad de los procesos de integraciones empresariales verticales y horizontales, y en la globalización de las estrategias de los grandes grupos empresariales del sector.

Delegados del manejo del Sector Cultural de talla nacional o internacional, han encontrado gran interés en la influencia dentro del marco económico de la actividad cultural. La razón no es tanto analítica como práctica y lógica, pues es sencillo a los ojos de los conocedores mostrar a los altos mandos gubernamentales que la cultura desempeña un papel importante en la vida económica, a través de la generación de empleos, además representa ingresos de impuestos, contribuye al equilibrio de la balanza de pagos, y es un sector que aguarda paciente la mirada de los gobiernos con la esperanza secreta de que las autoridades económicas aumenten los presupuestos del sector. El arte y la cultura aparecen subordinados a la meta que importa a los políticos: la buena salud de la

⁹ GETINO, Octavio. La medición de los impactos culturales en la economía y en la sociedad Latinoamericana, Ponencia elaborada para su presentación en el X encuentro Internacional de Economistas sobre Globalización, Bogotá 2007. pag 4. La dimensión económica como protagonista de las mediciones.

economía y, un poco a contrapelo de los que denuncian la subordinación de la cultura a los imperativos económicos, este argumento justifica la idea de que hay que medir el valor de la cultura en buena parte en términos de su función económica.

En las mediciones económicas se hablan de unos parámetros básicos para establecer el impacto de estos en las actividades productivas, y son guiados por los valores de uso y cambio, sin embargo en la cultura se habla de un nuevo valor, este es el valor simbólico, que es un tema nuevo para los padres de la economía clásica. Las investigaciones que se adelantan constantemente en temas culturales, pretenden de alguna manera, cumplir con una finalidad instrumentalista, como es la de legitimar la existencia o el incremento de los presupuestos públicos y privados para sostener las actividades culturales. Y puede añadirse que también se fijan metas como las de medir, el efecto económico que llama Luis Bonet en el que se desprende del gasto interior en consumo e inversión, así como el gasto exterior en bienes y servicios del sector Cultura, y su impacto directo, indirecto e inducido sobre la producción, el valor agregado, el empleo, la demanda de importaciones o cualquier otra magnitud económica relevante para el propio sector y el resto de ramas de actividad de una economía.

- 2. La dirección adyacente a la cultura, que se define a partir de las condiciones económicas de las personas, que determinan el acceso a*

bienes y servicios que influyen sobre las prácticas, costumbres y otros aspectos de carácter simbólico de una sociedad

En Europa la oficina del Banco Interamericano de Desarrollo, actualmente hacen una fuerte intervención en el Sector Cultural pero que década atrás no tenía demasiado acercamiento a los temas de la cultura, sostenía pocos años atrás que “las Industrias Culturales tienen una función fundamental en la creación de los imaginarios individuales y de las identidades colectivas y constituyen uno de los vectores principales de expresión y diálogo entre las Culturas”. Pese a este tipo de argumentos, las empresas culturales de Europa y Latinoamérica ven amenazadas constantemente en su independencia y su capacidad de reforzar su posición, debido al modelo que se instaura de mundialización de intercambios que limita la perpetuidad de tradiciones y costumbres. Octavio¹⁰ establece que las regiones mencionadas anteriormente corren el riesgo de ver la cultura sometida a las leyes del mercado, y sus productos convertidos en simples mercancías.

Cuando se habla de las cifras significativas de las Industrias culturales en la participación económica mundial. Deben sumarse aquellas que provienen de la función reproductora del capital que esta industria ejerce en el sistema económico, desde aquellas que particularmente están relacionadas con la promoción y publicitación de mercancías y servicios en general, aquellas impulsoras de pautas y comportamientos culturales, cuya incidencia económica, política y social incentiva fuertemente las demandas y el consumo de todo tipo de bienes y servicios.

¹⁰Ibid. Pág. 5.

Germán Rey psicólogo colombiano coordinador del proyecto de indicadores sociales de industrias culturales del Convenio Andrés Bello, afirma que con los análisis adelantados al área cultural se intenta conocer las influencias que la cultura genera en la economía en una sociedad determinada. Por su parte, los análisis desde la Economía de la Cultura se han abocado a entregar información sobre la esfera cultural a partir del saber económico. En este sentido se comporta con un nivel más práctico para el conocimiento de la incidencia de la cultura en la economía, que el que es propio de la Economía Cultural.

En la Economía cultural se empieza a desarrollar el término de Producción mercantil simbólica, introducido por el Uruguayo Claudio Rama, quien toma este término como la creación humana con un valor de uso, además de tener un valor de cambio que otros desean tener o utilizar y que se negocian en determinado mercado. Esta creación humana es un acto individual como colectivo, pero asume su significado cultural cuando ella es encarada por determinados segmentos sociales, cuando tiene un reconocimiento colectivo. Es en ese momento que alcanza la categoría y la calidad de producto cultural y no meramente de acto creativo. Es el colectivo el que le da significación y dimensión a la creación individual, que a través de un mercado se enajena del creador y asume su rol como producto cultural.

Es importante citar la postura del el economista uruguayo Luis Stolovich¹¹ quien considero un gran desafío para la Ciencia Económica y para los diferentes marcos

¹¹ STOLOVICH, Luis, Diversidad creativa y restricciones económica, La perspectiva desde un pequeño país Universidad de la República (Uruguay)/ Asociación Culturec, Montevideo, Uruguay, Abril de 2002

teóricos de la Economía, la Cultura, con sus innovaciones y con sus especificidades mediante la elaboración de un instrumento teórico y metodológico específico lo cual ya de por sí es un desafío, que exige crecientemente un replanteamiento del pensamiento económico. Esta afirmación con base en que si se está transitando hacia una “economía de la información” o hacia una “economía de la creatividad”, desplazando al viejo mundo industrial de bienes tangibles por la producción de intangibles. Estos son temas que deberán responder tanto los economistas como los agentes más representativos del sector Cultura y del sector Economía. De la respuesta dependerá buena parte de la labor que se lleva a cabo en cada uno de estos campos.

5.2. MARCO CONCEPTUAL

Cultura. Conjunto de prácticas legitimadas y articuladas de respuesta a las necesidades colectivas e individuales en la gestión del entorno y de las relaciones sociales, que se desarrolla en los ámbitos simbólico, comunicativo y de los valores, y que permite la interacción y el reconocimiento. Es adquirida y transmitida mediante el lenguaje, las tradiciones, los utensilios, las instituciones, la socialidad e inteligencia anticipatoria. La cultura, en su acepción más estricta, se remite a los referentes simbólicos, a la conservación, creación, producción, puesta en valor y difusión de la cultura, entendida como una suma de patrimonio, creaciones y producciones materiales e inmateriales. En ese concepto se dan citas la memoria histórica (el patrimonio cultural, los museos, las bibliotecas y los archivos), las producciones artísticas singulares (la literatura, la música, el teatro, la danza, las artes visuales, la arquitectura o la artesanía), y las industrias

culturales, aquellas que utilizan unos sistemas de producción y de difusión orientados a la cultura de masas. La comunicación —un contenido comunicado— es parte de la cultura.¹²

Grupo empresarial. Habrá grupo empresarial cuando además del vínculo de subordinación, exista entre las entidades unidad de propósito y dirección. Se entenderá que existe unidad de propósito y dirección cuando la existencia y actividades de todas las entidades persigan la consecución de un objetivo determinado por la matriz o controlante en virtud de la dirección que ejerce sobre el conjunto, sin perjuicio del desarrollo individual del objeto social o actividad de cada una de ellas.¹³

Contenido cultural.^{14*} El sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales o las expresan. (Artículo 4.2 de la Convención de 2005).

Expresiones culturales.* Las expresiones culturales son las expresiones resultantes de la creatividad de personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural (Artículo 4.3 de la Convención de 2005).

Bienes culturales.* Bienes de consumo que transmiten ideas, símbolos y modos de vida. Informan o entretienen, ayudan a construir una identidad individual y

¹² [En línea]; http://www.google.com.co/#hl=es-419&scient=psy-ab&q=GLOSARIO+INDUSTRIAS+CULTURALES&oq=GLOSARIO+INDUSTRIAS+CULTURALES&gs_l=serp.3...38642.48848.1.49423.38.31.4.1.1.1.1141.11086.0j4j17j4j1j2j1j2.31.0...0.0...1c.1.wYOUNxZSkvY&pbx=1&bav=on.2.or.r_gc.r_pw.r_qf.&fp=4c3393d07f973c3b&bpcl=35243188&biw=1280&bih=627

¹³ [En línea] <http://www.gerencie.com/definicion-de-grupo-empresarial.html>

¹⁴ * [En línea] <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/programmes/global-alliance-for-cultural-diversity/resource-centre/tools/glossary/>

colectiva e influyen en las prácticas culturales. Son el resultado de la creatividad individual o colectiva.

Actividades, bienes y servicios culturales.* los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales. (Artículo 4.4 de la Convención de 2005).

Industrias culturales.*¹⁵ Aquellas industrias que producen y distribuyen bienes y servicios culturales (Artículo 4.5 de la Convención de 2005). Aquellos sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor y se pueden presentar en forma de bienes o servicios (Cultura, Comercio y Globalización: Preguntas y Respuestas, UNESCO 2000)

Operadores culturales.* Artistas y profesionales de la cultura

Trabajadores independientes.¹⁶ Se entiende como trabajador independiente a toda persona natural que realice una actividad económica o preste sus servicios de manera personal y por su cuenta y riesgo, mediante contratos de carácter civil, comercial o administrativo, distintos al laboral. Artículo 2, decreto 2800 de 2003.

¹⁵ GETINO, Octavio. Economía y Desarrollo en las Industrias Culturales del Mercosur, P+ag. 3

¹⁶ [En línea]

http://www.arlsura.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1431#sthash.Q4NpOODC.dpuf

Persona Natural: Son personas naturales todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición y que tiene responsabilidad ilimitada, es decir responde por sus actos por la vía civil y/o con indemnizaciones según el caso que se dé.¹⁷

Persona Jurídica¹⁸: es el reconocimiento a un ser humano, una organización, una empresa u otro tipo de entidad para asumir una actividad o una obligación que produce una plena responsabilidad desde la mirada jurídica, tanto frente a sí mismo como respecto a otros.

Régimen simplificado:¹⁹ del Impuesto a las ventas las Personas naturales comerciantes y artesanos que sean minoristas o detallistas; los agricultores y ganaderos, que realicen operaciones gravadas, así como quienes presten servicios gravados, siempre y cuando cumplan con los siguientes y con la totalidad de las siguientes condiciones:

- a. Que en el año anterior hubieren obtenido ingresos brutos totales provenientes de la actividad gravada inferiores a cuatro mil 4.000 UVT [\$95.052.000].
- b. Que tengan como máximo un establecimiento de comercio, oficina, sede, local o negocio donde ejercen su actividad.
- c. Que en el establecimiento de comercio, oficina, sede, local o negocio no se desarrollen actividades bajo franquicia, concesión, regalía,

¹⁷ [En línea] <http://emprendedores2008.blogspot.es/1204214880/>

¹⁸ [En línea] <http://definicion.de/personeria-juridica/#ixzz2j8rfEsFF>

¹⁹ [En línea] <http://www.gerencie.com/regimen-simplificado.html>

autorización o cualquier sistema que implique la explotación de intangibles.

- d. Que no sean usuarios aduaneros.
- e. Que no hayan celebrado en los 2009 contratos de venta de bienes o prestación de servicios gravados por valor individual y superior 3.300 UVT [\$78.418.000].
- f. Que no celebre en los 2010 contratos de venta de bienes o prestación de servicios gravados por valor individual y superior 3.300 UVT [\$81.032.000].
- g. Que el monto total de sus consignaciones bancarias, depósitos o inversiones financieras durante el año anterior (2009) no supere la suma de (4.500 UVT) [\$106.934.000]
- h. Que el monto total de sus consignaciones bancarias, depósitos o inversiones financieras durante el año 2010 no supere la suma de (4.500 UVT) [\$110.498.000]
- i. Para la celebración de contratos de venta de bienes o servicios en el 2010 por cuantía individual superior a 3.300 UVT [\$81.032.000], el responsable del régimen simplificado deberá primero inscribirse en el Régimen común.

Investigación de mercado.* Todas las técnicas de mercadotecnia que miden, analizan y comprenden los comportamientos, las necesidades y expectativas de un mercado.

Servicios culturales^{**20} Conjunto de medidas e instalaciones de apoyo para las prácticas culturales que el gobierno, las instituciones privadas o semipúblicas o las compañías ponen a disposición de la comunidad. Ejemplos de tales servicios incluyen la promoción de representaciones y eventos culturales (bibliotecas, centros de documentación y museos). Los servicios culturales se pueden ofrecer de manera gratuita o de manera comercial.

Arte²¹: Es el concepto que engloba todas las creaciones realizadas por el ser humano para expresar una visión sensible acerca del mundo, ya sea real o imaginario. Mediante recursos plásticos, lingüísticos o sonoros, el arte permite expresar ideas, emociones, percepciones y sensaciones. Consiste en la expresión de sensaciones, emociones e ideas a través de recursos plásticos, lingüísticos o sonoros. El concepto permite englobar a las creaciones que realiza el ser humano para expresar su visión sensible sobre el mundo real o imaginario.²²

Artista. Persona que ejercita las artes y produce obras artísticas. La definición del término, por lo tanto, estará asociada a aquello que se entiende por arte.

Política cultural.²³Que debemos poder gestar colectivamente debe permitir crear entre otras cosas una cultura política que tenga como centro una cultura pública de participación democrática plural, en la que los distintos sectores hagan

²⁰**[En línea] <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/programmes/global-alliance-for-cultural-diversity/resource-centre/tools/glossary/>

²¹[En línea]: <http://definicion.de/arte/>

²²[En línea] <http://definicion.de/arte/>

²³[En línea] <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4050018/temas/2.html>

presencia efectiva con sus intereses diversos, para ser presentados y negociados en la arena política, sin exclusiones.²⁴

Desarrollo económico. Se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital.

Gestores culturales.²⁵ Persona que impulsa los procesos culturales al interior de las comunidades e instituciones, a través de la participación, democratización y descentralización del fomento de la actividad cultural. Coordina como actividad permanente las acciones de administración, planeación, seguimiento y evaluación de los planes, programas y proyectos de las entidades y organizaciones culturales, o de los eventos culturales comunitarios.

Sociedad: Es un término que describe a un grupo de individuos marcados por una cultura en común, un cierto folclore y criterios compartidos que condicionan sus costumbres y estilo de vida y que se relacionan entre sí en el marco de una comunidad.²⁶

Solvencia financiera: Se entiende por solvencia a la capacidad financiera (capacidad de pago) de la empresa para cumplir sus obligaciones de vencimiento

²⁴ [En línea] <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4050018/temas/2.html>

²⁵ Resolución 1500 de 2010. 6 julio. Ministerio de Cultura Colombia

²⁶ [En línea] <http://definicion.de/sociedad/>

a corto plazo y los recursos con que cuenta para hacer frente a tales obligaciones, o sea una relación entre lo que una empresa tiene y lo que debe.²⁷

Emprendimiento cultural.²⁸** Actividad de apropiación de los valores simbólicos e intangibles de una sociedad para crear diversas maneras de representación plasmados en bienes y servicios culturales, a través de procesos económicos basados en el riesgo, la creatividad y la innovación, que en su conjunto deben permitir la consolidación de una idea de negocio, empresa u organización.

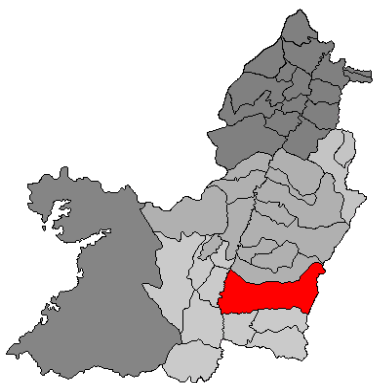
Propiedad intelectual.²⁹** La propiedad intelectual (P.I.) tiene que ver con las creaciones de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos y modelos utilizados en el comercio. La propiedad intelectual se divide en dos categorías: la propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia; y el derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas y las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte, tales como los dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y los diseños arquitectónicos. Los derechos relacionados con el derecho de autor son los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes sobre sus interpretaciones y ejecuciones, los derechos de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los derechos de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y de televisión.

²⁷[En línea] <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/37/solvfinanciera.htm>

²⁸ INCONSCIENTE COLECTIVO. Glosario de Gestión Cultural, Documento virtual

^{29**} [En línea] <http://www.wipo.int/about-ip/es/>

5.3. MARCO GEOGRÁFICO.



La ciudad de Palmira, conocida como Villa de las Palmas y Capital agrícola de Colombia siendo segunda ciudad del departamento, es el lugar donde se pretende desarrollar este proyecto, fue fundada en 1680; tiene una altitud de 1.001 metros sobre el nivel del mar, una temperatura de 23°C, una extensión de 1.

123 km² y está ubicada a 28 km de la Ciudad de Cali, ha experimentado durante los últimos años un acelerado crecimiento urbanístico e industrial. En su jurisdicción se encuentran instaladas grandes factorías dedicadas a la producción de muebles, maquinaria agrícola, empaques, tubos de cemento, mosaicos y artículos metálicos entre otros. Día a día multitud de nuevos barrios crecen a su alrededor dando a esta ciudad un nuevo aspecto, cosmopolita y moderno, pese a todas estas características, Palmira conserva sus tradiciones y costumbres.

La Villa de las Palmas cuenta con muchos recursos hídricos como lo ríos Agua Clara, Amaime, Bolo, Frayle, Nima, Palmira y Toche, lo que hace de Palmira, un

corredor hídrico favoreciendo el desarrollo rural y agrícola, por tanto su actividad económica principal se basa en la Agricultura, ganadería, el comercio y la agroindustria.³⁰ Las condiciones climáticas que presenta Palmira hacen que poblaciones vecinas decidan instalarse en sus tierras para realizar sus actividades productivas, lo que llevó a la proliferación de pequeñas propiedades en toda la extensión de su territorio.³¹

Las condiciones dadas por los asentamientos de diversas poblaciones aledañas que emigran tanto al centro urbanístico, como al área rural, hacen de la ciudad de la Virgen de Nuestra Señora del Palmar, un centro cultural que se ve reflejado en las distintas expresiones identitarias de la población.

5.4. MARCO CONTEXTUAL

En 1969 por ordenanza de la Asamblea Departamental. Se crea en Palmira la Casa de la Cultura Ricardo Nieto, la cual es considerada, centro cultural de la ciudad. Lleva este nombre en homenaje al ilustre poeta palmirano Ricardo Nieto.

La Casa de la Cultura en el ideal debería contar con una biblioteca comunitaria y ofrecer programas académicos en formación artística no formal y cursos de extensión en distintas áreas con excelentes estándares de calidad, y permanencia de procesos, sin incluir voluntades políticas que generen detrimento en el proceso artístico cultural de quienes hacen parte de estos programas. Anualmente la Casa

³⁰ [En línea]: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=41>

³¹ Alcaldía municipal de Palmira, Cámara de Comercio de Palmira. Surgimiento de Palmira, Anuario Estadístico de Palmira 2009. pag. 3.

de la Cultura realiza el Festival Nacional e Internacional de Arte Ricardo Nieto, que para el año 2012 llega a su versión XVIII.

Actualmente en la ciudad según el Plan Municipal De Desarrollo se propuso para el sector Cultural la ejecución de los siguientes programas:

1. Sistema municipal de bibliotecas.

Cuyo objetivo es el de impulsar la lectura, la escritura y facilitar la circulación y acceso a la información y el conocimiento.

2. Creación artística y cultural

El cual fomenta los procesos de formación artística y de creación cultural.

3. Apropiación del patrimonio cultural

Que tiene por fin fortalecer la apropiación social del Patrimonio Cultural

4. Difusión y fomento cultural

Que pretende difundir y fomentar el arte y la cultura.

5.5. MARCO HISTORICO

Desde el siglo XIX, Épocas del Escritor y poeta Ricardo Nieto Hurtado se inicia el movimiento literario en Palmira, posteriormente en el siglo XX en con la educación se inician procesos artísticos formativos y comienza a idealizarse y concretarse el sector artístico y cultural con iniciativas individuales y colectivas en la formación e incursión



en las tablas, la pintura, la literatura, la música, la danza etc., con la creación de la casa de la cultura se da inicio a la formación a nivel de creadores, nacen movimientos de artistas como Solidaridad Por la Cultura entre otros.

5.5.1. Sitios turísticos de la ciudad³²

Catedral de Nuestra Señora del Rosario del Palmar.

Patrimonio Arquitectónico Religioso y símbolo de la ciudad. En 1722, y justamente en la Hacienda Malagana, se formó el primer núcleo parroquial, con la advocación de Nuestra Señora del Rosario del Palmar, y en 1724 el obispo de Popayán, Juan Gómez de Frías, concedió permiso de exponer la Divina Majestad en forma



permanente, dándole a la capilla el nombre de Iglesia. En 1766 un terremoto destruyó prácticamente la iglesia. En 1852 se remató públicamente ese predio y se inició una nueva construcción ya en el terreno que hoy ocupa. En 1913, fue demolida. En 1914 se coloca la primera piedra y se inicia su construcción. La Catedral se inauguró oficialmente el 9 de febrero de 1929.



³²Palmira, Valle del Cauca. Sitios de interés Turístico y Cultural de la Ciudad. Catedral Nuestra Señora del Palmar, [En línea]: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=41>

Iglesia de La Santísima Trinidad

Su historia se remonta al año 1822, cuando fue construida por iniciativa del sacerdote José Joaquín Ledesma. Sesenta años más tarde, el párroco Rafael Aguilera inició su reconstrucción, y fue en el año 1915 que se terminó la torre. Además de la imagen de la Santísima Trinidad, adornan el interior de la iglesia, la imagen de la Virgen de Fátima, traída desde Portugal, y la del Cristo Crucificado, donada por Tomás Mejía Sandoval, quien la trajo de España. Sus pinturas y vitrales fueron elaborados por el pintor italiano Mauricio Ramelli.

Iglesia de Nuestra Señora del Carmen

Esta magnífica iglesia, conocida en la ciudad como iglesia de Los Carmelos, fue levantada en el año 1929 por orden de los padres Carmelitas, en cabeza del sacerdote y arquitecto Hernando Andrés de la Sagrada Familia. Pero fue hasta el 6 de enero de 1943 que fue inaugurada oficialmente por la comunidad Carmelita. Este templo se destaca por su imponente estilo gótico.

Edificio de la Antigua Alcaldía

Esta monumental edificación de corte republicano, llamado también Palacio de Gobierno, fue inaugurada el 25 de junio de 1924 para celebrar el centenario de Palmira. La edificación fue realizada, según el historiador William Mallama, por el arquitecto Jorge Navia



Cifuentes. En el año 1928 la edificación fue terminada en su totalidad. El Palacio

de Gobierno o Edificio de la Antigua Alcaldía es un patrimonio arquitectónico institucional, considerado Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional desde el año 2000.



Estación del ferrocarril

Patrimonio Inmueble del Valle del Cauca. Fue inaugurada el 13 de agosto de 1917. Desde la llegada del primer tren, la Estación ha sido símbolo arquitectónico de Palmira. Su modelo fue elaborado por el ingeniero Rafael Álvarez Salas, director técnico del

Ferrocarril del Pacífico. En la actualidad es sede del Museo Arqueológico Llanogrande, y brinda espacio al Complejo Lúdico, Cultural, Educativo Llanogrande.

Parque de Bolívar

Las primeras tareas de acondicionamiento y limpieza del lote sobre el cual se levantó el parque, se iniciaron en 1901, ordenadas por el prefecto de la provincia, general Camilo Arana; el trazado fue obra del ingeniero agrimensor, Vicente Aragón Lemos, y una Junta de Ornato y Mejoras, cambió su cerca de alambre de púa, por una reja importada.



En 1922 la Junta de Ornato, conformada por Ramón Guzmán, Julio Pizarro y Tulio Raffo, contrató al arquitecto César L. Cadena, para construir un kiosko, donde la Banda Municipal ejecutaba retretas de música popular. En 1928 se hicieron las instalaciones eléctricas, se construyó una alberca y se instalaron unas fuentes luminosas. El 12 de octubre de 1947, el Club de Leones entregó al Parque de Bolívar la estatua del Libertador.

Plaza de toros *Agustín Barona Pinillos*

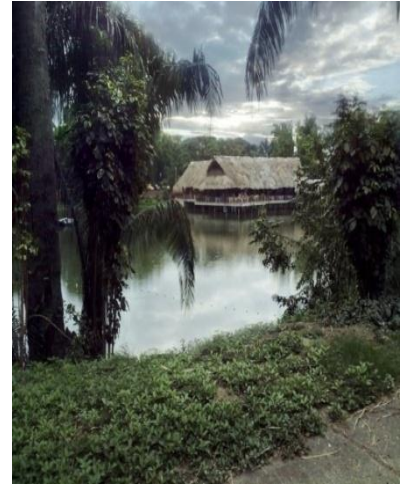


Esta plaza es catalogada como de primera categoría, reconocida por su gran afición y por las importantes corridas de toros que en ella se dieron. La construcción estuvo a cargo de los ingenieros Luis Gabino y Sicar Calvos, quienes contaron con la asesoría del ingeniero italiano Luis Spataro. El maestro constructor fue don Hernando

Candelo, quien con 40 personas, entre oficiales y obreros, efectuó la obra a finales de 1946. Con capacidad para 8.000 personas la Plaza de Toros de Palmira fue inaugurada el domingo 27 de marzo de 1949 con una corrida en la que actuaron tres toreros españoles: Jaime Marco (el Choni), Luis Mata y Paco Lara lidiando toros de la ganadería de Ambaló de don Pepe Estela.

Bosque Municipal

El Bosque Municipal fue fundado en la administración del arquitecto Carlos Alberto Franco Salamanca (1970–1973), y es el lugar más poético que tiene la ciudad de Palmira; por la belleza de su naturaleza, su lago natural, restaurante, piscina y su concha acústica. Los coches de Palmira, conocidos como victorias, son ciertamente una tradición de



muchos años, llegaron a la ciudad de Palmira en el año 1924. Se les llamó victorias, debido a la similitud de éstos con el coche real de la otrora reina Victoria de Inglaterra. En la actualidad son utilizados, por propios y visitantes, para realizar recorridos turísticos por la ciudad.

Museo Aéreo Fénix.



Es una fundación privada sin ánimo de lucro. Está ubicado en la entrada No. 9 del Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón. Las instalaciones del museo dan albergue a una colección de aviones, motores de aviación y trajes de vuelo que datan desde antes de la

segunda guerra mundial hasta nuestros tiempos. Cuenta, entre otras cosas, con una magnífica y creciente exhibición de modelos a escala representados en

dioramas y una división ferroviaria donde se conservan locomotoras a vapor que operaron para los Ferrocarriles Nacionales a principios del siglo XX.

Reserva Natural Nirvana

A 16 km de Palmira, esta hacienda de cien hectáreas localizada en los Andes Centrales del Valle del Cauca, junto a la cuenca hidrográfica del río Aguaclara, es en la actualidad uno de los atractivos turísticos más importantes de la región. Siendo una entidad privada, el complejo ecológico y natural se encuentra al servicio de las entidades educativas dando espacios para el desarrollo de las



prácticas de botánica, ecología, biología y educación ambiental. Las colecciones de plantas se pueden observar desde senderos peatonales a lo largo de ocho kilómetros donde también es posible apreciar el bosque, las aves y la fauna. Dos casas campesinas funcionan como estaderos con servicios. La hacienda dispone de salones para seminarios, congresos y reuniones.

En noviembre de 2008 inicia actividades la Secretaria de Cultura y Turismo en la ciudad de Palmira, la cual se crea con la misión de identificar y desarrollar las potencialidades culturales y turísticas del municipio, haciendo de la una actividad lúdica y rentable. Tiene como objetivo posicionar a la ciudad como un destino turístico y cultural, que convierte a la cultura en un factor importante para el

desarrollo económico local, sobre la base del reconocimiento de valores culturales y riqueza turística.

Las funciones de la Secretaria de Cultura y Turismo de la ciudad³³:

1. Diseñar, formular, desarrollar, evaluar y controlar las políticas, planes, programas, proyectos y estrategias para la protección, intervención, investigación, promoción, divulgación y conservación del patrimonio cultural tangible e intangible y de los bienes de interés cultural del municipio.
2. Formular estrategias para garantizar la conservación y enriquecimiento de la creación y expresiones culturales.
3. Formular mecanismos para lograr la participación de la comunidad palmirana en programas y expresiones culturales.
4. Impulsar la formación y gestión de actividades y programas artísticos y culturales.
5. Formular, orientar y coordinar las políticas, planes, programas, proyectos y estrategias para el desarrollo económico sostenible del sector turístico, estimulando la identificación y prestación de bienes y servicios que potencialicen la explotación turística del municipio y se traduzca en alternativa atrayente para la inversión.

³³[En Línea] <http://www.palmira.gov.co/secretarias/secretaria-de-cultura-y-turismo>

6. Diseñar, implementar y evaluar, planes, proyectos y programas que conjuguen las fortalezas turísticas y las expresiones culturales del municipio para estimular el posicionamiento de Palmira en materia turística.

5.6. MARCO LEGAL

El emprendimiento Cultural se proyecta como uno de los dinamizadores de las economías locales; y reconfiguradores de maltrechos tejidos sociales, por tanto este debe ser parte activa de las acciones que el estado promueva en su función articuladora, mediadora y facilitadora del desarrollo, partiendo de iniciativas que integrando las dimensiones económica y empresarial de una manera equilibrada y firme, propicie la generación, distribución, comercialización de nuevos bienes y servicios culturales. De manera que se pueda llevara a cabo una estrategia integral de emprendimiento cultural, y en este caso en materia de legislación, como se indicará posteriormente³⁴.

En el gobierno de Ernesto Samper (1994-1998) se propuso la transformación del Instituto colombiano de Cultura antes Colcultura y que hoy en día tiene el nombre Ministerio de Cultura creado a través de la Ley 397/97 más conocida como Ley general de Cultura, que rige la nación y que en materia económica expresa desde sus principios fundamentales que:

“El desarrollo económico y social deberá articularse estrechamente con el desarrollo cultural, científico y

³⁴ VIZCAINO, Álvaro Viña, Emprendimiento cultural para la Innovación, el Desarrollo y la Asociatividad, Unidad de Emprendimiento e innovación Pág., Segunda Edición 2013. Bogotá

*tecnológico. El Plan Nacional de Desarrollo tendrá en cuenta el Plan Nacional de Cultura que formule el Gobierno. Los recursos públicos invertidos en actividades culturales tendrán, para todos los efectos legales, el carácter de gasto público social.*³⁵

Con este principio de la Ley General de Cultura, se establece la pertinencia de la relación Desarrollo Económico ligado al proceso Cultural, y es avalado con un presupuesto que se direcciona desde el Plan Nacional de Desarrollo, lo que implica la obligatoriedad de la inclusión del sector en la formulación del Plan de Desarrollo Municipal, que debe garantizar la eficiente participación de la empresas en este caso culturales en términos de Crecimiento, Desarrollo y Progreso Económico para la ciudad de Palmira que es la localidad que compete a este estudio.

