

Emprendimiento cultural para el desarrollo local

Elaboración de proyectos y planes de negocios
para el fortalecimiento de empresas e industrias
culturales en Colombia

Formación para Escuelas-Taller, LASO's y otras organizaciones

Convenio Ministerio de Cultura – Universidad de los Andes



Libertad y Orden

Ministerio de Cultura
República de Colombia

**Prosperidad
para todos**

 **Universidad de
los Andes**



MINISTERIO DE CULTURA

Mariana Garcés Córdoba
Ministra de Cultura

María Claudia López Sorzano
Viceministra de Cultura

Enzo Rafael Ariza Ayala
Secretario General

Ángel Eduardo Moreno Marín
Coordinador Grupo de Emprendimiento Cultural

Equipo de trabajo Grupo de Emprendimiento Cultural

José María Leiton Gallego
Asesor Grupo de Emprendimiento Cultural

Juliana Barrero
Asesora Grupo de Emprendimiento Cultural

Laura Díaz García
Asesora Grupo de Emprendimiento Cultural

María del Pilar Borrero
Asesora Grupo de Emprendimiento Cultural

Carlos Camargo Gaviria
Grupo de Emprendimiento Cultural

Adriana Patricia Nieto
Grupo de Emprendimiento Cultural

DISEÑO , DIAGRAMACIÓN E IMPRESIÓN

Iván Castellanos Castellanos
Alfonso Ortega Soto
ProdCast Comunicaciones Ltda
www.prodcastcom.com

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE, SENA

Padre Camilo Eduardo Bernal Hadad
Director General

Ciebel Mauricio Betancurt Cañola
Director de Empleo y Trabajo

Gina Lorena Santana Zuleta
Coordinadora Nacional Grupo de Emprendimiento
y Fondo Empezar

Emperatriz Talero Talero
Coordinadora Grupo Generación de Ingresos
para Población Rural y Vulnerable

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES

Luz Adriana Maya Restrepo
Diseño curricular, pedagógico y didáctico
Coordinadora General

Equipo de trabajo Universidad de los Andes

Asistencia general, de investigación y docencia
Silvia Rocha
Elizabeth Giraldo Giraldo
Guillermo Montoya
Julián López de Mesa
Santiago Wills Weisner
Juanita Rodríguez
Angela Rodríguez
Andrea Natalia Barragán
David Zapata
Juan Pablo Estupiñán Bejarano

Gestión administrativa docente
Educación Continuada, Universidad de los Andes

Apoyo virtual a la docencia presencial
DTI, Universidad de los Andes

Material impreso de distribución gratuita con fines didácticos y culturales. Queda estrictamente prohibida su reproducción total o parcial con ánimo de lucro, por cualquier sistema o método electrónico sin la autorización expresa para ello.



Contenido

Presentación Ministerio de Cultura	4
Presentación Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA	5
Presentación Universidad de los Andes	6
Beneficios del curso	8
Requisitos para la obtención de la acreditación	8
Cobertura del curso	9

PROGRAMACIÓN CURRICULAR DE LA CAPACITACIÓN – FASE I Y FASE II

FASE I	11
Módulo I. Marco legal de políticas culturales y patrimoniales en Colombia	12
Módulo II. Desarrollo comunitario: apropiación social de la cultura local y del patrimonio. El caso del turismo cultural, ecoturismo y gastronomía	16
Módulo III. Administración de organizaciones, proyectos e industrias culturales: ESAL, Mipymes, cooperativas y cámaras de comercio	19
Módulo IV. Formulación, evaluación y gestión de proyectos culturales	22
Formato proyecto cultural (copia del docente)	25
Formato proyecto cultural (copia del estudiante)	27
Módulo V. Plan de negocios con bienes culturales: formulación, evaluación y mercadeo (I)	30
Módulo VI. Plan de negocios con bienes culturales: formulación, evaluación y mercadeo (II)	33
Módulo VII. Taller para elaboración de un proyecto cultural y/o plan de negocios (I)	37
Módulo VIII. Taller para elaboración de un proyecto cultural y/o plan de negocios (II)	39
Plan de negocios con bienes culturales y patrimoniales (copia del docente)	41
Plan de negocios con bienes culturales y patrimoniales (copia del estudiante)	49
FASE II	59
Módulo I. Análisis y afinamiento del marco legal de los proyectos culturales y/o planes de negocio elaborados en Fase I	60
Módulo II. Perfeccionamiento de cada proyecto y/o plan de negocios respecto al concepto de desarrollo comunitario y apropiación social de la cultura y del patrimonio	63
Módulo III. Revisión de los modelos organizacionales de los proyectos culturales y/o planes de negocios elaborados en Fase I	65
Módulo IV. Metodología para la presentación oral del Proyecto Cultural	67
Módulos V y VI. Recomendaciones metodológicas para la presentación oral de planes de negocio	68
Formato proyecto cultural (copia del docente)	69
Formato proyecto cultural (copia del estudiante)	71
Plan de negocios con bienes culturales y patrimoniales (copia del docente)	73
Plan de negocios con bienes culturales y patrimoniales (copia del estudiante)	81

Presentación

Ministerio de Cultura

El Grupo de Emprendimiento Cultural, con el apoyo de diversas direcciones y grupos del Ministerio de Cultura y del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, teniendo en cuenta las necesidades del sector cultural, ha diseñado, en asocio con la Universidad de los Andes, una estrategia de formación para el emprendimiento cultural, desde una perspectiva del desarrollo local, potenciando las capacidades y los saberes de las comunidades culturales en la generación y sostenibilidad de emprendimientos con base cultural en las diferentes regiones del país.

El curso “Emprendimiento Cultural para el Desarrollo Local” se realizará en **44 ciudades** de los 32 departamentos del país entre el 29 de junio y 15 de noviembre de 2011. Los 50 cursos que se llevarán a cabo tendrán una duración de **168 horas**, discriminadas de la siguiente manera: 48 horas presenciales, en dos sesiones de 4 días cada una (6 horas día) y 120 horas de asesoría virtual distribuidas a lo largo del proceso de formación.

El curso está dirigido a organizaciones culturales y organizaciones comunitarias, formalizadas o no, vinculadas con: escuelas municipales de música, danza, artes visuales, teatro, patrimonio, archivo, sectores cinematográfico y de comunicaciones, Red Nacional de Museos, Escuelas Taller y Laboratorios Sociales de Emprendimiento Cultural, LASO, con el fin de hacer seguimiento a los **proyectos productivos** que se deriven de su actividad y **fortalecer sus procesos organizativos y de gestión**, de manera que puedan consolidar su capacidad para:

- La interacción con la institucionalidad cultural y agentes culturales locales.
- La acción, planificación y organización de una idea de negocio.
- La creación y gestión de empresas culturales.
- Formular y presentar proyectos culturales a distintas instituciones financiadoras o cooperantes.
- Aplicar a diversas fuentes de financiación como el Fondo Emprender, líneas de crédito blando con Bancoldex, así como el Programa Nacional de Concertación y fuentes de cooperación nacional e internacional.

Dotar al sector cultural de capacidades y herramientas prácticas para la creación y gestión de empresas culturales, es el firme propósito de esta estrategia.

Desde el Ministerio de Cultura y demás instituciones vinculadas, invitamos a todos los participantes a asumir este proceso formativo y de intercambio de saberes, con total compromiso, convicción y una alta dosis de creatividad e innovación, y por supuesto de la máxima riqueza cultural, característica de nuestro territorio.

¡Feliz y productivo aprendizaje!

Ángel Eduardo Moreno Marín
Coordinador Grupo de Emprendimiento Cultural



Presentación

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA

En el contexto de globalización de la economía, la comunicación y la cultura, y de transición hacia sociedades de información y de conocimiento, el desarrollo sostenido de la industria cultural se perfila como eje privilegiado de articulación (CEPAL, 1994).

El SENA no ha sido ajeno a esta filosofía, razón por la cual en el 2009 firmó un convenio con el Ministerio de Cultura y la Incubadora Prana, para el fomento de las industrias culturales en Colombia de tal forma que permita el rescate de las expresiones culturales, logrando fomentar emprendimientos que puedan consolidarse en empresas creativas.

A través de las acciones de formación y emprendimiento, el SENA busca el fortalecimiento de habilidades en los emprendedores, la creación de nuevas empresas, la producción, comercialización de los servicios y/o productos culturales de las regiones y el fortalecimiento del sector en general.

Sin duda, el sector de industrias culturales se ha convertido en un eje estratégico para el desarrollo económico y el enriquecimiento del patrimonio histórico y cultural del país, razón por la cual la entidad, a través del taller de emprendimiento cultural del Ministerio, dirigido a los gestores de emprendimiento del SENA, servirá para replicar en los emprendedores dicho conocimiento que finalmente impactará en el fortalecimiento de las competencias del talento humano a fin de brindar su mejor servicio al país en esta materia.

Cordialmente,

Gina Lorena Santana Z
*Coordinadora Nacional de Emprendimiento,
Empresarismo y Fondo Emprender
SENA-Dirección Nacional de Empleo y Trabajo
IP 13068*

Presentación

Universidad de Los Andes

“El bien hay que mantenerlo bien”

El Ministerio de Cultura conjuntamente con la Universidad de los Andes han asumido un desafío singular: llevar a cabo un programa de *Capacitación en emprendimiento cultural y desarrollo local* en 44 municipios del país. Este reto conlleva la audacia de combinar la cultura en su dimensión antropológica, histórica y legislativa con su potencial empresarial. Sin embargo lograr tal propósito, conducente a la formalización del sector y a la creación de empleo, implica idear estrategias pedagógicas y didácticas con enfoque diferencial que permitan a los/as creadores/as y gestores/as culturales profesionalizar la gestión y la creación de negocios e industria culturales. Así el aprendizaje de teorías y metodologías propias de la administración de empresas se combinan con la legislación cultural y patrimonial colombianas y se juntan con los resultados de la experiencia comunitaria y de la investigación con el fin de delinear pautas básicas de emprendimiento cultural.

