| | |
|---|---|
| **FECHA** | 11/8/2021 |
| **No INFORME** | 01 |
| **LUGAR DE DESARROLLO** | Manizales, Chinchiná y Neira |
| **SECRETARIA** | |
| **CONTRATISTA** | Corporación Buen Vivir “juntos sumamos” |
| **OBJETO DEL CONTRATO** | Promover estrategias de formación difusión y circulación de expresiones de arte urbano en el Departamento de Caldas |
| **CONTRATO #** | 28062023-1145 |
| **NÚMERO DE POBLACIÓN ATENDIDA** | Número de niños, adolescentes, jóvenes, adultos, etc. # (68) |

**DESARROLLO (En cada una de las actividades favor describir con amplitud el avance de la actividad contractual, y adjuntar mínimo una evidencia (fotografía, pantallazo, etc.) diferente en cada actividad y en cada informe)**
**El informe puede tener el diseño que consideren, este formato solo indica lo que debe contener.**

1. *Diseñar y desarrollar (3) talleres cada uno de 4 horas (teórico/práctico) sobre hip hop freestyle en (3) colegios del Municipio de Manizales*

    1. **Diseño y preproducción**

    - Se diseña el plan de trabajo para llevar a cabo los talleres, para ello, se realizaron enlaces con algunas Instituciones educativas de Manizales comprometidas con el desarrollo integral de sus estudiantes, es por esto que se realizó cartas de presentación del proyecto “ Escuela de las Artes” y se solicitó el espacio para dictar un taller teórico práctico de hip hop freestyle, que brinda un contenido que dinamiza los proceso de relacionamiento con el otro y con el entorno. **Ver evidencia Carta solicitud Escuela superior, carta Liceo Mixto, carta ANDAP**
    - Se diseñó el cronograma de actividades para definir fechas de talleres, diseño de piezas publicitarias, convocatoria etc

**Cronograma de actividades**

| ACTIVIDAD | FECHA INICIO | DURACIÓN DÍAS | FECHA FIN | Información piezas |
|---|---|---|---|---|
| Diseñar y desarrollar (3) talleres cada uno de 4 horas (teórico/práctico) sobre hip hop freestyle en (3) colegios del Municipio de Manizales, dirigido a jóvenes entre los grados 8vos y 11. | 8 de agosto | 1 mes | 18 de agosto | |
| **Tareas talleres hip hop Freestyle** | | | | |
| Realizar piezas de difusión para convocatoria | 14 de julio | | 18 de julio | PIEZA 1<br>[Imagen llamativa con elementos del Hip Hop Freestyle y jóvenes entusiastas de fondo]<br><br>🔥 ¡Taller de Hip Hop Freestyle para jóvenes! 🔥<br><br>🗓️ Fecha límite de inscripción: 25 de julio<br><br>¡Descubre el mundo del Hip Hop Freestyle y desafía tus habilidades. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | 🎵 Aprende técnicas de improvisación<br>🌟 Potencia tu confianza y presencia escénica<br><br>¡Cupos limitados! Regístrate ahora:<br><br>📧<br>[escueladelasartes2023@gmail.com]<br><br>¡No pierdas esta oportunidad de ser parte de la cultura del Hip Hop Freestyle!<br><br>[Logotipo] |
| Publicación de convocatoria y convocatoria en colegios | 18 de julio | | 25 de julio | |

- Se diseñaron formatos para planeaciones de sesiones de talleres y planillas de asistencia con los logos de la Secretaría de Cultura de Caldas y de la Corporación. **Ver evidencia formato planeación, formato planilla, paso a paso**

- Se diseñó (2) piezas gráficas de difusión

**EVIDENCIA**







## 2. Convocatoria

- Posterior a todo esto se realizaron convocatorias en (2) colegios (Liceo Mixto Malabar y Escuela Normal Superior de Manizales) de forma presencial, desde los grados 8 a 10. Para el caso del colegio Liceo Mixto Malabar se articula a la Casa de la Cultura de Malabar para que se realice el taller en este espacio, por último se realiza solicitud al Colegio Boston para realizar el último taller con los ciclos de 6 a 10. A continuación se amplía fecha exacta de los talleres de hip hop:

  **Fechas de realización:**

  **Taller 1:** Colegio Escuela Normal Superior de Manizales
  **Fecha:** 8 de agosto
  **Horario:** 7a.m a 11 a.m

  **Taller 2:** Colegio Liceo Mixto Malabar ( Casa de la Cultura de Malabar)
  **Fecha :** 11 de agosto
  **Horario:** 2 p.m a 6 p.m

  **Taller 3:** Colegio Boston (ANDAP)
  **Fecha:** 18 de agosto
  **Horario:** 8 a.m a 12 p.m

**Evidencias de convocatoria**





**ESCUELA NORMAL SUPERIOR DE MANIZALES / 19 DE JULIO**










**LICEO MIXTO MALABAR / 28 DE JULIO**

### 3. Desarrollo de los talleres

- Se solicitó al tallerista enviar la planeación de los talleres a partir de especificaciones conceptuales ligadas al objetivo de la Escuela, trabajar desde el individuo, el grupo y la comunidad. **Ver evidencia de planeación hip hop**

**Taller 1:** Colegio Escuela Normal Superior de Manizales
**Fecha:** 8 de agosto ( realizado)
**Horario:** 7a.m a 11 a.m

**TEMAS PROPUESTOS:**

1. Introducción al Hip-Hop y Freestyle

Breve historia y evolución del hip-hop como movimiento cultural.
Exploración de los elementos del hip-hop: rap, breakdance, graffiti y DJing.
Introducción al freestyle: concepto y práctica inicial.

2. Desarrollo de Habilidades en Freestyle

Ejercicios para mejorar la improvisación y la fluidez verbal.
Técnicas de rimas y estructura de versos en el freestyle.
Prácticas en grupos para desarrollar la colaboración y el respeto mutuo.

3. Creación de un Freestyle con Mensaje

Temáticas positivas en el hip-hop: amor, paz, respeto, superación, etc.
Guía para crear letras con mensajes constructivos y de convivencia.
Sesión de escritura y ensayo de freestyle.

4. Showcase y Reflexión

Showcase de freestyle: cada participante muestra su creación.
Espacio para la reflexión: compartir experiencias y aprendizajes.
Resaltar la importancia de la convivencia y la tolerancia en la cultura hip-hop

- Se realizó el taller de hip hop freestyle el martes 8 de agosto de 7a.m a 12 m, con una asistencia de 39 niñas y niñas entre los 14 y 16 años de los grados 8vos a 10. **Ver listados de asistencia anexos**

**EVIDENCIA FOTOGRÁFICA**









***2**. Realizar presentaciones de hip hop freestyle producto de los talleres realizados en 3 Instituciones educativas de Manizales.*

Se ha estado conectando con las mismas instituciones educativas donde se realizarán los talleres para desarrollar la presentación.