Las líneas de acción³⁶ de la política cultural colombiana propuestas por Bravo son:

- *Formación.* Creación de metodología, proyectos de formación especializada, participación de entidades de formación, estímulos —becas para la formación— y concertación con instituciones de formación. Programas de formación desde la Secretaria de Cultura y Turismo como:

³⁵BRAVO. Martha Elena. Políticas Culturales en Colombia 2011 .Pag 40.doc pdf. Recuperado de: http://mesaculturalantioquia.files.wordpress.com/2009/03/politicas-culturales-en-colombia_marta-elena-bravo.pdf

³⁶BRAVO. Martha Elena. Políticas Culturales en Colombia 2011 .Pag 40.doc pdf. Recuperado de: http://mesaculturalantioquia.files.wordpress.com/2009/03/politicas-culturales-en-colombia_marta-elena-bravo.pdf

1. Programa de Monitorias
 2. Carreras Técnicas en Competencias Laborales en Música, Danzas Folklóricas, Teatro, Artes Visuales, Diseño Gráfico.
 3. Cursos de Extensión en todo tipo de artes.
- *Memoria.* Conservación, recuperación, salvaguardia y sostenibilidad de la memoria.
 - *Organización.* Promoción de formas organizativas, de formas alternativas de organización, adecuación de la organización a las identidades, fortalecimiento de la institucionalidad cultural (consejos).
 - *Diversidad.* Reconocimiento de la diversidad de actores y sectores de la cultura, apoyo a la diversidad mediante la concertación, el conocimiento y visibilidad internacional, nacional, regional y local de la diversidad, comunicación de la diversidad a partir de la cultura.
 - *Creación.* Estímulo de la creación, reconocimiento de los creadores, promoción de nuevos talentos, presencia en nuevos campos de la creación, promoción de las coproducciones de creaciones multimediales, apoyo a instituciones que promueven la creación, generación de oportunidades equitativas para el ejercicio de la creación, atención a la creación de diversos sectores/actores sociales.
 - *Investigación.* Realización de investigaciones, estímulo a la investigación vinculación con instituciones/grupos de investigación.

- *Descentralización/regionalización.* Fortalecimiento de procesos regionales, a circulación de bienes y servicios regionales en las regiones, adecuación institucional para un trabajo integrado en las regiones, coordinaciones departamentales. Participación en el SNC de diversos actores sociales, estímulo a la creación en las regiones, apoyo a la institucionalidad regional (concertación), fortalecimiento de la cooperación con socios estratégicos de la región.
- *Comunicación.* Producción, circulación e intercambio de sentidos, producción de contenidos, coproducciones, fortalecimiento de la expresión de sectores de la sociedad, sensibilización de la opinión pública.

En el año 2010 el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), elaboran el documento 3659, Política Nacional para la promoción de las Industrias Culturales en Colombia. El cual tiene por objetivo principal aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentando su participación en la generación del ingreso y el empleo nacional, alcanzando elevados niveles de productividad. Se enfatiza también en el componente de formación del capital humano de la industria, y en la promoción del uso de nuevas tecnologías. Por último, se propone una línea estratégica orientada a reducir la concentración regional de las industrias culturales, mediante el aprovechamiento del potencial local y de experiencias piloto que en ese sentido actualmente se están desarrollando en diferentes regiones del país.

De igual manera en este texto se expresa la existencia de industrias culturales y de industrias creativas en las cuales se insertan en las lógicas del mercado, bajo

la forma de empresas y grupos transnacionales y la orientación de disciplinas impuestas por organizaciones como la Organización Mundial de Comercio (OMC), sin abandonar la importancia de la creación individual.

El CONPES 36 59 presenta un diagnóstico del sector de industrias culturales en el país y formula unos ejes problemáticos y las respectivas estrategias que se pensaron para dinamizar las empresas culturales. A continuación se presenta una síntesis del diagnóstico hecho en el documento asociado al proceso de la Ciudad de Palmira:

EJES PROBLEMATICOS	ESTRATEGIAS ASOCIADAS
1. <u>Circulación de bienes y servicios en las Industrias Culturales.</u> Existe una debilidad en los esquemas de promoción y circulación a nivel nacional e internacional (mercados culturales, festivales, ruedas de negocio, entre otros); En la ciudad de Palmira se cuenta con una cantidad de empresas con gran capacidad de asumir retos artísticos, sin embargo pocas han sido las que han fijado su visión en mercados distintos al del sector público y local. Cómo no se tiene identificado un mercado amplio que permita ofrecer los bienes y servicios culturales palmiranos, se dificulta la formulación de estrategias y actividades que aumenten la circulación de las propuestas de valor de las empresas culturales.	1. <u>Promoción de la circulación de bienes y servicios de las Industrias Culturales</u> Bajo el liderazgo del Ministerio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport se diseñará e implementará una estrategia de internacionalización de Industrias Culturales, en el caso Palmirano representados en las Secretarías de Desarrollo Económico, Secretaría de Cultura y Cámara de Comercio, se desarrollará un proceso de incubación el cual se llamó PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA desarrollado por etapas en las cuales se tiene como objetivo la identificación y preparación de los subsectores de las Industrias culturales. De igual forma esta alianza entre estas instituciones del Ejecutivo Nacional evaluarán

Otro factor importante a considerar es la falta de experiencia de los agentes asociados al eslabón de circulación (gerentes, programadores, promotores y comunicadores, entre otros), hay un proceso de formación que se ha venido desarrollando en los empresarios, sin embargo el temor al fracaso, así como la ausencia de un acompañamiento y/o asesoría en este proceso ha limitado las opciones de crecimiento para estas empresas.

la factibilidad de constituir una entidad especializada en la promoción y distribución de productos culturales, en alianza con el sector privado ejemplo de ello es la creación de diversos programas como LASO, junto a otras entidades que apoyan el emprendimiento y fortalecen las empresas culturales. En este mismo marco de formulación de estrategias, se creó el Programa Nacional de Concertación que articula el Ministerio de Cultura que a partir del año 2010 se establece como una línea de financiamiento a través de convocatorias para promover la circulación nacional e internacional de artistas, gestores y empresas culturales formalizadas a través de proyectos, que de manera paulatina se han ido implementando en la Ciudad de Palmira desde el año 2011 que no tuvo mayor incidencia.

En materia de promoción y circulación del producto palmirano en mercados culturales distintos al nacional, se han usado estrategias de diplomacia culturales que consolidan el portafolio artístico para la programación de actividad a través de las misiones diplomáticas de Colombia en el Exterior para vincular en los eventos locales a otros países.

2. Bajo acceso a Financiamiento

Las empresas culturales de menor tamaño tienen dificultad para financiar su actividad productiva por medios de mecanismos

2. Incremento del acceso a los mecanismos de financiamiento

Promoción de la oferta pública de los instrumentos de desarrollo empresarial

tradicionales de financiamiento o a través de recursos de los fondos existentes. Se trata de áreas que no generan confianza el sector financiero, ni asegurador y que en consecuencia son materia de fuertes exigencias de garantías al momento de solicitar crédito o apoyos puntuales o simplemente de negativa sistemática

existentes como el caso del Fondo Emprende, SENA a través de la incubadora de Industrias Creativas PRANA, por medio de la gestión del Ministerio de Cultura el cual deberá promociona y divulgar dichos instrumentos en el Sector.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Cultura, desarrollará un estrategia integral para la promoción de inversiones en las Industrias culturales mediante la divulgación del os incentivos existentes.

Ministerio de Cultura presentará ante Acciones Social para su gestión ante la Cooperación Internacional proyectos relacionados con Industrias Culturales

Colciencias y el Ministerio de Cultura estructuraran un programa de financiación para el desarrollo tecnológico e innovación de las industrias Culturales.

3. Escaso desarrollo local de las industrias Culturales

La oferta de las más representativas para las industrias culturales ha estado focalizada en las ciudades capitales, en el caso Vallecaucano, en la Ciudad de Cali lo que implica que las tendencias de desarrollo, apoyo, promoción, o formación e incluso el interés empresarial privado en actividades

3, Apoyo a las iniciativas locales para el desarrollo de Industrias Culturales

Planes de seguimiento a la incorporación e implementación de proyectos productivos asociados a industrias culturales en el marco de los Planes Regionales de Competitividad formulados por las Comisiones Regionales de Competitividad. A través de las Cámaras de Comercio de Cali y Palmira, se empieza a

culturales también se concentren allí.	desarrollar en las Zonas de influencia de esta entidad, capacitaciones en emprendimiento cultural. Esto como parte de las estrategias locales se integren al diseño del Sistema Nacional de Cultura en el que se articulan competencias y recursos del nivel nacional y descentralizado para la promoción de los sectores culturales siguiendo el plan del Ministerio de Cultura.
<u>4. Insuficiente oferta educativa especializada</u> En Colombia se evidencian carencias en el ámbito de la formación artística y cultural, puesto que es insuficiente la formación técnica, tecnológico y de educación superior para el sector de Industrias ya que no convergen los contenidos de los programas de formación artísticas con las necesidades del mercado y la oferta de programas que atienden estos sectores no tiene la cobertura que demanda el desarrollo de las Industrias Culturales en la regiones.	<u>4, Ampliación de la oferta de formación especializada</u> - El Ministerio de Educación Nacional continuará el proceso de fortalecimiento para la implementación de la Educación Artística y Cultura vinculados al área de los Proyectos educativos institucionales (PEI) de los establecimientos educativos. - Se promoverá la articulación entre las entidades formadoras de docentes de artes y las necesidades de las instituciones educativas de preescolar, básica y media; y se velará para que a futuro el sector cuente con un mayor número de docentes especializados - Desarrollo de programas pilotos como Colombia Creativa Y LASO (Laboratorios Sociales de Cultura y Emprendimiento), Se diseñará una agenda de articulación entre la educación media y Superior.
<u>5. Incipiente uso de las nuevas</u>	<u>5, Fomento del uso de nuevas tecnologías</u>

<u>tecnologías en el desarrollo de modelos de negocio.</u>	<u>en el desarrollo de modelos de negocio de las Industrias Culturales</u>
Nuevas tecnologías u lógicas de la comunicación no han sido explotadas como un medio de creación de contenidos. El limitado uso de este tipo de herramientas por las empresas del sector no permite obtener beneficios en cuanto a reducción de costos, satisfacción de los clientes, estructuración organizacional y promoción de mercados locales e internacionales que en últimas se traducen en mayores rentabilidades en su ejercicio económico.	- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, mediante el programa MiPyme Digita fomentará el uso de las nuevas tecnologías en las Industrias Culturales. - Estrategia de difusión del derecho de autor que promueva el conocimiento de esta materia e incentive a los autores a proteger sus obras literarias y artísticas, a ejercer sus derechos y a diseñar nuevos modelos de negocio que faciliten la circulación legal de contenidos creativos en el entorno digital

Tabla 2. Síntesis del diagnóstico relación Caso Palmira

Fuente. COMPES 36 59

Al igual que se ha creado el CONPES 36 59, se considera de manera prioritaria, también hablar del documento creado por el mismo consejo en su versión 3533, llamado *Bases de un plan de acción para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la competitividad y productividad nacional 2008 – 2010*, este documento desarrolla propuestas para potenciar el impacto de la relación entre la competitividad nacional y la productividad de sus agentes económicos, sin desconocer el equilibrio que debe existir en los titulares de derecho de propiedad intelectual (DPI).

La propiedad intelectual es una herramienta de incentivo a la producción y creación intelectuales y, por tanto, una herramienta disponible por las naciones,

departamentos y/o municipios para contribuir al logro de grados superiores de competitividad y productividad en las empresas y en este caso las de tipo cultural. Este documento especifica que la propiedad intelectual involucra la protección del producto de actos creados por los seres humanos, en variados campos de la ciencia, la tecnología y la industria, y de igual forma en el campo de la creación literaria y artística objeto de las organizaciones, población de este proyecto. Así mismo el COMPES 3533 presenta los actores del Sistema de Propiedad Intelectual Colombiano, y define que en este se encuentran las personas naturales tales como autores, interpretes, artistas plásticas, productores de cine, televisión, periodistas entre otros, y son usuarios de este sistema ya que en su actividad producen, bienes protegibles por la propiedad intelectual o son usuarios de derechos de propiedad intelectual de propiedad de un tercero. Presenta para su análisis un diagnóstico en tres dimensiones interdependientes entre si:

1. Creación y producción intelectuales

Se establece que se debe fortalecer y ampliar estrategias que promuevan la generación de conocimientos y desarrollo de habilidades tendientes a estimular un espíritu hacia la creación cultural entre otras, en la ciudad de Palmira hay un amplio trabajo de creación de obras en los sectores de artes escénicas, musical, artes visuales, la creación literaria, entre otras; aunque dados los esfuerzos de los artistas y creadores, la promoción para la circulación de estas obras no traspasa las fronteras locales, es en este momento donde la labor de los empresarios culturales en materia de gestión muestra falencias. La administración municipal a

través de diferentes concursos desde la programación de Proyectos como el PEIS (Plan Especial de Inclusión Social, liderado por la Secretaria de Integración Social), Activarte (liderado por la Secretaria de Cultura y Turismo), Concurso de la Canción Inédita Campesina (en cabeza de la Secretaria de Agricultura y Desarrollo Económico), entre otros proyectos, generan los espacios propicios para la promoción de la Creación de Obras, sin embargo como ya se mencionó no hay mayor trascendencia en estos para la creación y fortalecimiento de empresas, esto en materia musical, pero ha de mencionarse que otro tipo de iniciativas locales en otras áreas culturales, han evolucionado y bajo la consigna de autogestión, han logrado hacer parte de grandes proyectos nacionales que les ha permitido aumentar su trayectoria, experiencia y reconocimiento en planos distintos al local, caso de algunas compañías de Artes Escénicas y la labor de Empresarios de las Artes Visuales y Literarias.

2. Protección y observancia de la propiedad intelectual

En esta dimensión se define que al ser Colombia un país *megadiverso*, multiétnico y pluricultural, posee una gran oferta de recursos biológicos, genéticos y de conocimientos tradicionales que tiene potencial para ser empleados en procesos de investigación o en el desarrollo de nuevos productos, Palmira es una de la ciudades no sólo del Valle del Cauca sino de Colombia en la que se evidencia este concepto ya que cuenta con una amplia riqueza cultural que le permite ser el escenario de grandes creaciones, y que no ha sido explorada totalmente. Se entiende entonces que el reto es que el gobierno debe ser garante de los

derechos colectivos y así mismo deber regular los procedimientos para el acceso a los conocimientos, innovaciones y prácticas de las distintas comunidades reconocidas en la nación, cultura Kansatewra para la Ciudad de Palmira, la cual hace un tiempo llevaba el nombre de Cultura Malagana, del mismo modo se garantiza la participación de los grupos indígenas, afrocolombianos, raizales, locales que quieran compartir sus conocimientos, y debe asegurarse que se realice una distribución justa y equitativa de beneficios derivados del uso del conocimiento tradicional, a finales del mes de octubre del año 2012 se realizó el Primer Congreso de Sabiduría Ancestral y Agroecología, el cual significó un importante avance en la comprensión tanto de la sabiduría ancestral que conservan nuestros pueblos y de los lazos que la unen a la ciencia de la agroecología como de las posibilidades que brinda esta última para elevar la calidad de vida de los seres humanos; siendo el eje la convivencia armónica con la naturaleza³⁷, es en este momento donde se sumerge en el tema de industrias culturales, ya que es a través de esta caracterización en la que se genera el cambio del valor simbólico al económico en el saber ancestral ya sea materializado en sus obras o en la tradición oral y bienes intangibles de los que estos proveen a la sociedad.

3. Utilización del conocimiento con fines productivos

Se ha detectado según unos estudios realizados por la Asociación Colombia de pequeñas y medianas empresas (ACOPI) a 400 empresas a través de un programa de asistencia técnica en el que evaluó el impacto y/o uso de la

³⁷ [En Línea] <https://www.facebook.com/events/139171129626768/?ref=ts&fref=ts>

Propiedad Intelectual, estudio en el cual se concluyó que esta herramienta no ha sido utilizada de una manera eficiente y efectiva por las Mypimes Palmiranas y en la mayoría de los casos esto se debe al desconocimiento de la legislación en el tema de propiedad intelectual.

También es evidente las falencias que se generan por la falta de una estrategia de negocio en la que las empresas se involucren con la propiedad intelectual que estos sean valorados como intangibles dentro de los activos fijos de las mismas o como insumos para la toma de decisiones a partir del cálculo de su rentabilidad financiera, aunque cabe aclarar que el sistema financiero no valora estos activos (creaciones de tipo intelectual) como garantías para el otorgamiento de créditos.

Debido al desconocimiento de sus derechos los autores y los artistas intérpretes y ejecutantes carecen de fuerza de negociación la cual se ve reflejada en los empresarios culturales, dada por el desinterés por la parte normativa que consagra sus derechos y beneficios, por tanto desaprovechan la ley y en su defecto no participan en la creación de normas donde se plasmen sus intereses protegibles. Y para quienes quieren ejercer sus derechos, debe hacerse bajo una figura asociativa formalmente constituida, y por tanto los titulares de esos derechos cuentan con la posibilidad de conformar sociedades de gestión colectiva a través de las cuales se logra el pleno ejercicio de los derechos que la ley les reconoce, es decir que este documento, hace énfasis en la agremiación como fuente de reclamación de derechos, que sería uno de los principales objetivos de la creación de Grupo empresarial que se formula en este trabajo.

En este mismo contexto legal se ha de mencionar la **Ley 1403 de 2010**, también conocida como la “Ley Fanny Mikey” orientada a los derechos de autor reconociendo una remuneración por comunicación pública a los artistas, intérpretes o ejecutantes de obras y grabaciones audiovisuales; según esta ley todos aquellos intérpretes de obras y grabaciones audiovisuales conservarán siempre el derecho a percibir una remuneración equitativa por la comunicación pública, incluyendo en esta la disposición y el alquiler comercial al público de las obras y grabaciones audiovisuales donde se encuentren fijadas sus interpretaciones o ejecuciones. De esta manera en la ejecución de este derecho quienes sean contratistas, representantes y/o usuarios de sus productos, no podrán prohibir, alterar o suspender la producción o la normal explotación comercial de la obra audiovisual por parte de su productor, utilizador o causa habiente. Este derecho de remuneración se hará efectivo a través de las sociedades de gestión colectiva, constituidas y desarrolladas por los artistas intérpretes de obras y grabaciones audiovisuales, conforme a las normas vigentes sobre derechos de autor y derechos conexos, En la ciudad de Palmira es necesario que las empresas culturales sepan aprovechar los beneficios de esta ley para así obtener las ganancias que le corresponden por la reproducción pública de sus diferentes obras, ya que en muchas ocasiones éstas siguen generando lucro económico a través del tiempo y ahora ya es posible tener las respectivas ganancias.

Considerando que uno de los sectores más representativos en Palmira en materia de empresas culturales es el de Artes Escénicas, se mencionará la ley 1170 la

cual regula que la actividad teatral y escénica por su contribución al afianzamiento de la cultura nacional, es objeto de la promoción y apoyo del Estado colombiano. Esta ley considera como actividad teatral o escénica a toda representación de un hecho dramático o cómico, manifestado artísticamente a través de distintos géneros creativos e interpretativos. La Villa de las Palmas, cuenta con grandes agrupaciones de Artes Escénicas con grandes logros, cuenta con varias salas de Teatro, y cabe mencionar que algunas de ellas logradas a través del Programa Nacional de Concertación.

Pero ha de mencionarse como el mayor logro de esta la 1170, el hecho de que en esta se otorga apoyo a la actividad teatral en Colombia, y se brindan beneficios a estas empresas culturales además de ciertos estímulos como seguros de vida, auxilios funerario, etc. para los artistas que ganen en festivales de reconocimiento nacional o internacional.

A continuación, se presentará un cuadro con el resumen de las Normas sobre estímulos de iniciativa Cultural, presentada por la Unidad de Emprendimiento e Innovación de la Universidad Nacional de Colombia.³⁸

Políticas y Normatividad	Objeto	Resumen y/o beneficios
Ley 397 de 1997 - Ley General de la Cultura	“Por la cual se desarrollan los artículos 70,71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan	Dispone exenciones sobre impuestos a espectáculos públicos y provisión de recursos gratuitos desde la Nación y as entidades territoriales con destino a creadores, gestores, productores, a la provisión de infraestructura y, en general, a garantizar los derechos de creación y

³⁸ VIZCAINO, Álvaro Viña, Emprendimiento cultural para la Innovación, el Desarrollo y la Asociatividad, Unidad de Emprendimiento e innovación, Pág. 91 , 92. Segunda Edición 2013. Bogotá

	algunas dependencias.”	del acceso de personas en sectores de la industria cultural.
Decreto 624 de 1989	Estatuto Tributario Art. 125.	Deducciones del impuesto de renta por concepto de donaciones a entidades estatales y entidades sin ánimo de lucro.
Conpes 3162 de 2002	“Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001-2010.”	Política que recomienda la promoción de incentivos fiscales, líneas de fomento financiero, la apertura de mercados internacionales, el fortalecimiento de la agremiación sectorial, la formación técnica y la protección del derecho de autor.
Ley 814 de 2003 - Ley de Cine	Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia.	Creó una contribución parafiscal basada en la derogación de parte del impuesto a los espectáculos públicos establecido desde 1932, y un incentivo tributario a la inversión privada en películas nacionales
Plan Nacional de Cultura 2001-2010	“Hacia una ciudadanía democrática y cultural”.	El Plan Nacional de Cultura 2001-2010: “Hacia una ciudadanía democrática y cultural”, es clara en enfatizar en la cultura como derecho universal y como potencial productivo, señalando que las industrias culturales juegan un papel importante en la creación de espacios de expresión y símbolos como canales de comunicación que entretejen una compleja red de significaciones de la sociedad.
Ley 1379 de 2010 - Actualización de la ley 98 de 1993	“Por la cual se organiza la red nacional de bibliotecas públicas y se dictan otras disposiciones”.	Prevé deducción del 100% sobre renta para personas jurídicas que hagan donaciones a través de un fondo bibliotecario allí creado (con derechos de transar en el mercado secundario los títulos que soportan las donaciones); destinación hacia la Red Nacional de Bibliotecas Públicas de un 10% del recaudo adicional de 4 puntos sobre el IVA a la telefonía

Conpes 3659 de 2010		móvil celular y un 10% de la estampilla Pro-cultura establecida en más del 50% de departamentos y municipios; posibilidad bibliotecaria de comercializar bienes y servicios complementarios cuyos ingresos se clasifican como fondos especiales para el área bibliotecaria; mecanismos de conectividad que deben cubrir a todas las bibliotecas públicas del país en un término no superior a 5 años; ampliación de la exención de renta a los editores por 20 años desde el 2013.
	Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia.	El objetivo central de esta Política es aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles de productividad.
	Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones.	-Las inversiones que se realicen en infraestructura de proyectos para escenarios habilitados o en infraestructura de escenarios habilitados existentes, destinados específicamente a la realización de espectáculos públicos de las artes escénicas, son deducibles del impuesto sobre la renta en un 100%. - Los extranjeros no residentes que presten servicios artísticos en espectáculos públicos de las artes escénicas, pagan un impuesto de renta único del 8%, que será retenido por el productor o responsable de la actividad artística o el pagador. Los mismos no están obligados a presentar declaración de renta y complementarios, siempre que se les haya efectuado la retención y que no sean contribuyentes declarantes por otro concepto. - Están excluidos del IVA los

**Ley 1493
de 2012**

Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones.

espectáculos públicos de las artes escénicas, así como los servicios artísticos prestados para la realización de los espectáculos públicos de las artes escénicas definidos en el literal c) del artículo 3° de la esta ley.

Deducciones sobre el impuesto de renta para inversiones en infraestructura de proyectos de escenarios inhabilitados o en infraestructura de escenarios habilitados existentes, destinados específicamente a la realización de espectáculos públicos de las artes escénicas. Serán deducibles del impuesto sobre la renta en 100%.

- Impuesto de renta único del 8% para extranjeros que presten servicios artísticos en espectáculos públicos de las artes escénicas, impuesto que será retenido por el productor.

- Los espectáculos públicos de las artes escénicas, así como los servicios artísticos prestados para la realización de los espectáculos públicos de las artes escénicas (actividades donde prima la creatividad y el arte, prestadas para la realización del espectáculo público de las artes escénicas)

Ley 1556 de 2012	Por la cual se fomenta la producción y rodaje de obras cinematográficas en Colombia. Crea los Contratos Filmación Colombia, los cuales darán un estímulo a favor de los productores nacionales o extranjeros que utilicen el territorio colombiano para rodar sus películas, equivalente al cuarenta por ciento (40%) del valor de los gastos ejecutados en el país por concepto de servicios cinematográficos y al veinte por ciento (20%) del valor de los gastos en hotelería, alimentación y transporte. - Se crea el Fondo Fílmico Colombiano FFC
--------------------------------	---

TABLA 3. Normas sobre estímulos de iniciativa Cultural.

Fuente. Cartilla emprendimiento Cultural para la Innovación y desarrollo de la Asociatividad.

6. METODOLOGIA APLICADA.

6.4. Tipo de investigación

6.4.1. Triangulación metodológica:

De acuerdo a los datos encontrados en la ciudad de Palmira sobre el tema de Emprendimiento Cultural asociado a la conformación de Industrias Culturales, se determino que para ampliar el estudio y realización del diagnostico del sector se utilizaran como instrumento de recolección de información, la entrevista y la encuesta, también se tendrán en cuenta información solicitada a la Secretaría de Cultura y Turismo (Solicitud Anexo 1), y los respectivos documentos oficiales que desde este despacho se expidan.

Entrevistas (Cualitativo):

En la búsqueda de evaluar elementos que se consideran relevantes en el proceso de emprendimiento cultural de la ciudad de Palmira, la idoneidad de quienes deben desprenderse las iniciativas asociadas al sector, y la relación entre los programas formulados en los Planes Municipales de Gobierno y la ejecución de los mismos gestionados por este despacho, se entrevistará a la Señora Gloria Mercedes Mora actual Secretaria de Cultura Turismo de la ciudad o un delegado del despacho al que ella representa, y al Señor Andrés Felipe Valencia, Subsecretario de Cultura y Turismo en el año 2011 reconocido por su gestión durante el periodo en el que perteneció al despacho; a los cuales se les aplica el instrumento No. 01 que conforma el Anexo No. 2.(Ficha técnica Entrevista).

La aplicación de este instrumento en el Caso de la Secretaria de Cultura y Turismo Sra. Gloria Mercedes Mora, no pudo llevarse a cabo ya que la asignación de la cita fue dada, y en primera instancia solicitaron la ficha técnica de la entrevista para tenerla como objeto de estudio argumentando que no podía dar respuesta a esta sin conocer previamente su contenido, luego se reasigno el espacio para abordar el tema, momento en el cual la Secretaria explicó de que no disponía de tiempo ni de la capacidad para responder la entrevista y que iban a enviar las preguntas a otro funcionario del despacho, por tales razones se considera que no hay la disposición por parte de tal entidad y se cancela la entrevista a esta persona, el día 29 de mayo del presente año, se entrega un documento que en primer lugar no responde a los cuestionamientos de la ficha técnica de la entrevista y en segundo lugar es un documento que no representa validez alguna

debido a la presentación no oficial del documento, por tal razón no se tiene en cuenta para el análisis, el cual se adjuntará como anexo (Anexo No. 3) y de igual forma se adjunta la transcripción de la entrevista realizada al Licenciado Valencia (Anexo 4) .

Encuestas (Cuantitativos):

Dando respuesta a los objetivos formulados; se diseña un modelo de encuesta en el que se pretende caracterizar a los empresas de la ciudad de Palmira según sus áreas de desempeño y conocer el nivel de conocimiento e implementación de estrategias comerciales que les permiten ser más competitivas en el mercado.

6.4.2. Población y muestra

Población: Se elige para la realización del diagnostico, empresas privadas, legalmente constituidas y que respondan a actividades asociadas a la clasificación realizada en la Tabla 1. Sectores Culturales.

En primera instancia, se ha ce una solicitud a la Secretaría de Cultura y Turismo de la base de datos de artistas registrados en dicho despacho, del cual se obtiene un CD con un información de un total de 197 artistas de las diversas artes de la ciudad clasificados de la siguiente forma. (Anexo No. 5, Hoja de Cálculo Base de datos Artistas)

1. Artes Escénicas
2. Artes Visuales
3. Literatura

4. Música

Esta información, no fue tomada en cuenta para la aplicación del instrumento, debido a que no se establece la Razón social a la que pertenecen estas personas, y por tanto se pierde el objeto empresarial del Trabajo, es decir al no estar legalmente registradas ante la Cámara de Comercio no pueden ser objeto de asociación al grupo empresarial que formula este documento. Por tanto se hace la petición a la Cámara de empresas que estén registradas con actividades asociadas al arte y la Cultura.

De la solicitud enviada a la Cámara de Comercio, se tiene una base de datos de 56 empresas, dedicadas a las siguientes actividades:

- *Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento*
N.C.P
- *Enseñanza Cultural*
- *Otros tipo de Educación, NC.P*
- *Actividades de Apoyo a la educación*
- *Actividades Teatrales*
- *Actividades de Bibliotecas y Archivos*

Muestra: De acuerdo a la base de datos entregada por la Cámara de comercio de Palmira, y haciendo un contraste entre las actividades clasificadas de acuerdo al código CIIU actualizada (Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas usados por la DIAN para la

asignación de NIT) y la Tabla 1. *Sectores culturales* se determina que la muestra será de un 55.36% equivalente a 31 empresas Culturales de las 56 organizaciones que son la población según la Cámara de Comercio, considerando estas como ***muestra representativa*** ya que en el análisis de la población se encontró inconsistencias entre la asignación del código y la actividad a la que estas organizaciones se dedican.

En la ejecución de las encuestas, se encontró las siguientes situaciones que dificultaron la recolección de la información.

1. Empresas registradas con actividades diferentes a las culturales
2. Direcciones inexistentes
3. Empresas que no existen en el domicilio registrado
4. Empresas en zonas de difícil acceso por condiciones de seguridad
5. Empresas que se visitaron en varias ocasiones, no se pudo contactar a una persona que pudiera brindar la información.

Por tal razón se consideró que al no cumplir estos datos con la muestra determinada en un inicio, se toma la decisión de hacer las encuestas a empresas culturales que no están en la base de datos entregada por la cámara de comercio, y que se encuentran ubicadas en las distintas comunas de la ciudad de Palmira (Anexo No. 6, Lista de Empresas) a las cuales se les aplica en Instrumento Encuesta (Anexo No.7.Ficha técnica Encuesta).