Esta singular combinación nos coloca frente a un obligatorio esclarecimiento: el de comprender que el producto en venta en los planes de negocio que de esta *Capacitación* se deriven, no es un producto ordinario. Muy por el contrario se trata ante todo de bienes culturales y patrimoniales que encierran la trama de las memorias histórico-culturales de la nación. ¿Cómo se mercadea entonces la memoria, la historia y la cultura? ¿Qué clase de estrategias éticas deben acompañar la elaboración de planes de negocios que incluyen el patrimonio material, inmaterial y natural de los colombianos y de las colombianas? ¿Cómo se protegen los bienes culturales y patrimoniales en su tránsito hacia el mercado, en el cual, adquieren el carácter de productos culturales?

Y al mismo tiempo ¿cómo se garantiza la sostenibilidad y la rentabilidad de empresas e industrias culturales cuyos *productos* están protegidos por derechos de autor y en muchos casos por derechos colectivos de autor? Esta *Cartilla* y sus contenidos fueron elaborados teniendo en cuenta éstas y muchas otras inquietudes similares y asumiendo como estrella-guía la idea crucial que compete el mejoramiento de la calidad de vida de todos y cada uno y cada una de los colombianos que crean y viven de la cultura. En especial las personas que hacen parte de las Escuelas-Taller de Colombia, los LASO's y las de muchas otras organizaciones culturales nacionales. Por ende este cuadernillo es un instrumento didáctico que simpatiza con la ágil apropiación de los conceptos básicos acerca de las políticas culturales y patrimoniales colombianas además de los correspondientes a la gestión empresarial. Ambos seguidos en su diseño por una serie de ejercicios prácticos que buscan la inmediata aplicación de los conocimientos adquiridos. Todo con el fin de lograr que los/las participantes elaboren un proyecto cultural y/o plan de negocios con bienes culturales y patrimoniales.

Con todo en cuantas ocasiones hemos visto este empeño empalidecido por los propósitos de un alegato que pretende que la combinación cultura/empresa está destinada al fracaso. Pretexto según el cual la cultura implicaría casi siempre un gasto sin posibilidades de sostenibilidad ni de rentabilidad. En este sentido la *Cartilla* y la *Capacitación* también tienen como designio sensibilizar al sector empresarial del país respecto al desafío que representa utilizar la cultura y el patrimonio, incluido el patrimonio empresarial e industrial, como recurso para crear empresa y empleo y así mejorar la calidad de vida de la gente colombiana. Y de paso dignificar las artes y los oficios en calidad de actividades creadoras de riqueza y articuladoras de paz y prosperidad.

El Ministerio de Cultura y la Universidad de los Andes han aunado esfuerzos para llevar a cabo esta *Capacitación en emprendimiento cultural y desarrollo local* conquistados por la convicción que pretende que los creadores y creadoras del país, lo mismo que los gestores y gestoras culturales de la nación merecen un acompañamiento educativo de excelencia en el tema del emprendimiento cultural. Este acompañamiento educativo se nutre de los logros realizados en el ámbito de la academia tanto como



de aquellos obtenidos mediante la labor cotidiana de los funcionarios del Ministerio. De este modo Universidad y Estado se ensamblan para llegar a los 32 departamentos del país, con el ideario de valorar y dignificar la diversidad cultural nacional, con la clara intención de crear una alianza estratégica para alentar la creación de empresas culturales grandes, medianas, pequeñas o familiares. Universidad y Estado acoplan sus maneras de hacer con la finalidad de motivar y dar a los/as participantes los avíos suficientes acerca de la novedosa cuestión del emprendimiento cultural. Alentados por la esperanza de que el impacto de este ejercicio mancomunado motive a los empresarios nacionales a unirse a nuestro esfuerzo.

Asimismo ambas instituciones han aunado esfuerzos persuadidas de que esta tarea ha de ser principalmente un fructífero *intercambio de saberes y conocimientos*. Puesto que en el escenario de las aulas y durante las sesiones presenciales tanto como en las virtuales se gestará un verdadero laboratorio de emprendimiento cultural que a su vez hará llegar el país real a cada una de las oficinas de los funcionarios del Ministerio y a cada una de las de los docentes comprometidos en este proceso. Porque para las partes que conforman esta alianza es claro que las formas tradicionales de transmisión de conocimientos que dan origen a los bienes culturales y patrimoniales tienen su propia epistemología, sus propias teorías y métodos. Sus propias formas de pensar y de hacer. Todo lo cual llena de sentido el artículo 7 de la Constitución Nacional, el mismo que hace 20 años redefinió la nación en términos de pluriétnica y multicultural. Diversidad heredada de las pueblos aborígenes americanos, de los europeos, africanos, Rom y también de tantos otros que han moldeado civilizaciones complejas y auto-sostenibles que hoy, en la era global, contienen las claves para idear nuevas utopías de futuro y bienestar.

En atención a estos postulados, la *Cartilla* y la *Capacitación* transmiten un mensaje simple: *Al bien hay que mantenerlo bien*. Y esto por varias razones. Porque que el bien cultural es trama y significado del sentido de pertenencia de cada colombiano y colombiana a su comunidad y a la nación. Porque la salud de los bienes culturales y patrimoniales es indicador de la dignidad que cada ciudadano y ciudadana puede atribuir a su tradición y a su cultura. Pero para que la dignidad cultural sea un derecho y se convierta en motor de la creación de empresa es preciso llevar a cabo una tarea sistemática en contravía de las desigualdades persistentes que se anclan en las discriminaciones social, cultural y racial las cuales se erigen como variables cruciales constitutivas de la pobreza. De tal suerte que la *Capacitación* y su *Cartilla* se inclinan igualmente por la dignificación de las memorias histórico-culturales como una estrategia ético-política y económica conducente a la creación de empresas culturales para el mejoramiento de la calidad de vida de quienes durante centurias han estado al margen de la prosperidad: es decir, en la periferia no sólo geográfica sino también económica. Así *mantener bien el bien* para fortalecer las redes solidarias y el sentido de pertenencia y estimular la creación de industrias creativas representa un desafío y un compromiso para el Estado, para la academia, para la empresa privada y por supuesto para cada uno y cada una de los/as portadores/as de las tradiciones culturales de Colombia. Ya que el bien cultural y patrimonial se haya en la encrucijada de la memoria, la historia y hoy en el vértice de la creación de empresa la cual en este caso, acoge el tono del desarrollo local y solidario, se narra con los acentos del sentido de pertenencia, se sueña con el ideario de la reconstrucción de la esperanza, se dice en las más de 70 lenguas habladas en el país, se pone en marcha mediante las prácticas de la apropiación social del patrimonio y se inscribe una y otra vez en la utopía de una mejor calidad de vida, utilizando como dice George Yúdice, la cultura como recurso para vivir mejor y con dignidad.

Luz Adriana Maya Restrepo
Profesora Asociada
Departamento de Historia
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de los Andes
Julio 26 de 2011

Algunos beneficios del curso

- 1. Oportunidad de mejorar la gestión de proyectos con fomento público:** A través del acompañamiento virtual y la unidad académica de Formulación de Proyectos, diseñada en articulación con los lineamientos del Programa Nacional de Concertación –PNC-. Las organizaciones que cumplan con las actividades del curso, tendrán un incentivo en la convocatoria del PNC de 2013
- 2. Oportunidad de mejorar la gestión de proyectos empresariales:** Los participantes aumentarán su capacidad de acción, planificación y organización para desarrollar una idea de negocio, y para la creación y gestión de empresas culturales.
- 3. Oportunidades de financiamiento:** A la par de recibir capacitación en estructuras de costo, las organizaciones participantes tendrán la posibilidad de presentar sus iniciativas empresariales a fondos del estado como Fondo Emprender, Mipyme Digital y otros fondos de capital de riesgo, capital semilla y de crédito y ángeles inversionistas que existen en el país.
- 4. Oportunidad para fortalecer la gestión cultural:** Las organizaciones podrán cualificar los procesos culturales, la planeación y la ejecución a nivel territorial, así como mejorar las prácticas e interacción con los agentes locales, con el fin de generar procesos de desarrollo y capacidades locales territoriales que beneficien al sector cultural.
- 5. Certificación:** La Universidad de los Andes otorgará la correspondiente certificación del curso impartido “Emprendimiento cultural para el desarrollo local”.

Requisitos para la obtención de la acreditación del curso por parte de la Universidad de los Andes

1. Asistencia mínima al 85% de las 48 horas presenciales del curso.
2. Entrega final del Proyecto Cultural y/o Plan de negocios.



Cobertura del curso

RUTA 1. REGIÓN PACÍFICA

RUTA 1. REGIÓN PACÍFICA	PRIMERA SESIÓN PRESENCIAL	SEGUNDA SESIÓN PRESENCIAL
BUENAVENTURA	Junio 29 a julio 2	Noviembre 2 a noviembre 5
SANTANDER DE QUILICHAO	Julio 6 a julio 9	Octubre 26 a octubre 29
TUMACO	Julio 13 a julio 16	Septiembre 7 a septiembre 10
POPAYÁN	Julio 20 a julio 23	Septiembre 14 a septiembre 17
PASTO	Julio 27 a julio 30	Septiembre 21 a septiembre 24
MOCOA	Agosto 3 a agosto 6	Septiembre 28 a octubre 1
NEIVA	Agosto 10 a agosto 13	Octubre 5 a octubre 8
CALI	Agosto 17 a agosto 20	Octubre 12 a octubre 15
CALI 2	Agosto 24 a agosto 27	Octubre 19 a octubre 22
FASE NO PRESENCIAL - TUTORÍA VIRTUAL	Plataforma SICUA abierta del 8 de julio al 15 de noviembre 2011	
	Asistencia tutorial días lunes y martes de 4 a 6 p.m., y jueves de 6 a 8 p.m.	