Con el colegio Boston (ANDAP) se contempla realizar la presentación el 18 de agosto, en un evento de jean day, se presentará el artista formador " Pitu mijo" quien interpretará los resultados de los ejercicios en los talleres compuestas por los mismo participantes.

**3.** *Diseñar y desarrollar (3) talleres cada uno de 4 horas (teórico-práctico) sobre circo en el municipio de Neira, dirigido mínimo a 20 niñas, niños y jóvenes*

## 1. Diseño y preproducción

- Se diseñó el plan de trabajo para la realización de los talleres en el Municipio de Neira, se establece una articulación con la casa cultural Simona Mora, solicitando el espacio y la difusión del taller de Circo, la propuesta para este taller (teórico /práctico) fue desde la conciencia en la utilización de materiales reciclados para la elaboración de juguetes que se emplean en las técnicas de circo. **Ver evidencia carta solicitud Simona Mora**
- Se diseñó el cronograma de actividades para definir fechas de talleres, diseño de piezas publicitarias, convocatoria etc

| ACTIVIDAD | FECHA INICIO | DURACIÓN DÍAS | FECHA FIN | Información piezas |
|---|---|---|---|---|
| **Tareas taller de circo** | | | | |
| Diseñar y desarrollar (3) talleres cada uno de 4 horas (teórico-práctico) sobre circo en el municipio de Neira, dirigido a niñas, niños y jóvenes. | 9 de agosto | | 18 de agosto | |
| Realizar piezas de difusión para convocatoria | 14 de julio | | 19 de julio | [Imagen llamativa con elementos circenses y juguetes reciclables de fondo]<br><br>🎪 ¡Taller de Circo: Crea tus propios juguetes con material reciclable! 🎪<br><br>📅 Fecha límite de inscripción: 9 de julio |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | fechas de taller: 11, 14 y 18 de agosto<br>¡Descubre el maravilloso mundo del circo y da vida a tu imaginación creando juguetes con material reciclable en nuestro Taller Teórico-Práctico!<br><br>Cupos limitados! 📧 [escueladelasartes@gmail.com] |
| Convocatoria a través de la Casa de la Cultura de Neira | 2 de agosto | 8 días | 10 de agosto | |

- Se diseñaron formatos para planeaciones de sesiones de talleres y planillas de asistencia con los logos de la Secretaría de Cultura de Caldas y de la Corporación. **Ver formatos ,planeación, planilla y paso a paso**
- Se diseñó (2) piezas gráficas de difusión

**EVIDENCIA PIEZAS DE DIFUSIÓN**






2. **Convocatoria**

Se realiza convocatoria a través de la casa de la cultura de Neira y de La Casa Cultural Simona Mora, se extiende la fecha de inscripción ya que se ha dificultado concretar horarios con colegios y grupos juveniles, estaba previsto que la convocatoria y fecha de inscripción seria hasta el primero de agosto, pero por lo mencionado anteriormente se dio fecha límite hasta el 9 de agosto. al no concretar un horario que facilitara la participación en las 3 fechas se definió correr una fecha, de igual forma se acordó con la Casa de la Cultura de Neira realizar las sesiones de los talleres en ese espacio y vincular a los grupos de servicio social y de otros talleres que se dictan en el espacio, así mismo se estableció que se dieran 2 horas dos veces por semana, las fechas para los talleres quedaron de la siguiente forma:

**Fechas de realización:**

**Taller 1:** Casa de la Cultura de Neira
**Fecha:** 14 de agosto, 19 de agosto, 21 de agosto, 26 de agosto, 28 de agosto y 2 de septiembre ( lunes y sábado)
**Horario:** de 3 p.m a 5 p.m los lunes y de 10 a.m a 12 m los sábados.

3. **Desarrollo de los talleres:**

   El artista formador desarrolló el formato de planeador dispuesta por la Escuela, para dar seguimiento y evaluación a todas las temáticas que se dictaran en las sesiones y que estén articuladas con el objetivo de la Escuela. **Ver evidencia planeación circo**

***3.*** *Diseñar y desarrollar (3) talleres cada uno de 4 horas (teórico-práctico) sobre creación de máscaras en el municipio de Chinchiná, dirigido mínimo a 20 niñas, niños y jóvenes*

1. **Diseño y preproducción**

- Se diseña plan de trabajo para la realización de taller en el Municipio de Chinchiná, se establece articulación con la Casa de la Cultura de Chinchiná para difusión y promoción del, se entra en consenso para definir fechas ya que se cruzan con otros talleres.

- Se acordó con la coordinadora de la Casa de la Cultura articular a una institución educativa para garantizar la participación, para ello la coordinadora hizo la gestión con el rector de la institución.

- Se diseñó (1) pieza de difusión la cual fue compartida a la coordinadora para su difusión

**EVIDENCIA PIEZA GRÁFICA**




- Se diseñó el cronograma de actividades para definir fechas de talleres, diseño de piezas publicitarias, convocatoria etc

| ACTIVIDAD | FECHA INICIO | DURACIÓN DÍAS | FECHA FIN | Información piezas |
|---|---|---|---|---|
| **Tareas taller de Creación de máscaras** | | | | |
| Diseñar y desarrollar (3) talleres cada uno de 4 horas (teórico-práctico) sobre creación de máscaras en el municipio de Chinchiná, dirigido a niñas, niños y jóvenes. | 14 de agosto | | 28 de agosto | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Realizar piezas de difusión para convocatoria | 30 de julio | | 3 de agosto | [Imagen llamativa con elementos circenses y juguetes reciclables de fondo]<br>🎭 ¡Taller de Creación de Máscaras! 🎭<br><br>🗓️ Fecha límite de inscripción: 11 de agosto<br><br>¡Descubre el mundo de la expresión artística y crea tus propias máscaras en nuestro Taller de Creación de Máscaras!<br><br>👫 Dirigido a jóvenes, niños y niñas<br>🏠 Lugar: Casa de la Cultura de Chinchiná<br>💲 ¡Totalmente gratuito!<br>🗓️ Fecha del taller: [14, 22 y 28 de agosto ]<br><br>⚠️ ¡Cupos limitados! ¡Inscríbete ahora!<br><br>[Logotipo y detalles) |
| Convocatoria a través de la Casa de la Cultura de Chinchiná | 3 de agosto | 8 días | 11 de agosto | |

- Se diseñaron formatos para planeaciones de sesiones de talleres y planillas de asistencia con los logos de la Secretaría de Cultura de Caldas y de la Corporación. **Ver formatos, planeación, planilla y paso a paso**

**Fechas de realización:**

**Taller 1:** Casa de la Cultura de Chinchiná
**Fecha:** 14 de agosto
**Horario:** 2 p.m a 6 p.m

**Taller 2:** Casa de la Cultura de Chinchiná
**Fecha:** 22 de agosto
**Horario:** 2 p.m a 6 p.m

**Taller 3:** Casa de la Cultura de Chinchiná
**Fecha:** 28 de agosto
**Horario:** 2 p.m a 6 p.m

**4**. Realizar un (1) taller de muralismo en la plaza de mercado de Manizales, para la co-creación de un mural participativo con la comunidad del sector.