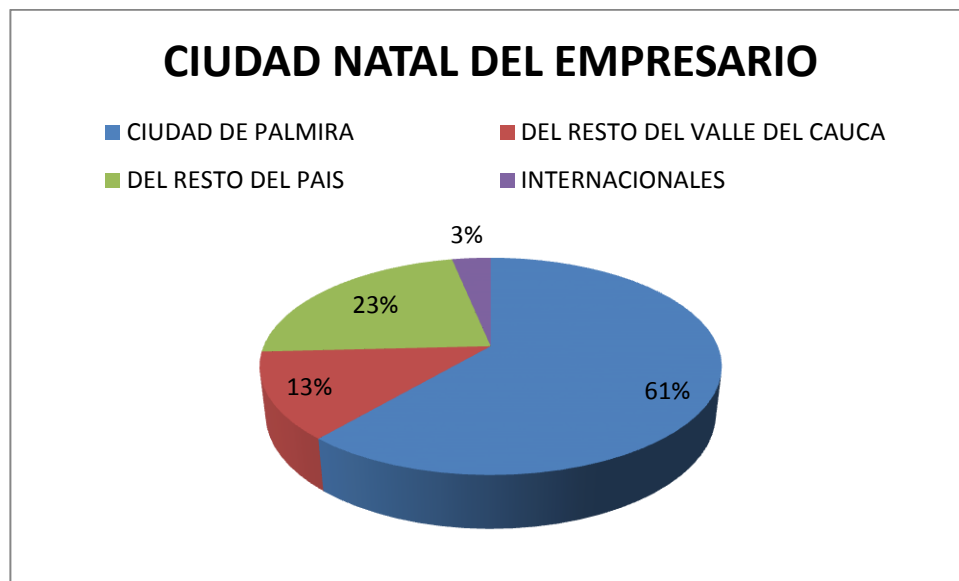
CAPITULO 4.

7. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

7.1. CARACTERIZACION DE LA MUESTRA

En esta etapa lo que se trata de definir las características de las empresas culturales, compuestas, por su ciudad o país de nacimiento, barrios o sectores en los que están ubicados, y el número de personas promedio que emplean.

a. CIUDAD NATAL DEL EMPRESARIO

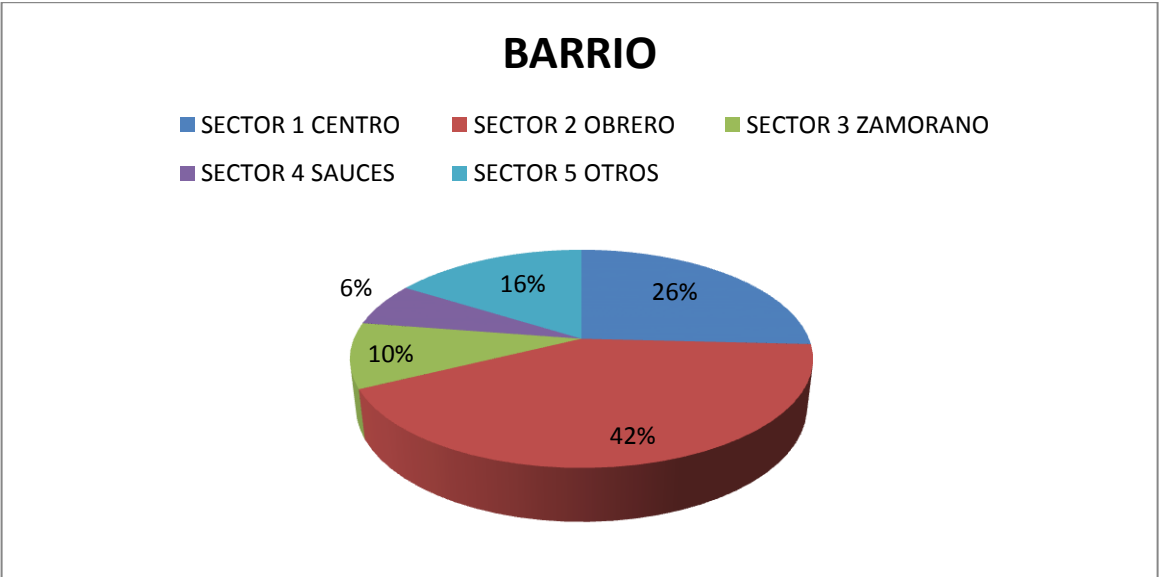


GRAFICA 1.

De acuerdo al trabajo de campo se tiene que un 74% de la muestra son del departamento del Valle del Cauca, y 13% de estas personas son de la ciudad de Palmira, un 23% proceden del resto del País de Ciudades como Barranquilla, Armero, Armenia, Bogotá, Santa Rosa de Cabal, Pasto, y un 3% son extranjeros. En la información que se pudo obtener se tiene que el 38% de los empresarios que no son de la Ciudad de Palmira, llegaron por diferentes razones, entre las cuales están 1. La búsqueda de oportunidades laborales distintas a las artísticas, 2. La cercanía de Palmira a una ciudad como Cali. 3. Mejores oportunidades de vida para sus familias. Se considera esto como fundamental en la investigación, ya que se trata de establecer si la condición de emprendimiento cultural y el proceso de creación de empresa está relacionado a los conceptos de identidad y expresión social en la ciudad, sin embargo se puede concluir que los empresarios culturales con respecto a su procedencia no tienen una influencia pues se tiene una

tendencia desde lo local al crear empresa, pero la participación de inmigrantes también tiene un volumen considerable.

b. BARRIO.



GRAFICA 2.

Para realizar el estudio de la ubicación geográfica de las empresas, en busca de establecer el nivel de concentración de estos centros culturales, se plantea una sectorización de acuerdo a la muestra establecida

Sector 1. (Trinidad, Centro, Barrio Nuevo)

Sector 2. (Uribe, Obrero, Santa Rita, Versalles, Bizerta, Colombina)

Sector 3. (Zamorano, Alameda, Amaime)

Sector 4. (Sauces, San Carlos)

Sector 5. (Olímpico, Concordia, Fray Luis, Portal de Las Palmas)

Se puede observar que la mayor concentración de empresas culturales se presenta en Sector 2. Obrero, con un 42%. Esto podría ser debido a la ubicación estratégica del sector, ya que como se observará en el mapa, es cercano al centro y a zonas residenciales, lo que permite mayor afluencia de público y potenciales clientes, y la característica que ha de considerarse como transcendental es el atractivo de bajo costos en arrendamientos y pago de servicios públicos, De igual forma es relevante la posición geográfica a nivel intermunicipal, puesto que en este sector se pueden hallar las vías principales de salida de la ciudad tales como la Calle 42 y La Carrera 28, lo cual es significativo en el sentido de que facilita el desplazamiento de personas proveniente de ciudades y corregimientos que requieran de servicios culturales.

El que sigue en nivel de concentración, es el Sector centro, con un 26% de la muestra, y es importante considerar que en este se encuentran sitios relevantes como la Casa de la Cultura, la Alcaldía, Cámara de Comercio de Palmira el Centro Cultural Barney Materon y edificios representativos e históricos, la Secretaria de Cultura y Turismo, Bibliotecas, Cajas de compensación (Comfenalco

y Comfandi), lo que indica la mayor concurrencia de personas, que pese a distintas razones por las cuales hacen sus visitas al centro son en primer lugar mercado potencial para las empresas, además de que pueden ser comunicadores de la información vista en el sector a personas que no tienen acceso por tiempo, condición económica, acceso por transporte. Es valioso indicar que este sector tiene gran movimiento comercial y es un sitio pertinente tenerlo en cuenta para el desarrollo de estrategias publicitarias.

En el Sector 3. Zamorano se encontró que de manera particular se le llama Colonia Nariñense y por tal razón desde la administración municipal, se dispuso un espacio para esta población que en su mayoría son originarios de los Departamentos de Nariño y Cauca, a este espacio se ha llamado Casa de la Cultura Nariñense, sin embargo las empresas que se encontraron en este sector no se encuentran vinculadas a este lugar. Y las compañías de este parte ocupan un 10% de la muestra que se tomó.

El sector 4 Sauces tiene una participación de 6% dentro de la ubicación, y esto podría ser debido a la lejanía de sectores como el centro y obrero, es entonces en este momento donde puede surgir la pregunta de cuál es la forma en la que las personas de este sector participan de los procesos culturales.

En el sector 5 encontramos una variedad barrios y se sectorizo de esta forma debido a lo dispersos que estaban de los sectores anteriormente nombrados y es relevante que la posición en la mayoría de casos de estas empresas es de zonas residenciales.

Para facilitar el análisis se realizará la ubicación respectiva en el mapa de la ciudad de Palmira.

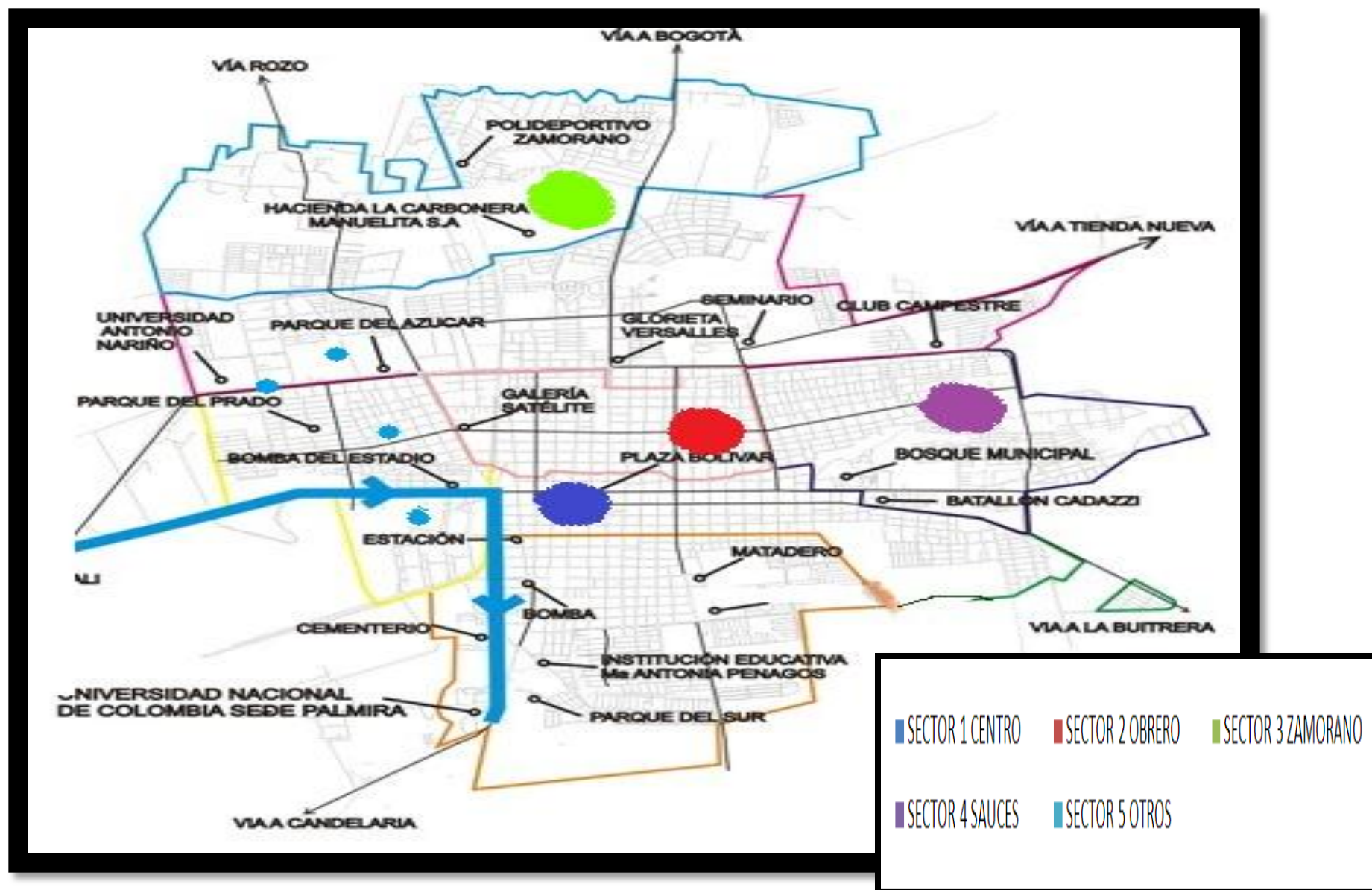


FIGURA 1. Mapa Comunas Palmira. Adaptado a Sectores Propuestos.

Fuente: [en línea] Descarga. <http://jrms.pktweb.com/?p=1274>

c. ESTRATO SOCIOECONÓMICO

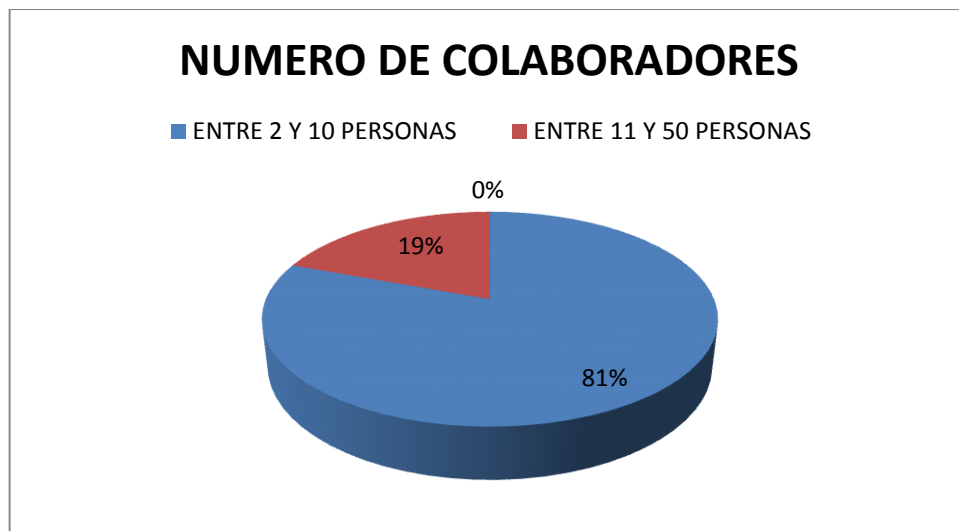


Grafica 3.

Se observa que la mayoría de empresas culturales pertenecen al estrato 3, lo cual valida la información que se hizo en el ítem de sector mencionado anteriormente por que el sector 2 en su mayoría es estrato 3, las empresas que son estrato 2 en gran parte con las de sectores aislados como el sector 5 y sector 3. Esta información, nos permite concluir:

1. En algunos casos el nivel de ingresos de estas organizaciones es promedio, por eso la elección de un sector económico.
2. El sector es llamativo y concurrido para usuarios de este tipo de productos y servicios culturales.

D. NIVEL DE EMPLEABILIDAD



Gráfica 4.

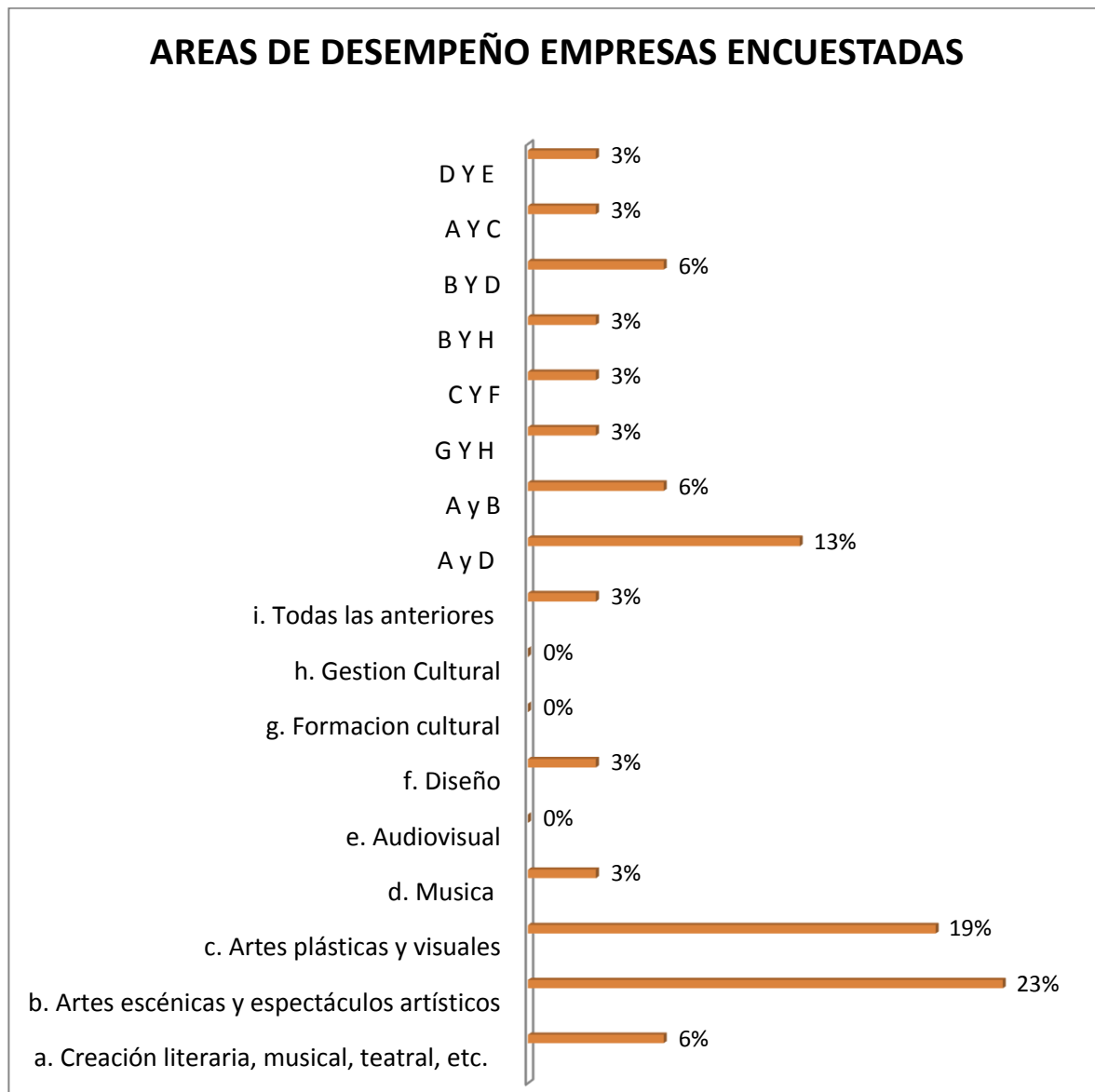
Teniendo en cuenta que la clasificación de empresas por tamaño del Ministerio de Industria y comercio establece que las micro empresas tienen entre 1 y 10 empleados, las pequeñas entre 11 y 50 personas laborando, y en la realización del trabajo de campo propuesto, se encuentra que las empresas culturales de Palmira, están enmarcadas en las condiciones de Micro y Pequeñas,

El estudio arroja que el 81% de empresas son micro y el 19% restante son pequeñas, aunque estos datos son fluctuantes debido a las condiciones laborales bajo las cuales se hacen las respectivas contrataciones, y que en su mayoría son por prestación de servicios y labor contratada, lo cual no garantiza la estabilidad económica de los artistas o personas que intervienen en los procesos culturales.

Es de considerar que este tipo de características dan a las empresas el carácter de empleos temporales y de alta rotación de personal,

Pese a estas condiciones, poco estables se ve en la muestra que en estas empresas se contrata 222 personas promedio, lo cual es altamente representativo en carácter de empleabilidad para la ciudad porque esto demuestra el impacto económico que se genera desde estas empresas, y también es relevante recordar que estos datos sólo pertenecen a una muestra, si se hablara de la población total, de un censo establecido de manera correcta se tendría que son muchas más personas que son contratadas por empresa culturales, y esta información reafirma el impacto de la labor realizada desde este trabajo y de las estrategias que se tienen que empezar a formular desde las entidades encargadas para el fortalecimiento del sector en materia de empleabilidad y mejoramiento de condiciones laborales que se brindan desde estas organizaciones culturales a sus colaboradores.

1. AREAS DE DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS CULTURALES ENCUESTADAS



GRAFICA 5.

Al formular el instrumento, y la población se estableció que se iba a trabajar la clasificación de acuerdo a la hecha en la tabla 1. Sectores Culturales, de las

cuales se obtuvo que la mayoría de las empresas que participaron de la muestra son empresas dedicadas a las artes escénicas y espectáculos con un 23% y las organizaciones dedicadas a las artes plásticas, sin embargo no se puede dejar de lado que con una alta participación y frecuencia se encuentran aquellas empresas dedicadas a la música y que al mismo tiempo tiene una relación con la creación literaria y musical, estamos hablando entonces de compositores tanto musicales, de literatura y del área teatral, esta suma de actividades arroja un total de 31% muy representativo en cuestión de composición y creación de obras inéditas y arreglistas.

Se agrega a este análisis los subsectores que se encuentran incluidos en la clasificación de las áreas de desempeño cultural.

a) Creación literaria, musical, teatral, etc. Creación literaria

Creación musical

Creación teatral

Creación audiovisual

b) Artes escénicas y espectáculos artísticos Danza

Presentaciones articulando danza, teatro

Presentaciones musicales en vivo.

c) Artes plásticas y visuales Fotografía

Pintura

Escultura

Arte industrial

Grabado, Artes Gráficas, Ilustración

d) Música Edición de música. Producción fonográfica

e) Audiovisual Cine y video Radio

Televisión

Multimedia

f) Diseño Arquitectónico Gráfico

Textil

Industrial

Joyas

g) Formación cultural Formación artística dentro del programa general

Formación artística especializada

Formación en mantenimiento del patrimonio,
museología.

h) Gestión cultural

Con respecto a las áreas de desempeño de las empresas y el tamaño de estas, tenemos el **71%** de estas empresas son **MICRO EMPRESAS**, de las cuales pertenecen a las siguientes actividades y tienen la siguiente distribución porcentual.

- Creación literaria, musical, teatral, etc. (9.09%)
- Artes escénicas y espectáculos artísticos (31.81%)
- Artes plásticas y visuales (31.81%)
- Música (13.63%)
- Audiovisual (4.54%)
- Gestión Cultural (4.54%)

El **29%** restante de las empresas son **PEQUEÑAS EMPRESAS** y en su mayoría son las de creación literaria y artes escénicas y espectáculos artísticos, y es sustancial señalar que hay una empresa que maneja todas las categorías que se formulan en el instrumento y emplea a más de 15 personas, lo que lleva a establecer que hay una iniciativa de la propuesta que se formula desde este trabajo que es el manejo de todas las áreas culturales en un solo centro.

Estas empresas según sus áreas de desempeño se encuentran ubicadas en los siguientes sectores.

Sector 1. CENTRO (26%)

b. Artes escénicas y espectáculos (50%)

c. Artes Plásticas y visuales (40%)

f. Diseño (10%)

Para el sector 1 se encuentra que las empresas concentradas en este sector se desempeñan en las artes escénicas en su mayoría, al igual que se encuentran las artes plásticas y visuales al igual que las de diseño.

Sector 2. OBRERO (42%)

a. Creación Literaria, musical, teatral (23.07%)

b. Artes escénicas y espectáculos artísticos (30.77%)

c. Artes plásticas y visuales (15.38%)

d. Música (23.07%)

g. Formación cultural (7.69%)

En este sector se evidencia que las artes escénicas son las predominantes al igual que la creación literaria, ligada a la música, sin embargo en este sector se evidencia una nueva tendencia como es la formación cultural es decir que se desarrolla un proceso integral en todas las áreas.

Sector 3. Zamorano (10%) y Sector 4. Sauces (6%)

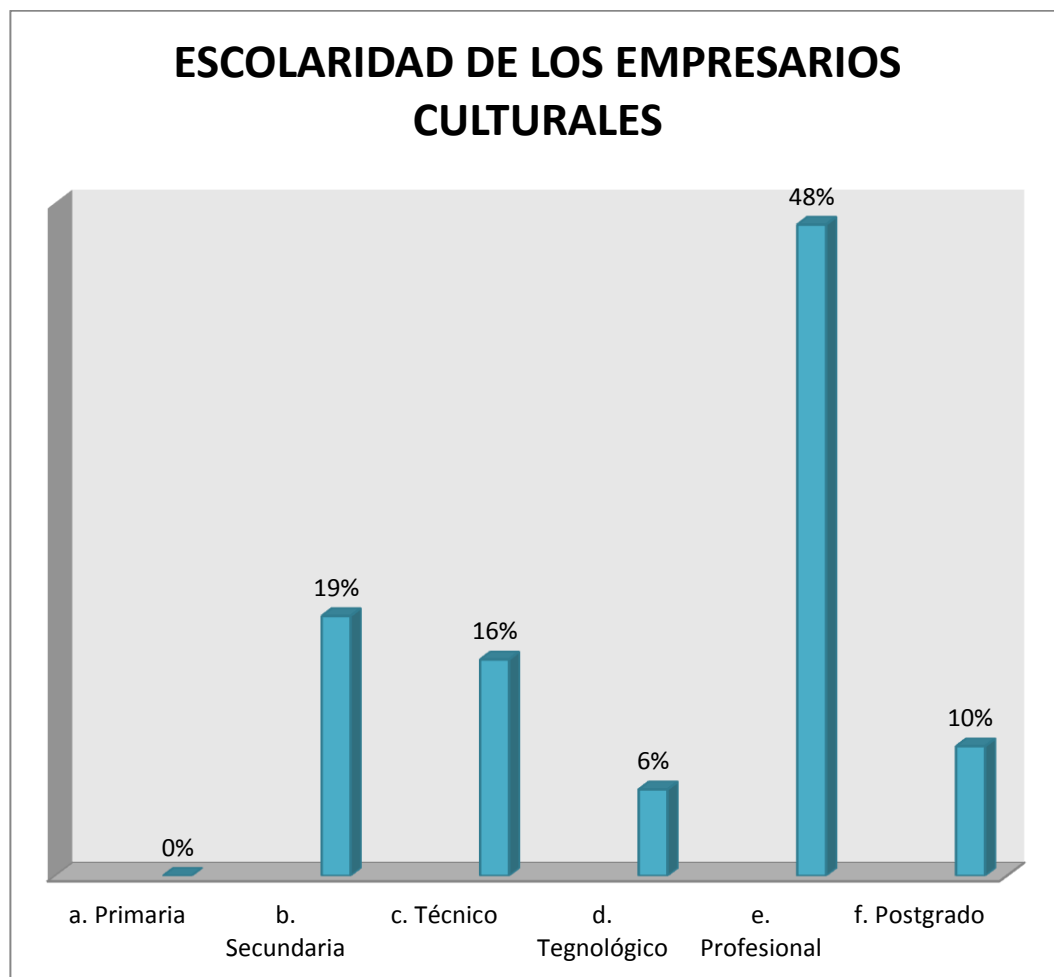
- Creación literaria, musical, teatral y Música (100%)

En este sector se encuentran compositores y músicos.

Sector 5. Otros (16%)

- a. Creación Literaria, musical, teatral (40%)
- b. Artes escénicas y espectáculos artísticos (20%)
- d. Música (20%)
- i. Todos los sectores (20%)

2. ESCOLARIDAD DEL EMPRESARIO CULTURAL



GRAFICA 6.

Como se puede observar en la Gráfica 6. El 48% de los empresarios. Son profesionales, algunos el campo artístico y otros en diversas carreras diferentes a su área de desempeño vocacional como la ingeniera en sistemas, administración de empresas, contaduría. Se destaca que dentro de este grupo de profesionales hay un número importante de artistas que profesionalizaron su arte, en su mayoría músicos y quienes ejercen las artes escénicas en actividades tales como el teatro y la danza, en entidades destacadas por su exigencia tales como la Universidad del Valle, Universidad del Cauca, Instituto Departamental de Bellas Artes, entre otros. A este grupo de profesionales se le suma aquellas personas con un grado más de estudio, con un 10% lo cual lleva a concluir lo siguiente:

El 58% de los empresarios tienen un grado de escolaridad profesional. El talento palmirano está capacitado profesionalmente aunque no específicamente en el área cultural pero esta profesionalización implica una visión más amplia del área cultural y del uso de recursos que se pueden utilizar para atraer mercado, captar recursos, mejorar los procesos administrativos y estratégicos de una organización, pero es aquí donde surge la pregunta, de si esto se esta realmente cumpliendo, la profesionalización de estas personas aumenta su visión empresarial o por lo contrario los inhibe de acercarse al sistema empresarial de la ciudad y a las entidades que pueden apoyar sus procesos, entonces se habla de desmotivación y de desconfianza en el sector, estas son dudas que se despejaran más adelante, cuando se hable de gestión y generación de confianza de las entidad encargada de este sector.

En segundo lugar están los empresarios con un nivel de estudio de secundaria con un representativo 19%, los técnicos con un 15% y los tecnólogos con un 6%. Es decir que de la muestra captada, no había personas con un nivel de escolaridad de básica primaria.

Cabe mencionar que los profesionales en áreas distintas a las artísticas, tienen el área cultural como una alternativa para generar recursos extras, esto hace que no se ponga tampoco mucho empeño en mejorar sus productos o servicios así como tampoco por desarrollar estrategias empresariales.