RUTA 2. REGIÓN ORIENTE - CENTRO

RUTA 2. REGIÓN ORIENTE - CENTRO	PRIMERA SESIÓN PRESENCIAL	SEGUNDA SESIÓN PRESENCIAL
BARRANCABERMEJA	Junio 29 a julio 2	Octubre 12 a octubre 15
BARICHARA	Julio 6 a julio 9	Septiembre 7 a septiembre 10
TUNJA	Julio 13 a julio 16	Septiembre 14 a septiembre 17
BOGOTÁ	Julio 20 a julio 23	Septiembre 21 a septiembre 24
VILLAVICENCIO	Julio 27 a julio 30	Septiembre 28 a octubre 1
IBAGUÉ	Agosto 3 a agosto 6	Octubre 5 a octubre 8
CÚCUTA	Agosto 10 a agosto 13	Octubre 19 a octubre 22
BUCARAMANGA	Agosto 17 a agosto 20	Octubre 26 a octubre 29
BUCARAMANGA - SENA	Agosto 24 a agosto 27	Noviembre 2 a noviembre 5
BOGOTÁ 2	Agosto 31 a septiembre 3	Noviembre 9 a noviembre 12
FASE NO PRESENCIAL TUTORÍA VIRTUAL	Plataforma SICUA abierta del 8 de julio al 15 de noviembre 2011	
	Asistencia tutorial días lunes y martes de 4 a 6 p.m., y jueves de 6 a 8 p.m.	

RUTA 3. REGIÓN CARIBE - INSULAR

RUTA 3. REGIÓN CARIBE - INSULAR	PRIMERA SESIÓN PRESENCIAL	SEGUNDA SESIÓN PRESENCIAL
SANTA MARTA	Junio 29 a julio 2	Octubre 19 a octubre 22
BARRANQUILLA	Julio 6 a julio 9	Octubre 26 a octubre 29
CARTAGENA	Julio 13 a julio 16	Septiembre 7 a septiembre 10
SINCELEJO	Julio 20 a julio 23	Septiembre 14 a septiembre 17
MONTERÍA	Julio 27 a julio 30	Septiembre 21 a septiembre 24
MOMPOX	Agosto 3 a agosto 6	Septiembre 28 a octubre 1
SAN ANDRÉS	Agosto 10 a agosto 13	Octubre 5 a octubre 8
VALLEDUPAR	Agosto 17 a agosto 20	Octubre 12 a octubre 15
RIOHACHA	Agosto 24 a agosto 27	Noviembre 2 a noviembre 5
BARRANQUILLA 2	Agosto 31 a septiembre 3	Noviembre 9 a noviembre 12
FASE NO PRESENCIAL TUTORÍA VIRTUAL	Plataforma SICUA abierta del 8 de julio al 15 de noviembre 2011	
	Asistencia tutorial días lunes y martes de 4 a 6 p.m., y jueves de 6 a 8 p.m.	

RUTA 4. REGIÓN CAFETERA - CHOCÓ

RUTA 4. REGIÓN CAFETERA - CHOCÓ	PRIMERA SESIÓN PRESENCIAL	SEGUNDA SESIÓN PRESENCIAL
QUIBDÓ	Junio 29 a julio 2	Octubre 12 a octubre 15
SANTA FE DE ANTIOQUIA	Julio 6 a julio 9	Septiembre 7 a septiembre 10
MANIZALES	Julio 13 a julio 16	Septiembre 14 a septiembre 17
SALAMINA	Julio 20 a julio 23	Septiembre 21 a septiembre 24
PEREIRA	Julio 27 a julio 30	Septiembre 28 a octubre 1
ARMENIA	Agosto 3 a agosto 6	Octubre 5 a octubre 8
MEDELLÍN	Agosto 10 a agosto 13	Octubre 19 a octubre 22
APARTADÓ	Agosto 17 a agosto 20	Octubre 26 a octubre 29
MEDELLÍN 2	Agosto 24 a agosto 27	Noviembre 2 a noviembre 5
FASE NO PRESENCIAL TUTORÍA VIRTUAL	Plataforma SICUA abierta del 8 de julio al 15 de noviembre 2011	
	Asistencia tutorial días lunes y martes de 4 a 6 p.m., y jueves de 6 a 8 p.m.	

RUTA 5. REGIÓN ORIENTE - CENTRO

RUTA 5. REGIÓN ORIENTE - CENTRO	PRIMERA SESIÓN PRESENCIAL	SEGUNDA SESIÓN PRESENCIAL
MITÚ	Junio 29 a julio 2	Octubre 12 a octubre 15
PUERTO INÍRIDA	Julio 6 a julio 9	Octubre 19 a octubre 22
PUERTO CARREÑO	Julio 13 a julio 16	Septiembre 7 a septiembre 10
YOPAL	Julio 20 a julio 23	Septiembre 14 a septiembre 17
ARAUCA	Julio 27 a julio 30	Septiembre 21 a septiembre 24
SAN VICENTE DEL CAGUÁN	Agosto 3 a agosto 6	Septiembre 28 a octubre 1
LETICIA	Agosto 10 a agosto 13	Octubre 5 a octubre 8
SAN JOSÉ DEL GUAVIARE	Agosto 17 a agosto 20	Noviembre 2 a noviembre 5
MINCULTURA /SENA	Agosto 24 a agosto 27	Octubre 26 al 29
SAN JACINTO	Agosto 31 a septiembre 3	Noviembre 9 a noviembre 12
FASE NO PRESENCIAL TUTORÍA VIRTUAL	Plataforma SICUA abierta del 8 de julio al 15 de noviembre 2011	
	Asistencia tutorial días lunes y martes de 4 a 6 p.m., y jueves de 6 a 8 p.m.	



FASE I

Módulo I.

Marco legal de políticas culturales y patrimoniales en Colombia

Módulo II.

Desarrollo comunitario: apropiación social de la cultura local y del patrimonio.
El caso del turismo cultural, ecoturismo y gastronomía

Módulo III.

Administración de organizaciones, proyectos e industrias culturales:
ESAL, Mipymes, cooperativas y cámaras de comercio

Módulo IV.

Formulación, evaluación y gestión de proyectos culturales.

Módulo V.

Plan de negocios con bienes culturales: formulación, evaluación y mercadeo (I)

Módulo VI.

Plan de negocios con bienes culturales: formulación, evaluación y mercadeo (II)

Módulo VII.

Taller para elaboración de un proyecto cultural y/o plan de negocios (I)

Módulo VIII.

Taller para elaboración de un proyecto cultural y/o plan de negocios (II)

Marco legal de políticas culturales y patrimoniales en Colombia



Objetivos

Este módulo tiene como propósito fundamental familiarizar a los diferentes gestores culturales del país con las políticas culturales desarrolladas en Colombia, teniendo como guía el artículo 7 de la Constitución Política sobre la diversidad étnica y cultural de la nación.

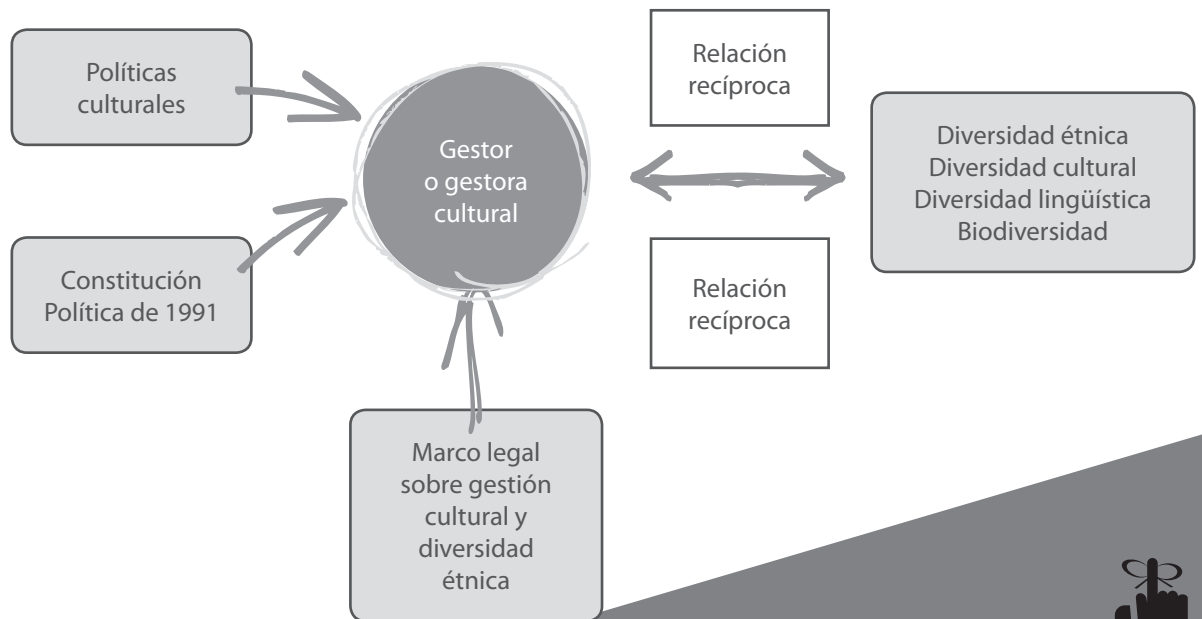
Es crucial que todos los asistentes sepan qué leyes y decretos cobijan su gestión cultural particular y cómo éstos pueden influenciar su campo de acción. ¿Para qué el marco legal en la gestión cultural?

- Para planear actividades, planes de negocios y proyectos culturales
- Para mantener dichos planes y proyectos bajo el marco de la ley colombiana

- Para entender todas las oportunidades (y los posibles límites) que ofrece la ley en su plan de negocios y/o proyecto cultural.