1. **Diseño y preproducción**

Se estableció la mejor forma de realizar un ejercicio creativo con la comunidad por lo que se diseñó una encuesta de imaginarios La importancia de las encuestas de imaginarios como herramienta participativa para la creación de un mural es incalculable. Estas encuestas no solo recopilan respuestas, sino también emociones, experiencias y percepciones únicas de cada participante.

El mural es un lienzo de expresión que debe reflejar la identidad y la historia de una comunidad. ¿Y quiénes mejor para contar esa historia que aquellos que viven y respiran el lugar todos los días?

A través de las encuestas de imaginarios, los participantes tienen la oportunidad de plasmar sus sentimientos en relación con los colores, los símbolos y las imágenes que rodean su entorno. Esto va más allá de una simple selección de elementos visuales. Se trata de capturar la esencia de lo que estos elementos representan en su vida cotidiana, en sus historias personales y colectivas.

Este enfoque participativo no solo garantiza que el mural sea visualmente atractivo, sino que también lo carga de significado emocional. Cada pincelada se convierte en una extensión de las emociones y pensamientos compartidos por aquellos que se han sumergido en el proceso de cocreación. La importancia de estas perspectivas radica en que enriquecen la obra con capas de profundidad, autenticidad y relevancia.

La realización de un mural no es solo una expresión artística, sino un vehículo para tejer conexiones comunitarias más fuertes y duraderas. Al incorporar los imaginarios y las voces de los habitantes locales, se crea un sentido de pertenencia genuino y un empoderamiento colectivo en la creación de la obra. Estas encuestas permiten que los participantes no solo

sean espectadores, sino coautores del mural, y esto genera un compromiso emocional y un vínculo emocional profundo con la obra.

En resumen, las encuestas de imaginarios transforman un mural en algo más que colores y formas. Lo convierten en un diálogo visual entre las experiencias de la comunidad y las expresiones artísticas. Son la esencia misma de la participación, la inclusión y la conexión, y son cruciales para lograr que el mural no solo sea visto, sino sentido y vivido por todos.

- Se diseñó la encuesta de imaginario, un documento que contiene preguntas de cómo perciben el territorio que habitan a partir de los colores, las formas y los símbolos. **Ver evidencia Encuesta de imaginarios**

**2. Convocatoria**

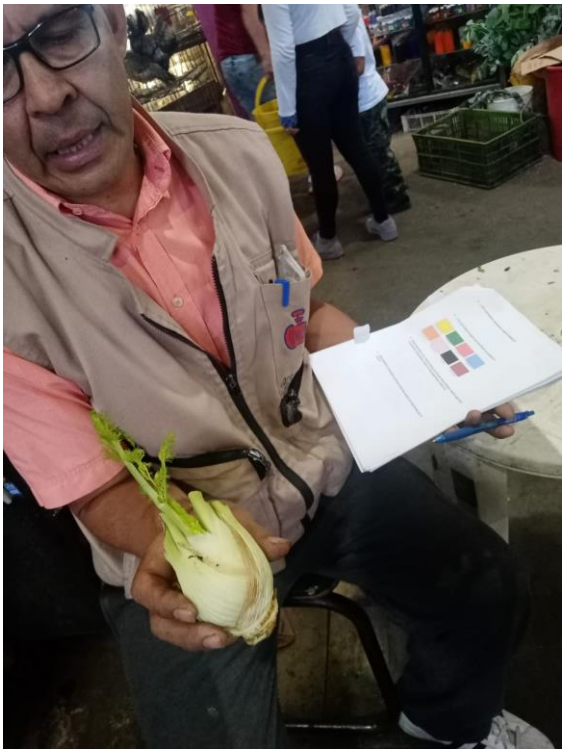
Al ser la plaza de mercado un lugar con dinámicas de trabajo, la convocatoria para realizar una sesión de taller, es difícil por los tiempos que cada uno tiene, así que como se establece en en el punto 1, se emplea encuesta de imaginarios, que permite dejar material por algunos puestos del pabellón de ramas, con el fin que los comerciantes se tomen el tiempo para llenar la encuesta en su tiempo libre.

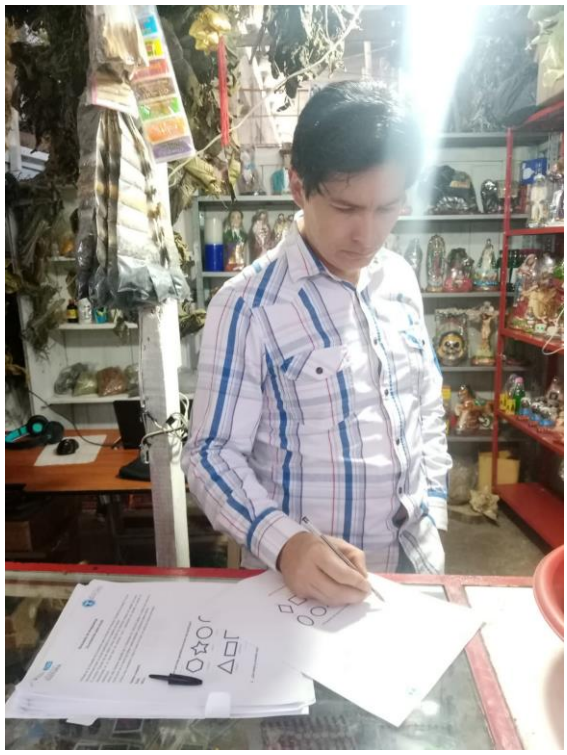
**3. Desarrollo de la encuesta de imaginarios**

El 4 agosto se realizó la encuesta de imaginarios con comerciantes del pabellón de ramas de la plaza de mercado de Manizales, los participantes tuvieron buena disposición para realizar la encuesta, se obtuvieron 13 encuestas.

**EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS**









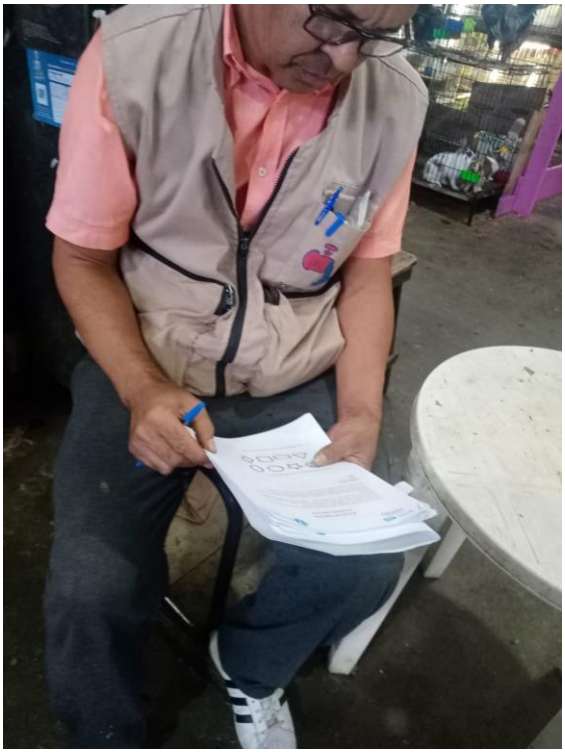












### 3. Tabulación de la información

Para el 14 de agosto se tendrá la información recolectada a través de las encuestas de percepción, las coincidencias en colores símbolos y formas, se emplearán para realizar un boceto del mural, el cual será socializado con todos los participantes.

### 4. Punto de intervención






5. **Permiso**

El permiso para realizar el mural en este punto está en trámite.

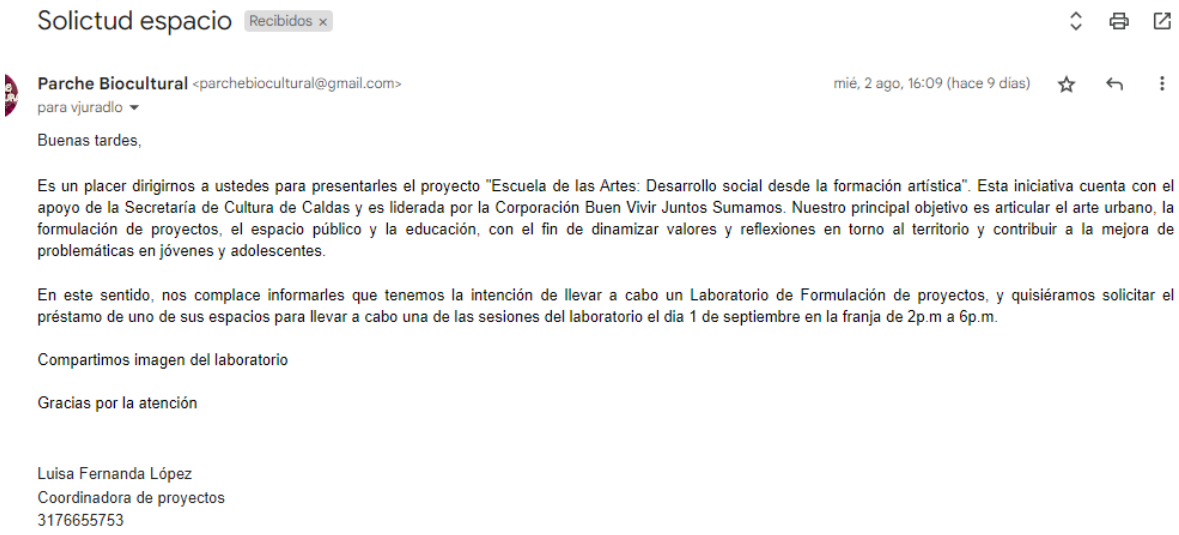
**5.** *Diseñar y desarrollar (3) laboratorios de formulación de proyectos culturales, cada uno de 4 horas (teórico-práctico) en el Municipio de Manizales, socializar los proyectos derivados del laboratorio.*

1. **Diseño y preproducción**

Para estos laboratorios se tuvo en cuenta las necesidades del sector en la presentación de proyectos para convocatorias de renombre, y que son muy apetecidas por gestores, artistas y organizaciones del sector cultural. convocatorias como Programa de concertación cultural y Programa Nacional de estímulos, son estructuras de formas muy específicas y que cualquier falla puede ocasionar su descalificación o no aprobación, es por esto que el equipo de la " escuela de las artes" se dio en la tarea de buscar a un tallerista experto en este tema y que pudiéramos apoyar en las posibilidades de generar apoyo dentro de estas convocatorias.

- Se convocó a Carlos Albero Ramirez comunicador social, periodista y magíster en administración pública con especialización en gerencia social. Además, ha sido jurado del Programa de Concertación y de Estímulos.Quien propone enfocar los laboratorios hacia el Programa Nacional de estímulos del MINTIC.
- El laboratorio será de 3 sesiones cada una de 4 horas y está dispuesta para 30 personas (artistas, gestores y/o organizaciones)
- Se solicitó permiso a través de correo electrónico, para la realización de las sesiones del 31 y el 2 de septiembre, a Secretaria de Cultura a través de la supervisión y a el centro del Banco de la República.

**EVIDENCIA PANTALLAZOS CORREO**



Solictud espacio Recibidos ×

**Parche Biocultural** <parchebiocultural@gmail.com> mié, 2 ago, 16:09 (hace 9 días)
para vjuradlo

Buenas tardes,

Es un placer dirigirnos a ustedes para presentarles el proyecto "Escuela de las Artes: Desarrollo social desde la formación artística". Esta iniciativa cuenta con el apoyo de la Secretaría de Cultura de Caldas y es liderada por la Corporación Buen Vivir Juntos Sumamos. Nuestro principal objetivo es articular el arte urbano, la formulación de proyectos, el espacio público y la educación, con el fin de dinamizar valores y reflexiones en torno al territorio y contribuir a la mejora de problemáticas en jóvenes y adolescentes.

En este sentido, nos complace informarles que tenemos la intención de llevar a cabo un Laboratorio de Formulación de proyectos, y quisiéramos solicitar el préstamo de uno de sus espacios para llevar a cabo una de las sesiones del laboratorio el dia 1 de septiembre en la franja de 2p.m a 6p.m.

Compartimos imagen del laboratorio

Gracias por la atención

Luisa Fernanda López
Coordinadora de proyectos
3176655753

**Parche Biocultural** <parchebiocultural@gmail.com> mié, 2 ago, 14:51 (hace 9 días)
para Liliana

Buenas tardes,

Dr Liliana, quisiera solicitar el espacio de la Secretaría para realizar una de las sesiones del Laboratorio de Formulación de proyectos en la franja de 2.p.m a 6 p.m.