En la realización del análisis se ha venido hablando del origen de los empresarios y se considera conveniente hacer este aparte ya que se puede establecer si esto influye en el nivel de escolaridad y evolución de las empresas culturales ubicadas en la ciudad de Palmira. Entonces se tiene que:

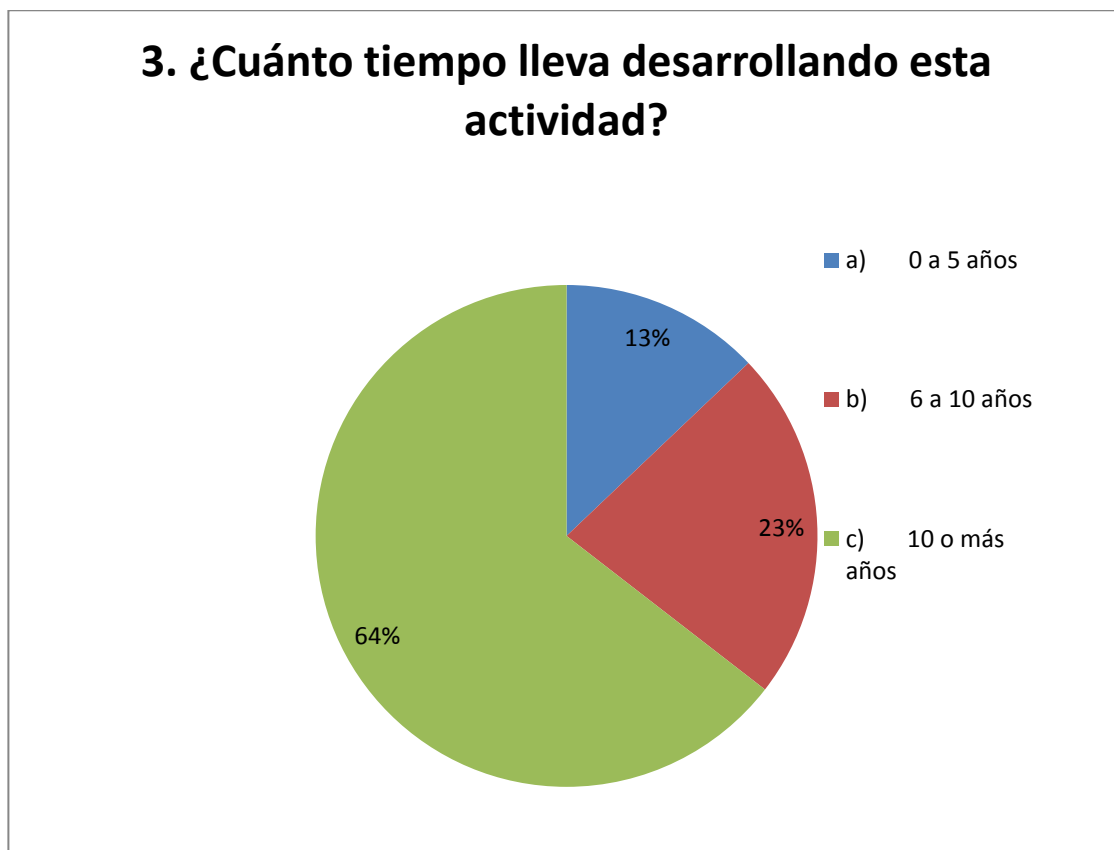
Con origen de la ciudad de Palmira hay 61,29%, de los cuales, un 52.63% son Profesionales, 2% tiene postgrado, 10.52% ha estudiado tecnologías, 21.05% son técnicos.

De otros municipios del Valle del Cauca hay 12.9%, entre los cuales hay un 25% de profesionales y con bachillerato, 50% técnicos.

Un 57.14% de bachilleres, 14.29% de profesionales con postgrado y 28.57% de profesionales vienen del resto del país representado en con un 22.58% de la muestra. Y se encontró que un profesional es extranjero representando el 3.22% del marco internacional.

De lo anterior podemos concluir que la mayor cantidad de profesionales provienen de la ciudad de Palmira y el resto del país, es decir que los empresarios capacitados profesionalmente son colombianos y específicamente de la ciudad de Palmira.

3. TRAYECTORIA EN EL MEDIO CULTURAL



Grafica 7.

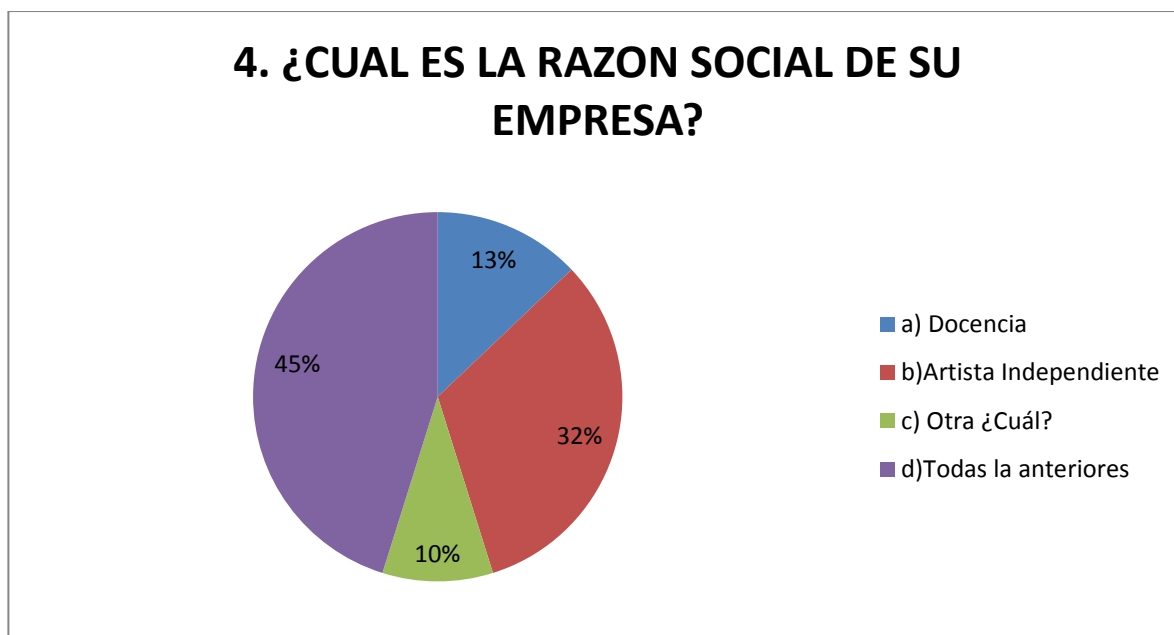
Según esta gráfica la mayoría (87%) de los empresarios culturales llevan más de 5 años ejerciendo su arte, lo cual permite afirmar que así ellos no estén certificados por una institución de educación superior en los que se establezca que son profesionales, según el Ministerio de Educación con la Ley 25 de 1985, al ser estas áreas culturales tan complejas y al haberse profesionalizado hace tan poco, se considera como profesional de las artes ya sea artista independiente, docente o gestor cultural, a quienes lleven más de 5 años comprobables en el ejercicio de la actividad. Esto en aras de dignificar la labor y el aporte social y de construcción de identidad ciudadana que hacen estas áreas al país.

Entre los sectores culturales destacados por llevar de 10 o más años desarrollando su actividad, están:

1. Las Artes de creación literaria, musical, y teatral,
2. Las artes escénicas y espectáculos artísticos
3. Las artes plásticas y visuales
4. La música
5. Audiovisual

Y las empresas que llevan menos de 5 años en el mercado cultural, se tiene que en su mayoría son empresa dedicadas a la composición, y a la música, aquellas dedicadas a las artes escénicas y las empresas que ofrecen todo tipo de servicios culturales.

4. FORMA DE DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS



Gráfica 8.

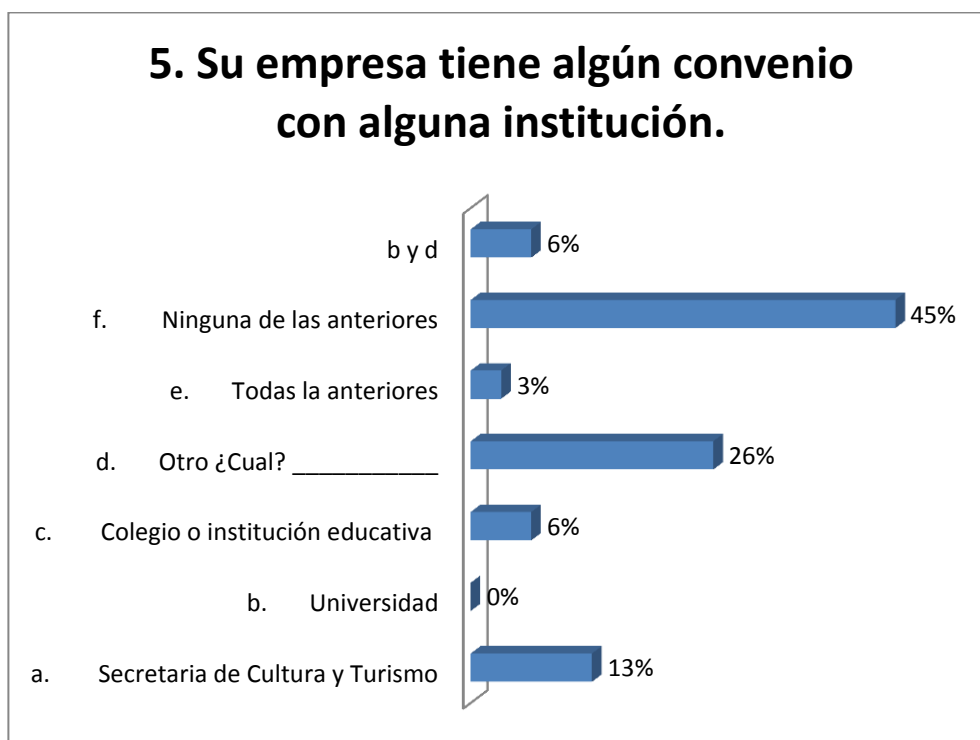
En el ejercicio de las artes, se encuentra que la mayor parte de las empresas hacen un trabajo de formación, evidenciado en el 48% de la gráfica, y cabe sumar también a este porcentaje una parte del ítem en el cual la muestra indica que desarrollan ambas actividades de docencia y como artistas independientes (considerando a estos como los grupos representativos de estas organizaciones, de los cuales se vende su trabajo, por ejemplo, una academia de danza puede hacer un proceso de semilleros de bailarines, pero puede tener las compañías que son aquellas que representan a la entidad y a las cuales se les paga por presentación), es decir que se está haciendo un proceso de formación en cultura interesante ya que esto significa la creación de pequeños semilleros culturales,

que permite al proceso cultural tener una continuidad, esto lleva a que se piense en que la cultura tiene una responsabilidad representativa desde el área educativa, tanto por las cátedras que se dictan como por los métodos pedagógicos que se usan para llegar a población en distintas etapas de la vida, como también por si los contenidos de las clases son apropiados para los individuos que perciben, esto sirve para generar interrogantes interesantes como definir la función del área cultural en la educación, al igual que establecer qué aportan la composición, las artes escénicas, los espectáculos artísticos, las artes plásticas, y visuales, la música, el diseño, el sector audiovisual, la gestión y formación cultural a los procesos de convivencia ciudadana y construcción de sociedad; todos estos cuestionamientos en función de la labor docente del artista, como se articulan estos sectores a la gestión municipal de trabajo por la infancia y adolescencia, temas críticos actualmente en la ciudad desde los proceso de integración social y convivencia pacífica.

De manera subsiguiente a la labor docente en materia de porcentaje, se encuentra que un 32% de la muestra materializa sus conocimientos culturales como artistas independientes, es decir que ellos cumplen una función fundamental en el que hacer cultural y es el hecho de transmitir y crear parte del ambiente cultural, que sumado al resto de elementos distintos a las formas de expresión se conjugan para desarrollar el concepto de cultura en la ciudad.

La muestra arroja también que existe otro tipo de desempeñarse en el sector distinto al de la docencia y la prestación de servicios artísticos, como lo es la comercialización, ya sea de artesanías o instrumentos musicales.

5. ALIANZAS ESTRATEGICAS O CONVENIOS DE LAS EMPRESAS CULTURALES



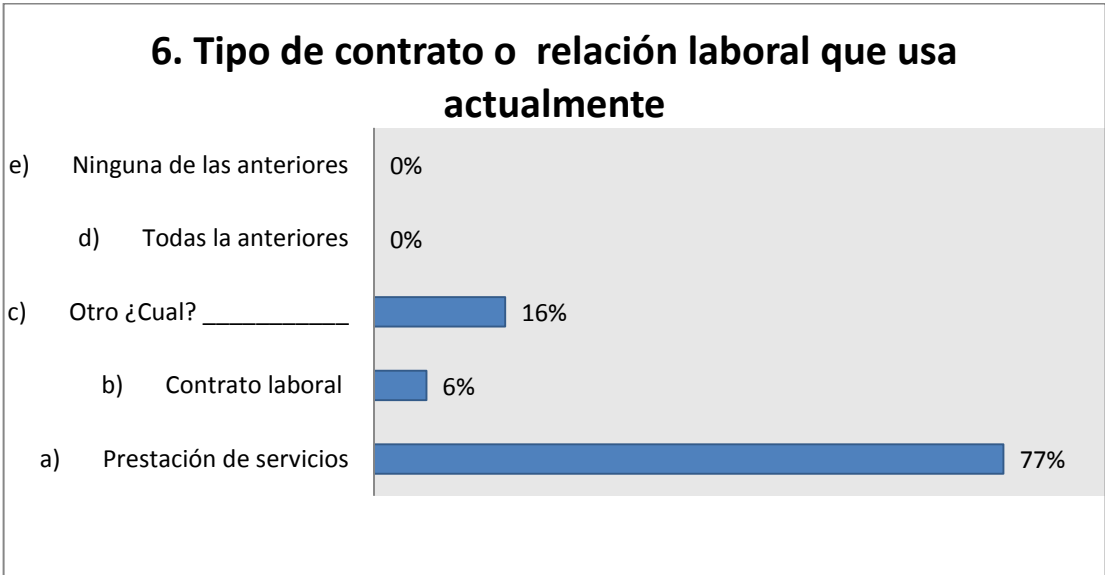
Gráfica 9.

En busca de establecer qué tipo de instituciones se encuentran articuladas al proceso cultura y con las cuales las empresas objeto de estudio hacen alianzas, se tiene que en la mayoría de organizaciones que usan este recurso tienen convenios con empresas privadas, fundación y alcaldías de otros municipios.

Esta situación de empresas buscando convenios con organizaciones distintas a las estatales, permite concluir que el mercado de las empresas se ha ampliado, además de ser importante el hecho de que ya no sólo se limitan al espacio de la ciudad de Palmira, si no que se está buscando ampliar el mercado que en algunos casos no solo es intermunicipal, si no nacional, las empresas han aprendido a usar las TIC's y oportunidades de medios de comunicación nacionales para proyectar sus organizaciones.

En la muestra tomada, se halló que el 13% equivalente a 4 empresas tiene contratos, convenios con la Secretaria de Cultura y Turismo, de las cuales son muy representativas las áreas de artes escénicas y música. Esto coincide de manera especial con las actividades que desde este despacho se realizan tanto en la agenda cultural como de gestión administrativa.

6. TIPO DE RELACION LABORAL USADA POR EMPRESAS CULTURALES



Gráfica 10.

Se establece que la mayor parte de los empresarios (77%) que participaron de la muestra usa en términos de relación laboral el contrato por prestación de servicios el cual incluye dentro de sus términos, el hecho de que el contratista debe correr con el pago de afiliación a EPS, ARL, Pensión, póliza de cumplimiento de contrato en este sentido es importante mencionar que en algunos contratos es más el dinero que se invierte en el pago de estos, que el que se gana por la labor realizada en algunos proyectos, este tipo de figura civil que implica que la persona a emplear, presta sus servicios sin ninguna relación contractual con el contratante, por tal motivo el empleador no tiene obligación en cancelar primas, cesantías, vacaciones y los intereses ligados a la liquidación de estos valores, además que de manera operativa supone que las personas contratadas son autónomas en el ejercicio de sus funciones, aunque bajo una supervisión del objeto o actividades especificadas en el contrato, es relevante considerar que una de las áreas más en este mercado cultural son las de Artes Escénicas, por tal razón es importante que se piense en la aplicación de la Ley 11 70 en la que se establece como estímulos para quienes pertenezcan de manera especial a grupos de Teatro como Seguro de Vida e Invalidez, Seguridad Social en Salud, Auxilio Funerario (a través de empresas de economía solidaria, los cuales se harán efectivos a partir del reconocimiento obtenido y durante el término que se mantenga como titular del mismo. En esta Ley se estableció que al titular se le otorguen estos estímulos deberá demostrar ingresos laborales inferiores a tres (3) salarios mínimos legales vigentes (s.m.l.v.) o ingresos familiares inferiores a seis (6) salarios mínimos legales vigentes (s.m.1.v.). De aquí que la vinculación de este tipo se da por que

las entidades contratantes suplen con estas “vacantes”, una necesidad especial, que no es posible atender con personal de su planta, ya sea porque es insuficiente o por la carencia de perfiles idóneos para estos fines formulados, de igual forma puede presentarse debido a una regla o política fiscal; La contratación por prestación de servicios puede dar cierta independencia al contratista, en temas de tiempo y la forma en que opera, sin embargo no genera estabilidad laboral alguna, ya que son empleos casi temporales en algunos casos que en su mayoría no pasan del año, y no garantizan al menos la protección que se da para el desempleo como lo son las cesantías, y por tanto en caso de vencimiento del contrato , tampoco se estima el derecho a vacaciones y obviamente el pago de ellas en la liquidación, porque esta figura no existe. Esto disminuye las posibilidades de estas personas para acceder a créditos en entidades financieras o de contar de manera fija con un ingreso económico.

La incertidumbre generada actualmente por este tipo de contratos ha hecho que muchos empresarios que tienen una profesión distinta a la artística dejen de lado este proceso y busquen empleos que consideran más estables y con mayores garantías para ellos y sus familias.

Otra respuesta frecuente de relación laboral en la que no se establece ningún tipo de contrataciones son empresas familiares, en las cuales se afirma que no se usan contratos de ningún tipo, lo cual en el sentido empresarial estas famiempresas, las cuales sus actividades se fundamentan según Arango

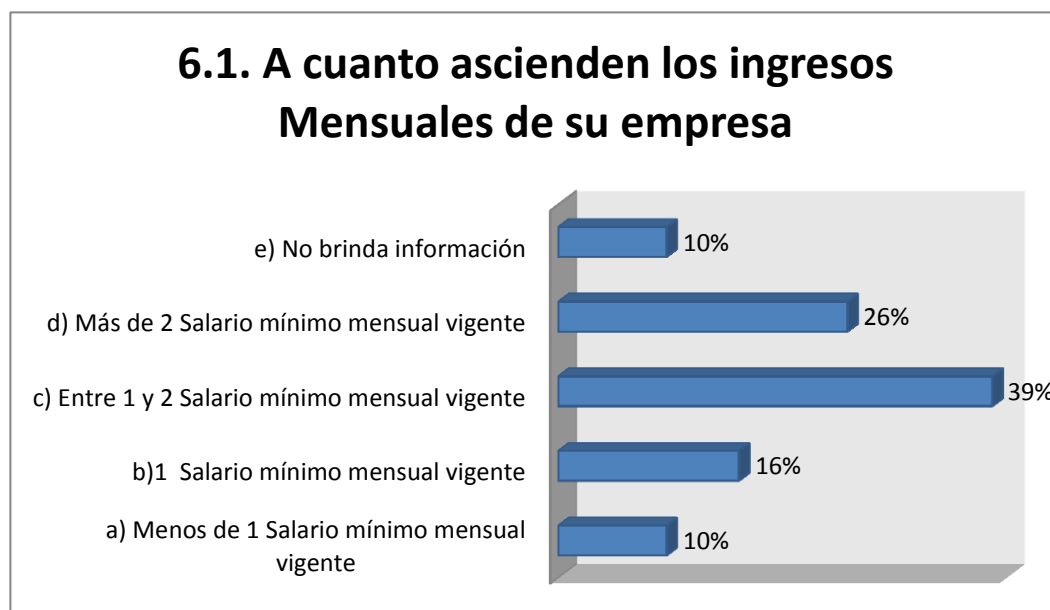
Jaramillo en su Manual de Cooperativismo y económica solidaria³⁹ en los siguientes principios.

1. La familia como la célula primaria de la sociedad y base de las comunidades
2. La familia, comunidad productora de bienes y servicios para satisfacer necesidades de sus miembros
3. La autogestión, como principio rector de la economía solidaria y fuente generadora de autonomía grupal
4. La propiedad comunitaria sobre los medios de producción.
5. Se fundamentan en el valor trabajo y no el factor capital
6. Son prolongación y desarrollo de la tradicional economía doméstica que, como tal, produce, distribuye y consume
7. Constituye una auténtica alternativa de trabajo independiente, por que las famiempresas generan sus propias fuentes de trabajo y de ingresos y operan independientemente.
8. Buscan un beneficio tanto familiar como individual.
9. Para sus miembros constituyen un proyecto de vida propio y liberador, como resultado del hecho de trabajar para sí mismo, sin patrón

Estas características mencionadas, pueden ser factores determinantes en el éxito o fracaso de las empresas que prestan servicios culturales.

³⁹ ARANGO. Jaramillo Mario. Manual de cooperativismo y economía solidaria, Universidad Cooperativa de Colombia, 2005

6.1. INGRESOS MENSUALES DE LAS EMPRESAS



Gráfica 11.

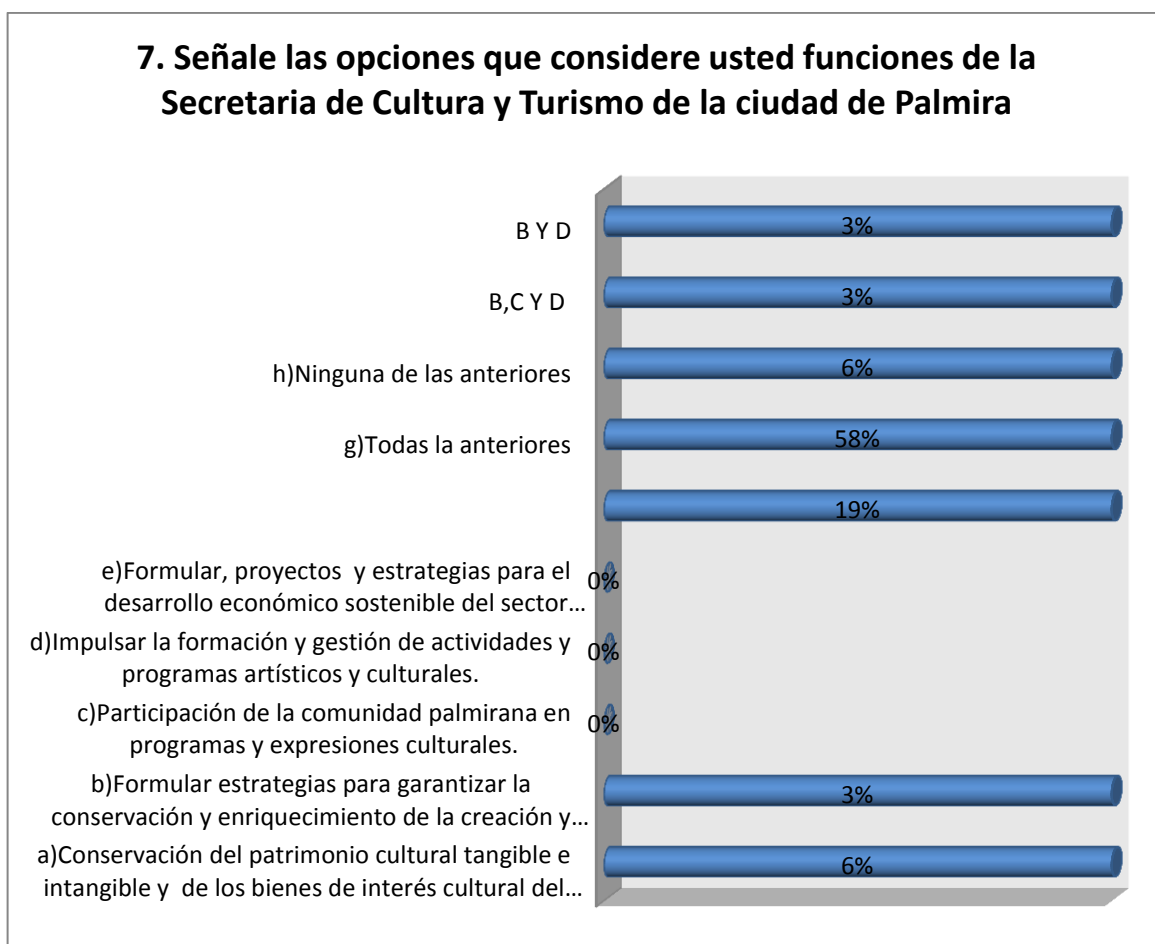
Con un representativo 39% las empresas que participaron de la muestra, afirmaron que los ingresos están entre 1 y 2 salarios mínimos legales vigentes (\$1'179.000) seguido de un 26% que perciben de manera mensual más de 2 salarios mínimos, y otro 26% recibe entre un salario mínimo y menos de este valor, estos valores en muchas veces no solventan las necesidades económicas de los empresarios ni de sus familias, esta variable es importante relacionarla con el tipo de contrato bajo el cual se vinculan laboralmente los colaboradores culturales, y hace que este tipo de datos sean un promedio no mensual, si no un valor fluctuante ya que el arte también tiene temporadas de crecimiento y de declinación como el comercio.

Es necesario tener en cuenta el tamaño de las empresas para el análisis de los ingresos mensuales de las organizaciones, pese a las condiciones de micro

empresas que se tiene , las que más se destacan entre 1 y 2 salarios mínimos legales vigentes, son la dedicadas a:

- Las artes escénicas y espectáculos artísticos
- Las artes plásticas y audiovisuales
- La música y composición musical, literaria y teatral

7. FUNCIONES DE LA SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO DE LA CIUDAD DE PALMIRA



Gráfica 12.

De estas funciones se trato de hacer un análisis comparativo con la gestión del Actual Despacho de cultura de la ciudad de Palmira a través de una entrevista, la cual no fue concedida, sin embargo se cruzará esto con los programas que se obtuvieron a través de un oficio que brindo la Secretaria de Cultura y Turismo (Anexo 8) en el cual no se establece con certeza la gestión de la Secretaría y se decide entonces remitir a la información original del documento que es el Plan Municipal de Desarrollo 2012 – 2015 de la ciudad de Palmira , el cual ya se ha expuso anteriormente en el marco contextual, aquí se hará un ampliación de lo que se supone es el desarrollo de las funciones de la Secretaria, en contraste con el Plan en el Sector Cultura, en el Acuerdo Municipal No. 010 del 25 de junio de 2012. El análisis a realizar busca determinar la visión que existe de la labor de la Secretaria ante los ojos de los empresarios, y si bien no es la única organización que desarrolla procesos de gestión cultural, es la entidad llamada oficialmente a que con el presupuesto público genere espacios, desarrolle procesos que involucren de manera permanente a todo tipo de iniciativas de tipo cultural, en este caso las de tipo empresarial, tomándolas como una herramienta de posicionamiento político, económico y social de la ciudad.

De la pregunta 7 se tiene que las principales funciones de la Secretaria de Cultura y Turismo que identifican los empresarios culturales son:

1. Diseñar, formular, desarrollar, evaluar y controlar las políticas, planes, programas, proyectos y estrategias para la protección, intervención, investigación, promoción, divulgación y conservación del patrimonio

cultural tangible e intangible y de los bienes de interés cultural del municipio.

PROGRAMA. Apropiación del patrimonio cultural

El cual tiene por objetivo fortalecer la apropiación social del Patrimonio Cultural. Y la estrategia que se formuló es: Gestionar a través de la Dirección Nacional de Patrimonio, el reconocimiento, identificación, valoración, inventario, registro y fortalecimiento de los diversos bienes materiales e inmateriales de interés cultural del Municipio de Palmira. El resultado de este proceso es la ejecución del 100% de los eventos para fortalecer la apropiación social del Patrimonio Cultural.

Esta línea tiene como subprograma los Bienes de interés cultural a través del cual se plantea ejecutar tres proyectos para la conservación, mantenimiento, protección, exhibición, divulgación y conocimiento de tres bienes de interés cultural y un proyecto para la formación de Vigías del Patrimonio. De este programa se puede decir que no se ha desarrollado actividades que promuevan la ejecución de lo que se propone, pues en el año 2011 se destruyó un mural altamente representativo para el país, en ese entonces sólo habían en Latinoamérica 3 obras de este reconocido Artista Tejada , y fue derrumbado el año pasado, con el conocimiento previo de la importancia de ese mural para la ciudad, pues se hizo un estudio en el cual estuvo la Secretaria de Cultura y Turismo, estaba dentro de las posibilidades removerlo, sin causarle daño alguno, pero pese a los avisos hechos y el acompañamiento de algunos artistas plásticos y

empresarios culturales de la Ciudad de la Palmira, fue destruido sin atención a los avisos y las denuncias públicas hechas por esta organización.

Otro subprograma es el Fortalecimiento del patrimonio cultural. Que tiene como producto. Realizar once eventos que fortalezcan el patrimonio cultural material e inmaterial a través de la realización de encuentros gastronómicos de comida tradicional local. Programas que estimulen la apropiación de saberes para la construcción de la identidad colectiva desarrollados y la ejecución de eventos del Festival Internacional de Arte y Cultura “Ricardo Nieto” realizados.

2. Formular estrategias para garantizar la conservación y enriquecimiento de la creación y expresiones culturales.

PROGRAMA. Creación artística y cultural

Tiene como propósito fomentar los procesos de formación artística y de creación cultural, a través de la ampliación de a cobertura de los procesos de formación y capacitación descentralizada hacia comunidades de las zonas urbanas y rurales del Municipio, mediante el fortalecimiento institucional del Centro Cultural encargado de impartir la formación.

Uno de sus Subprogramas es la Capacitación artística, Ofreciendo capacitación a 3.700 personas anualmente en programas de formación artística. Y tiene como indicadores.

- a. Número de niños y niñas de primera infancia, infancia y adolescencia, vinculados a programas de formación artística (Escuelas de Danza, Pintura, Teatro, Música).
- b. Número de programas de formación para la primera infancia, infancia y adolescencia creados y fortalecidos.
- c. Número de personas incluidas en el programa de monitorias artísticas.
- d. Un Centro de Arte y Cultura en funcionamiento.
- e. Número de artistas y gestores formados.

Se valora mucho la formulación y ejecución de estos programas, pero habría que evaluar desde que punto no se convierten en arma de doble filo para las entidades gestoras de estos proyectos formativos, pues es muy importante en el desarrollo de estas actividades no perder los propósitos de calidad, a qué precio se tienen vinculadas a la formación, la población beneficiada de estos programas, condiciones de hacinamiento, infraestructura inadecuada, recursos metodológicos en pésimo estado, o insuficientes para formar a la población educativa

- 3. Diseñar, implementar y evaluar, planes, proyectos y programas que conjuguen las fortalezas turísticas y las expresiones culturales del municipio para estimular el posicionamiento de la ciudad de Palmira en materia turística.
- 4. Formular, orientar y coordinar las políticas, planes, programas, proyectos y estrategias para el desarrollo económico sostenible del sector turístico, estimulando la identificación y prestación de bienes y servicios que

potencialicen la explotación turística del municipio y se traduzca en alternativa atrayente para la inversión.

En el actual Plan Municipal de Desarrollo no se encontró, programa alguno relacionado con la función mencionada anteriormente.

Sin embargo se destaca la Agenda Cultural de la Ciudad, en la cual si se evidencia la programación en materia de Cultura en la ciudad, suponiendo que la agenda cultural que tuvo su lanzamiento mientras se realizaba este estudio, es un gancho turístico para quienes deseen visitar la ciudad, que tiene atractivos lugares de interés, tales como:

Catedral de Nuestra Señora del Rosario del Palmar, Iglesia de La Santísima Trinidad, Iglesia de Nuestra Señora del Carmen, Edificio de la Antigua Alcaldía, Estación del ferrocarril de Río Claro, Parque de Bolívar, Plaza de toros Agustín Barona Pinillos, Casa de la Cultura Ricardo Nieto, Bosque Municipal, Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT, Museo Aéreo Fénix y Reserva Natural Nirvana, de las cuales algunas están en total abandono y con proyectos de inversión formulados desde hace muchos años, que varios de ellos aparecen con obras ejecutadas y no se evidencian en la actualidad.