En este módulo, usted como gestor cultural,

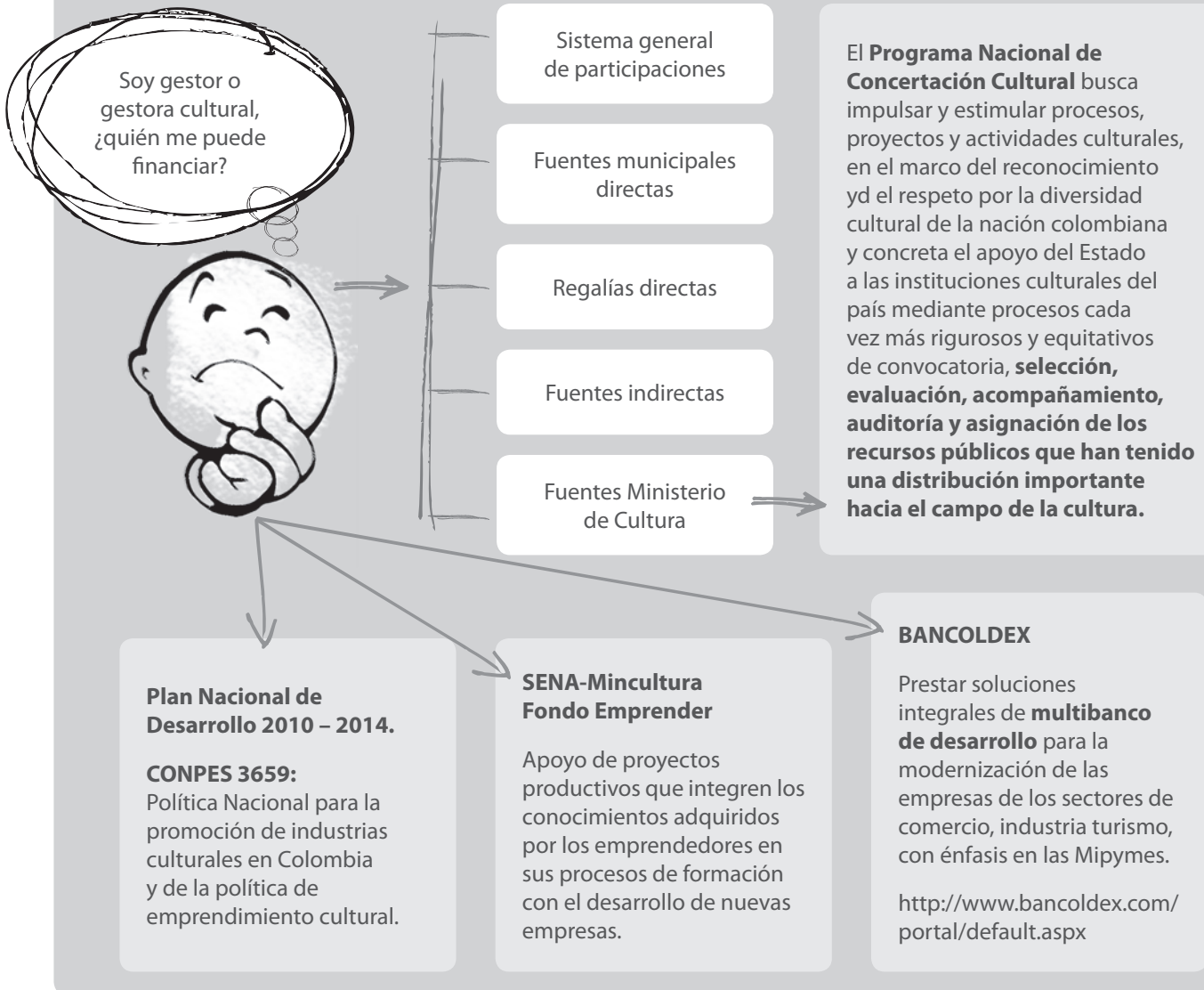
1. Se familiarizará con el marco legal y constitucional referente a la gestión cultural y a la diversidad étnica en el país.
2. Guiará su trabajo a partir de dicha legislación.
3. Enfocará su proyecto o plan de negocios aplicando y siguiendo la legislación aprendida en este módulo.
4. Sabrá qué fuentes de financiación de la cultura existen en Colombia y cuáles son sus orígenes.



Recuerde que...



Siguiendo el Compendio de Políticas Cultural del Ministerio de Cultura (2010), la gestión cultural es uno de los pilares fundamentales de la Ley General de la Cultura (Ley 397 de 1997): "(La ley) habla de Sistema Nacional de Cultura y de la institucionalidad cultural según tres principios: descentralización, participación y autonomía. Termina con la creación del Ministerio de Cultura, que es "una instancia mediadora entre el Estado, las entidades territoriales y la sociedad civil para formular, coordinar y ejecutar la política del Estado con relación a los derechos culturales de la población"" (Compendio de Políticas Culturales, 2010, p. 67)



Después de aprender las temáticas de este módulo, reúnanse con cuatro compañeros de clase para **pensar en una idea de proyecto cultural y plasmarla** en el recuadro siguiente, teniendo en cuenta:

- Título del proyecto cultural y/o plan de negocio.
- Breve descripción del proyecto cultural y/o plan de negocio.
- **Leyes y decretos sobre cultura y diversidad étnica en Colombia que cobijan dicha idea.**
- Fuentes susceptibles para financiar su idea de proyecto cultural que no sean públicas ni estatales.

Recuerde que...



Es muy importante que esté al tanto de las actualizaciones del Compendio de Políticas Culturales del Ministerio de Cultura en www.mincultura.gov.co

Desarrollo comunitario: apropiación social de la cultura local y del patrimonio. El caso del turismo cultural, ecoturismo y gastronomía



Objetivo

Reconocer las iniciativas locales y la función de la cultura en el desarrollo y la creación de estrategias que permitan vincular patrimonio cultural, empleo y desarrollo local.

Módulo II

Desarrollo económico local

Es la capacidad de una comunidad para formular propósitos colectivos de progreso material, equidad, justicia y sostenibilidad y movilizar los recursos necesarios para su obtención.

Es un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio –como la cultura y el patrimonio cultural– conduce a la mejora del bienestar de la población en una localidad o región.

MALDONADO, Alberto.
Descentralización y desarrollo económico local. Una visión general del caso de Colombia. Santiago de Chile: CEPAL, 2000, p.p. 7 – 9.

Es un proceso por medio del cual el gobierno local y los grupos de base comunitaria (sociedad civil y grupos étnicos) administran los recursos existentes y entran en nuevos esquemas de asociación con el sector público o privado, o entre ellos mismos, para crear nuevos empleos y estimular la actividad económica en un ámbito definido.

Recuerde que...



Teniendo en cuenta los bienes culturales y patrimoniales, las actividades de promoción del desarrollo económico local, se pueden clasificar en seis grandes grupos, así:

- Fortalecimiento de la educación, la capacitación, el desarrollo tecnológico, la investigación, la información y la asistencia técnica.
- Fomento de la asociación de los agentes productivos a través de mecanismos diversos.
- Mejoramiento de las condiciones de planificación, regulación, ordenamiento territorial y consolidación institucional.
- Crédito, atracción de inversiones a través de bancos de proyectos y de incentivos diversos.
- Mejoramiento de los sistemas de comercialización.
- Construcción, mejoramiento o mantenimiento de facilidades de infraestructura.

Administración de organizaciones, proyectos e industrias culturales: ESAL, Mipymes, cooperativas y cámaras de comercio



Objetivo

- Familiarizar al gestor cultural y a la gestora cultural con los procesos de administración de organizaciones y proyectos culturales, desde la perspectiva de las industrias culturales, reconociendo la pertinencia de los bienes y servicios culturales como recursos económicos.
- Aproximar al gestor cultural y a la gestora cultural a los diferentes tipos de organización empresarial y a la legislación colombiana sobre cultura del emprendimiento y fortalecimiento empresarial.

La administración de organizaciones e industrias culturales



Recuerde que...



Las cooperativas son empresas asociativas que se identifican por su carácter asociativo, sin ánimo de lucro, en las cuales los asociados son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, y se han unido a ella de manera voluntaria. Estas organizaciones son creadas con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente, bienes o servicios.

El país cuenta con legislación importante sobre formalización empresarial, desarrollo de Mipymes y fomento de emprendimiento cultural. Para determinar las oportunidades que le brinda el contexto institucional a un negocio o proyecto cultural, es importante considerar las leyes 1429 de 2010, 590 de 2000 y 1014 de 2006.



Ejercicio práctico

Explique cuáles son las diferencias entre las cooperativas y:

Las ESAL:

Las Mipymes:

Posteriormente, identifique si su idea de proyecto cultural y/o plan de negocio se acopla más a la estructura de una mipyme, una ESAL o una cooperativa.

Recuerde que...



En el marco de la Ley de fomento a la cultura del emprendimiento, se están desarrollando proyectos de emprendimiento desde las Cámaras de Comercio, La Comisión Nacional de Televisión y el SENA.

Formulación, evaluación y gestión de proyectos culturales



Recuerde que...

La Ley 1014 de Fomento Cultural del Emprendimiento “prescribe la obligación de asignar recursos públicos para el apoyo de redes de emprendimiento debidamente registrados en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”. Ver: Capítulo 1, artículo 4, “obligaciones del Estado”

Una de las directrices generales de la Política de la diversidad cultural “busca hacer de la diversidad cultural y el ejercicio de la cultura los factores fundamentales del bienestar, la creatividad social y el desarrollo humano sostenible” Ver: Compendio de Políticas Culturales, Pág. 373.