Quedo atenta,

Muchas gracias

Luisa Fernanda López
Coordinadora de proyectos
3176655753

- Se diseñó (1) pieza gráfica para difusión

**EVIDENCIA PIEZA GRÁFICA**




## 2. Convocatoria

- Se comparte la pieza gráfica a la supervisión a través de correo electrónico para difusión en los canales virtuales de la Secretaría de Cultura de Caldas, la inscripción se realizó a través del correo electrónica escueladelasartes2023@gmail.com

## 3. Desarrollo de los laboratorios

**Fechas de realización:**

**Laboratorio 1:** Secretaria de Cultura de Caldas
**Fecha:** 31 de agosto
**Hora:** 2 p.m a 6p.m

**Laboratorio 2:** Café Cultural Alma Negra
**Fecha:** 1 de septiembre
**Hora:** 2 p.m a 6 p.m

**Laboratorio 3:** Centro Cultural del Banco de la República (por confirmar)
**Fecha:** 2 de septiembre
**Hora:** 9 a.m a 1 p.m

***6.*** *Diseñar y desarrollar (3) talleres de producción audiovisual cada uno de (4) horas en el municipio de manizales, abordando la inclusión social como componente pedagógico, dirigidos a jóvenes y presentar mínimo 1 producción audiovisual producto de los talleres.*

1. ***Diseño y preproducción***

- Se realizó una articulación con el proyecto inclusive films, que trabaja con servicio social de las instituciones educativas tanto públicas como privadas y que aborda temas de inclusión como componente primario de su pedagogía.
- Las instituciones vinculadas son: el Colegio Agustin Gemelli , Colegio de Cristo y el INEM, 16 jovenes que estan en servicio social
- El componente crucial en estos 3 talleres es posibilitar escenarios de diálogo y reflexión en torno a la diferencia, al respeto y la empatía, a través de las herramientas audiovisuales.

2. **Desarrollo de los talleres**

**Fechas de realización:**

**Taller 1:** Universidad Catolica ( realizado)
**Fecha:** 5 de agosto
**Horario:** 8 a.m a 12 m

**DESCRIPCIÓN Y/O PRESENTACIÓN DEL MÓDULO:**

Este primer módulo, encontraremos todos los conceptos asociados a la Inclusión y organizados en 3 subtemas en temas específicos como inclusión social, política, cultural y ambiental.

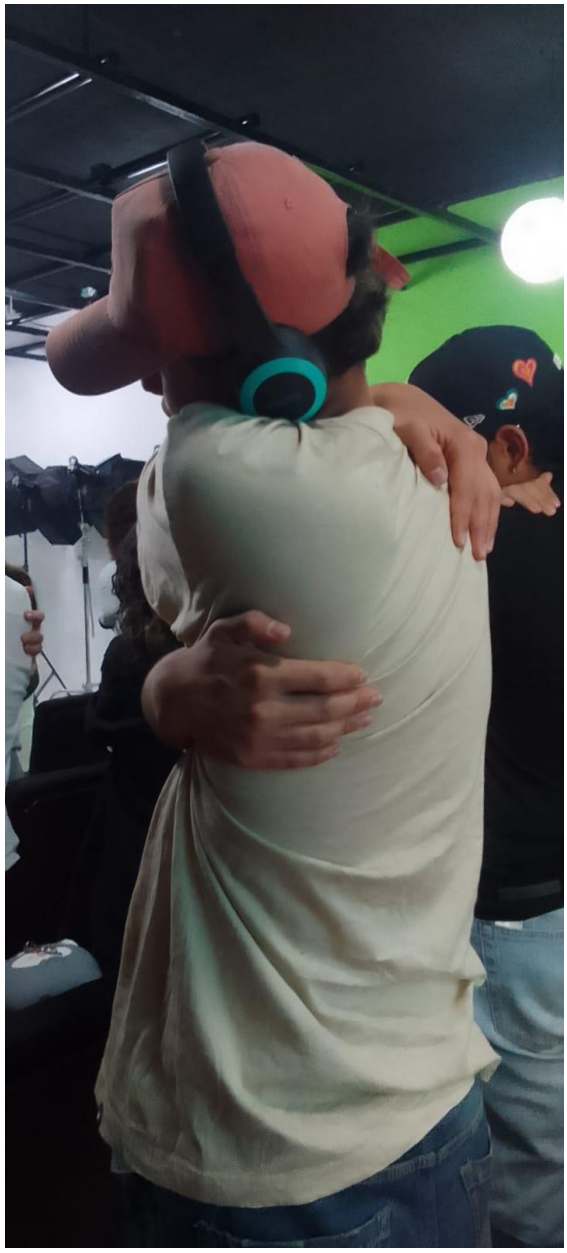
En la temática de Inclusión Social encontraremos una definición para este tipo de inclusión, hablaremos del enfoque diferencial y veremos las diferencias entre los tipos de violencia asociados al género. Así mismo, estará una explicación de los grupos etarios, lo que es interseccionalidad, la diversidad (funcional y sexual), la convivencia y la empatía.

Continuamos con la temática de Inclusión Cultural, podremos leer sobre xenofobia y racismo. También encontraremos, definiciones para autoridad y poder, que nos permita encontrar aspectos comunes y diferenciadores entre estos dos conceptos.

Se conectó en este primer taller el módulo expuesto anteriormente y se realizó un acercamiento a las cámaras como un ejercicio exploratorio en las instalaciones de la Universidad Católica.

- La artista formadora desarrolló su formato de planeación para evaluar la congruencia con los objetivos del proyecto. **Ver evidencia / planeación audiovisuales**

**EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS**

















***7.*** *Diseñar (1) estrategia pedagógica a través de una plataforma digital para la gestión cultural.*

**Estrategia de Comunicaciones**
***Gestarlab***

1. **Introducción:**

Gestartlab es una innovadora plataforma dedicada a la gestión cultural y artística, concebida como un espacio virtual para conectar, apoyar y empoderar a artistas, gestores culturales y entusiastas del arte. Nuestra misión es facilitar el intercambio de conocimientos, recursos y oportunidades, impulsando la creatividad y el desarrollo de proyectos culturales. A través de la generación de contenido valioso y relevante, buscamos enriquecer la experiencia de nuestra comunidad y consolidarnos como un referente en el mundo del arte y la cultura.

2. **Análisis de Plataformas Similares:**

Hemos realizado un detallado análisis de plataformas similares en el ámbito de la gestión cultural y artística. Al estudiar sus fortalezas y debilidades, hemos identificado oportunidades para diferenciarnos y brindar un valor añadido a nuestros usuarios. Nos inspiraremos en las mejores prácticas y enfoques exitosos, al mismo tiempo que abordaremos las áreas de mejora detectadas para ofrecer una experiencia única y enriquecedora.

**Benchmarking de marcas similares**

**MUTATUS/ PROYECTOS**

**Descripción:**

Ayudamos a transformar ideas en realidades a través de formación en estructuración, gestión y financiación de proyectos

**Presencia en:**

Instagram: @mutatussas
Facebook: MUTATUS SAS
Seguidores: 6593
Sitio web: Linktree

**PROYECTO TANIA**

Descripción:

Estoy segura que el arte puede darnos abundancia económica, aprende a encontrar auspiciadores culturales en tu ciudad

Presencia en:
Instagram: @proyectotania
Facebook: Proyecto Tania
Seguidores: 2838
Sitio web: proyectotania.com

**La Brújula Cultural**

Descripción:

Es un espacio para compartir aquello que nos inquieta, sabemos y opinamos de la gestión cultural.