Otras funciones que también están incluidas en la apreciación de los empresarios culturales que se tienen son:

5. Formular mecanismos para lograr la participación de la comunidad palmirana en programas y expresiones culturales.
6. Impulsar la formación y gestión de actividades y programas artísticos y culturales.

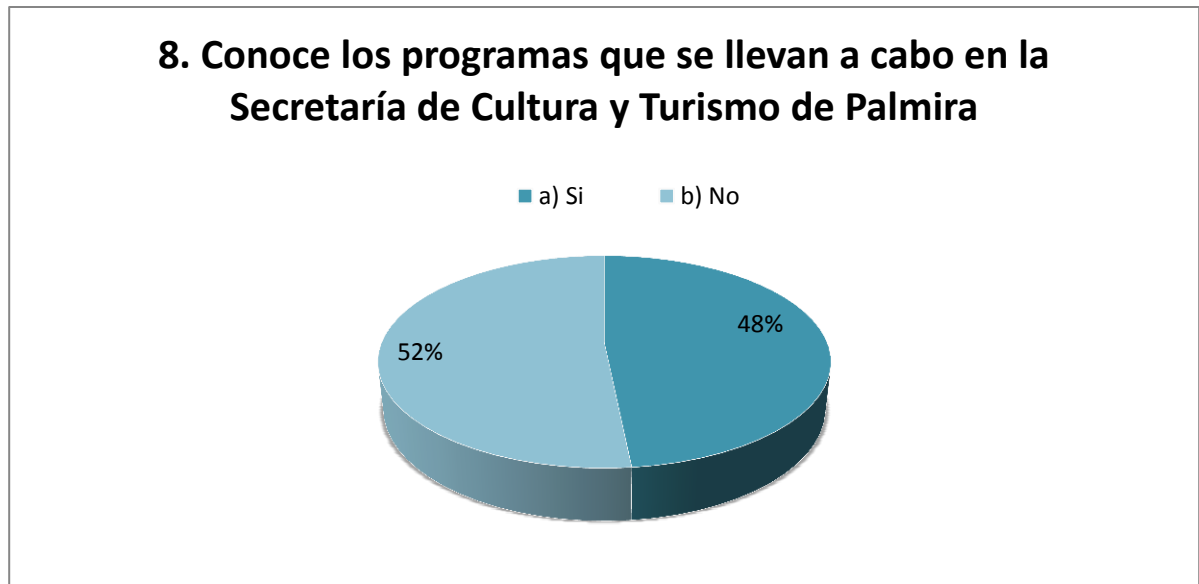
PROGRAMA. Difusión y fomento cultural

El fin de este programa es difundir y fomentar el arte y la cultura. a través de la descentralización de las iniciativas de promoción y difusión de las diversas manifestaciones artísticas existentes en barrios y corregimientos del Municipio. La meta de este programa es fomentar espacios para la manifestación y desarrollo de iniciativas culturales.

Cuenta con el subprograma de promoción artística y cultural, los indicadores de este subprograma son:

- Noventa eventos anuales de promoción artística y cultural realizados.
- Un programa local de estímulos a la creación artística ejecutado.
- Un programa anual de promoción, difusión y articulación de las industrias culturales implementado.

8. CONOCIMIENTO DE PROGRAMAS DE SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO



Gráfica 13.

El conocimiento de los empresarios culturales con respecto a los programas que se llevan a cabo desde la Secretaria de Cultura y Turismo ha de considerarse muy bueno ya que es de un 48% y señalan ellos los siguientes proyectos culturales:

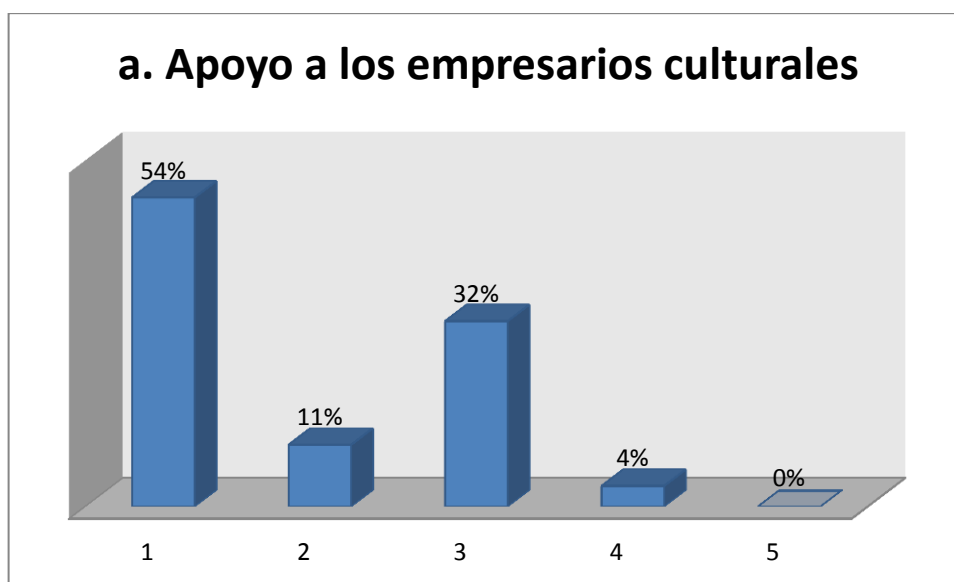
- a. Programa de Monitorias
- b. Cursos de Extensión de la Casa de la Cultura
- c. Programas de formación para el trabajo (carreras técnicas en Arte)
- d. Programa de Turismo
- e. Salas abiertas de teatro
- f. Agenda Cultural
- g. Activarte

estos programas que mencionaron los empresarios, se analizan junto a la información dada en un oficio generado desde la secretaria de Cultura y Turismo, el cual direcciona al estudio hacia la Agenda Cultural de la Ciudad , en la cual si se evidencia esta programación, excepto el programa de turismo suponiendo que la agenda cultural que tuvo su lanzamiento mientras se realizaba este estudio, es un gancho turístico para la ciudad, y desde este punto de vista debe estar acompañado de la promoción de empresas no sólo en la participación de estas en la agenda cultural, sino también en la participación de empresarios del sector que puedan contribuir a proyectar a las empresas locales, un caso puede ser un productor musical, un organizador de festivales de danza, teatro, música, artes plásticas, que puedan contribuir en dos sentidos; uno, sugerencias y recomendaciones que les ayuda a mejorar su producto, dos, pensar en la posibilidad de intercambios culturales, y así fortalecer los tejidos empresariales que permitan ofrecer propuesta de valor diferenciales, comerciales y sobre todo rentables.

9. APRECIACION DE LAS EMPRESAS CULTURALES SOBRE LA
GESTION DE LA SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO.

CRITERIOS DE CALIFICACION

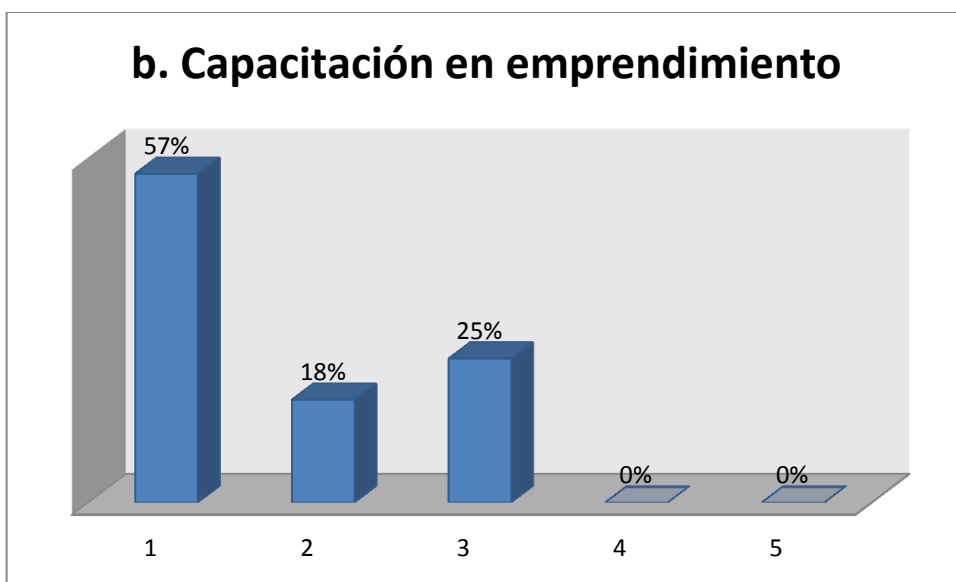
1= Muy Mala, 2= Mala, 3= Regular, 4= Buena; 5= Excelente.



Gráfica 14.

La apreciación que tienen los empresarios culturales con respecto al apoyo que les brinda la Secretaría de Cultura y Turismo en un 54% es muy mala, el 32% piensa que es regular, el 11% mala, el 4% buena y excelente 0%. Aquellos que califican con 1 dicha gestión lo hacen por la falta de capacitación en emprendimiento y fortalecimiento empresarial, lo cual es fundamental para este estudio, pues uno de los factores de los que depende la conformación del Grupo empresarial es el nivel de apoyo y formación que tengan los empresarios, tanto

para aumentar la visión y gestión del grupo, e indiscutiblemente se debe tener en cuenta que la Secretaria no debe descuidar estas tareas, pues son los llamados a generar confianza en la población, y desarrollar programas que contribuyan a que los empresarios aumenten sus competencias y niveles de estrategias frente a un mercado no sólo estatal, si no que permita que ellos puedan iniciar procesos de autogestión.

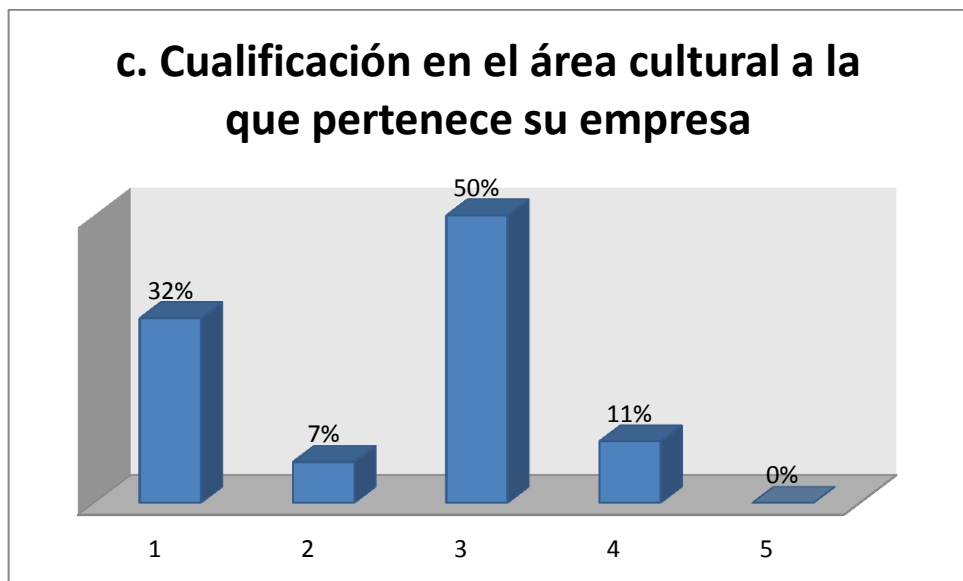


Gráfica 15.

Es notorio en esta gráfica que el 57% de los empresarios creen que la Secretaría de Cultura y Turismo no brinda capacitación en emprendimiento pues califican como muy mala la gestión en este aspecto, seguido por el 25% que lo ve como regular, el 18% piensa que es mala, como buena o excelente no hubo una votación pues el 0% lo ve así.

Analizando las respuestas anteriores se observa que las empresas culturales lo que más esperan de la Secretaría de Cultura y Turismo es la capacitación en emprendimiento, pues tanto microempresas como pequeñas empresas buscan apoyo para crecer y sostenerse en el medio. En especial las microempresas que son las más vulnerables y las que se ven más afectadas por la falta de capacitación ya que no cuenta con recursos propios para esto; además existen áreas de desempeño que aún no tiene mucha promoción por parte de la Secretaría de Cultura y Turismo.

Desde la generación y visión del programa bandera de Carreras técnicas para la formación laboral, que se llevan a cabo en la Casa de la Cultura Ricardo Nieto ahora liderado por la Secretaria de Cultura y turismo, se tiene que no se hay un mínimo enfoque en la visión empresarial de los futuros empresarios a lo largo de las carreras, se pensaría que mínimamente debería darse una noción básica de lo que ellos se encontraran en su realidad laboral, ya sea como empresarios independientes, a consideración de este estudio, en la formación cultural, debe ser un capítulo importante el tema de emprendimiento y de contratación laboral, este no es un tema de contadores y administradores, es un tema que si ellos lo conocen y manejan, dignifica su trabajo.



Gráfica 16.

La gestión de la Secretaría de Cultura y Turismo en cuanto a la cualificación en las diferentes áreas culturales, es percibida por parte de los empresarios así: el 50% piensa que es regular, el 32% muy mala, el 11% buena, el 7% mala y el 0% excelente.

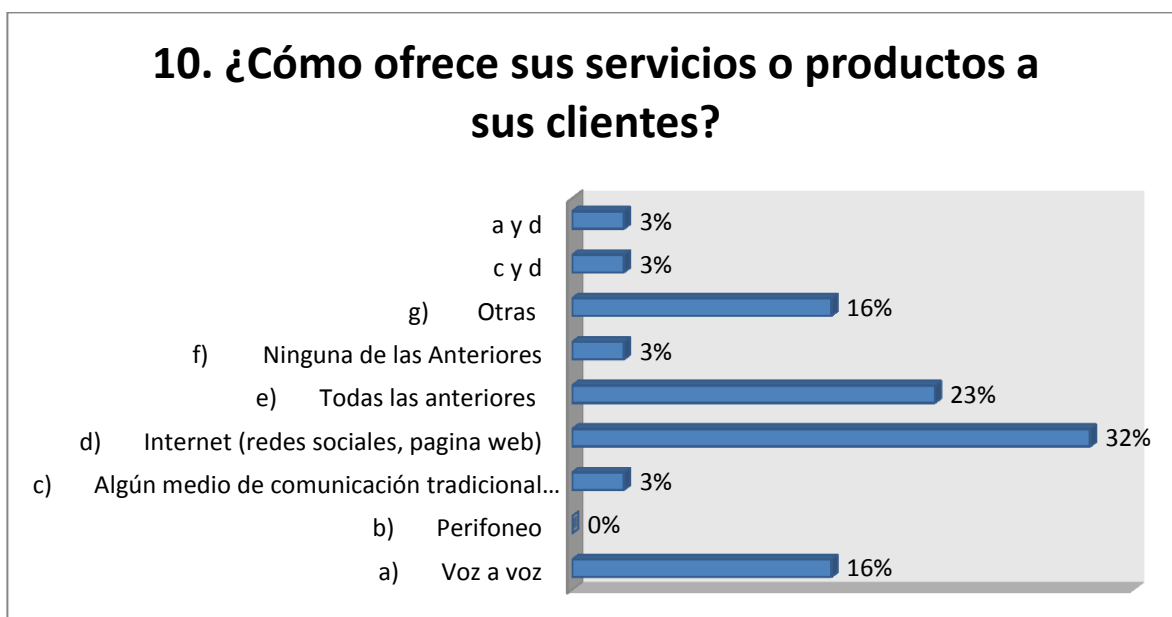
Esto se puede interpretar por una parte porque hay unas áreas de desempeño con más apoyo que otras, como es el caso de las artes escénicas, artes plásticas, y música que cuentan con programas especiales, ellos están dentro de quienes dan una buena o regular calificación; pero hay otras áreas como la creación literaria, audiovisuales, diseño, formación cultural y gestión cultural que no reflejan un gran interés por parte de la Secretaría y manifiestan no contar con capacitaciones propias para su arte.

Como bien se sabe las empresas de arte en Palmira están compuestas en un 81% por microempresas y el 19% por pequeñas empresas, creadas por artistas independientes con presupuestos muy pequeños que no les permite acceder por sus propios medios a programas de capacitación específicos de sus áreas y que esperan de la Secretaría una gestión más incluyente para todos. Por tanto esta capacitación

Una gestión que contribuya más al desarrollo del artista para aumentar sus niveles de calidad que respalden su trabajo y generando así credibilidad en su área se desempeño que es lo que lo maximiza su gestión empresarial.

7.2 DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES

10. ESTRATEGIAS PARA LLEGAR AL NICHO DE MERCADO



Gráfica 17.

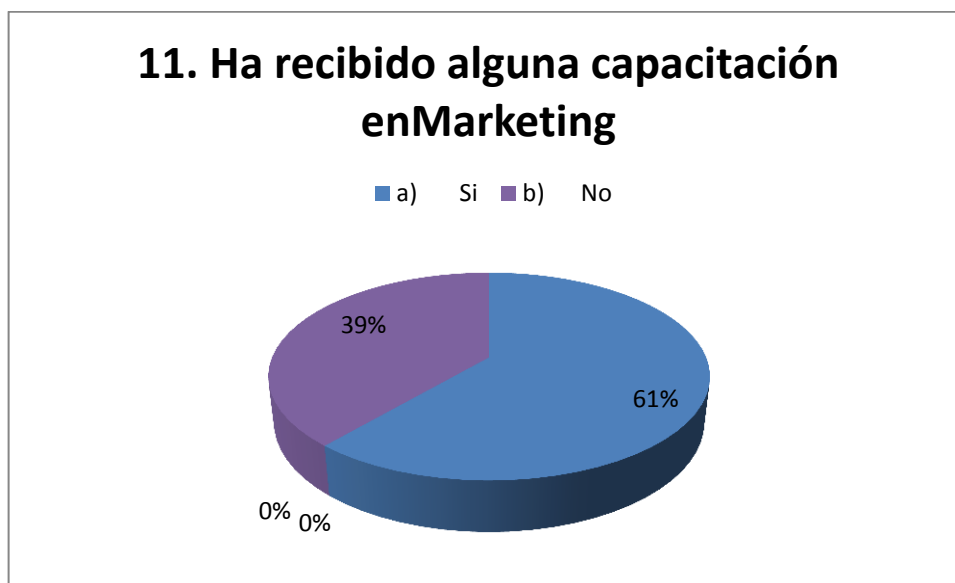
El porcentaje más significativo en medios publicitarios, es el internet con un 37.75% en el uso de redes sociales, páginas web, blogs...etc., de manera seguida se encuentra la estrategia de voz a voz, en la cual los encuestados afirmaban que se promovían el buen servicio y el goodwill del cual contaban por años de experiencia en el medio, un 16% afirma también que tiene otro medio de hacer publicidad de sus productos es la exhibición, a través de la cual se afirma que se ha tenido muy buenos resultados, en la mayoría de casos se usa para áreas como artes plásticas, donde cuentan que es mejor mostrar su producto ya sea para brindar el servicio de enseñanza o para estimular la compra.

Para este análisis se estudiaron otras variables destacadas, las cuales son el nivel de escolaridad y áreas de desempeño, esto en pro de identificar la influencia de la escolaridad en el diseño de estrategias comerciales y uso de manejo de TIC's y medios de comunicación tradicional.

Los medios tradicionales incluyendo a la estrategia voz a voz, exhibición, puede que se deben a que hay una representativa parte de la muestra con grado de estudio Bachiller, en su mayoría en el sector de artes plásticas y visuales y diseño en el subsector de imprenta y artesanías quienes exponen sus trabajos o productos al público. Ya sea en salas de exposiciones, estudios, galerías de arte, eventos, entre otros, en nivel subsiguiente se tiene que la mayoría de profesionales están en 4 áreas 1. Creación Literaria, musical, teatral. 2. Artes escénicas y espectáculos artísticos. 3. Artes plásticas y Visuales, 4. Música, de este dato se puede decir que por el nivel de estudio, las áreas cómo la música y

las artes escénicas llevan una ventaja en manejo de Tecnologías de la información, el uso de recursos cibernéticos como Redes Sociales y YouTube, para la muestra de sus productos y servicios ha sido fundamental para el crecimiento del sector en cuanto a medios, ya que se aumenta el acceso a un mercado naciente llamado virtual y que cada vez es más significativo en materia económica, es de relevancia mencionar que en la mayoría de los casos para las áreas mencionadas uno de los subsectores más utilizados es de la creación y composición, en todos los sentidos.

11. NIVEL DE CAPACITACION EN MERCADEO



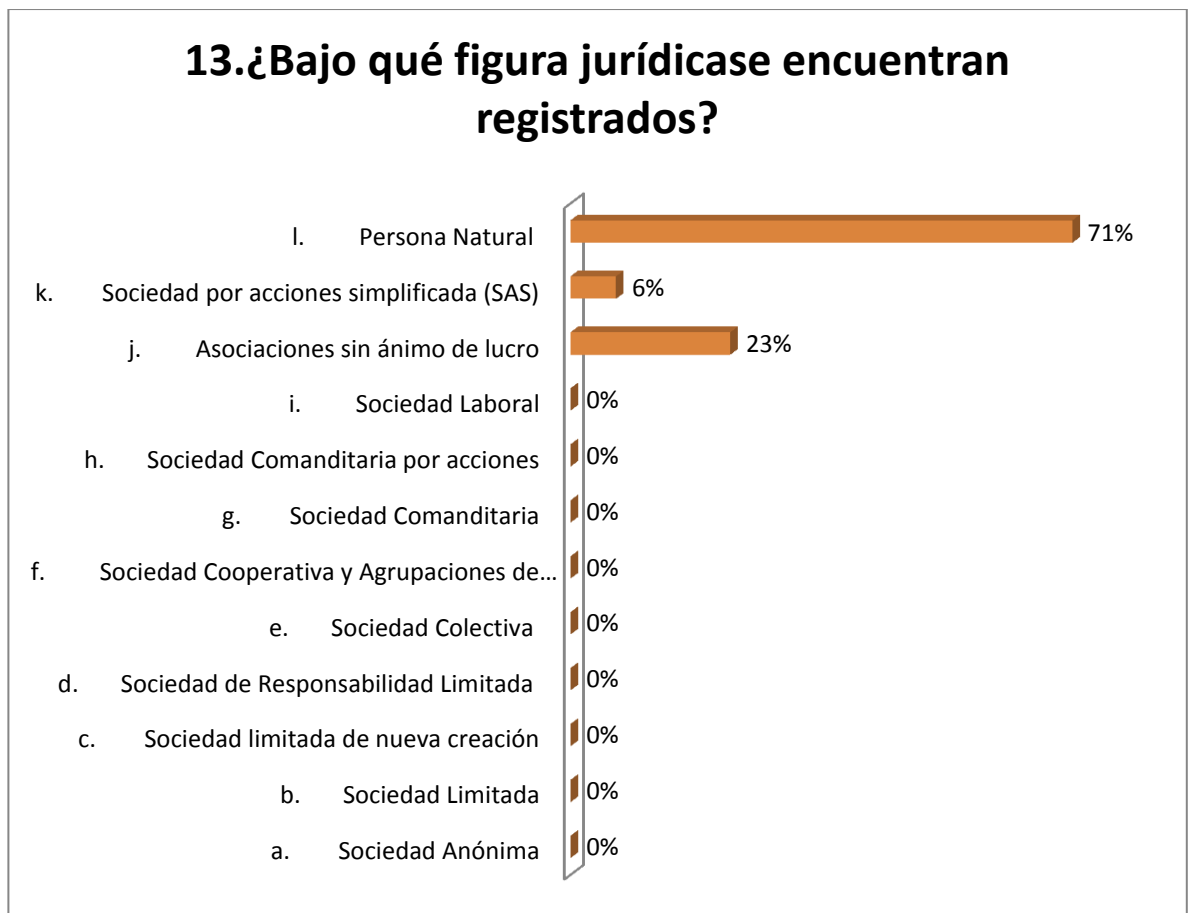
Gráfica 18.

Como se puede apreciar en la gráfica, la mayoría de los empresarios encuestados, han recibido algún tipo de capacitación, adicionalmente a esta pregunta se solicitó que especificaran el área y la entidad que los capacito y la institución, que brindo el servicio, a lo que respondieron:

Los conocimientos recibidos fueron en Emprendimiento, Contabilidad, Comercial, Administración empresarial, Gerencia para las Artes, y las Entidades prestadoras del servicio fueron: Universidad del Cauca, Cámara de Comercio de Palmira, Fundación Sarmiento, Sena, Bellas Artes, Universidad de Antioquia, Ministerio de Cultura, Universidad del Rosario, en ciudades como Palmira ,Cali, Tuluá, Bogotá, Venezuela.

Se establece también en este análisis que la mayoría de estas personas están en nivel educativo superior al bachillerato y que algunas de las nociones básicas en materia de emprendimiento se deben a instituciones educativas, ya sean de educación técnica o tecnológica, como al profesional.

12. FIGURA JURIDICA DE LAS EMPRESAS CULTURALES



Gráfica 19.

Para analizar correctamente esta gráfica, debemos recordar sin lugar a duda tres conceptos.

1. Trabajador Independiente
2. Persona Jurídica
3. Régimen Simplificado

La gráfica 19, muestra que la mayor parte de las empresas asociadas al proceso cultural (71%), aparecen registradas en régimen simplificado es decir son personas naturales comerciantes y artesanos, minoristas o detallistas, que realizan operaciones gravadas, o prestan servicios gravados, esto implica que al estar en esta calidad jurídica, parte de sus condiciones no les obliga a tener una figura que genere de tipo legal o responsabilidades administrativas o tributarias con entidades tales como Cámara de comercio, DIAN, como declaración del Impuesto Sobre las Ventas, esto es fundamental tener en cuenta ya que en una lógica transversal con el nivel de escolaridad, este último aumentaría en un supuesto el nivel de aseguramiento laboral, y el conocimiento de beneficios asumir correctamente las responsabilidades administrativas y tributarias

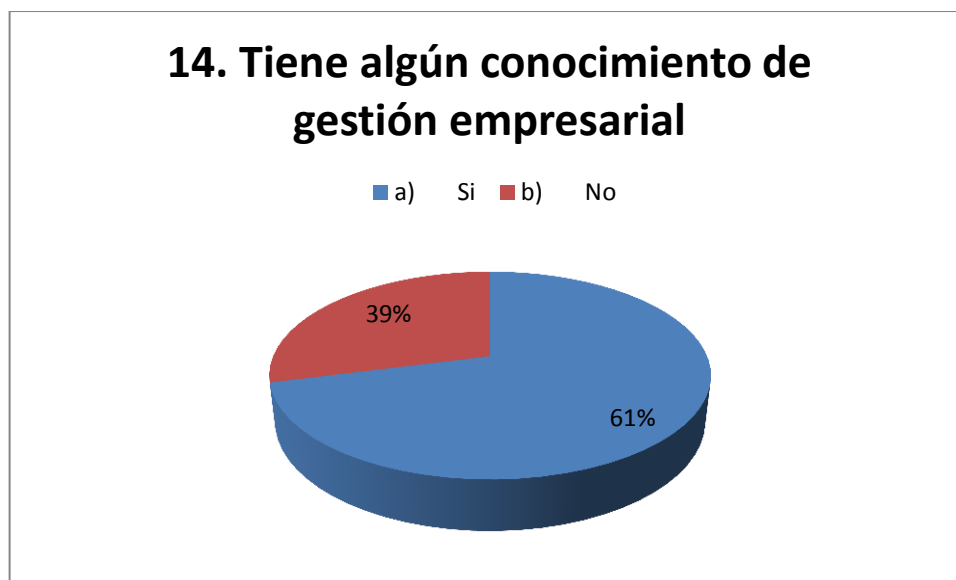
Considerando el nivel educativo de la muestra se deberían pensar que esta ventaja debe ser un estímulo a la participación activa de los profesionales en cuanto al conocimiento y experiencia empresarial. Por esta razón es importante tener en cuenta el hecho de las contrataciones sean realizadas por prestación de servicios, ya que si no hay una figura jurídica que permita los vínculos labores de manera permanente, la relación laboral por servicio prestado es la más sencilla de adoptar.

Ahora, si bien está el hecho de que las empresas no dan el paso a un régimen común, adquiriendo un tipo de obligaciones mayores, también se tiene que no hay garantías para hacer de este tipo de empresas sostenibles si no se tiene una adecuada administración, considerando que por ejemplo las artes pertenecen a un

proceso largo que brinda resultados no de manera inmediata, si no en una determinada etapa, un ejemplo de esto; para el estreno o lanzamiento de una obra, 1. No se puede hacer de manera continua por el mismo empresario, porque difícilmente puede realizar una obra cada semana, ya que esto depende del sentimiento y sentido emocional del creador, esto lleva a que en el área artística no se reciba dinero por lanzamiento si no por regalías sobre la obra, en el caso de las artes plásticas no puede haber una reproducción técnica por que se pierde el sentido de la inspiración, y en la mayoría de los casos todos los esfuerzos se suman en un evento o una presentación de horas, que bien o mal costeadas pueden hacer que el empresario regale su trabajo o lo dignifique.

Una de las características que más se ven evidenciadas en este estudio es que las empresas culturales son micro empresas en modalidad de personas naturales registradas en régimen simplificado y esto es un factor que dificulta la agremiación y la inclusión de estos empresarios en la participación y toma de decisiones en la medida de que uno de estos empresarios mínimamente debe costearse el pago de su seguridad social generando así mayor credibilidad y confianza en los clientes, brindando mayor seguridad. Y para el hecho de pasar a régimen común, ya en la práctica es otro asunto, pues los costos de legalización que tiene que asumir las empresas no compensan con las ganancias que ya se había mencionado son fluctuantes por las condiciones de la profesión. Otro aspecto a mencionar es la particularidad de las famiempresas que se encuentra.