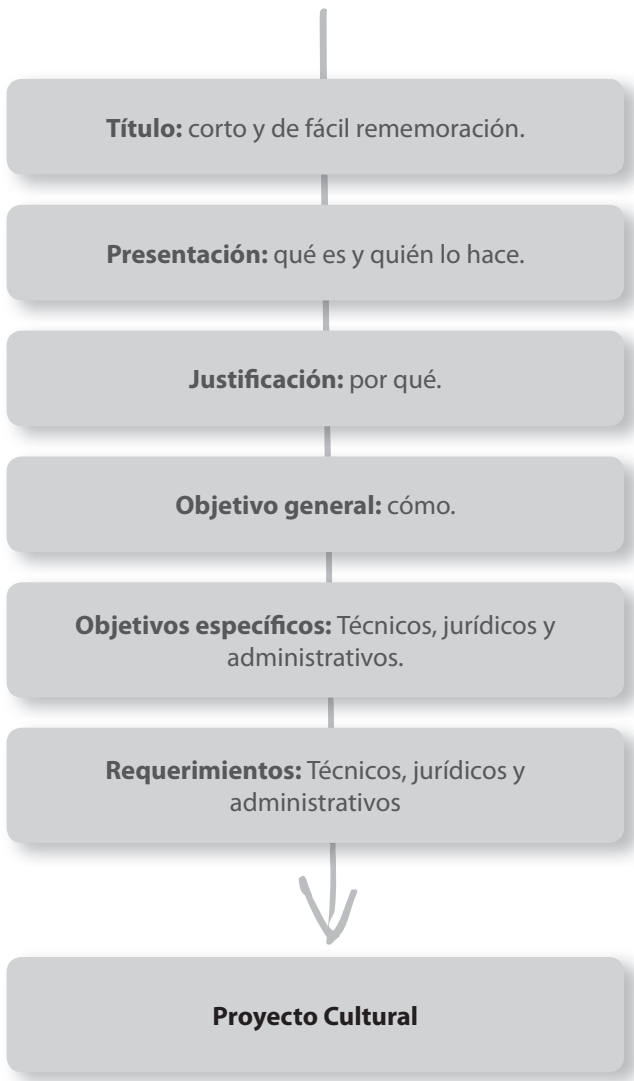
Las políticas de emprendimiento en Colombia afirman la naturaleza doble de la Industria Creativa: sus productos transmiten el perfil espiritual de una comunidad y preservan su identidad y al mismo tiempo obedecen a las reglas económicas de producción y de comercio.




Ejercicio práctico

Objetivo: Definir la idea cultural con miras de su gestión jurídica, técnica y administrativa.

De acuerdo con su **idea**. Sintetizar qué quiere hacer y porqué.



Recuerde que... 

Una de las Estrategias de la Política de la diversidad cultural busca “Fortalecer la capacidad social de los pueblos y comunidades para la gestión social de su patrimonio cultural y la apropiación y el manejo con autonomía de las tecnologías modernas de la información y la comunicación.” Ver: Compendio de Políticas Culturales, Pág. 374

Una buena gestión determina el quién y el cómo de cada una de los Objetivos Específicos. Así se aseguran metas posibles de acuerdo a las capacidades particulares.

La Ley General de Cultura establece que los Ministerios de Cultura y Educación de manera coordinada tiene la responsabilidad de “(...) orientar, coordinar y fomentar el desarrollo de la educación artística no formal (hoy denominada educación para el trabajo y desarrollo humano) como factor social, y señala a las casas de la cultura como centros de formación artístico y cultural”.



Ejercicio práctico

Conocer los contenidos de un Proyecto Cultural y aplicarlos a la idea particular, haciendo énfasis en la síntesis.

De acuerdo con su **idea**, sintetice en dos líneas cada uno de los componentes de su proyecto cultural.

A large, light gray rectangular area with rounded corners, containing numerous horizontal lines for writing. The lines are evenly spaced and extend across the width of the area, providing a template for text entry.

Formato proyecto cultural (Copia del docente)

Título: _____

Presentación: _____

Justificación: _____

Objetivo general: _____

Objetivos específicos: _____



Formato proyecto cultural (Copia del estudiante)

Título: _____

Presentación: _____

Justificación: _____

Objetivo general: _____

Objetivos específicos: _____

Plan de negocios con bienes culturales: formulación, evaluación y mercadeo (I)

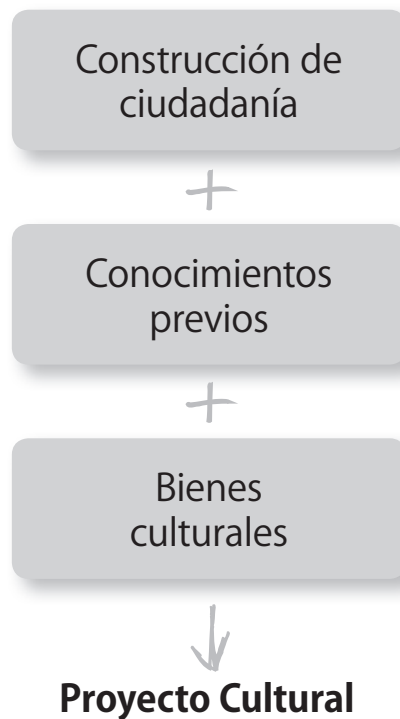


Objetivo

Identificar los elementos conceptuales básicos relacionados con la preparación previa para la formulación de un proyecto cultural y/o plan de negocios.

Proyecto Cultural

El Proyecto cultural es un instrumento que tiene como fundamento la planificación y la previsión de las distintas necesidades, medios y estrategias para el desarrollo exitoso de una Idea. Su elaboración permite concretarla respecto al contexto, a los recursos y a la gestión cultural. Un proyecto cultural, además de ser un instrumento de planificación, tiene el potencial de proveer insumos para las industrias creativas, y, de hecho, este aspecto lo diferencia sustancialmente de otros proyectos o ideas de negocio.



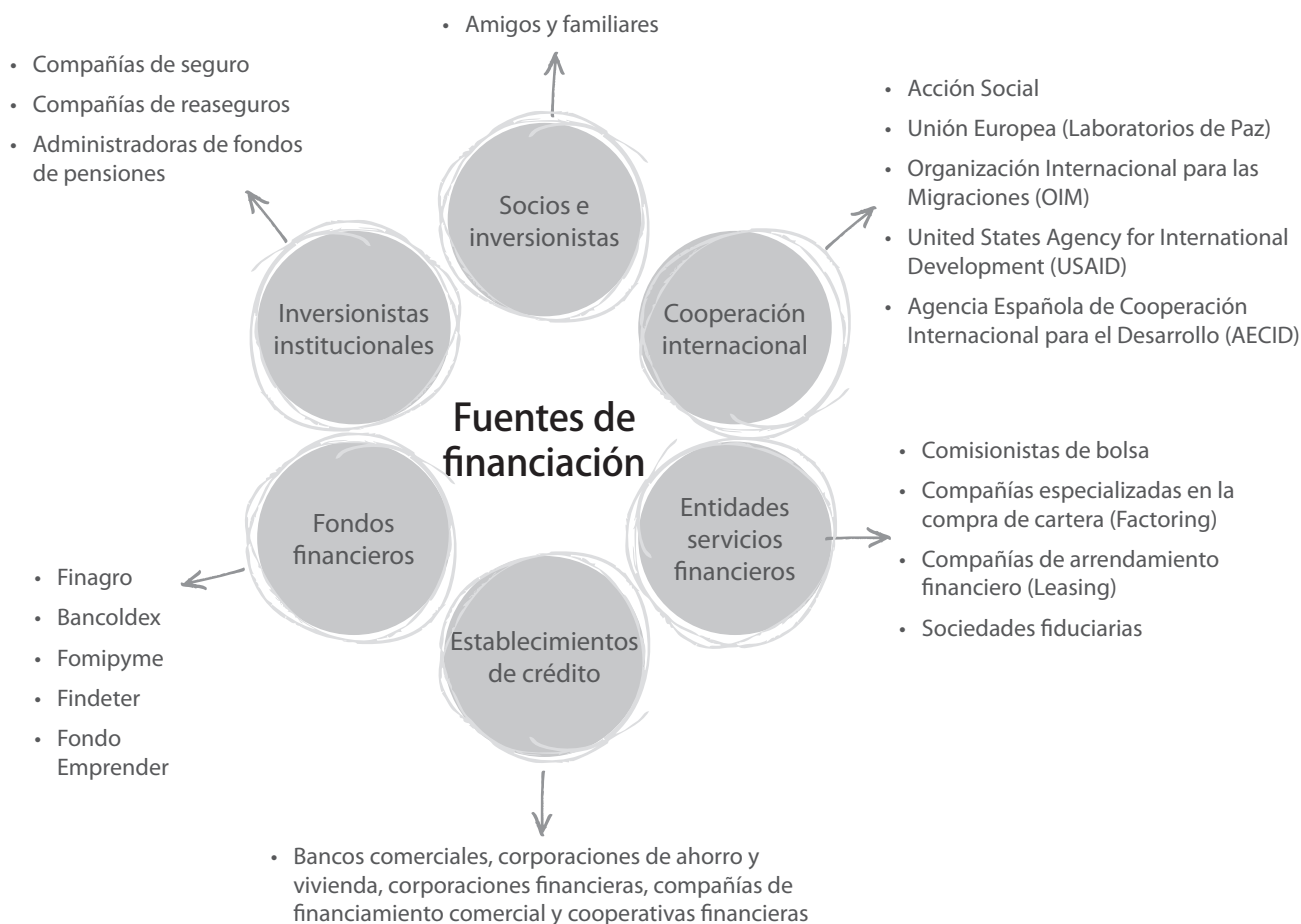
¿Qué es un plan de negocios?

Un plan de negocio es un documento que expone de manera ordenada los estudios de mercado, técnicos, organizacionales y financieros, legales, entre otros, con el propósito de establecer la viabilidad de un proyecto de carácter empresarial.

Recuerde que...



La formulación de un buen plan de negocios, aumentará la probabilidad de éxito empresarial, y le ayudará a buscar aportes de capital necesarios para la puesta en marcha de su negocio.



¿Conoce los diferentes tipos de formas jurídicas para la constitución de su empresa?