Presencia en:
Instagram: @labrujulac
Facebook:
Seguidores: 517
Publicaciones: 80

**Proyecto Toronja**

Descripción general: Somos un proyecto creado para las organizaciones, colectivos y personas que trabajan con procesos sociales, comunitarios y culturales. Buscamos fortalecer las habilidades en diseño, gestión y ejecución de proyectos culturales.
Nombre de usuario: por asignar
Información de contacto adicional: correo y sitio web
Seguidores: 559
Publicaciones: 14
Estética y texto de las publicaciones: Publicaciones sencillas, algunas sin hashtag, textos sin precisiones ortográficas, sin fotografías.
Publicaciones donde predomina el color verde, negro y blanco.

**Análisis de Perfiles de Instagram**

| ★ | Foto de Perfil e Historias Destacadas | Logo | Biografía | Paleta de Colores | Posts | Reels |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Proyecto Tania** | Es ella misma, lo cual genera más confianza para los seguidores<br>Las miniaturas de las historias destacadas van acorde al diseño y paleta de colores seleccionada | No está visible en ningún lugar del perfil | Da a entender de forma directa cuál es su objetivo como marca/persona | Definida y hay un patrón para las publicaciones fácil navegación y agradable a simple vista | -Recomendaciones de apps<br>-Consejos para los proyectos culturales de sus seguidores<br>-Explicación de términos y temas<br>-Algunos posts de vida personal | -Comparte frases de escritores<br>-Algunos son de comedia usando audios en tendencia pero aconsejando algo |
| **Mutatussas** | Logo.<br>Fácil reconocimiento de la marca<br>Las historias destacadas son cohesivas por las miniaturas que manejan | Se ve serio y corporativo | Va directo al punto y deja entender a qué se dedican y qué servicios ofrecen | No tiene paleta de colores definida, muchos colores y diferencias en los diseños, esto puede hacer que el perfil a simple vista se vea muy lleno de información y se complica la navegación | -Posts que ayudan a los seguidores a formular y estructurar mejor sus proyectos<br>-Tips de productividad<br>-Convocatorias | Contenido acorde a su cuenta informativos y concisos, no hacen reels de comedia |
| **La Brújula Cultural** | Logo.<br>Fácil reconocimiento de la marca<br>No tiene diseño las miniaturas de las historias destacadas lo que ayuda a que el perfil se vea aún más lleno | No transmite nada relacionado a gestión cultural y los colores lo hacen ver serio | Deja claro el objetivo que tienen y lo que hacen | No hay paleta de colores definida, es difícil la navegación y a simple vista se ve muy lleno de información | -Eventos que se realizarán<br>-Tips gestión de eventos<br>-Recomendaciones | Los videos se dividen en dos:<br>1. videos de información y explicación de temas<br>2. videos de los eventos que promocionan |

**Presencia Online y Benchmarking:**

Nuestra estrategia de comunicaciones se centrará en desarrollar una sólida presencia online mediante el aprovechamiento de diversas plataformas y canales digitales. Realizaremos un seguimiento constante del desempeño de nuestra competencia a través del benchmarking, lo que nos permitirá ajustar y mejorar nuestras acciones, maximizando nuestra relevancia y alcance en el mercado.

3. **DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas):**

**Debilidades:**

Recién ingreso al mercado: A pesar de nuestra innovadora propuesta, la falta de reconocimiento inicial puede requerir esfuerzos adicionales para ganar notoriedad.
Limitación de recursos: Al ser una startup, contamos con recursos limitados para inversión en marketing y publicidad.
Oportunidades:

**Oportunidades:**

**Nicho especializado:** Nuestro enfoque en la gestión cultural y artística nos permite atender de manera específica las necesidades de una audiencia apasionada y comprometida con el arte.
Creciente interés en el arte y la cultura: El crecimiento del interés en proyectos culturales y creativos nos brinda una oportunidad para expandir nuestra comunidad y atraer a nuevos seguidores.
Fortalezas:

**Contenido de calidad:** Nuestra plataforma generará contenido relevante y enriquecedor para nuestra comunidad, con el objetivo de nutrir el conocimiento y fomentar el desarrollo artístico y cultural.
Alianzas potenciales: Contamos con la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con organizaciones culturales, artistas y expertos en gestión cultural para ampliar nuestro impacto.

**Fortalezas**
1. Contenido de calidad: Nuestra plataforma generará contenido relevante y enriquecedor para nuestra comunidad, con el objetivo de nutrir el conocimiento y fomentar el desarrollo artístico y cultural.
2. Alianzas potenciales: Contamos con la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con organizaciones culturales, artistas y expertos en gestión cultural para ampliar nuestro impacto.

**Amenazas**
1. Competencia en el mercado: Existen otras plataformas similares que compiten por el mismo público objetivo, lo que requiere una diferenciación clara y efectiva de nuestra propuesta.
2. Cambios en el entorno digital: Los cambios en los algoritmos de redes sociales y otras plataformas pueden afectar nuestra visibilidad y alcance, por lo que debemos adaptarnos rápidamente.

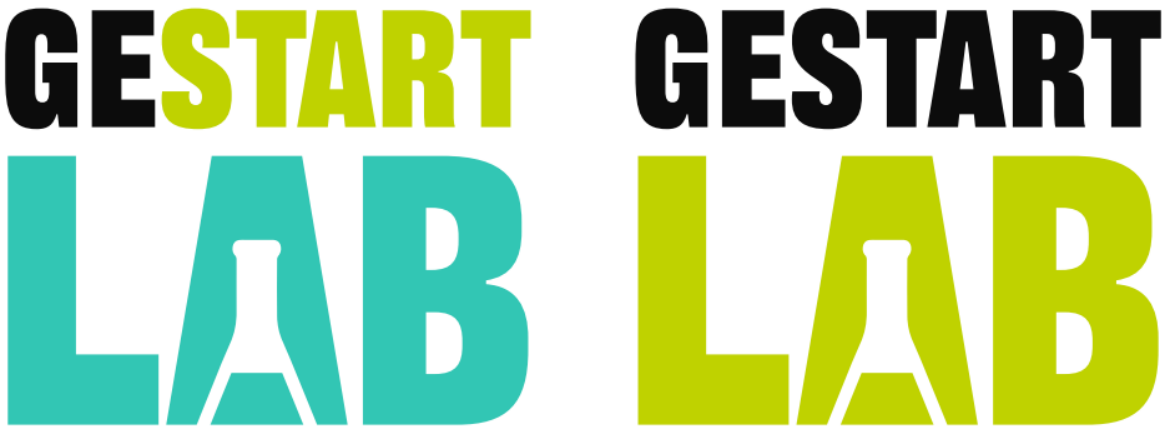
4. **Estrategias de Lanzamiento:**

Creación de expectativa: A través de campañas de teasers y avances, generaremos expectativa antes del lanzamiento oficial de Gestartlab.
Lanzamiento en eventos culturales: Aprovecharemos eventos culturales y artísticos para realizar el lanzamiento oficial y generar un impacto inicial en la comunidad.
Colaboradores: Trabajaremos con colaboradores relevantes en el ámbito cultural para promover el lanzamiento y obtener mayor alcance.