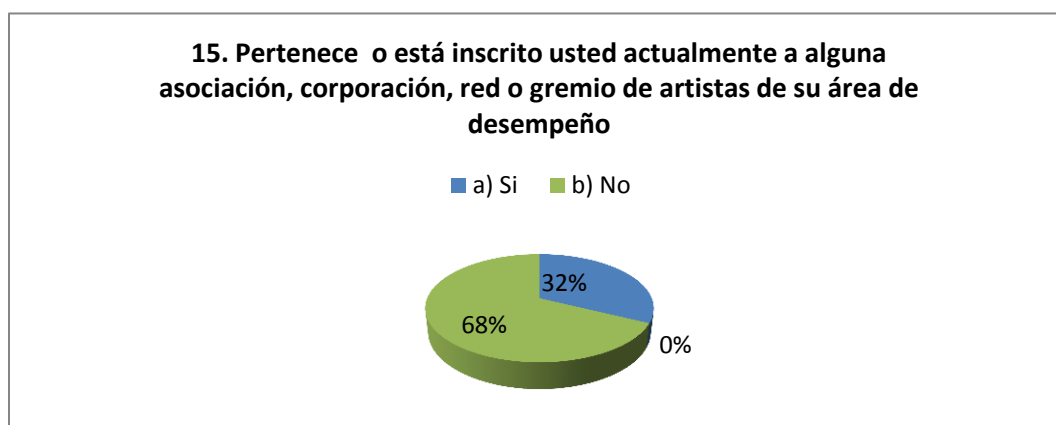
13. VALIDACION DE CAPACITACION EN EMPRENDIMIENTO



Gráfica 20.

Se observa que la mayoría de empresas culturales poseen un conocimiento en gestión empresarial, lo cual valida el análisis hecho a la gráfica 15.

14. ASOCIACION, O PERTENENCIA, A REDES GREMIOS, ASOCIACIONES CULTURALES



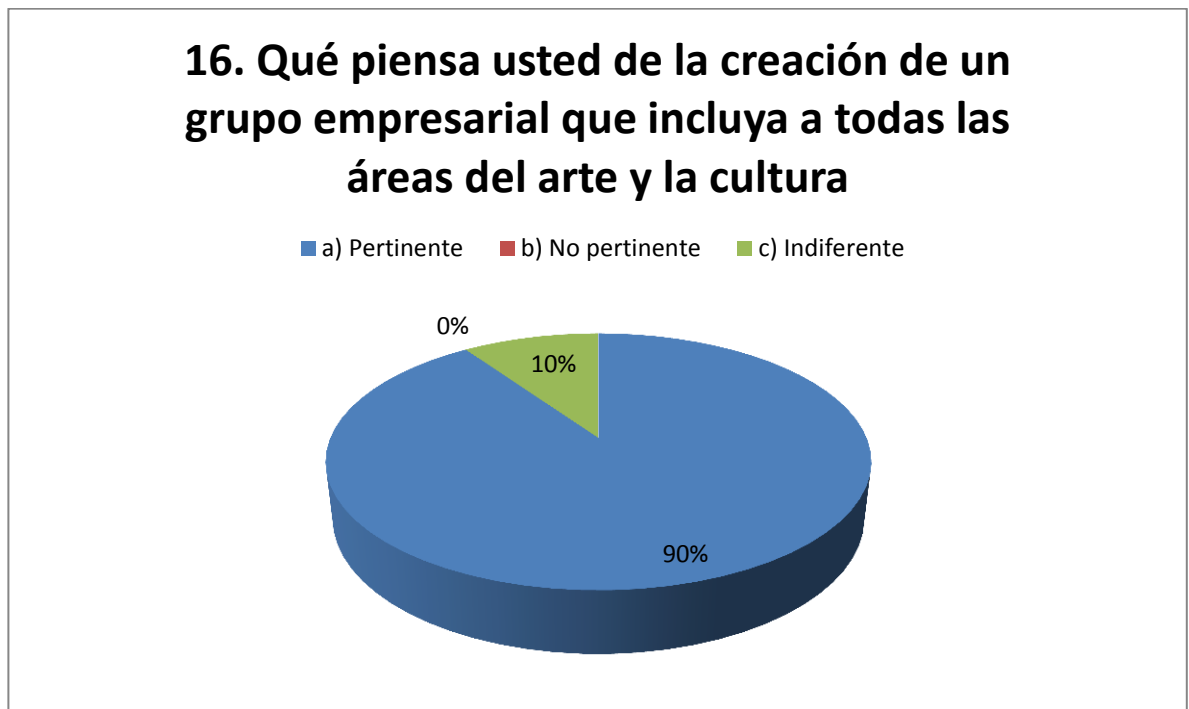
Gráfica 21.

La gráfica 21 indica que un 68% de la población no está inscrito o asociado a corporación, red, gremio, asociación de artistas en su área de desempeño, sin embargo el 32% restante conocen y pertenecen a iniciativas como:

- Talentos, Fundación para el arte y el empleo (Palmira)
- Fundación Social para el desarrollo de las Artes(Palmira)
- Concejo Superior de Administración (Regional)
- Red Teatral del Suroccidente (Regional)
- Salas teatrales de Colombia (Nacional)
- Corporación de Artesanos Manbarte (Palmira)
- Fundajin (Palmira)
- Red Nacional de festivales (Nacional)
- Red de Artistas Enredarte (Palmira)

A pesar de la existencia de este tipo de propuestas, de las cuales haciendo estudio y análisis, sólo algunas en la ciudad de Palmira cumplen la funcionalidad de Red, caso de Enredarte, concebida desde el año 2011 y consolidada en el primer semestre del año 2012, está en etapa de inoperancia por complicaciones internas dentro de la organización y directrices de la red. En sus inicios hubo grandes expectativas y resultado de un trabajo importante de emprendimiento, sin embargo la discontinuidad de los procesos administrativos y políticos municipales llevaron a que en un momento trascendental para la cultura, se interrumpiera la lógica del ejercicio.

15. PERTINENCIA DE LA CREACION DE UN GRUPO EMPRESARIAL EN LA
CIUDAD DE PALMIRA

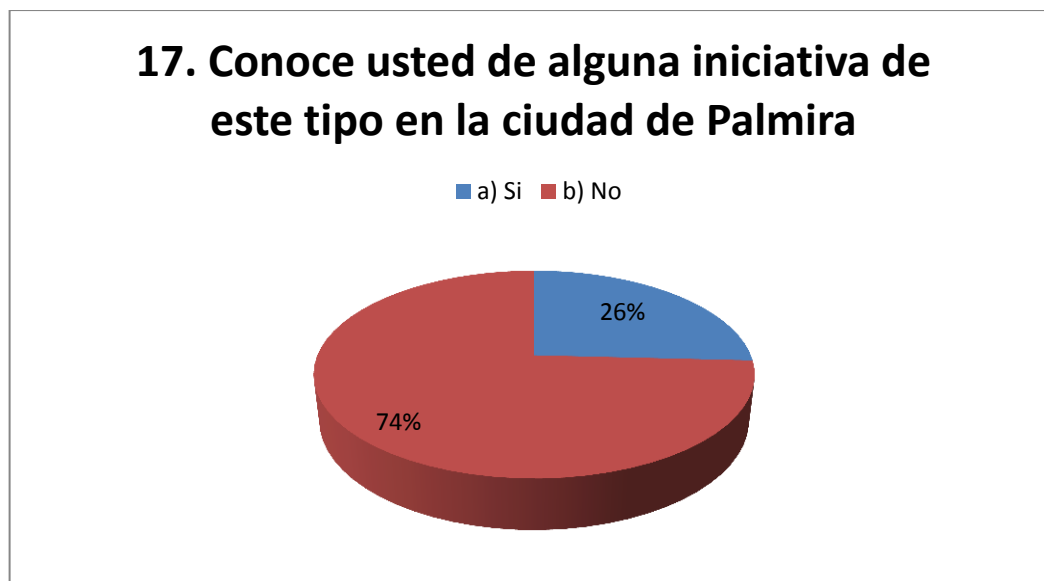


Gráfica 22.

La pertinencia de la creación de un grupo empresarial artístico es del 90%, en el cual se puede dar crédito a una visión empresarial de las empresas encuestadas, ya que el modo de asociación hoy en día mas que una forma de administrar y laborar, es un necesidad requerida en el medio, ya que en la actualidad la modalidad de proyectos sociales y en este caso socioculturales tienen una exigencia de impacto que solo se logra a través de la agremiación e integración de actividades, se puede asumir también la posición de que esta propuesta debe ser novedosa al prestar servicios de capacitación empresarial, y recordando que parte

de estas actividades deben tener una iniciativa en la institución oficial, aclarando que no debe verse como cliente, pero si como órgano gestor de estas, considerando que puede que sea causa de la falta de profesionales capacitados en el tema de empresas culturales o por insuficiencia de recursos para ejecutar este tipo de labores que esta propuesta (Creación Empresarial) ya en ejecución pueda suplir canalizando capitales nacionales e internacionales a través de proyectos que tengan como único fin el desarrollo empresarial, económico, social y de una manera más amplia integral del sector Cultural en la Ciudad de Palmira.

16. EXISTENCIA DE INICIATIVAS COMO EL GRUPO EMPRESARIAL



Gráfica 23.

Hay iniciativas interesantes de empresas que se asocian a la integración de todas las áreas desempeñadas, sin embargo pocas presentan una gestión real en el

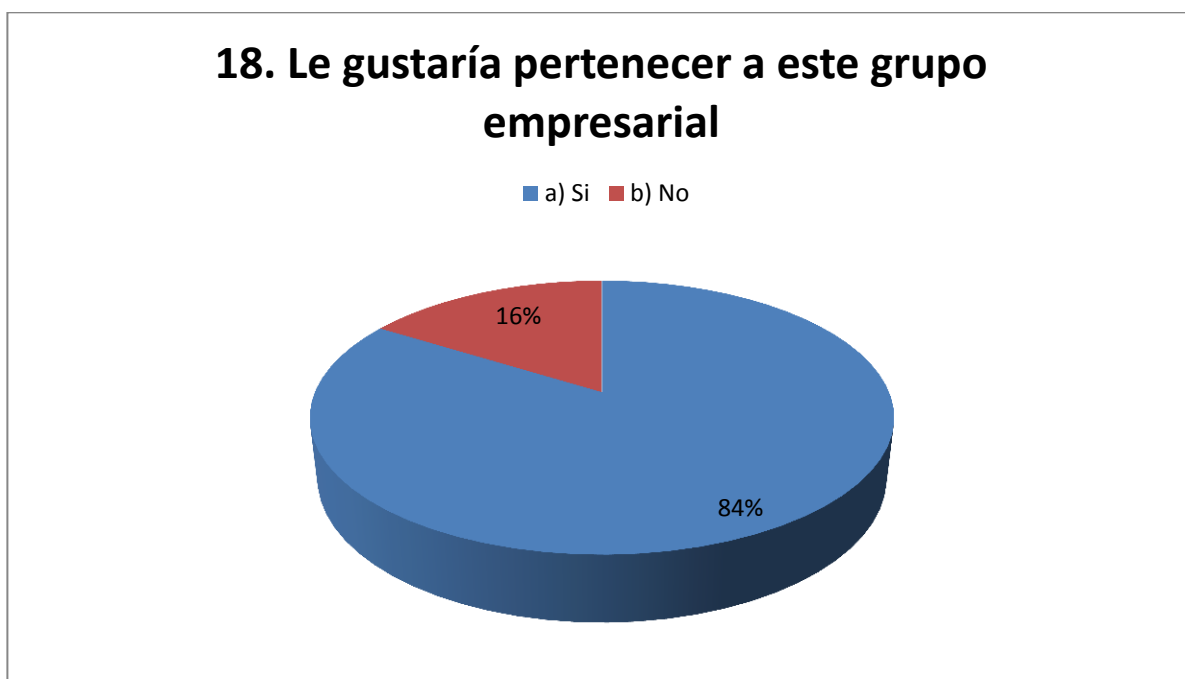
sector, muchas de ellas creadas por una condición particular de los asociados o de los que se piensan estas organizaciones.

Esto no quiere decir los ideales y consideraciones bajo las cuales se conciben estas organizaciones no sean pertinentes frente a la latente situación de estrechez económica de las empresas, si no que estas visiones deben evolucionar junto a la labor de cada una de ellas, hay iniciativas de agremiación que deben ser aprovechadas por la Secretaria de Cultura y Turismo, pero esta entidad debe recuperar la confianza del sector.

Entre las organizaciones que ven como iniciativas tendientes a la propuesta que formula este trabajo están:

- Fundación Social para el Desarrollo de las Artes
- Red de Artistas Enredarte
- Arte Vivo
- fundación Madre Tierra
- Empresa cultural Cañarte
- Fundación Talentos

17. PARTICIPACION EN EL GRUPO EMPRESARIAL



Gráfica 28.

La voluntad de participación dentro la propuesta de un grupo empresarial es del 84%, del cual se destaca la perspectiva empresarial y posición frente a una propuesta que formula la asesoría y apoyo en emprendimiento a las organizaciones que se vinculen este proceso que busca incidir desde la identificación y diagnóstico del sector hasta la participación y generación de políticas públicas en materia de cultura.

Palmira tiene muchísimo talento, aquí el tema no es de recurso humano hay que mirar que factores son los que influyen ahí para que en Palmira el tema de

empresas culturales y emprendimiento esté todavía tan básico no hay un desarrollo, porque la gente quiere, se capacita, está inquieta, asiste a las convocatorias, pero no ha permitido que dé una experiencia significativa que lleve al éxito de los programas que se han iniciado con este fin, afirma el Licenciado Andrés Felipe Valencia, y con esta intervención consolidamos que si hay potencial y hay iniciativas, pero los factores que siempre afectarían a las empresas culturales se establecen en el grupo económico y en los tintes políticos que han manchado los procesos.

7.2. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA QUE PRESENTA EL SECTOR CULTURAL EN MATERIA DE EMPRENDIMIENTO

Las empresas culturales de la ciudad de Palmira están en la clasificación de Micro y pequeñas empresas, y das las condiciones del escenario del mercado estas son fluctuantes debido a las condiciones laborales bajo las cuales se hacen las respectivas contrataciones, que son en mayoría por prestación de servicios y labor contratada, la cual no genera estabilidad económica de los colaboradores que intervienen en los procesos culturales, de igual forma se considera a las empresas con el carácter de empleos temporales y que genera en ellas alta rotación de personal, en términos de relación laboral el contrato por prestación de servicios el cual incluye dentro de sus obligaciones, el hecho de que el contratista debe correr con el pago de afiliación a como prestadores de servicios independientes EPS, ARL, Pensión, póliza de cumplimiento de contrato en este sentido es importante mencionar que en algunos contratos es más el dinero que se invierte en el pago de estos, que el que se gana por la labor realizada en algunos proyectos, este tipo de contratos ha hecho que muchos artistas que tienen una profesión distinta a la artística dejen de lado este proceso y busquen empleos que consideran más estables y con mayores garantías para ellos y sus familias. Sin embargo en la muestra se indica que en estas empresas se contrata 222 personas promedio, demostrando así el impacto económico que se genera desde estas organizaciones, estos datos sólo pertenecen a una muestra, si se hablará de la población total, de un censo establecido de manera correcta se tendría que son

más personas las que viven del quehacer artístico, que aumentan el impacto de la labor realizada desde este trabajo y de las estrategias que se tienen que empezar a formular desde las entidades encargadas para el fortalecimiento del sector en materia de empleabilidad y mejoramiento de condiciones laborales de estas organizaciones.

Se ha venido tratando de consolidar un censo desde hace mucho tiempo en la ciudad y del cual hoy se ha adelantado una labor, la cual a la consideración de este estudio es muy vaga, ya que los datos que ofrece están incompletos, y la información solicitada no responde a la necesidad de un censo teniendo en cuenta que este es un conjunto de actividades realizadas que buscan recoger, recopilar, la lista de una población en particular en un momento determinado, brinda información *demográfica social y económica, para luego ser evaluada, analizada y publicada*⁴⁰ y desde estos aspectos la base de datos que resulta del censo que se ha establecido no presenta claridad; en el año 2011 surge la iniciativa del censo dada la visión de emprendimiento que se tenía en las mesas de trabajo del Concejo Municipal de Cultura de aquella época; en la entrevista realizada al Lic. Andrés Felipe Valencia, explica que se propuso hacer un censo cuya responsabilidad fue de las mesas de trabajo y de los concejeros de cultura, quienes eran los responsables directos del censo en cada área, sin embargo muchas veces dinamizaba más la mesa y otros artistas diferentes al concejero que era el que legalmente tenía la responsabilidad, por tanto el censo artístico fue un

⁴⁰En línea: <http://www.ine.gob.bo:8081/censo2012/quees.aspx>,

tema complicado debido a que hay gente a que tiene excelentes productos pero no creen en la gestión de la Secretaría de Cultura, ya que consideran a este despacho un espacio politiquero y con favoritismo hacia algunas empresas, además de que desvalorizan la labor de las empresas de la ciudad de Palmira, esta situación genera que tanto artistas como empresarios no vayan a inscribirse, y menciona que también se presentan los casos en estas convocatorias como el del principiante que quiere aparecer como guitarrista profesional, sin un recorrido, y también están los ajenos a estas iniciativas con un gran potencial y renombre no solo en el municipio, si no a nivel mundial que como ya se había dicho no creen en los funcionarios que representan la Secretaría de Cultura y Turismo.

También se presenta de manera frecuente como relación laboral las empresas familiares, en las cuales no se usan contratos de ningún tipo las cuales sus actividades se fundamentan según Arango Jaramillo en su Manual de Cooperativismo y económica solidaria⁴¹ en los siguientes principios.

- a) La familia, comunidad productora de bienes y servicios para satisfacer necesidades de sus miembros
- b) La autogestión, como principio rector de la economía solidaria y fuente generadora de autonomía grupal
- c) La propiedad comunitaria sobre los medios de producción.
- d) Se fundamentan en el valor trabajo y no el factor capital

⁴¹ARANGO. Jaramillo Mario. Manual de cooperativismo y economía solidaria, Universidad Cooperativa de Colombia, 2005

- e) Son prolongación y desarrollo de la tradicional economía doméstica que, como tal, produce, distribuye y consume
- f) Constituye una auténtica alternativa de trabajo independiente,
- g) Buscan un beneficio tanto familiar como individual.
- h) Constituyen un proyecto de vida propio y liberador, como resultado del hecho de trabajar para sí mismo, sin patrón

Estas características mencionadas, pueden ser factores determinantes en el éxito o fracaso de las empresas que prestan servicios culturales. Debido a que no se tiene una estructura organizativa definida, distinta al jefe de familia quien direcciona el recurso que en la mayoría de los casos son gastos del hogar, es decir que no permite el crecimiento o ahorro de los recursos por que estos ya tienen un uso doméstico.

El (87%) de los empresarios culturales afirmaron llevar más de 5 años en la labor cultural, esto, según el Ministerio de Educación con la Ley 25 de 1985, significa que ellos son profesionales si este tiempo es comprobable. La problemática en este sentido se presenta en el momento en que se indaga de quienes en la ciudad de Palmira se ha beneficiado con esta Ley, o mínimamente quienes tienen el conocimiento de ella, y si se ha iniciado un proceso, la respuesta es: si, hay un conocimiento y se hizo una recolección de documentos, pero ¿En que quedó?, muchos afirman que los documentos fueron entregados a la Secretaría de Cultura y Turismo a través de la Red Enredarte, y que fueron extraviados o confundidos con otra papelería, entonces no hubo diligencia alguna en este aspecto y se quedó

en la misma situación o peor aún, se empieza hablar de negligencia frente a procesos nacionales legalmente establecidos.

La Cultura desde su polifuncionalidad también tiene un gran eco en el sector educativo, generando los siguientes interrogantes, ¿Los docentes de cátedras artísticas están realmente capacitados en materia pedagógica y lúdica para desarrollar esta actividad? ¿El manejo empírico de las artes es suficiente a la hora de manejo de conflictos o manejo de grupos en condición de vulnerabilidad? ¿Cual es el aporte de las áreas artísticas a los procesos de convivencia ciudadana y construcción de sociedad? ¿La Secretaria de Cultura y Turismo participa activamente en las comisiones de infancia, adolescencia y familia, y aporta o solicita apoyo para los docentes en temas que se abordan desde estos espacios en busca de orientar la labor de las personas que trabajan con este tipo de población?

Parte de la situación compleja en temas de empresas culturales que se presenta actualmente en la ciudad, es debido a la forma en la que se encuentran registradas estas empresas, se concibe que con el nivel de escolaridad que presentan la mayoría de los empresarios debería ser mayor el nivel de aseguramiento laboral, y el asumir las responsabilidades administrativas y tributarias y estas cualidades pasarían a ser un estímulo a la participación activa de los profesionales en cuanto al campo y experiencia empresarial. Dada las condiciones de empresas no formalizadas, esta también claro que no hay las garantías para hacer de este tipo de empresas sostenibles sin un buen enfoque

administrativo debido a que en la mayoría de los casos todos los esfuerzos se suman en un evento o una presentación de horas, que bien o mal costeadas pueden hacer que el artista regale su trabajo o lo dignifique. Fuera de esto, también es importante mencionar que los ingresos percibidos por estas empresas que son de tipo fluctuantes, difícilmente permiten que los empresarios puedan correr con los gastos de legalización de su empresa ya sea como generadoras de utilidades o como pertenecientes de economía solidaria.

Enredarte, ideada en el año 2011 por las mesas de trabajo del Consejo Municipal y consolidada en el primer semestre del año 2012, la cual perdió su horizonte actualmente se encuentra en etapa de inoperancia por complicaciones internas dentro de la organización y directrices de la red. Esto generó en sus inicios grandes expectativas en la comunidad palmirana pues resultó de un trabajo importante de emprendimiento en las mesas de trabajo, sin embargo la discontinuidad de los procesos administrativos municipales llevaron a que en un momento trascendental para la cultura, se interrumpiera la lógica del ejercicio y que se evidencia meses después, cuando se cambia de figuras visibles en la Secretaría de Cultura y Turismo y se paran gestiones importantes que aportaban al desarrollo Municipal de la cultura.

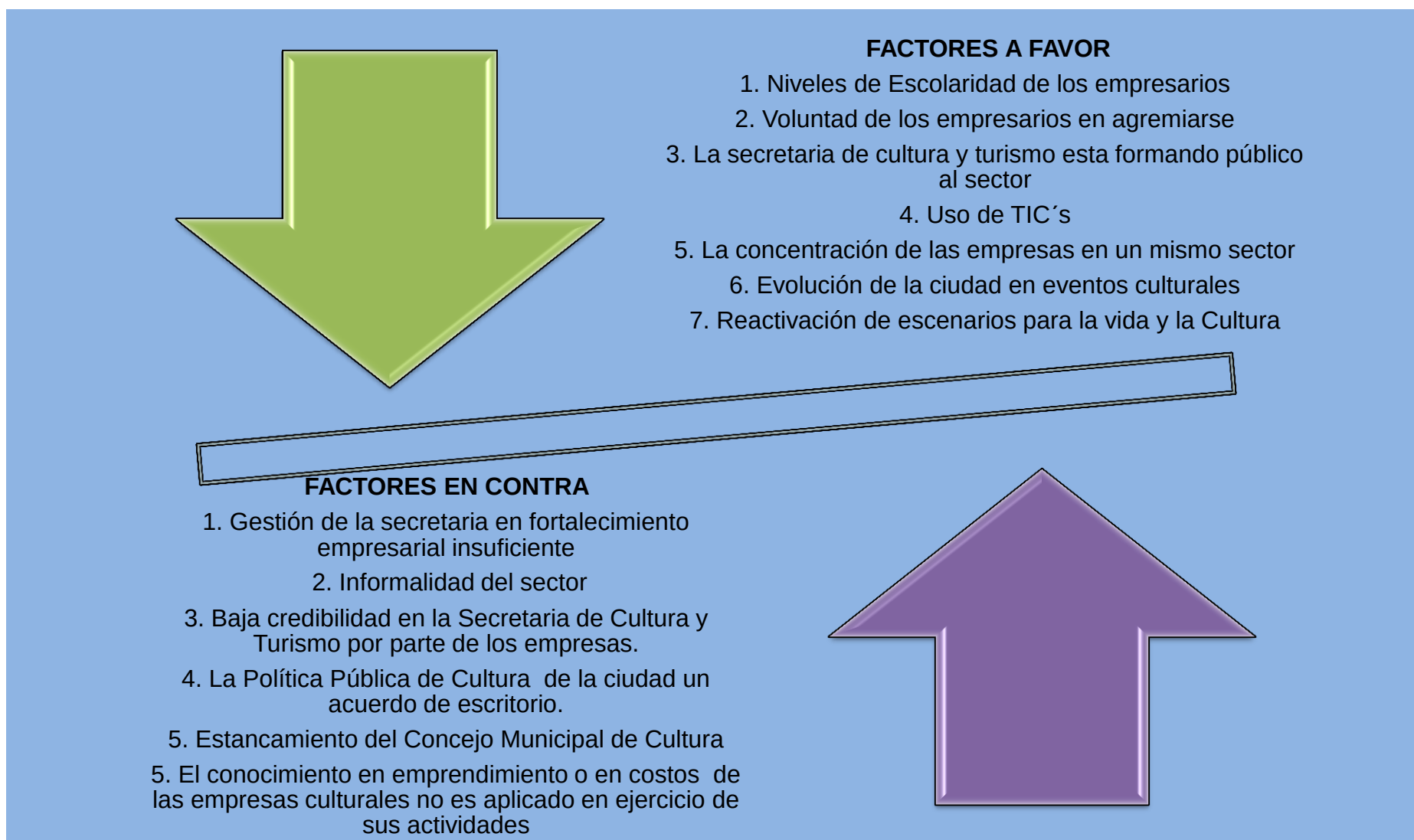
Con respecto a la Política Pública de Cultura en la ciudad se puede concluir según el trabajo de campo realizado que se hizo un trabajo desde el concejo de Cultura en el año 2011 del cual surgieron documentos importantes para la formulación de esta política, que al cambiar de administración, con el cambio de alcalde quedo

estancado, y se desarrollo una política de escritorio, aclarando que en contexto de formulación de este tipo de documentos hay dos maneras en las que se pueden formular las políticas, 1. Una de ellas es el proceso que se hace desde las mesas de trabajo de las diferentes áreas del sector de la cual se genere un documento consolidado que sea 100% trabajo de los actores del sector, obviamente con un direccionamiento, pero que los gestores principales sean los artistas, y 2. Diseñar la política suponiendo la necesidad de la población, a esta se le llama política de escritorio, que en este caso es la que se formuló en la ciudad, y no fue cristalizada por la Secretaria de Cultura y Turismo, si no por la Secretaria de Planeación que tuvieron en cuenta las conclusiones y recomendaciones de las mesas de trabajo de 2011, este documento no fue socializado y tampoco se encuentra publicado en ninguno de los sitios web de la alcaldía o del a Secretaría de Cultura.

Otro aspecto que ha consideración de este estudio es fundamental tener en cuenta es la idoneidad del perfil de quien lidera los procesos de la Secretaría de Cultura y Turismo, la actual dirigente de esta oficina es una psicóloga que no había tenido relación con el sector, el licenciando Valencia, afirma que en la ciudad de Palmira hay muchos personajes con trayectoria artística que merecen direccionar la cultura en el municipio, que es incoherente que ubiquen una persona en el cargo que como profesional en su área puede estar muy capacitada, pero desde el arte y la cultura es de dudar su conocimiento. Si el caso fuera de que estuviese en el cargo una persona sensibilizada y conocedora de los procesos culturales, el campo de acción de la Secretaría de Cultura y Turismo y la

participación de las empresas sería distinta, este espacio que se creó con el fin de desarrollar actividades y emprender acciones que fortalezcan el sector debe ser liberado de colores políticos mientras estos perjudiquen a los artistas.

7.3. FACTORES A FAVOR Y EN CONTRA DE LOS PROCESOS DE AGREMIACIÓN EN LOS EMPRESARIOS CULTURALES DE LA CIUDAD DE PALMIRA.



CAPITULO 5.

8. CONCLUSIONES

- I. Se concluye de la caracterización de la muestra:
 - a) Palmira no cuenta con una base de datos clara y actualizada de los empresarios culturales, aunque desde el trabajo de campo se trató de consolidar una línea base con la información brindada por la Cámara de Comercio, y con la Base de datos de la Secretaría de Cultura y Turismo no hay con certeza una base de artistas definida.
 - b) Los empresarios culturales en su mayoría son oriundos de la ciudad de Palmira, la mayor concentración de las empresas culturales están el sector 1 y 2, que comprenden barrios como: Trinidad, centro, Barrio nuevo, Uribe, Santa Rita, Versalles, Obrero, Bizerta, Colombina, esto debido a la ubicación estratégica de los sectores en Palmira, y a nivel intermunicipal, estos sectores están en los estratos 2 y 3.
 - c) Las empresas culturales de la ciudad de Palmira están categorizadas como micro y pequeñas empresas, estas usan como forma más común de relación laboral la contratación por prestación de servicios, lo que hace de estos empleos, una forma temporal de emplearse y de alta rotación de personal.

- d) Las áreas de desempeño de mayor concentración en la ciudad son: las artes escénicas, artes visuales, la música y los creadores musicales, literarios y teatrales, considerada como áreas tradicionales.
 - e) Hay un nivel alto de escolaridad en los artistas encuestados y las áreas que más se destacan con la música y las artes escénicas, la mayoría de ellos llevan más de 5 años desarrollando su actividad artística y ejercen como la labor de docentes y de trabajadores independientes independientes.
- II. Se concluye del diseño de estrategias que los empresarios usan de manera más frecuente el recurso de la tecnología, en especial la aparición en redes sociales, páginas web, blogs, etc. También es utilizado como estrategia comercial, el buen servicio y goodwill, en medios tradicionales la exhibición tiene una gran participación para las artes visuales.
- III. Para establecer la conclusión del análisis de la problemática del sector, se dividirá en los factores que más inciden en este estudio.
- Secretaría de Cultura y Turismo:
En la relación de las funciones de este despacho y el Plan Municipal de cultura se encontró que la entidad está cumpliendo de manera parcial con las que son sus obligaciones, y que en aras de activar los procesos culturales, están en descuido la calidad y la humanización de estos procesos.

En materia de emprendimiento hay muchas cosas que hacer y esta secretaría, ha iniciado labores que tienen un buen génesis, sin embargo la continuidad y seguimiento de estos programas falla.

Las labores que se llevan a cabo están dirigidas por personas que tienen muy buena voluntad de hacer el ejercicio cultural, pero no son las más idóneas, ya que la cultura es un proceso con el que no se paga un favor político, es un movimiento social e identitario de la ciudad.

- Modo de contratación de los empresarios.
- Las empresas culturales de Palmira expresan que para ser contratados y bien remunerados en los diferentes actos de la ciudad organizados por la Secretaria de Cultura y Turismo, considerando que estos son de los más relevantes de la ciudad por ser organizados por la institucionalidad que le enmarca a este despacho, deben disponer de los contactos necesarios dentro de la entidad encargada, lo cual indica que no hay transparencia en los procesos de contratación.

IV. Se concluye de los factores que permiten si hay un escenario de agremiación dado que se destacan son los conocimientos y la participación en redes, asociaciones o gremios. Y la experiencia recogida de estos que aun que no son iguales al a propuesta, son antecedentes que integran todas varias de las áreas culturales propuestas desde este trabajo son una buen antecedente para la creación del grupo empresarial.