Desarrollo de la empresa individual

- Persona natural
- Empresa unipersonal
- Sociedad por acciones simplificada
- Fundación sin ánimo de lucro

Desarrollo de la empresa grupal

- Empresa asociativa de trabajo
- Sociedad por acciones simplificada
- Sociedad limitada
- Entidad sin ánimo de lucro
- Empresa asociativa de trabajo



Sabía usted que...

La ley 1429, o Ley de Formalización y Generación de Empleo, le brinda beneficios e incentivos para disminuir los costos de formalizarse y apoyarlos en el crecimiento de su negocio.

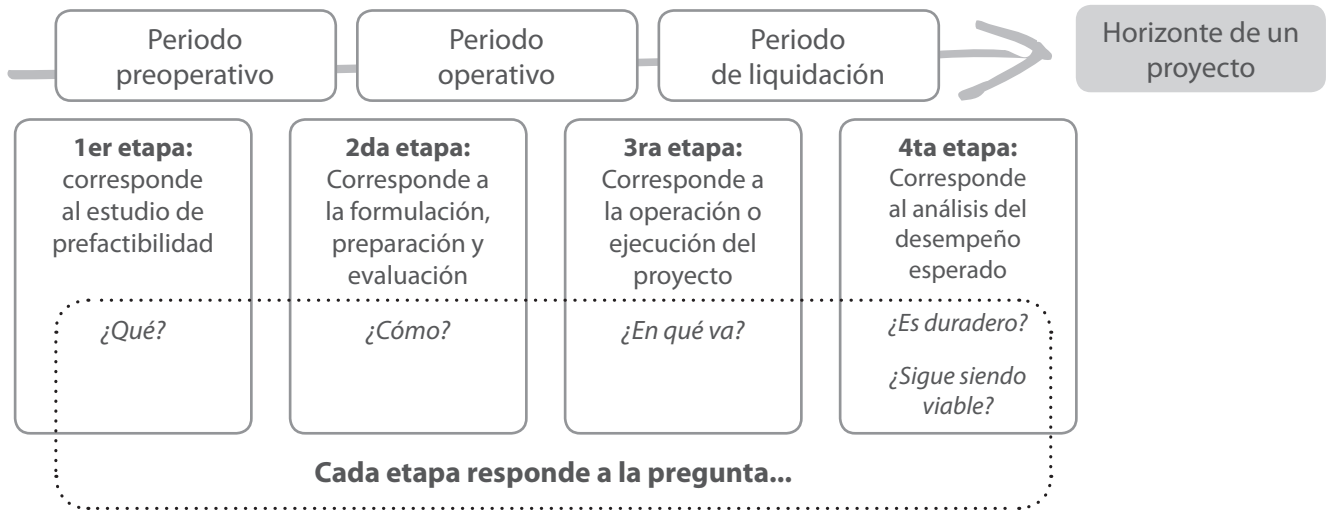


Conceptos financieros claves...

TIO. La Tasa Interna de Oportunidad, o también conocida como el costo de capital, hace referencia a la tasa mínima que espera un inversionista rente el proyecto.

VPN. El Valor Presente Neto hace referencia a la diferencia entre el valor actual de la inversión y la suma total de los flujos futuros descontados a valor presente.

TIR. La Tasa Interna de Retorno es la tasa con la cual descontados los flujos futuros de un proyecto su VPN es igual a Cero.



Ejercicio práctico

Por favor, ubique con criterio personal las fuentes relacionadas con planes de negocios y/o proyectos culturales. Por otra parte, adicione tres (3) nuevas fuentes de ideas para cada uno.

<ul style="list-style-type: none"> • Innovaciones tecnológicas • Necesidades locales • Construcción de ciudadanía • Fuentes de cooperación nacional e internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferias y eventos • Aprovechamiento de recursos públicos • Proyectos fracasados • Visibilizar manifestaciones culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del sector empresarial • Estudios técnicos • Recuperación de Bienes Culturales
---	--	---

Fuentes de plan de negocio	Fuentes de proyecto cultural

Plan de negocios con bienes culturales: formulación, evaluación y mercadeo (II)



Objetivo

Comprender los distintos componentes de un plan de negocios.

El *análisis de riesgos* constituye una herramienta fundamental para prevenir el fracaso en un proyecto de emprendimiento, puesto que nos permite identificar, evaluar, analizar y monitorear aquellos factores, tanto internos como externos, que ponen en riesgo la continuidad del proyecto empresarial; minimizando así las pérdidas y logrando un mejor aprovechamiento de las oportunidades.

Los *riesgos* pueden darse estar presentes en un contexto político, cultural, social, legal, ambiental, entre otros.

La identificación de oportunidades y amenazas en el entorno, así como la identificación de las debilidades y fortalezas propias de la empresa, permiten obtener resultados mucho más efectivos y aumentan la probabilidad de éxito empresarial.



La *selección del tipo de forma jurídica para la constitución de la empresa* debe estar determinada en parte por el alcance del proyecto, el tamaño de mercado y las condiciones técnicas de la empresa.

Además de la selección del tipo de forma jurídica de la empresa, en esta etapa se debe establecer la estructura organizacional de la empresa. Está permitirá identificar los distintos niveles de jerarquía, los procesos o áreas administrativas involucrados, así como la naturaleza de la empresa.

Es la descripción de perfil personal de cada uno de los/las miembros del equipo: sus condiciones humanas, experiencia, conocimientos y/o saberes.

Además, en ellas se describe la motivación que los inspiró para continuar con el proyecto.



En esta etapa se establecen las funciones y responsabilidad de todos los miembros del equipo de trabajo.



La evaluación financiera del proyecto hace parte de la última etapa del plan de empresas. Esta permite evaluar la viabilidad financiera del proyecto, es decir, nos permite conocer si el proyecto será económicamente rentable para los gestores a partir del monto de los aportes iniciales de capital requeridos por el proyecto.

Los criterios financieros más comunes para la evaluación de proyectos son el TIO, VPN y la TIR.

Describe en detalle el monto de capital o dinero que se requiere para poner a operar el proyecto, permitiendo así, identificar las necesidades puntuales de capital. En general, estas inversiones pueden estar concentradas mayoritariamente en activos fijos (terrenos, edificaciones, equipos y maquinaria, etc.) y capital de trabajo (mano de obra, materia prima, etc.).

Por otra parte, es importante identificar las fuentes de capital y la proporción de sus aportes. Por ejemplo, contribución propia, bancos, capital semilla, etc.



Ejercicio práctico

Explique qué tipo de relación existe entre el estudio de mercado y el análisis económico financiero del plan de negocios:

Si los criterios financieros de decisión de un inversionista para aceptar un plan de negocios generalmente son:

Indicador	Acepta	Rechaza
VPN	≥ 0	< 0
TIR	$\geq TIO$	$< TIO$

¿Qué tipos de planes de negocio no cumplirían con estos criterios y no serían aceptados?

Explique.

Taller para elaboración de un proyecto cultural y/o plan de negocios (I)



Objetivo

Apropiarse de los conceptos básicos de un plan de negocios mediante talleres.



Taller No. 1

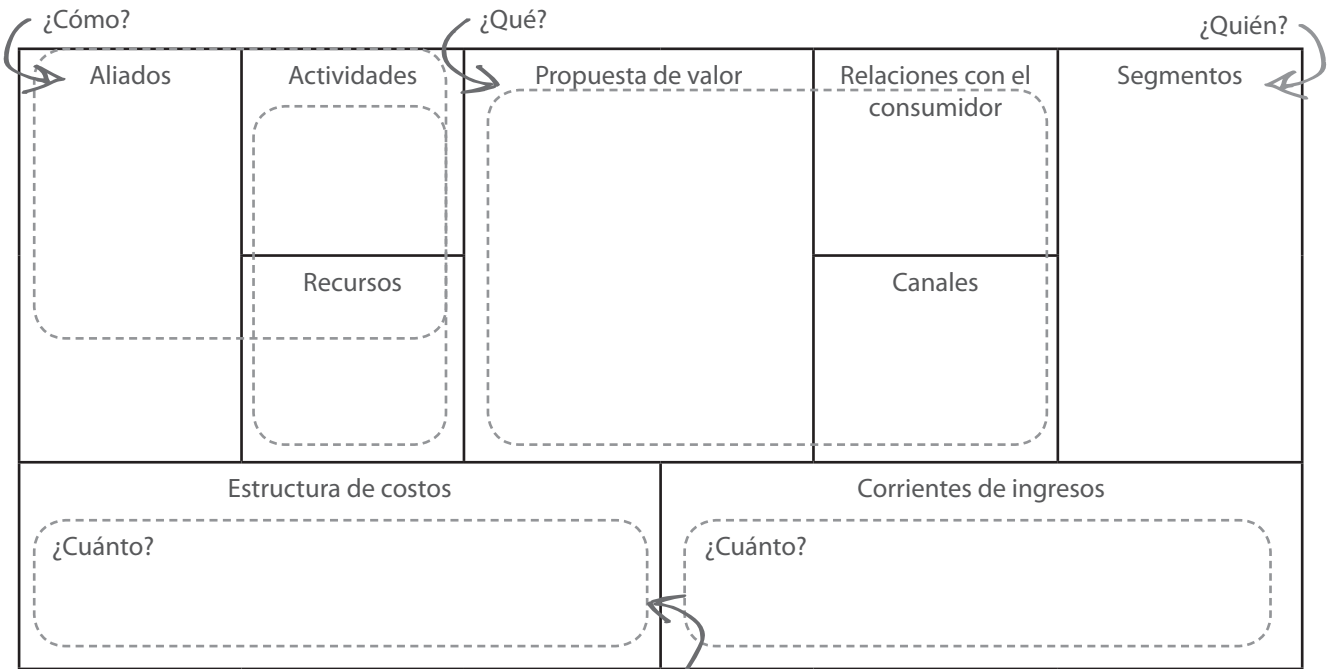
Criterios		Idea 1	Idea 2	Idea 3	Idea 4	Idea 5
Mercado	Alta demanda en la zona					
	Potencial de crecimiento del mercado					
	Disposición de pago por el producto					
	Productos sustitutos					
Técnico	Proveedores locales					
	Capacidad técnica propia de producción					
	Existirá un factor diferenciador respecto a la competencia					
Financiero	Capacidad para cubrir la inversión inicial					
	Existe un margen de ganancia atractivo					
	Facilidad de acceso a recursos financieros					
Total de puntos						

Criterios de calificación de puntos según su relación:

- 1: Muy Mala/Bajo
- 2: Mala/Bajo-Medio
- 3: Regular/Medio
- 4: Buena/Medio-Alto
- 5: Muy buena/Alto



Taller No. 2



Modelos de negocio (Metodología Canvas)



Taller No. 3

¿En qué medida la situación actual del mercado mejora la probabilidad de éxito de mi idea de negocio?