5. **Diseño de Logo:**

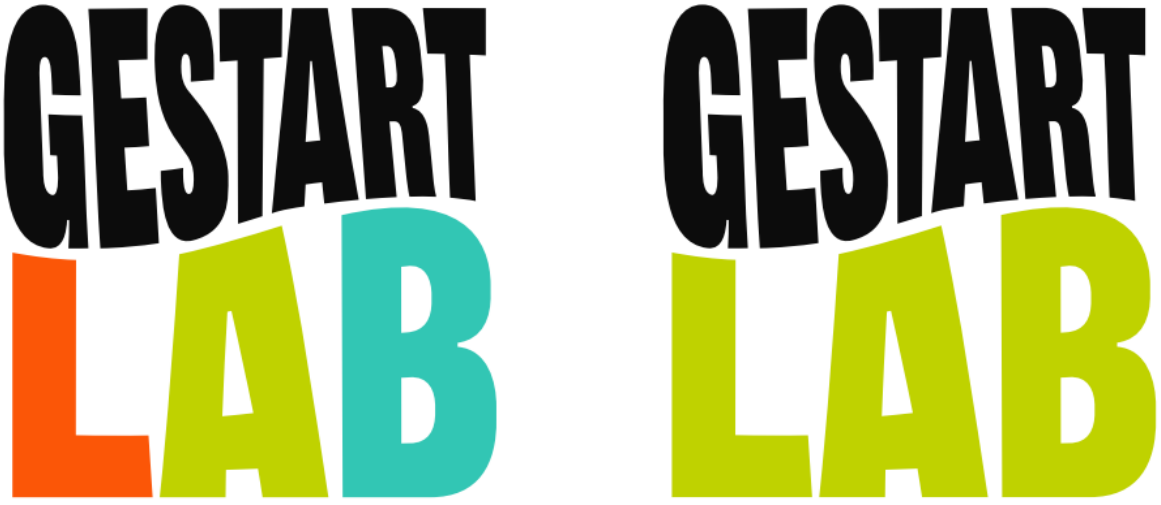
El logo de Gestartlab será un imagotipo que combina elementos artísticos y culturales con un enfoque moderno y profesional. Utilizará colores llamativos que evocan la creatividad y la pasión por el arte. El logo será adaptable para su uso en diferentes formatos y plataformas, y transmitirá la esencia de la plataforma: conexión, empoderamiento y desarrollo cultural.

**OPCIÓN 1:**






**OPCIÓN 2 (seleccionada):**






Profundicemos en el nombre para la cuenta de Instagram y el diseño del logo adecuado para la plataforma de gestión cultural:

Se Utilizó una paleta de colores que evocan la diversidad cultural y la creatividad. Por ejemplo:

1.Azul Turquesa: Representa la apertura y la amplitud de ideas culturales.
2.Naranja: Simboliza la energía y la pasión por el arte y la cultura.
3. Verde:Transmite la idea de crecimiento, renovación y conexión con la naturaleza.

Tipografía:  Se optó por una tipografía con un diseño moderno y legible para el nombre, se resaltó la palabra lab.
Adaptabilidad:Se aseguró de que el logo sea fácilmente adaptable a diferentes tamaños y formatos, ya sea para perfiles de redes sociales, publicaciones impresas o material promocional.

En general, el logo refleja la misión de la plataforma de gestión cultural, transmitiendo su enfoque en la diversidad cultural, la creatividad y el apoyo a proyectos culturales. La combinación de colores llamativos y una representación icónica ayudará a generar recordación y destacar en el entorno digital.

## 6. Estrategia de visibilidad

En esta fase, nuestro esfuerzo estará centrado en darnos a conocer y ser más visibles. En esta fase, podremos apostar por campañas de marketing en redes sociales, colaboraciones con espacios culturales o con medios de comunicación.

También podemos utilizar otros canales de pago para darnos a conocer de una forma más inmediata como la publicidad en redes sociales, etc.

Estas medidas nos ayudarán a amplificar nuestra visibilidad, serán el altavoz que necesitamos para ser más visibles.

- Se abrirá una cuenta en YouTube para la emisión de los clips en periodismos
- Se realizará plan de contenidos para redes sociales
- Se generará contenido visual y audiovisual para publicaciones
-

**6.1 Equipo, recursos y presupuesto:**

**Equipo**

- Community manager
- Diseñador
- Equipo de videos
- Content manager

**6.2 Público objetivo/ target**

**Buyer persona:**
**Datos demográficos:**
Género: Todos
Edad: 20 a 65
Dónde vive: Manizales y Caldas
Nacionalidad: Colombia

**Formación:** estudio de pregrado, técnico, tecnólogo, cursos relacionados

**Ocio:**
Intereses: arte, cultura, música, artes plásticas, arquitectura, pensamiento ambiental, reciclaje, economía, gestión cultural.

**Actitud:**
Estilo de vida
Viajes, sigue a organizaciones culturales y sociales, sigue a museos, sigue a entidades públicas y privadas en culturales, instituciones ambientales, Revistas etc

**Identificadores y uso de internet:**
Palabras claves:
Cultura, arte, proyectos, comunidad, crowfunding, gestión, financiación.

**Redes Sociales:**
Facebook, Instagram, YouTube

**Marcas y personajes que sigue:**
Instituto de cultura y turismo
Proimagenes Colombia
Secretaria de Cultura y Turismo
Ficma
Que hay pa la cabeza
Alcaldía de Manizales
Cultura U Manizales
Chicos del Jardín
Quehacer Cultural
Revista Alternativa

**7. Objetivos SMART**

Objetivo 1

Específico: Aumentar la base de usuarios registrados en Gestartlab en un 20% en los próximos 6 meses.
Medible: Seguimiento de la cantidad de nuevos usuarios registrados en la plataforma.
Alcanzable: Implementación de estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad de la plataforma y atraer a nuevos usuarios.
Relevante: Un mayor número de usuarios registrados fortalecerá la comunidad de artistas y gestores culturales en la plataforma, fomentando la colaboración y el intercambio de ideas.
Temporal:Lograr este objetivo en los próximos 6 meses.

**Objetivo 2:**

Específico: Publicar al menos 3 piezas de contenido de calidad por semana en la plataforma, abordando diferentes aspectos de la gestión cultural y el arte.
Medible: Realizar un seguimiento semanal de la cantidad y tipo de contenido publicado.
Alcanzable: Asignación de recursos y creación de un plan editorial para garantizar la producción regular de contenido.
Relevante: El contenido de calidad fortalece el valor de la plataforma, brindando información útil y enriquecedora para los usuarios.
Temporal:Mantener esta frecuencia de publicación en curso durante el próximo año.