- V. La cultura es un tema transversal, que tiene puesto en todas las disciplinas, desde la línea de economía en la generación de ingresos y el impacto en los niveles de empleo, la construcción de ciudadanía, la participación en el sector educativo, el aporte social, por tanto debe estar direccionada por personas idóneas y con conocimiento de causa, debe ser un espacio público, libre de política y corrupción.
- VI. Palmira está preparado para la integración del sector en industrias culturales, los empresarios quieren aprender, se capacitan, se puede hablar de la evolución cultural del municipio, se ha crecido paulatinamente, en estos momentos la ciudad cuenta con 4 salas teatrales que hace 4 años atrás no se tenían, ahora se cuenta no solo con el Festival Ricardo Nieto en materia de festivales se inicia de manera formal el de títeres “Infatiteres”, el Ritual, el de Teatro de Artistas Populares , el Carnaval de Negros y Blancos en Zamorano, pero se ha quedado corto en materia de gestión porque no se le ha orientado de manera correcta estos programas, para estimular a los artistas a creer en la secretaria y aportar a estas iniciativas.

9. RECOMENDACIONES

- a) Sería pertinente hacer una cruce de los datos que actualmente existen sobre empresarios culturales en la ciudad que estén registrados en la Cámara de Comercio de Palmira y la Secretaría de Cultura y Turismo, con el fin de consolidar una base de datos que permita tener una mayor certeza de los empresarios para poder iniciar procesos de inversión de recursos sobre una base real.

- b) Se recomienda de manera prioritaria hacer un censo de empresarios en general, que pueda brindar información demográfica, social y económica del sector, para ser evaluada, analizada, publicada y que se pueda aprovechar en el diseño de estrategias de crecimiento de los empresarios censados y que periódicamente se hagan convocatorias para actualizarlo.

- c) Las estrategias publicitarias de emprendimiento dirigidas y formuladas por la Secretaría de Cultura y Turismo o por otra institución, deben ser orientadas en su mayoría a los sectores 1 y 2 que comprenden los barrios: Trinidad, centro, Barrio nuevo, Uribe, Santa Rita, Versalles, Obrero, Bizerta, Colombina, de igual forma es importante tener en cuenta el uso de los recursos tecnológicos y de plataformas virtuales como las redes sociales, las páginas web, los blogs, etc. Para llegar al resto de la población artística.

- d) Formular un programa junto a Cámara de Comercio que estimule la formalización de las empresas culturales y que tenga como estímulo la financiación, total o parcial de los costos legales para quien inicie el proceso de formalización si no lo ha hecho o beneficios para empresarios que se capaciten.
- e) Crear un espacio ya sea en figura de comité asesor, mesa técnica, o subcomisión de emprendimiento, dirigido por la Secretaría de Cultura y Turismo en el cual tengan asiento, un miembro del Consejo Municipal de Cultura, el Sena, Cámara de Comercio, Centros de emprendimiento universitarios, e instituciones que apoyen el emprendimiento.
- f) Se recomienda al Sector, participar activamente desde el programa de monitorias en los comités o mesas, en las cuales se habla de educación y construcción de ciudadanía, tales como:
- Comité de prevención de Sustancias Psicoactivas (SPA)
 - Comité de prevención de Trabajo infantil. (CITEI)
 - Red social de Apoyo
 - Subcomisión técnica de Primera Infancia, Infancia, Adolescencia y Familia.
 - Comité municipal de discapacidad
- g) Ampliar el concepto de Industrias culturales que se tiene desde la Secretaría incluyendo en este, áreas de desempeño artístico distintas a las tradicionales.

- h) Estudiar la Política Municipal de Cultura actual consolidada por la Secretaría de Planeación y si es el caso proponer una reformulación de esta, desde las mesas de trabajo del Consejo Municipal de Cultura.
- i) Se recomienda a los empresarios del sector apersonarse de los procesos de conservación de patrimonio haciendo un seguimiento y control de la inversión de recursos públicos en sitios de interés cultural en la ciudad de Palmira.

10. BIBLIOGRAFIA

1. Cámara de Comercio de Cali. Área Empresarial, Guía Ruta Micros para la Formalidad, Edición No. 1, Abril 2012. Santiago de Cali
2. VIZCAINO, Álvaro Viña, Emprendimiento cultural para la Innovación, el Desarrollo y la Asociatividad, Unidad de Emprendimiento e innovación, Segunda Edición 2013. Bogotá
3. Presentación origen y concepto de Industrias Culturales. UCASAL, seminario de IC. Slide 11. Recuperado de:
<http://es.slideshare.net/porqueleer/origen-del-conepto-de-industrias-culturales-presentation>.
4. Consejo Nacional de política Económica y Social. 2010. *Política Nacional para la promoción de las Industrias Culturales en Colombia*. Bogotá, Colombia: s.n., 26 de Abril de 2010.
5. O'Connor. El despliegue de Industrias Culturales y Creativas, PRANA, Incubadora de Empresas Culturales e Industrias Creativa. Ppt 2011
6. INDUSTRIAS CULTURALES CALI [en linea].
<<http://www.industriasculturalescali.com/nosotros>> (citado diciembre 2012)
7. GETINO, Octavio. La medición de los impactos culturales en la economía y en la sociedad Latinoamericana, Ponencia elaborada para su presentación en el X encuentro Internacional de Economistas sobre Globalización,

Bogotá 2007. La dimensión económica como protagonista de las mediciones.

8. STOLOVICH, Luis, Diversidad creativa y restricciones económica, La perspectiva desde un pequeño país
9. Universidad de la República (Uruguay)/ Asociación Culturec, Montevideo, Uruguay, Abril de 2002
10. [En línea]; http://www.google.com.co/#hl=es-419&sclient=psy-ab&q=GLOSARIO+INDUSTRIAS+CULTURALES&oq=GLOSARIO+INDUSTRIAS+CULTURALES&gs_l=serp.3...38642.48848.1.49423.38.31.4.1.1.1.1.141.11086.0j4j17j4j1j2j1j2.31.0...0.0...1c.1.wYOUNxZSkvY&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.&fp=4c3393d07f973c3b&bpcl=35243188&biw=1280&bih=627
11. [En línea] <http://www.gerencie.com/definicion-de-grupo-empresarial.html>
12. [En línea] <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/programmes/global-alliance-for-cultural-diversity/resource-centre/tools/glossary/>
13. [En línea]
http://www.arlsura.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1431#sthash.Q4NpOODC.dpuf
14. [En línea] <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/programmes/global-alliance-for-cultural-diversity/resource-centre/tools/glossary/>

15. [En línea]: <http://definicion.de/artel/>
16. [En línea] <http://definicion.de/artel/>
17. [En línea]
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4050018/temas/2.html>
18. Resolución 1500 de 2010. 6 julio. Ministerio de Cultura Colombia
19. [En línea] <http://definicion.de/sociedad/>
20. [En línea]
<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/37/solvfinanciera.htm>
21. INCONSCIENTE COLECTIVO. Glosario de Gestión Cultural, Documento virtual
22. [En línea] <http://www.wipo.int/about-ip/es/>
23. [En línea]: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=41>
24. Alcaldía municipal de Palmira, Cámara de Comercio de Palmira.
Surgimiento de Palmira, Anuario Estadístico de Palmira 2009. pag. 3.
25. Palmira, Valle del Cauca. Sitios de interés Turístico y Cultural de la Ciudad.
Catedral Nuestra Señora del Palmar, [En línea]:
<http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=41>
26. [En Línea] <http://www.palmira.gov.co/secretarias/secretaria-de-cultura-y-turismo>
27. BRAVO. Martha Elena. Políticas Culturales en Colombia 2011 .Pag 40.doc
pdf. Recuperado de:

http://mesaculturalantioquia.files.wordpress.com/2009/03/politicas-culturales-en-colombia_marta-elena-bravo.pdf

28. [En Línea]

<https://www.facebook.com/events/139171129626768/?ref=ts&fref=ts>

29. [En línea] Descarga. <http://jrms.pktweb.com/?p=1274>

30. ARANGO. Jaramillo Mario. Manual de cooperativismo y economía solidaria, Universidad Cooperativa de Colombia, 2005

31. Recuperada de: <http://www.ine.gob.bo:8081/censo2012/quees.aspx>

32. [En línea] <http://emprendedores2008.blogspot.es/1204214880/>

33. [En línea] <http://definicion.de/personeria-juridica/#ixzz2j8rfEsFF>

ANEXOS

1. Anexo. Carta de Solicitud de la información
2. Anexo. Ficha técnica de la entrevista
3. Anexo. Documento entregado por la Secretaría de Cultura y Turismo en respuesta a la entrevista
4. Anexo. Entrevista del Lic. Andrés Felipe Valencia
5. Anexo. Base de datos de la Secretaria de Cultura Y Turismo
6. Anexo. Tabla de empresas Muestra
7. Anexo. Ficha técnica de la Muestra

ANEXO 6

Lista de Empresas Culturales que participaron en la Muestra

	Nombre	Actividad	Ubicación
1	Son latino y Su banda Show	Música	Olímpico
2	El fauno teatro	Artes Escénicas	Zamorano
3	Fundación Teatral Madretierra	Artes Escénicas	Olímpico
4	Cerámica Mary Cruz	Artes Plásticas	Trinidad
5	Moderato Fundación Cultural	Formación Cultural	Uribe
6	La Etnia	Artes Plásticas	Barrio Nuevo
7	Nueva Atenas	Artes Plásticas	Trinidad
8	Cerámica	Artes Plásticas	Trinidad
9	Releve Studio de danza	Artes Escénicas	Uribe
10	Magia Decorativa	Artes Plásticas	Obrero
11	Galería Los Ángeles	Artes Plásticas	Trinidad
12	Vientos del Sur	Música	Alameda
13	Aroma de Madero	Artes Escénicas	Amaine
14	Academia de baile Expresión Danza	Artes Escénicas	Centro
15	Academia de artes mágicas	Artes Escénicas	Concordia

16	Latín Play Studio	Música	Portal de las palmas
17	Agrupación Folclórica Kacharipary	Artes Escénicas	Uribe
18	ASAF Música y Arte	Música	Santa Rita
19	Cantautor Escuela de Canto	Música	Santa Rita
20	Jhon j. Giraldo	Artes Plásticas	Santa Rita
21	Academia de Baile Natural	Artes Escénicas	Bizerta
22	Son y Armonía	Formación	Obrero
23	Fundación Artes Plásticas y Literatura Palmira	Artes Plásticas	Obrero
24	Forastero Son	Música	San Carlos
25	Talentos, Fundación para el Arte y el Empleo	Formación cultural	Fray Luis
26	Artesanía Oriental	Audiovisual	Centro
27	La Voz del Arte	Música	Obrero
28	Escuela la nota musical	Música	Versalles
29	Arte vivo	Gestión cultural	centro
30	Euce Latino y su Grupo	Música	Sauces
31	Teatro Mapagua	Artes Escénicas	Colombina

ANEXO 7

Ficha técnica de la encuesta

ENCUESTA DE DIAGNOSTICO AL SECTOR CULTURAL EN LA CIUDAD DE PALMIRA

Nombre de la empresa _____ Ciudad Natal del dueño o representante legal _____
Barrio _____ Estrato _____ Número de colaboradores _____

I. CARACTERIZACION DE LA POBLACION

1. Área de desempeño (señalar hasta dos (2) áreas en las que mejor se desempeñe)

- | | |
|---|--|
| a) Creación literaria, musical, teatral, etc. | Creación literaria
Creación musical
Creación teatral
Creación audiovisual |
| b) Artes escénicas y espectáculos artísticos | Danza
Presentaciones articulando danza, teatro
Presentaciones musicales en vivo. |
| c) Artes plásticas y visuales | Fotografía
Pintura
Escultura
Arte industrial
Grabado, Artes Gráficas, Ilustración |
| d) Música | Edición de música
Producción fonográfica |
| e) Audiovisual | Cine y video
Radio
Televisión
Multimedia |
| f) Diseño | Arquitectónico
Gráfico
Textil
Industrial
Joyas |
| g) Formación cultural | Formación artística dentro del programa general
Formación artística especializada
Formación en mantenimiento del patrimonio, museología. |
| h) Gestión cultural | |

2. ¿Cuál es su nivel de estudio?

- | | | | |
|----------------|-------------------|-----------|------------|
| a) Primaria | | | |
| b) Secundaria | | | |
| c) Técnico | | | |
| d) Tecnólogo | | | |
| e) Profesional | | | |
| f) Postgrado | * Especialización | *Maestría | *Doctorado |

3. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando esta actividad?

- a) 0 a 5 años
- b) 6 a 10 años
- c) 10 o más años

4. ¿De qué manea ejerce su profesión?

- a) Docente
 - b) Artista Independiente
 - c) Otra ¿Cuál? _____
 - d) Todas la anteriores
 - e. Ninguna de las anteriores
5. Su empresa tiene algún convenio con alguna institución.
- a. Secretaría de Cultura y Turismo
 - b. Universidad
 - c. Colegio o institución educativa
 - d. Otro ¿Cual? _____
 - e. Todas la anteriores
 - f. Ninguna de las anteriores

6. Tipo de contrato o relación laboral que usa

- a) Prestación de servicios
- b) Contrato laboral Fijo___Indefinido___
- c) Otro ¿Cual? _____
- d) Todas la anteriores
- e) Ninguna de las anteriores

6.1.A cuanto hacienden los ingresos Mensuales de su organización

- a) Menos de 1 Salario mínimo mensual vigente
- b) 1 Salario mínimo mensual vigente
- c) Entre 1 y 2 Salario mínimo mensual vigente
- d) Más de 2 Salario mínimo mensual vigente

7. Señale las opciones que considere usted funciones de la Secretaria de Cultura y Turismo

- a) Diseñar, formular, desarrollar, evaluar y controlar las políticas, planes, programas, proyectos y estrategias para la protección, intervención, investigación, promoción, divulgación y conservación del patrimonio cultural tangible e intangible y de los bienes de interés cultural del municipio.
- b) Formular estrategias para garantizar la conservación y enriquecimiento de la creación y expresiones culturales.
- c) Formular mecanismos para lograr la participación de la comunidad palmirana en programas y expresiones culturales.
- d) Impulsar la formación y gestión de actividades y programas artísticos y culturales.
- e) Formular, orientar y coordinar las políticas, planes, programas, proyectos y estrategias para el desarrollo económico sostenible del sector turístico,.
- f) Diseñar, implementar y evaluar, planes, proyectos y programas que conjuguen las fortalezas turísticas y las expresiones culturales del municipio para estimular el posicionamiento de Palmira en materia turística.
- g) Todas la anteriores
- h) Ninguna de las anteriores

a) Si ¿Cuál?
b) No

a) Si ¿Cuál?
b) No

Áreas de gestión	Calificación
a. Apoyo a los emprendedores culturales	
b. Inclusión de las empresas culturales en la agenda cultural en la ciudad de Palm	
c. Capacitación en emprendimiento	
d. Cualificación en el área cultural al que pertenece	

a) Si b) No

a. ¿De qué tipo? _____

b. ¿Quien la dictó? _____

- a) Si ¿Cual? _____
b) No

19. Le gustaría pertenecer a este grupo empresarial

- a) Si
- b) No

20. Conoce usted de concepto de Rueda de Negocios

- a) Si
- b) No

21. Ha participado en una rueda de negocios

- a) Si
- b) No

Si respuesta a la pregunta 20 fue afirmativa, Responda.

21.1. La temática de la Rueda de negocios era

- a. General
- b. Especializada en un sector. ¿Cuál? _____

21.2. La cobertura de la Rueda de Negocios fue

- a. Local
- b. Regional
- c. Nacional
- d. Internacional

22. Considerando que en una rueda de negocios se pretende fomentar el emprendimiento y la comercialización de bienes y/o servicios, que esperaba encontrar en cuanto a instituciones

- a. Ministerio de Cultura y Turismo
- b. Incubadoras para emprendedores culturales
- c. Secretarías de cultura
- d. Organizadores de Eventos, festivales, ferias, concursos, etc.
- e. Grupos artísticos
- f. Organizaciones internacionales
- g. Todas las anteriores

23. Que sectores le gustaría encontrar

- a. Artes graficas (libros impresos, publicidad)
- b. Artes audiovisuales (Música, radio, cine, video, tv, fotografía, pintura)
- c. Artes escénicas (Enseñanza artísticas, danza, teatro, festivales, concierto)
- d. Archivos nacionales, museos, bibliotecas, arquitectura, turismo cultural, desarrollo urbano y medio ambiente)
- e. Diseño textil- moda, artesanías, joyería
- f. Todas las anteriores

24. Estaría de acuerdo que se realizara en el marco del algún evento. (festival, feria, concierto)

- a. Si
- b. No

¿Por qué? _____

25. Si se realizara en el marco de algún evento, y se estableciera una agenda académica , que tipo de temáticas le gustaría tener

- a. Asesorías legales
- b. Asesorías de fondos e incubadoras
- c. Apoyo internacionales
- d. Otros ¿Cuáles? _____

ANEXO 2.

Ficha técnica de la entrevista

1. ¿Cuál es el concepto que se maneja de Industrias Culturales desde la Secretaria de Cultura y Turismo?
2. ¿Cómo se está llevando a cabo la implementación de la ley general de cultura en el sentido empresarial?
3. ¿Cuál es la política cultural municipal (quien la formulo y si tiene ítems que desarrollen programas de emprendimiento para el sector)?
4. ¿Tiene algún conocimiento sobre los programas de industrias culturales que se desarrollan en el país y el departamento?
5. ¿La secretaria municipal de cultura maneja algún programa de emprendimiento cultural?
6. ¿Cuál es el número promedio de empresas culturales en la ciudad de Palmira y cual es el apoyo que se les brinda desde esta institución?
7. ¿Qué acciones se llevan a cabo desde el concejo de cultura sobre emprendimiento cultural?
8. Conociendo la existencia del documento CONPES 36 59 del Ministerio de Cultura, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de Departamento de Planeación Nacional, cuales son las actividades que se llevan a cabo para contrarrestar los ejes problemáticos ahí formulados
 - Circulación y distribución y servicios de industrias culturales
 - Bajo acceso a financiamiento
 - Escaso desarrollo local de las industrias culturales
 - Insuficiente oferta educativa especializada
 - Incipiente uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de modelos de negocio
9. Los programas que se están desarrollando han cumplido alguna meta de las propuestas en el plan de desarrollo municipal

Síntesis del a entrevista

Se realizo la entrevista al señor Andrés Felipe Valencia, Subsecretario de Cultura y Turismo, en el año 2011, y se aplico el instrumento presentado anteriormente a lo que el respondió:

En el concepto de Industrias Culturales que se maneja desde la secretaria se tiene que incluye a las áreas tradicionales del Sector Cultural tales como: Gestores Culturales, Artes escénicas, Artes visuales, Artes de literatura, Músicos.

Con respecto a la Política Publica de Cultura en la ciudad, explica que se hizo un trabajo desde el concejo de Cultura en el año 2011 del cual surgieron documentos importantes para la formulación de esta política, que al cambiar de administración, con el cambio de alcalde quedo estancado, y se desarrollo una política que el llama de escritorio, explica que hay dos tipos de formular las políticas una de ellas es el proceso que se hace desde las mesas de trabajo de las diferentes áreas del sector y la otra forma de diseñar la política es suponer la necesidad del los actores del sector que es la política de escritorio.

En cuanto a emprendimiento, habla sobre la capacitación y vinculación que se obtuvo desde el Ministerio de cultura, la Cámara de Comercio de Cali que vincula directamente a la Cámara de Comercio de Palmira, entidades como Comfandi que se integraron a integraron para desarrollar el Programa LASO nacional que ese ejecutó en Palmira y tuvo como inicio un curso de emprendimiento, o laboratorios de emprendimiento cuyo producto final fue una red de artistas del municipio que se llama Enredarte, se tomo para este programa como prioridad a los participantes

de las mesas del concejo, para que sean ellos los principales beneficiarios del programa ya que se tenía una labor adelantada de sensibilización y conocimiento de emprendimiento cultural y los objetivos de la Secretaria de ese entonces.

Para vincular al resto de la población artística se propuso hacer un censo cuya responsabilidad fue de las mesas y de los concejeros de cultura, quienes se esperaba estuvieran liderándola, sin embargo muchas veces dinamizaba más la mesa y otros artistas diferentes al concejero que era el que legalmente tenía la responsabilidad, por tanto el censo artístico fue un tema complicado debido a que hay gente a que tiene excelentes productos pero no creen en la Gestión de la Secretaria de Cultura, ya que lo consideran un espacio politiquero y con favoritismo por algunos personajes, además de que desvalorizan la labor del artista de la ciudad de Palmira. Por tal razón no va a inscribirse, y es también importante menciona que hay casos como el del principiante que quiere aparecer como guitarrista sin un trayecto, un recorrido, y también están los ajenos a estas iniciativas con un gran potencial y renombre no solo en el municipio, si no a nivel mundial.

Se presento la propuesta de generar el primer directorio artístico y cultural del municipio Palmira el cual se alcanzó a diseñar quedó en un archivo pdf y quedó listo para publicarse, con el cambio de administración se alcanzó a meter en la página web de la Secretaría, aunque luego lo bajaron, entonces se muestra la interrupción en los procesos que se vienen trabajando en la secretaría y evidenciando así el inicio del detrimento no de una persona sino de un sector, porque en ultimas los beneficiados con este proyecto eran los artistas.

Un hecho importante de esta secretaria ha sido la Reactivación de la Plaza de toros, como un espacio para la vida, y es relevante porque han logrado convertirlo en un excelente escenario, la gente participa, asiste masivamente, aunque es una idea que se venía madurando desde la administración anterior, ya que se presentó al Alcalde Raúl Arboleda y dejó la idea en remojo, pero es interesante la forma en la que se dinamiza el lugar ahora.

En la sentido legal que implica la realización de algunas actividades ejecutadas por los diferentes despachos de la Alcaldía, se tiene en cuenta que para el sector Cultura y en materia de emprendimiento que ahora lo IN es *emprendimiento cultural e industrias culturales* en lo que se refiere a comercio, al respecto de este tema El Lic,. Valencia, menciona que el Documento Conpes tenían unas partidas específicas para el país de esos recursos precisamente es que el ministerio financió el tema de laboratorios, y un seminario taller de emprendimiento cultural a través del desarrollo local, en el cual el participó, sin embargo cuenta que para la certificación de este seminario y para trabajar ese desarrollo de empresas culturales en los municipios se destino a través de un capital semilla que se quedó en la presentación de proyectos, y es en este momento donde afirma que la nación también está fallando por norman en beneficio de la cultura y hacen una serie de acciones y estrategias como el documento conpes pero son inoperantes en la asignación de recursos a proyectos que tienen un proceso y a la continuidad de estos programas en el país.

Sobre el emprendimiento de industrias culturales en otras ciudades funciona muy bien un ejemplo de ello en Cali, Medellín, incluso Pereira tiene unos desarrollos

importantes allí que él los mide a través de las capitales no por el crecimiento empresarial, si no por el crecimiento artístico, habría que mirar cual sería el análisis más profundo en el que se está fallando pero el caso no es de talento porque Palmira tiene muchísimo talento, aquí el tema no es de recurso humano habría que mirar que factores son los que influyen ahí para que en Palmira el tema de industrias culturales y emprendimiento esté todavía tan básico no hay un desarrollo, porque la gente quiere, se capacita, la gente está inquieta, asiste a las convocatorias, van, pero no ha permitido que dé una experiencia significativa para decir miren que en Palmira se desarrolló con éxito, en la ciudad hay relámpagos que no pasan a ser relevantes en el proceso de emprendimiento cultural, dice que Palmira está preparado para la integración del sector en industrias culturales, aquí en Palmira la gente quiere, se capacita si vamos a hablar en la evolución del desarrollo informal al formal del quehacer artístico y cultural en el municipio eso ha crecido nosotros en estos momentos tenemos 4 salas teatrales que hace 4 años atrás no las teníamos tenemos más festivales artísticos antes era el Festival Ricardo Nieto ahora tenemos el Infantiteres, el Ritual, tenemos el de Teatro de Artistas Populares, el Carnaval de Negros y Blancos en Zamorano o sea ha habido evolución pero no a los niveles que uno esperaría y que un municipio como Palmira merecería..

En materia del consejo municipal de cultura en desde la subsecretaría del año 2011 se consideraba como un actor fundamental y está en la ley lo que pasa es que es una figura decorativa para el gobierno municipal, en el tema de manejo de la Política de promoción de Industrias Culturales, eran aliados del despacho, sin

embargo la forma en la que esta diseñada la estructura del concejo lo hace inoperante, la ley lo dice así que ellos recomiendan al alcalde ya depende de este si quiere acogerse a las recomendaciones, porque si el alcalde no está sensibilizado, comprometido, depende de la voluntad política de él, ya que hay otros casos aunque no están obligados, empoderan a los consejos y se reúnen con ellos, no mandan delegados, en el caso de Palmira mandan delegados e incluso ni van, hay alcaldes que van y se sientan con los consejos y distribuye un presupuesto directo para las expresiones artísticas

El licenciando Valencia, afirma que en la ciudad de Palmira hay muchos personajes con trayectoria artística que merecen direccionar la cultura en el municipio, que es incoherente que ubiquen una persona en el cargo que como persona será muy respetable y como profesional también, pero desde el arte y la cultura es de dudar su conocimiento. Si el caso fuera de que estuviese en el cargo una persona sensibilizada y conocedora de los procesos culturales el campo de acción y la participación de los artistas fuera distinto.

Andrés Felipe Valencia responde a la pregunta de que si los empresarios culturales de Palmira están preparados para conformar un grupo como el que se propone a través del trabajo, el dice que sí.

SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO - RECEPCION DE INSCRIPCIONES DI

FICHA	IDENTIFICACION DEL INSCRITO			MODALIDAD
	NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS	NUMERO DE CEDULA DE CIUDADANIA Y LUGAR DE		
1	JULIO ARMANDO ROJAS CERON	16.255.906	PALMIRA	LITERATURA
2	WALTER CHARRIA ESCOBAR	16.249.146	PALMIRA	MUSICA
3	HOOVER HENRRY CADENA BARONA	6.292.699	CERRITO	DANZA
4	JOSE FERNANDO FIGUEROA MARMOLEJO	16.252.968	PALMIRA	
5	ALBERTO EUSEBIO ERAZO URBANO	6.375.018	PALMIRA	MUSICA
6	JESUS EFREN CALERO SALCEDO	6.183.790	BUGA	MUSICA
7	LUIS ANIBAL QUINTERO HERRERA	4.545.310	RIO SUCIO	MUSICA
8	LICENIA BURBANO PELAEZ	29.667.166	PALMIRA	MUSICA
9	JOSE ALCIBIADES HERRERA PEREA	19.059.273	BOGOTA	MUSICA
10	OSNER VIAFARA CASTAÑEDA	16.270.667	PALMIRA	MUSICA
11	CARLOS HERNANDO CANDELO SAA	16.270.070	PALMIRA	MUSICA
12	BRAYAN STIVEN VALENCIA GOMEZ	93.010.214.066	PALMIRA	MUSICA
13	HECTOR FABIO VALDEZ QUINTERO	94.308.390	PALMIRA	MUSICA
14	GENYER VICTORIA RIASCOS	14.471.512	BUENAVENTURA	MUSICA
15	LUIS MIGUEL POSSO DOMINGUEZ	1.113.633.268	PALMIRA	MUSICA
16	LUIS EDUARDO VALDES QUINTERO	16.259.991	PALMIRA	MUSICA
17	CHRISTIAN EDUARDO LERMA SOLIS	1.113.641.207	PALMIRA	MUSICA DANZA
18	CHRISTIAN DAVID LOPEZ LOPEZ	1.113.644.481	PALMIRA	MUSICA DANZA
19	JOHN JAIRO LERMA SOLIS	1.113.630.279	PALMIRA	MUSICA DANZA
20	JUAN DAVID LERMA SOLIS	1.113.650.397	PALMIRA	MUSICA
21	EMILE ESCOBAR TASCON	66.651.853	CERRITO	ARTE DRAMATICO
22	JOSE WILLIAM GARCIA CASTRO	16.274.736	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
23	MARTHA ISABEL PLAZA CARDENAS	66.772.164	PALMIRA	DANZA
24	JENNIFER YISET ORTIZ CASTRO	1.113.637.337	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
25	ORLANDO OCORO LERMA	94.325.333	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
26	JOSE BERNARDO ARISTIZABAL RAMIREZ	2.588.946	PALMIRA	LITERATURA
27	JHON HESSEL PEÑA PEÑA	1.113.634.707	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
28	JOHANA KATHERINE ORTIZ LAZO	T.I 93021100178	POPAYAN	MUSICA
29	DIEGO FERNANDO LONDOÑO ESCANDON	16.283.526	PALMIRA	MUSICA
30	ALEXANDRUA ERAZO BOLAÑOS	24.372.662	AGUADAS	MUSICA
31	GUSTAVO ADOLFO VALENCIA ESCOBAR	14.703.079	PALMIRA	MUSICA
32	HENRY CARDONA HENAO	9.777.755	CALARCA	MUSICA
33	MARLENY RODRIGUEZ DE QUINTANA	31.149.777	PALMIRA	MUSICA
34	ISRAEL FRANCISCO CHANFUELAN VALLEJO	6.325.870	GUACARI	MUSICA
35	ALDEMAR RAMIREZ CUARTAS	16.257.421	PALMIRA	LITERATURA
36	CARLOS ARTURO POLANIA ARIAS	16.254.723	PALMIRA	MUSICA
37	OSCAR GIOVANNI MARTINEZ PEÑA	94.328.034	PALMIRA	
38	EDWARD FABIAN MARTINEZ PEÑA	14.701.664	PALMIRA	

39	JORGE HERNAN GIRALDO MAZO	2.571.702	GUACARI	
40	HENRY LOPEZ ACOSTA	16.239.768	PALMIRA	MUSICA
41	LUIS CARLOS VEGA PULIDO	94.308.054	PALMIRA	MUSICA
42	JAVIER SEPULVEDA VILLAMARIN	16.266.820	PALMIRA	MUSICA
43	JUAN ANDRES CROW QUINTERO	14.699.520	PALMIRA	MUSICA
44	HENRY SALCEDO PATIÑO	16.264.846	PALMIRA	LITERATURA
45	JORGE HUMBERTO SILVA ARIAS	16.272.873	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
46	HENRY PATIÑO MONTOYA	16.268.332	PALMIRA	LITERATURA
47	MARGOTH GUERRERO MARTINEZ	31.161.278	PALMIRA	LITERATURA
48	JULIAN FERNANDO ROJAS ZAMORANO	16.277.426	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
49	LUZ ELENA PAEZ MENDOZA	41.782.989	BOGOTA	DANZA
50	JANETH LORENA MARTINEZ PEÑA	66.777.646	PALMIRA	MUSICA
51	SILVANO HENRY MAYA CAICEDO	98.396.935	PASTO	MUSICA
52	LUIS ALBERTO COBO PEREZ	16.249.133	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
53	JORGE LUIS DE LOS RIOS RODRIGUEZ	16.222.586	CARTAGO	MUSICA
54	JUAN ESTEBAN ISAZA MARTINEZ	16.609.615	CALI	MUSICA
55	JOSE ALCIDES QUIÑONEZ SEVILLANO	6.369.970	PALMIRA	MUSICA
56	CARLOS MAURICIO MIRANDA ECHEVERRY	94.326.530	PALMIRA	MUSICA
57	DELIA OSPINA DE FRANCO	29.648.931	PALMIRA	MUSICA
58	BERTILDA ARANGO CAICEDO	66.705.758	CANDELARIA	MUSICA
59	KAROL DAYANA GONZALEZ JARAMILLO	T.I. 93011612790	CALI	MUSICA
60	DIEGO FERNANDO VALDES QUINTERO	16.269.356	PALMIRA	MUSICA
61	ERIKA PATRICIA GUERRERO TERRAZA	1.143.120.831	BARRANQUILLA	DANZA
62	GILDARDO PANTOJA CABEZAS	16.277.246	PALMIRA	MUSICA
63	ALVARO VALDES QUINTERO	16.272.834	PALMIRA	MUSICA
64	LUIS MIGUEL CHAVARRO TORRES	14.703.191	PALMIRA	
65	PABLO ANDRES ZAMORANO ROJAS	94.328.358	PALMIRA	
66	CESAR AUGUSTO HURTADO HURTADO	1.113.621.249	PALMIRA	
67	HENRY VALENCIA MONEDERO	19.269.226	BOGOTA	
68	LUZ MARINA GUTIERREZ VIDALES	66.770.945	PALMIRA	
69	SANDRA MILENA SEDAS GOMEZ	66.885.270	PRADERA	
70	GLORIA NELLY GARCES VARON	29.475.902	CERRITO	
71	JAVIER GARCES VARON	16.263.666	PALMIRA	
72	JANIO PLAZA	6.388.080	PALMIRA	DANZA
73	ALCINARIS CORDOBA HERNANDEZ	29.654.455	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
74	JOSÉ EUSTACIO CUESTA RAMIREZ	2.410.298	CALI	LITERATURA
75	ISRAEL AGUDELO CASTRO	17.116.844	BOGOTA	LITERATURA
76	FIRES PARRA ARIAS	16.245.625	PALMIRA	LITERATURA
77	EDINSON TELLO BEDON	16.259.343	PALMIRA	LITERATURA
78	FRANZ WESLEY AGUIRRE MUÑOZ	16.261.320	PALMIRA	LITERATURA
79	VICTOR ORLANDO BONILLA	16.235.659	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
80	IRMA GUERRERO MUÑOZ	31.176.971	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
81	MARIA VICTORIA FRANCO FLOREZ	41.702.515	BOGOTA	LITERATURA

82	MARCOS JAVIER CAÑÓN RUIZ	16.264.936	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
83	ALBA MARINA TORRES SALAZAR	31.170.020	PALMIRA	DANZA
84	HECTOR SILVIO GUTIERREZ IBARRA	4.269.179	SUTATENZA	
85	CARMEN HELENA LAZO TORRES	34.562.450	POPAYAN	
86	JORGE ENRIQUE GONZALEZ GRANADOS	79.556.132	BOGOTA	
87	MERQUIMER GALEANO MORALES	7.453.481	BARRANQUILLA	
88	JAEI AMERICA ESCOBAR SANCHEZ	29.654.735	PALMIRA	MUSICA
89	ALVARO JOSE CARRILLO CALDERON	1.113.626.160	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
90	HERNAN ARIAS ECHEVERRY	16.259.013	PALMIRA	MUSICA
91	LUZ STELLA VARGAS VASQUEZ	31.153.638	PALMIRA	LITERATURA
92	MARIA ELENA LIBREROS FERLA	31.161.933	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
93	HUGO GIRON VIDAL	16.246.307	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
94	MARIA ELENA GUTIERREZ MORENO	31.142.766	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
95	LUZ MARINA ARREDONDO ARIAS	31.142.721	PALMIRA	LITERATURA
96	SALOMON GAVIRIA QUINTERO	6.381.951	PALMIRA	MUSICA
97	MIGUEL SANTIAGO LOPEZ SARRIA	6.392.889	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
98	ALFREDO LOPEZ GUEVARA	2.461.661	ANDALUCIA	ARTES PLASTICAS
99	ANA ESNETH ALVAREZ SUAREZ	31.892.469	CALI	ARTESANIAS
100	CAMILO RAVE QUINTERO	10.098.915	PALMIRA	ARTESANIAS
101	NUBIA LEMA DE GUTIERREZ	31.135.132	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
102	ENRIQUE BAUDILLO CONDE BURGOS	0906307079	ECUADOR	MUSICA
103	HECTOR EMILIO ESTACIO QUIÑONEZ	87.432.626	BARBACOAS	
104	WALTER PAOLO ORTIZ RUGELES	16.274.602	PALMIRA	
105	DORA ALICIA ZAPATA VALENCIA	31.175.982	PALMIRA	
106	JORGE ELIECER MEJIA PEÑA	16.241.265	PALMIRA	
107	GUSTAVO ORLANDO CARRILLO GIL	16.264.720	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
108	WILSON ANDRES MORENO RAMIREZ	6.391.100	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
109	MARIELA PAZ DE SARRIA	25.265.078	POPAYAN	MUSICA
110	CESAR AUGUSTO LONDOÑO ZAPATA	16.270.488	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
111	GUIDO VALENCIA GUTIERREZ	16.266.316	PALMIRA	MUSICA
112	MARGARITA PEÑALOSA FLOREZ	31.173.637	PALMIRA	LITERATURA
113	RUBEN DARIO LOPEZ OSPINA	14.699.169	PALMIRA	MUSICA
114	SIDNEY TATIANA GUERRERO SALDARRIAGA	1.113.632.174	PALMIRA	MUSICA
115	CARLOS EMIRO SAAVEDRA BONILLA	16.244.725	PALMIRA	MUSICA
116	VICTOR MANUEL RODRIGUEZ ABADIA	16.255.705	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
117	VICTOR NEMESIO LERMA VALLEJO	6.381.705		MUSICA
118	LUIS ALFONSO RUIZ ESPINOSA	16.258.383	PALMIRA	
119	LUIS CARLOS NAVARRO	6.392.256	PALMIRA	
120	FERNANDO SANCHEZ FRANCO	94.323.833	PALMIRA	
121	YEYMY FABIAN CADENA BASTIDAS	94.327.607	PALMIRA	
122	VICTOR HUGO CALDERON RIVERA	16.274.306	PALMIRA	
123	NELSON GRANDIA PEREA	94.308.190	PALMIRA	LITERATURA

124	HERNANDO HENAO POSADA	16.264.965	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
125	RAMIRO PAREJA ANDRADE	16.247.498	PALMIRA	MUSICA
126	JUAN CARLOS VELASCO AGUIRRE	16.284.900	PALMIRA	
127	JUAN FRANCISCO DOMINGUEZ ASPRILLA	71.931.396	APARTADO	
128	LAURA PALOMINO RAMOS	31.167.214	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
129	FANOR LOPEZ ACOSTA	16.253.369	PALMIRA	MUSICA
130	CARLOS HENRY RODRIGUEZ	17.181.566	BOGOTA	LITERATURA
131	VICTOR HUGO TELLO BEDON	16.266.371	PALMIRA	MUSICA
132	OLIVERIO RENDON RODRIGUEZ	6.381.355	PALMIRA	MUSICA
133	JAIME MUÑOZ ORTIZ	6.558.957	ZARZAL	MUSICA
134	ANGEL GABRIEL DE OSSA GUTIERREZ	8.457.874	FREDONIA ANTIOQUIA	MUSICA
135	OLGA VALVERDE	31.220.942	CALI	MUSICA
136	JESUS ANTONIO CASTAÑEDA	6.110.906	ALCALA	MUSICA
137	ALVARO OMAR DELGADO MARTINEZ	12.967.349	PASTO	MUSICA
138	FLABIO CEDEÑO GAVILANES	16.275.220	PALMIRA	MUSICA
139	MIGUEL ANGEL CARDONA ERAZO	16.256.815	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
140	ADOLFO ARIAS GOMEZ	10.477.470	SANTANDER DE QUILICHAO	MUSICA
141	JOSE ELIECER OSSA GUTIERREZ	7.547.892	ARMENIA	MUSICA
142	KATHERINE GIL LONDOÑO	1.113.634.526	PALMIRA	MUSICA
143	DAVID OSORIO OLIVEROS	16.281.439	PALMIRA	MUSICA
144	JUAN CARLOS ALVAREZ COBO	94.317.945	PALMIRA	MUSICA
145	JOHNATAN DAVID OSORIO BORRERO	1.113.636.288	PALMIRA	MUSICA
146	EDWIN HAROLD BAENA PELAEZ	94.306.956	PALMIRA	MUSICA
147	OVIDIO CEDEÑO GAVILANES	16.256.766	PALMIRA	MUSICA
148	NOLBERTO JESUS TIMANA	87.570.115	SANDONA NARIÑO	MUSICA
149	LUIS FERNANDO ARANGO CARMONA	6.394.918	PALMIRA	MUSICA
150	HENRY BAEZA ARANGO	16.249.423	PALMIRA	MUSICA
151	CARLOS ALBERTO MARMOLEJO JARAMILLO	16.247.798	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
152	GUILLERMO ORTEGA CELIS	10.556.991	PTO TEJADA	MUSICA
153	FABIO ALBERTO AGUIRRE BAÑOL	18.506.662	DOSQUEBRADAS RISARALDA	MUSICA
154	SAULO JOJOA TORRES	16.261.894	PALMIRA	MUSICA
155	YOLANDA MONTOYA DE MIRANDA	29.692.177	PALMIRA	DANZA
156	LIBARDO MUÑOZ ORTIZ	6.557.429	ZARZAL	MUSICA
157	JOSE JAVIER NIETO ORREGO	6.131.254	BILLAR ANSERMANUEVO	MUSICA
158	FRANCO REMIGIO RODRIGUEZ CAICEDO	87.450.175	SAMANIEGO NARIÑO	MUSICA
159	JESUS MARIA MUELAS DIAZ	16.255.546	PALMIRA	MUSICA
160	EDGAR HERNAN YEPES RUIZ	16.263.399	PALMIRA	MUSICA
161	HERNAN CELORIO VALENZUELA	16.505.625	BUENAVENTURA	MUSICA
162	FEDORA MARIA ALMARIO ALMARIO	31.143.437	PALMIRA	MUSICA

163	JULIAN ANDRES SALDARRIAGA PAEZ	14.696.334	PALMIRA	MUSICA
164	RUBEN GONZALEZ OLARTE	4.947.165	TIMANA HUILA	MUSICA
165	HECTOR ANTONIO PAVAS SERNA	16.341.876	TULUA	MUSICA
166	JAIRO SOTO	16.258.676	PALMIRA	DANZA
167	MARIA ELEA AGUIRRE BAÑOL	66.759.034	PALMIRA	MUSICA
168	LUIS FERNANDO CORREA PAZ	16.263.206	PALMIRA	MUSICA
169	GERARDO EFREN TRUJILLO LEYTON	98.340.043	ANCUYA	MUSICA
170	HECTOR DE JESUS LONDOÑO CASTAÑEDA	16.248.281	PALMIRA	LITERATURA
171	OSCAR HUMBERTO NARVAEZ ALDANA	16.253.769	PALMIRA	MUSICA
172	JERSY SMITH ENRIQUEZ GAMBOA	1.107.058.450	CALI	MUSICA
173	LUZ DARY SANCHEZ RAMIREZ	31.150.295	PALMIRA	DANZA
174	JOSE ULISES YAMA LOAIZA	16.988.217	CANDELARIA	DANZA
175	JORGE GALLEGUO QUINTERO	8.743.714	BARRANQUILLA	DANZA
176	MARIA FERNANDA MUÑOZ QUINTERO	66.758.267	PALMIRA	DANZA
177	LUIS FERNANDO BARONA BARONA	94.313.940	PALMIRA	DANZA
178	SONNYA ARROYO VALENCIA	31.174.325	PALMIRA	DANZA
179	AMANDA BARONA	31.146.393		DANZA
180	ROOSEVELT MALO TORRES	16.259.311	PALMIRA	MUSICA
181	OMAR HENRY RUIZ	6.385.795	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
182	JORGE ISAACS LONDOÑO ARIZA	16.260.680	PALMIRA	LITERATURA
183	LUIS EDUARDO HENAO MARIN	94.310.145	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
184	MAURICIO CAPPELLI FIGUEROA	94.327.115	PALMIRA	LITERATURA
185	YUDI MARITZA GALVIS LOPEZ	29.661.765	PALMIRA	DANZA
186	CARLOS ARTURO NAVAS PEÑA	16.242.902	PALMIRA	
187	JOSE VICENTE NAVAS CASTRO	16.270.953	PALMIRA	
188	FANNY POLO ALTAMIRANO	31.155.822	PALMIRA	
189	CESAR AUGUSTO MALO MANZANO	1.113.646.702	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
190	LEONARDO MAGAÑA RODRIGUEZ	16.246.360	PALMIRA	ARTES PLASTICAS
191	OTONIEL DE JESUS PUERTA ARDILA	16.220.027	CARTAGO	MUSICA
192	VÍCTOR EDGAR VELEZ GIRALDO	4.608.757	POPAYAN	ARTES PLASTICAS
193	LUZ DARY DE JESUS BOLIVAR RESTREPO	31.155.807	PALMIRA	MUSICA
194	LIDA CARVAJAL ZAFRA	29.642.011		LITERATURA
195	SAMUEL ALBERTO GONZALEZ MARQUINEZ	13.057.501	CALI	MUSICA
196	EVELIO VALENCIA RESTREPO	16.270.236	PALMIRA	ARTE DRAMATICO
197	MARIA ALEJANDRA VALENCIA LOPEZ	29.676.960	PALMIRA	DANZA
198				
199				
200				

EL CENSO DE CREADORES Y GESTORES CULTURALES DE PALMIRA

DIRECCION RESIDENCIA	TELEFONO	CELULAR	CORREO ELECTRONICO
CRA 29 N° 26-76	2714221		julio.armando.350@hotmail.com
CRA 39 N° 32A14	2701715		
CLL 8 N° 7-40		3207878894-3185543156	hoovercadena@hotmail.com
CLL 17A N° 34-75		3147281137	ferfigueroa@univision.com
CRA 19 N° 33-81	2721506	3147615593	
CRA 34 N° 34-12		3155074804	
CALLE 36 N° 18-57		3147882210	
CALLE 42 N° 12-67	2722320		monarcamonterrey@hotmail.com
CALLE 42 N° 12-67	2722320		monarcamonterrey@hotmail.com
CALLE 41 N° 38-41	2750997		vicosner@gmail.com
CARRERA 31 N° 39-31	2713959		
CALLE 33A N° 6E-19	2754111	3157963813	steven-199302@facebook
CALLE 19A N° 20-70		3174491509	
CARRERA 48 N° 41-20 AP 201		31715444183	genverde@hotmail.com
CALLE 42 N° 39-31		3206396123	lmiquelpd@gmail.com
CALLE 51A N° 41-60	2809091	3113172052	valdesproducciones@yahoo.es
CALLE 58A N° 37-24	2741356	3182038740	
CALLE 58 N° 37-29	2739404		bmis1989@hotmail.com
CALLE 58A N° 37-24	2741356	3178577998	yomo.jail0/87@hotmail.com
CALLE 58A N° 37-24	2741356		juancoelgorila@hotmail.com
CRA 23 N° 31-31		3167691242	actoresdecarton@yahoo.com
CRA 23 N° 31-31		3173489342	actoresdecarton@yahoo.com
CLL 25C N° 36-58	2755483	3186462649	marplaz_1972@hotmail.com
CLL 65 N° 28-148		3002595241	mimada8@hotmail.com
CRA 32 N° 44-13	2738764		ocoroartistaplastico@hotmail.com
CRA 28 N° 25-49	2748007		
CALLEJON LA TROCHA N° 5-54		3147502847	
CALLE 21A N° 31-43		3167924599	j-katty-93@hotmail.com
CRA 44 N° 10-78 PISO 3	5546487	3128015735	londobass@hotmail.com
CLL 20 N° 16A-119		3153376021	tirlaalexa@hotmail.com
CLL 48A N° 37-21		3015351936	nativopalmira@hotmail.com
CLL 32B N° 2-18		3128725527	
CALLE 70 N° 28B-25	2876746		
CGTO LA HERRADURA		3206693445	
CRA 20 N° 29-73	2710292	3154059098	aldepoeta@yahoo.es
CRA 24BN N° 11-56	2876594		carlospolarias@hotmail.com

MENTOS COMF

CARRERA 18 N° 28-41	2810122	3177090743	
CALLE 26 N° 28-27	2730568	3113220810	lucasm70@hotmail.com
CALLE 25 N° 17-71	2876594	3178018301	javisevilla14761@gamil.com
CARRERA 34 N° 45-48	2873689	3146882758	juancrow19831@hotmail.com
CALLE 25 N° 35-59	2739805		
CRA 33 N° 25-53	2722311	3184639558	
CRA 19 N° 27-37	2719050 2733930		henrypat1@hotmail.com
CARRERA 16 N° 37-83		3178631647 3148295931	henry200988@hotmail.com
		3105046442	
DIAGONAL 65 N° 33-185		3152959066	
CARRERA 36 N° 31-34	2871355		camauro4@hotmail.com
CALLE 31 N° 21-76	2701723		deliaospina@yahoo.com
CARRERA N° 6B-72		3108369669	
CALLE 51A N° 39-65	2743866		kada146@hotmail.com
CALLE 51A N° 41-60	2809091	3117789738	pato.175@hotmail.com
CALLE 47A N° 29-11 PISO 2		3147284309 3158299460	erikaguerreroterraza@hotmail.com
CALLE 54 N°32A-49			gilpak7@hotmail.com
CARRERA 42A N° 52-02			neidu123@hotmail.com
CLL 34 N° 20-54	2739323	3158416318	
	2709209		
CLL 48A N° 34D-35			
CLL 37 N° 26-21		3157719556	learsico@yahoo.com
	2757683	3014057371	firesparra@yahoo.com.mx
CLL 30 N° 40-67	2732652		e.tellob@hotmail.com
CLL 48 N° 34B-09	2749055		franzwesley2@hotmail.com
CLL 32 N° 16-77		3164051559 3217369616	fundacion.ongteopal@hotmail.com
		3217369616	irguemu-565@hotmail.com
CLL 39 N° 41-31 2° PISO			vicvic1626@yahoo.es

CLL 32 N° 16-77		3128219218	fundacion.ongteopal@hotmail.com
CLL 30A N° 40-07	2711359		albadancing@hotmail.com
CRA 24 N° 20-27	2870342		
CLL 31 N° 40-57	2810771	3015489411	alvaroc24@hotmail.com
CLL 34 N° 30-65	2719031	#¡VALOR!	
CLL 27 N° 3-10	2756608		henguin@hotmail.com
	2711003		marhely@yahoo.com
CLL 57 N° 23-98 CASA 39	2875678		gironvidal@hotmail.com
CRA 31 N° 37-07			megz532008@hotmail.com
CLL 32 N° 3E-42	2756208	3167039665	
CLL 35E N° 2B-35	2869210		tucaminante@hotmail.com
CLL 37 N° 14-41	2759926		
CLL 53 N° 32A-01			arteyoys@hotmail.com
CLL 53 N° 32A-01		3128277397 3017283898	arteyoys@hotmail.com
LA BUITRERA		3154956915	
CLL 16A N° 34-100		3128185288 3173604933	
CLL 42 N° 21-59		3006534416	gusstv@yahoo.com
CLL 34 N° 2-97	2746167		andresmoreno.ramirez@gmail.com
CLL 25 D N° 38-09	2735592		
TRANS. 36 N° 35A-12		3105586389	chacho-0382@hotmail.com
CRA 33 N° 31-55	2871326		guidovalenciaarte@yahoo.es
CRA 24 E SUR N° 10-36		3136436477 3104060165	myfiona-1@hotmail.com
CRA 31 N° 26-37		3137601646	rubenlopez.guitar@gmail.com
CLL 49 N° 34C -35			tania2003_9@hotmail.com
CLL 25E N° 35-34	2874462	3117274174	carlolesaavedra@hotmail.com
CLL 38 N° 34E-03		3136172744	
CLL 45 N° 31-09	2704975		nemessio@hotmail.com
CLL 31A N° 38A-42	2726842	3183563189	nelsongrandia@hotmail.com

CRA 21 N° 26A33	2872192 2733030		hhenao99@hotmail.com
CRA 43A N° 64-87		3178078172	elgranrami@hotmail.com
CLL 25B N° 35-53	2737687		artesofia.santi2815@gmail.com
CLL 25 N° 3-39	2722952		faloa57@yahoo.com
CRA 26 N° 36-71		3162989300	
CL30 N°40-67	2732652	3154290745	victor-tello@hotmail.com
CALLE 35A N° 5EB-71		3217492024	
CALLE 32 N°16-27		3117603352	
CRA 39 N° 39-56		3167983321	
CRA 23 N° 33-66	2808402		
CALLE 41 N° 42-52		3155165602	
CALLE 39 N° 21-47	2732000	3122432951	
CALLE 33 N° 6E-39	2873100	3113135789	marthapatriciacarreo@hotmail.com
CLL 34 N° 32-25		3116461660	macerpontiproducciones@hotmail.com
CRA 33A N° 25-68	2872715	3122415215	
CRA 39 N°39-74	2757308	3187730280	jhonnyalvarado63@hotmail.com
CASA 114 AGUACLARA		3172978850	kathire9@hotmail.com
CRA 3E N° 32B-11	2875622	3164049658	
CRA 28 N° 11-86	2873900	3174724108	albinomusic13@hotmail.com
CRA 3E N° 32B-11	2875622	3154438542	chopapo19@hotmail.com
CALLE 34A N° 17-19		3122852246 3108387502	solfaharfon@hotmail.com
CALLE 25D N° 35-22	2810734		litografiaovi@hotmail.es
CALLE 71 N° 28E-56		3136524423	
CLL 36 N° 25-20	2724660		carlosmarjal@yahoo.es
CRA 27 N° 22-14		3178713497 3136453642	
CALLE 36 N° 32-101		3154603408	
CALLE 44A N° 49-09			
AV. 9 N° 2-12		3167922434	
CALLE 32 N° 16-27		3148521436	
CALLE 34A N° 18-67	2754419	3163219866	jihuasteca@hotmail.com
CALLE 71 N° 28E-40		3117248997	
CRA 20A SUR N° 39-31	2706199	3113471921	
CLL 50 N° 34B-28		3172742327	
CLL 26 N° 2-17		3117383917	
CALLE 38 N° 34E-03		3146083422	rudicotica@hotmail.com

CALLE 32 N° 8E-35		3187103690 3168453870	
CALLE 35 N° 14-76		3217772739	
CALLE 32C N° 5AE-85		3147822474	
CRA 34 N° 35-48		3155264503	magabi1206@gmail.com
CALLE 3 N° 16A N° 33-55	2734781		bateristalufeco@hotmail.com
CALLE 66 N° 30A-41		3173099378	
CRA 38 N° 40-42		3127974710	
CLL 41 N° 10-50	2745473	3155688567	
CLL14 N° 2-53	6696655	3163498464	iersymusic@hotmail.com
CLL 25 N° 17-34	2875640		luda-sara@hotmail.com
CRA 10B N° 15-30	2646451		joseuyama777@hotmail.com
CLL 33 N° 20-36 APTO 102	2814127		jogaqui27@hotmail.com
CLL 33 N° 20-36 APTO 102	2814127	3136543269	mafecila_69@hotmail.com
CLL 38 N° 20-58		3113009859	luisfer3030@hotmail.es
CLL 39 N° 39A-06	2714548	3113813964	sonnyaav@gmail.com
CLL 47A N° 28A-15		3105568270	
CLL 40 N° 15A-05	2718137	3162511004	
		3152716534	ilk437@yahoo.es
CLL 43A N° 2-161		3174324115	luisduardohenao@yahoo.com
CLL 31 N° 29-14	2725923 2723064		capelly@hotmail.com
CLL 49 N° 34-49		3163652564	yugaby@hotmail.com
CRA 29 N° 34-72	2734330		cesarmalo15000@gmail.com
CRA 26 N° 36-77			leonardomag360@hotmail.com
CLL 23 N° 21-48		3128601437	otodelcatillo@hotmail.com
DIAG. BOCATOMA TENJO		3148570570 3136288678	victorvelez1941@hotmail.com
CLL 34A N° 18-67	2725928	3165868960	
CLL 38 N° 40-22	2719433	3148487035	
CRA 32C N° 5AE-92	2816243	3157743498	
CRA 42B N° 51-26	2865278	3164249251	eliot1763@hotmail.com
CLL 18 N° 27-16		3146815367	malejavallo@msn.com

MENTOS PENDIENTES

ANEXO 1.

Ficha técnica de la encuesta

ENCUESTA DE DIAGNOSTICO AL SECTOR CULTURAL EN LA CIUDAD DE PALMIRA

Nombre de la empresa _____ Ciudad Natal del dueño o representante legal _____
Barrio _____ Estrato Socioeconomico _____ Número de personas laborando ____

I. CARACTERIZACION DE LA POBLACION

1. Área de desempeño (señalar hasta dos (2) áreas en las que se desempeña su empresa

- | | |
|---|--|
| a) Creación literaria, musical, teatral, etc. | Creación literaria
Creación musical
Creación teatral
Creación audiovisual |
| b) Artes escénicas y espectáculos artísticos | Danza
Presentaciones articulando danza, teatro
Presentaciones musicales en vivo. |
| c) Artes plásticas y visuales | Fotografía
Pintura
Escultura
Arte industrial
Grabado, Artes Gráficas, Ilustración |
| d) Música | Edición de música
Producción fonográfica |
| e) Audiovisual | Cine y video
Radio
Televisión
Multimedia |
| f) Diseño | Arquitectónico
Gráfico
Textil
Industrial
Joyas |
| g) Formación cultural | Formación artística dentro del programa general
Formación artística especializada
Formación en mantenimiento del patrimonio, museología. |
| h) Gestión cultural | |

2. ¿Cuál es su nivel de estudio?

- | | | | | |
|----------------|-------------------|------------|-------------|--|
| a) Primaria | | | | |
| b) Secundaria | | | | |
| c) Técnico | | | | |
| d) Tecnólogo | | | | |
| e) Profesional | | | | |
| f) Postgrado | * Especialización | * Maestría | * Doctorado | |

3. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando esta actividad?

- a) 0 a 5 años
- b) 6 a 10 años
- c) 10 o más años

4. ¿Cuál es el objeto social de su organización?

- a) Docencia
- b) Artista Independiente
- c) Otra ¿Cuál? _____
- d) Todas las anteriores
- e. Ninguna de las anteriores

5. Su empresa tiene algún convenio con alguna institución.

- a. Secretaría de Cultura y Turismo
- b. Universidad
- c. Colegio o institución educativa
- d. Otro ¿Cuál? _____
- e. Todas las anteriores
- f. Ninguna de las anteriores

6. Tipo de contrato o relación laboral que usa

- a) Prestación de servicios
- b) Contrato laboral Fijo___Indefinido___
- c) Otro ¿Cuál? _____
- d) Todas las anteriores
- e) Ninguna de las anteriores

6.1. A cuánto ascienden los ingresos mensuales de su empresa

- a) Menos de 1 Salario mínimo mensual vigente
- b) 1 Salario mínimo mensual vigente
- c) Entre 1 y 2 Salario mínimo mensual vigente
- d) Más de 2 Salario mínimo mensual vigente

7. Señale las opciones que considere usted funciones de la Secretaría de Cultura y Turismo

- a) Diseñar, formular, desarrollar, evaluar y controlar las políticas, planes, programas, proyectos y estrategias para la protección, intervención, investigación, promoción, divulgación y conservación del patrimonio cultural tangible e intangible y de los bienes de interés cultural del municipio.
- b) Formular estrategias para garantizar la conservación y enriquecimiento de la creación y expresiones culturales.
- c) Formular mecanismos para lograr la participación de la comunidad palmirana en programas y expresiones culturales.
- d) Impulsar la formación y gestión de actividades y programas artísticos y culturales.
- e) Formular, orientar y coordinar las políticas, planes, programas, proyectos y estrategias para el desarrollo económico sostenible del sector turístico,.
- f) Diseñar, implementar y evaluar, planes, proyectos y programas que conjuguen las fortalezas turísticas y las expresiones culturales del municipio para estimular el posicionamiento de Palmira en materia turística.
- g) Todas las anteriores
- h) Ninguna de las anteriores

8. Conoce los programas que se llevan a cabo en la Secretaría de Cultura y Turismo

- a) Si ¿Cuál?
b) No

9. Cómo califica usted la gestión de la secretaria de cultura y turismo en los siguiente aspectos, teniendo en cuenta que 1= Muy Mala, 2= Mala, 3= Regular, 4= Buena; 5= Excelente.

Áreas de gestión	Calificación
a. Apoyo a los emprendedores culturales	
b. Capacitación en emprendimiento	
c. Cualificación en el área cultural al que pertenece su empresa	

II. DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES

10. ¿Cómo ofrece sus servicios o productos a sus clientes?

- Voz a voz
- Perifoneo
- Algún medio de comunicación tradicional (radio, televisión prensa)
- Internet (redes sociales, pagina web)

11. Ha recibido alguna capacitación en Marketing

- a) Si b) No
 a. ¿De qué tipo? _____
 b. ¿Quien la dictó?

12. ¿Bajo qué figura jurídica se encuentran registrados?

- [Sociedad Anónima](#)
- [Sociedad Limitada](#)
- [Sociedad limitada de nueva creación](#)
- [Sociedad de Responsabilidad Limitada](#)
- [Sociedad Colectiva](#)
- [Sociedad Cooperativa y Agrupaciones de interés económico](#)
- [Sociedad Comanditaria](#)
- [Sociedad Comanditaria por acciones](#)
- [Sociedad Laboral](#)
- [Asociaciones sin ánimo de lucro](#)
- [Sociedad por acciones simplificada \(SAS\)](#)

13. Tiene algún conocimiento de gestión empresarial

- a) Si
b) No

14. Pertenece o está inscrito usted actualmente a alguna asociación, corporación, red o gremio de artistas de su área de desempeño

- a) Si ¿Cuál ? _____
b) No

15. Qué piensa usted de la creación de un grupo empresarial que incluya a todas las áreas del arte y la cultura

- a) Pertinente
- b) No pertinente
- c) Indiferente

16. Conoce usted de alguna iniciativa de este tipo en la ciudad de Palmira

- a) Si ¿Cual? _____
b) No

17. Le gustaría pertenecer a este grupo empresarial

- a) Si
b) No