Describe brevemente el mercado objetivo al que pretende atender o llegar

Describe las necesidades que pretende satisfacer con el producto/servicio cultural

Describe puntualmente la manera mediante la cual su producto/servicio cultural cubre las necesidades identificadas en el párrafo anterior

Taller para elaboración de un proyecto cultural y/o plan de negocios (II)



Objetivo

Apropiarse de los conceptos básicos de un plan de negocios mediante talleres.



Taller No. 4

Matriz DOFA	
Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Amenazas

Relación	Estrategias
<p>FO (Usar fortalezas para aprovechar las oportunidades)</p>	
<p>DO (Superar las debilidades y aprovechando las oportunidades)</p>	
<p>FA (Usar las fortalezas para evitar las amenazas)</p>	
<p>DA (Reducir las debilidades y evitar las amenazas)</p>	



Taller No. 5

Para las dos siguientes alternativas de inversión calcule: la utilidad, el valor presente neto (VPN) y la tasa interna de retorno (TIR).

Período	Proyecto A	Proyecto B
0	-2.000.000	-500.000
1	500.000	100.000
2	500.000	200.000
3	400.000	300.000
4	500.000	400.000
5	2.500.000	1.000.000
TIO	10%	10%

Criterio	Proyecto A	Proyecto B
Utilidad		
VPN		
TIR		

¿En cuál de los dos proyectos invertiría? Explique brevemente su decisión de inversión.

Plan de Negocios con Bienes Culturales y Patrimoniales (Copia para el docente)

“Nombre de la empresa”

Empresario/a: _____

Dirección: _____

Teléfono fijo: _____

Celular: _____

Ciudad: _____

Correo electrónico: _____

Tabla de contenido

Resumen ejecutivo

1. La empresa
 - 1.1. Definición del producto/servicio cultural
 - 1.2. Modelo de negocios
 - 1.3. Estudio de mercado
 - 1.4. Aspectos técnicos del proyecto
 - 1.5. Aspectos legales y administrativos
 - 1.6. Análisis estratégico
 - 1.7. Análisis de riesgos
2. El empresario o gestor cultural
 - 2.1. Competencias personales
 - 2.2. Funciones y responsabilidades
3. Análisis económico financiero
 - 3.1. Plan de inversiones
 - 3.2. Evaluación financiera del proyecto





Prosperidad
para todos

Universidad de
los Andes



1.7. Análisis de riesgos

2. El empresario o gestor cultural

2.1. Competencias personales



Plan de Negocios con Bienes Culturales y Patrimoniales (Copia para el estudiante)

“Nombre de la empresa”

Empresario/a: _____

Dirección: _____

Teléfono fijo: _____

Celular: _____

Ciudad: _____

Correo electrónico: _____

Tabla de contenido

Resumen ejecutivo

1. La empresa

- 1.1. Definición del producto/servicio cultural
- 1.2. Modelo de negocios
- 1.3. Estudio de mercado
- 1.4. Aspectos técnicos del proyecto
- 1.5. Aspectos legales y administrativos
- 1.6. Análisis estratégico
- 1.7. Análisis de riesgos

2. El empresario o gestor cultural

- 2.1. Competencias personales
- 2.2. Funciones y responsabilidades

3. Análisis económico financiero

- 3.1. Plan de inversiones
- 3.2. Evaluación financiera del proyecto

1.7. Análisis de riesgos

2. El empresario o gestor cultural

2.1. Competencias personales



Módulo I.

Análisis y afinamiento del marco legal de los proyectos culturales y/o planes de negocio elaborados en Fase I

Módulo II.

Perfeccionamiento de cada proyecto y/o plan de negocios respecto al concepto de desarrollo comunitario y apropiación social de la cultura y del patrimonio

Módulo III.

Revisión de los modelos organizacionales de los proyectos culturales y planes de negocios elaborados en Fase I

Módulo IV.

Metodología para la presentación oral del Proyecto Cultural.

Módulo V, VI.

Recomendaciones metodológicas para la presentación oral de planes de negocio

Análisis y afinamiento del marco legal de los proyectos culturales y/o planes de negocio elaborados en Fase I



Objetivo

Las metas que usted ha logrado hasta este punto son muchas...

El objetivo de este módulo es recordarle **la normatividad relacionada con la cultura**, uno de los ejes fundamentales en la gestión cultural, **en el momento de elaboración de su proyecto cultural o plan de negocios**.

Recuerda que...



Según el Manual para la Gestión de la Cultura, la gestión cultural se puede definir como “la administración de los recursos de una organización cultural, con el objetivo de ofrecer un producto o servicio que llegue al mayor número de público o consumidores, procurándoles la máxima satisfacción”. (Manual para la Gestión de la Cultura, p. 7)

Por ejemplo, la Ley General de Cultura (Ley 374 de 1997) ofrece puntos clave para el gestor o la gestora cultural que quiera emprender un proyecto o plan de negocios:

Artículo 1:

- Define desde la ley lo que se entiende por cultura
- Con base en el principio constitucional de multiculturalidad, también reconoce derechos especiales de ciertos grupos étnicos y lingüísticos.
- Los recursos públicos invertidos en cultura hacen parte del gasto público social.
- El Estado tiene a su cargo el fomento de la infraestructura cultural.
- El Estado reconoce al *creador*, al *gestor* y al *receptor* cultural para formular su política cultural.

Artículo 2

- El Estado tiene dos funciones frente a la cultura: a) preservación del Patrimonio Cultural de la Nación, y, b) Apoyo y estímulo para quienes promuevan las diferentes manifestaciones culturales a nivel local, departamental o nacional.

Artículo 4 (modificado por Ley 1185 de 2007, Artículo 1)

- Define aquello que integra el Patrimonio Cultural de la Nación
- Según la ley son: *“La lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, filmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico.”*
- Se prevé un Plan Decenal de Cultura armónico con el Plan nacional de Desarrollo
- Prevé la inclusión de bienes materiales e inmateriales dentro del Patrimonio Cultural de la Nación.

Artículo 11 (modificado por Ley 1185 de 2007. Artículo 7)

- Habla de la *protección y manejo* de los bienes de interés cultural
- Prevé la incorporación, una vez es declarado el bien como de interés cultural, de un Plan Especial de Manejo y Protección (PEMP) del mismo
- Define *intervención* como *“todo acto que cause cambios”* en los bienes de interés cultural o *“que afecté el estado del mismo”*, y regula los casos y condiciones para que se pueda producir dicha intervención
- Prohíbe la *exportación* de bienes de interés cultural, salvo temporalmente por autorización de autoridad competente por un máximo de 3 años.
- Prevé que para *enajenar* un bien de interés cultural, este se ha de ofrecer primero a la entidad que lo declaró como de interés cultural.
- Define lo que constituye el patrimonio cultural inmaterial (ley 1185 de 2007. Artículo 8)
- Prevé la creación de la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial
- Le corresponde al Ministerio de Cultura y al ICAHN definir las herramientas que identifiquen a un bien cultural inmaterial.
- En dicha definición, habrá participación de las comunidades.

“La inclusión de manifestaciones en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial, deberá contar, según el caso, con el concepto previo favorable del Consejo Nacional de Patrimonio Cultural, o de los respectivos Consejos Departamentales o Distritales de Patrimonio cultural.”



Ejercicio práctico: “La normatividad y yo”

Con lo anterior en mente, trabaje con tres compañeros más y discuta si su proyecto cultural o plan de negocios sigue la normatividad cultural planteada durante este módulo (Fase I y Fase II). Tenga en cuenta:

- Ejemplo de la Ley General de Cultura citado en la página anterior
- Leyes, decretos y planes nacionales del Ministerio de Cultura que cobijan su proyecto cultural o plan de negocios
- Posibilidades y límites de la normatividad cultural y multiétnica para su proyecto o plan de negocios.

Desarrollo de la actividad



Ejercicio práctico: “Evaluemos nuestros proyectos de gestión cultural y/o plan de negocios”

Ahora, cambie de grupo y reúnase con cuatro nuevos compañeros. El objetivo de la actividad es que Usted y su grupo **evalúen un proyecto de gestión cultural y/o plan de negocios que haya sido puesto en marcha dentro de su comunidad**, teniendo en cuenta, ante todo, la manera cómo éste ha seguido legislación cultural y la referente a la diversidad étnica de la nación y la inclusión de derechos para todas las poblaciones.

Recuerde: ¿Qué leyes y decretos lo cobijan? ¿Sigue la normatividad nacional frente a patrimonio cultural y diversidad étnica? ¿Qué fuentes lo han financiado?

Perfeccionamiento de cada proyecto y/o plan de negocios respecto al concepto de desarrollo comunitario y apropiación social de la cultura y del patrimonio



Objetivo

Perfeccionar los conceptos básicos sobre desarrollo local y apropiación social de la cultura y el patrimonio cultural pertinentes para el proyecto cultural y/o plan de negocios.