**Objetivo 3:**

Específico: Establecer alianzas con al menos dos organizaciones culturales locales en los próximos 3 meses.
Medible: Contabilizar el número de alianzas exitosas establecidas en el período establecido.
Alcanzable: Identificación y contacto de organizaciones culturales afines en la región.

Relevante: Las alianzas fortalecerán la red de colaboradores de la plataforma, ampliando su alcance y permitiendo un intercambio de recursos y conocimientos.
Temporal: Lograr este objetivo en los próximos 3 meses.

Estos objetivos SMART se enfocan en aspectos clave para el crecimiento y éxito de la plataforma de gestión cultural, estableciendo metas específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con plazos definidos.

**Plan de trabajo y ejecución**

**1 mes**

Branding y diseño
Cronograma por semana
Plan de medios, se definirá formatos, canales, fechas e indicadores de medición.

**2 mes**

Después de las acciones desarrolladas en el punto anterior se propone el plan de trabajo para las siguientes semanas, donde se enfatiza como objetivo Branding y promoción de eventos; desarrollando piezas de alto impacto estético con contenido de valor.

**Plan de Contenidos:**

Artículos informativos sobre gestión cultural y desarrollo de proyectos artísticos.
Entrevistas a artistas destacados y expertos en el campo cultural.
Tutoriales y tips para gestionar proyectos culturales con éxito.
Reseñas de eventos y exposiciones culturales.
Retos y desafíos creativos para la comunidad artística.
Contenido interactivo que promueva la participación de la audiencia.

#TablaDeContenidoMesGestiónCultural

| Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 |
| --- | --- | --- | --- |

| | | | |
|---|---|---|---|
| #CulturaEnTuBarrio: Evento de teatro local (Reel) | #ArtistasEmergentes: Entrevista a un músico nuevo (Video) | #CulturaUniversal: Tradiciones culinarias del mundo (Artículo) | #DetrásDeEscena: Visita a un estudio de arte (Reel) |
| Tips para organizar eventos culturales (Artículo) | #CulturaEnTuBarrio: Exhibición de arte callejero (Fotografía) | #RetoCultural: Adivina la obra de arte (Reel interactivo) | #ArtistasEmergentes: Destacando a un pintor talentoso (Video) |
| ¿Cómo apoyar a los artistas emergentes? (Artículo) | #CulturaUniversal: Celebración de festivales internacionales (Infografía) | Tips para promover un proyecto cultural (Artículo) | #DetrásDeEscena: Conoce el proceso de creación de una escultura (Video) |
| Consejos para diseñar un logo cultural (Infografía) | #RetoCultural: Desafío de literatura local (Reel interactivo) | #CulturaEnTuBarrio: Concierto acústico en un café (Fotografía) | #ArtistasEmergentes: Destacando a un fotógrafo talentoso (Video) |
| Entrevista a un referente cultural (Video) | #CulturaUniversal: Mitos y leyendas del mundo (Artículo) | Tips para preservar el patrimonio cultural (Artículo) | #DetrásDeEscena: Proceso de montaje de una obra de teatro (Reel) |

**Briefing:**

Gestartlab es una plataforma digital dedicada a la gestión cultural y artística, que busca conectar y empoderar a artistas y gestores culturales. Nuestra plataforma ofrece contenido valioso y enriquecedor, brindando herramientas para el desarrollo de proyectos creativos y la promoción del arte y la cultura. Nuestro objetivo es fomentar la creatividad, la diversidad cultural y el intercambio de conocimientos en el mundo del arte. ¡Únete a nuestra comunidad y sé parte de la revolución cultural!

**Público Objetivo (Target):**

Artistas de diferentes disciplinas (música, pintura, fotografía, danza, teatro, entre otros) que buscan potenciar su trabajo y acceder a oportunidades de crecimiento.
Gestores culturales y organizaciones dedicadas a la promoción y desarrollo de proyectos artísticos y culturales.
Entusiastas del arte y la cultura que buscan inspiración, conocimiento y participar en actividades culturales.

**Buyer persona:**
**Datos demográficos:**
Género: Todos
Edad: 20 a 65
Dónde vive: Manizales y Caldas
Nacionalidad: Colombia

**Formación:** estudio de pregrado, técnico, tecnólogo, cursos relacionados

**Ocio:**
Intereses: arte, cultura, música, artes plásticas, arquitectura, pensamiento ambiental, reciclaje, economía, gestión cultural.

**Actitud:**
Estilo de vida
Viajes, sigue a organizaciones culturales y sociales, sigue a museos, sigue a entidades públicas y privadas en culturales, instituciones ambientales, Revistas etc

**Identificadores y uso de internet:**
Palabras claves:
Cultura, arte, proyectos, comunidad, crowfunding, gestión, financiación.

**Redes Sociales:**
Facebook, Instagram, YouTube

**Marcas y personajes que sigue:**
Instituto de cultura y turismo
Proimagenes Colombia

Secretaria de Cultura y Turismo
Ficma
Qué hay pa la cabeza
Alcaldía de Manizales
Cultura U Manizales
Chicos del Jardín
Quehacer Cultural
Revista Alternativa

**EVIDENCIA PLATAFORMA**




**Usuario :** gestarlab
**Información:** en la bio
**Logo:** seleccionado en perfil

***8.*** *Gestionar por su cuenta  y de manera previa los permisos requeridos para el desarrollo de cada una de las actividades.*

*Se han gestionado los permisos para cada una de las actividades como se puede ver en las evidencias de cada actividad.*

***9.*** *Relacionar y caracterizar los grupos poblacionales beneficiados, así como los empleos generados*

***# De empleos generados***

| ***ROL O CARGO*** | # |
|---|---|
| *Coordinación general* | *1* |
| *Apoyo en producción y gestión* | *1* |
| *Apoyo logístico* | *1* |
| *Artistas formadores* | *6* |
| *Diseño gráfico* | *1* |
| *Community manager* | *1* |
| *Diseño estrategia plataforma digital* | *1* |
| *Contador* | *1* |
| ***Total*** | *13* |

**10.** *Dar los créditos a la GOBERNACIÓN DE CALDAS – SECRETARÍA DE CULTURA, en todas las actividades de promoción, divulgación del proyecto, deberá incluir el logo de la Gobernación de Caldas-Secretaria de Cultura con su imagen corporativa vigente del 2023.*

Se evidencia en las piezas gráficas, el logo de la Gobernación y de la Secretaria vigente del 2023, así como los créditos dados en las presentación de la Escuela de las artes en cartas de solicitud, encuestas etc.

**11.** Hacer registro fotográfico de todas actividades adelantadas en el marco del objeto contractual

Se ha realizado registro de las actividades adelantadas como se puede ver en cada obligación

**FIRMA Y FECHA 11/08/2023**

Angie T Gutierrez.

Representante legal Corporación Buen Vivir

Luisa Fernanda López

Dirección de proyecto