Puntos claves del desarrollo local para revisar en proyectos culturales y planes de negocios

Competitividad para la internacionalización

- Generación y difusión de tecnología
- Formación de recursos humanos
- Promoción de exportaciones
- Crédito
- Integración de las cadenas productivas
- Restricciones institucionales o regulatorias
- Infraestructura

Descentralización y desarrollo local

- Según la Constitución Política de 1991,
- Los departamentos tienen autonomía para la administración de los asuntos seccionales y la planificación y la promoción del desarrollo económico y social dentro de su territorio (art. 298).
 - Los municipios deben prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes (art. 311).

Política de más y mejores empleos

- Generar empleos y mejorar la calidad de los puestos de trabajo.
- Aumentar la competitividad y las condiciones de empleo en las pequeñas unidades productivas.
- Aumentar la calificación de la oferta laboral.
- Poner en marcha programas de capacitación para facilitar la incorporación al mercado de trabajo de la sociedad civil, grupos étnicos y comunidad discapacitada.



Ejercicio práctico

Evalué su proyecto cultural y/o plan de negocios según los tres puntos claves del desarrollo local:

- ¿Se proyecta con miras a una internacionalización?
- ¿Existen en su región estrategias descentralizadas de desarrollo que incluyan su producto cultural?
- ¿Cómo aplica la política de más y mejores empleos en su proyecto cultural y/o plan de negocios?



Recuerda que...

El desarrollo económico local es promovido en el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014



Ejercicio práctico

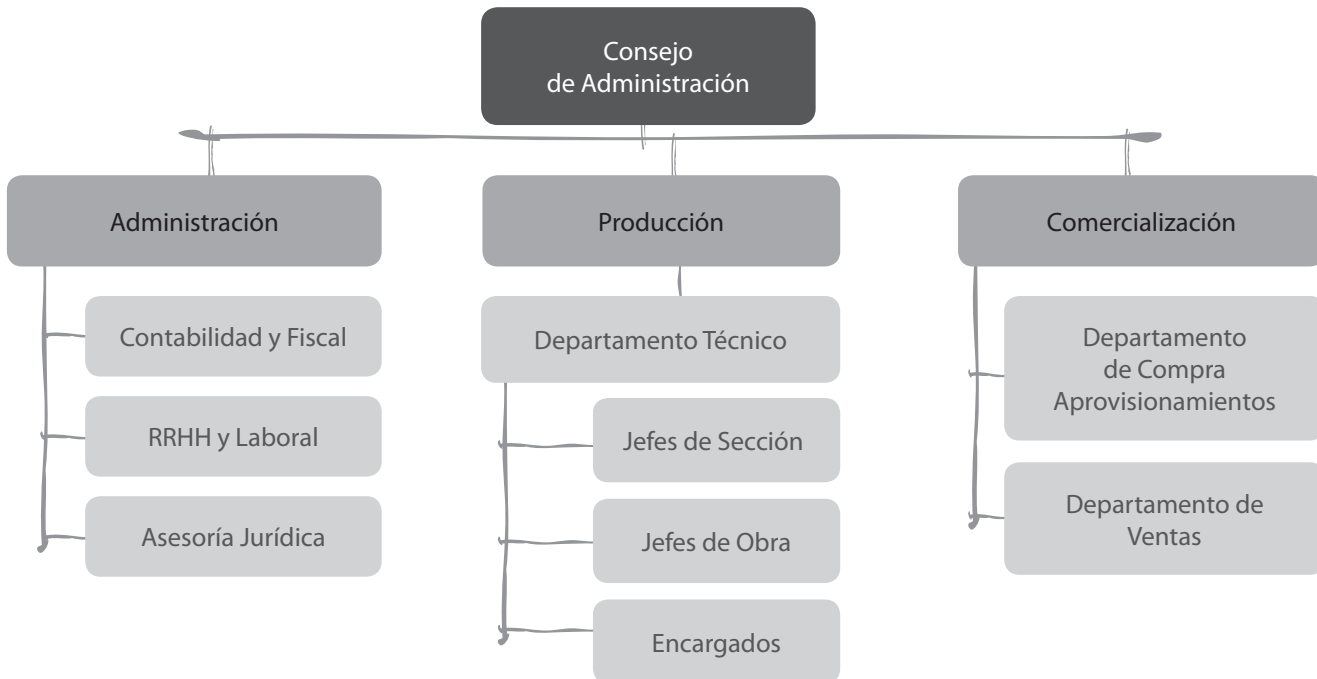
Ajuste su proyecto cultural y/o plan de negocios a las políticas nacionales de desarrollo local y regional. Realice el diagrama de su proyecto cultural y/o plan de negocios con el fin de medir la conexión entre las estrategias de desarrollo nacional y las estrategias de desarrollo local.

Revisión de los modelos organizacionales de los proyectos culturales y/o planes de negocios elaborados en Fase I



Objetivo

Aplicar estrategias organizacionales en la administración de las empresas culturales.



El plan de organización y recursos humanos tiene como finalidad analizar, seleccionar, evaluar y controlar los recursos humanos en la empresa. Para ello, deberá elaborar un organigrama y definir las funciones, tareas, responsabilidades y perfil de cada puesto de trabajo, así como las políticas de selección, contratación, formación y motivación del personal. Además se establecerán canales de comunicación con los trabajadores y políticas de detección y resolución de conflictos.



Ejercicio práctico

Defina cada una de las funciones y actividades necesarias para la organización administrativa de su empresa cultural. Luego realice el organigrama de recurso humano de su empresa.

Metodología para la presentación oral del Proyecto Cultural

1

Retome y apóyese en el ejercicio de síntesis realizado en el Módulo IV- Fase I y con él defina de manera precisa la información que pretende compartir.

2

Articule a su justificación el avance realizado en normatividad, desarrollo local y organización empresarial de la Fase II.

3

Enuncie sus estrategias de gestión administrativa, técnica y de financiación redactadas en la Fase I.

Recuerde que...



Al final de su presentación debe quedar claro qué va a hacer, por qué y cómo.

Tenga en cuenta:

la síntesis no es pobreza de palabras es fortaleza comunicativa

Recomendaciones metodológicas para la presentación oral de planes de negocio

- Recuerde que al exponer un plan de negocios siempre estará ante potenciales inversiones. Siéntase seguro de lo que dice y trate de ser claro y objetivo.
- Si usa ayudas visuales en su presentación, asegúrese de que éstas sean sencillas y no concentren la atención del público.
- Utilice un lenguaje claro y moderado, procure no utilizar términos técnicos a no ser que sean necesarios.
- Asegúrese de mostrar la idea de negocio de manera precisa. Utilice información pertinente como soporte de su idea de negocio.
- Estructure una presentación que haga énfasis en el análisis de mercado y la evaluación financiera del proyecto.
- Mencione claramente la cantidad de capital que requiere la empresa para comenzar a operar, y qué porcentaje de esa inversión inicial podría ser cubierta por usted.
- Y por último, no olvide señalar la manera en que su producto/servicio es innovador, altamente diferenciado, y cuál sería el beneficio de un potencial cliente si comprara ese bien o servicio.

Formato proyecto cultural (Copia del docente)

Título: _____

Presentación: _____

Justificación: _____

Objetivo general: _____

Objetivos específicos: _____



Formato proyecto cultural (Copia del estudiante)

Título: _____

Presentación: _____

Justificación: _____

Objetivo general: _____

Objetivos específicos: _____

Plan de Negocios con Bienes Culturales y Patrimoniales (Copia para el docente)

“Nombre de la empresa”

Empresario/a: _____

Dirección: _____

Teléfono fijo: _____

Celular: _____

Ciudad: _____

Correo electrónico: _____

Tabla de contenido

Resumen ejecutivo

1. La empresa
 - 1.1. Definición del producto/servicio cultural
 - 1.2. Modelo de negocios
 - 1.3. Estudio de mercado
 - 1.4. Aspectos técnicos del proyecto
 - 1.5. Aspectos legales y administrativos
 - 1.6. Análisis estratégico
 - 1.7. Análisis de riesgos
2. El empresario o gestor cultural
 - 2.1. Competencias personales
 - 2.2. Funciones y responsabilidades
3. Análisis económico financiero
 - 3.1. Plan de inversiones
 - 3.2. Evaluación financiera del proyecto



1.7. Análisis de riesgos

2. El empresario o gestor cultural

2.1. Competencias personales



2.2. Funciones y responsabilidades

3. Análisis económico financiero

3.1. Plan de inversiones



Plan de Negocios con Bienes Culturales y Patrimoniales (Copia para el estudiante)

“Nombre de la empresa”

Empresario/a: _____

Dirección: _____

Teléfono fijo: _____

Celular: _____

Ciudad: _____

Correo electrónico: _____

Tabla de contenido

Resumen ejecutivo

1. La empresa
 - 1.1. Definición del producto/servicio cultural
 - 1.2. Modelo de negocios
 - 1.3. Estudio de mercado
 - 1.4. Aspectos técnicos del proyecto
 - 1.5. Aspectos legales y administrativos
 - 1.6. Análisis estratégico
 - 1.7. Análisis de riesgos
2. El empresario o gestor cultural
 - 2.1. Competencias personales
 - 2.2. Funciones y responsabilidades
3. Análisis económico financiero
 - 3.1. Plan de inversiones
 - 3.2. Evaluación financiera del proyecto

1.7. Análisis de riesgos

2. El empresario o gestor cultural

2.1. Competencias personales

2.2. Funciones y responsabilidades

3. Análisis económico financiero

3.1. Plan de inversiones



Plan de Negocios con Bienes Culturales y Patrimoniales

"Flujo de caja proyectado"

Empresa: _____



Prosperidad para todos



33,0%	Tasa impositiva	Periodo Inicial	Año 1														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
		-															
		No llenar															
		No llenar															
		-															
		No llenar															
		No llenar															
		No llenar															
		No llenar															
		No llenar															
		-															
		No llenar															

Emprendimiento cultural para el desarrollo local

Ministerio de Cultura

Grupo de Emprendimiento Cultural
www.mincultura.gov.co

Universidad de los Andes

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA