



INFORME LA GESTIÓN 2017 CORPORACIÓN ARTE ÚNICO

El objetivo de esta planeación en el cumplimiento de los objetivos de la Corporación Arte único, en el año 2017 se realizaron las siguientes actividades, eventos y se presenta el informe final.

1. Planeación, ejecución, realización del evento Viarte; como evento oficial de la corporación y la que le insertamos una agenda cultural y académica.

FECHAS: Del 2 de Febrero al 30 de agosto.

Diseño y puesta en marcha de estrategias de formación dirigidas a agentes encargados de la circulación, comercialización y distribución de los productos y servicios relacionados con la Corporación.

Para ello se cuenta con una agenda académica que este en movimiento como mínimo tres meses antes del evento principal de VIARTE. Esta agenda está dirigida a la capacitación de artistas en temas relacionados con la producción y circulación de sus productos culturales en el sector artístico y cultural; igualmente se actualizan en técnicas artísticas.

2. Realización de Agenda Viarte proyecto LEO para la lectura, la escritura y la oralidad.

FECHAS: del 24 de julio al 30 de noviembre.

Presentamos varios proyectos nuevos como agenda Leo, talleres de artes plásticas para PP, fortalecimiento de la corporación con la secretaria de participación y el colegio mayor.

FECHAS: Del 2 de febrero al 30 de junio.

Generación de estrategias de mercadeo que apunten al fortalecimiento de plataformas para la distribución, circulación y comercialización de productos y servicios culturales de los sectores mencionados.

La estrategia para este punto, es la pre-inauguración para el lanzamiento de VIARTE, con invitaciones solo para galerías, coleccionistas, mediadores y medios de comunicación. Este será el espacio para propiciar oportunidades que sirvan para fortalecer a los distintos protagonistas de la cadena de valor de las artes plásticas y visuales.

3. Realización de talleres de arte plásticas con presupuesto participativo.

FECHAS: del 2 agosto al 15 de noviembre.

Se realizaron estos talleres para la formación de públicos en el arte, enfocados a población de la comuna 14 el poblado y de los 12 a los 28 años.



4. Montaje, realización y ejecución de 3 nuevas exposiciones en los sitios no convencionales.

Se convocan entre 6 y 8 artistas para realizar las exposiciones individuales y colectivas, en varios sitios como los hoteles, restaurantes y centros comerciales de la ciudad.

FECHAS: del 2 febrero al 30 diciembre.

Desarrollo y fortalecimiento de plataformas de distribución y comercialización de productos y servicios de los sectores mencionados. Para la proyección de los artistas visuales vinculados con la corporación.

En este punto la plataforma es el evento principal de GALERIA ARTE ÚNICO de cuatro (4) Exposiciones y que se viene fortaleciendo cada año a través de actividades que promueven la comercialización de obras de arte, la proyección de artistas y la formación cultural de públicos. Para ello, también se contará con una agenda cultural en tres momentos: un antes, un durante y un después de VIARTE, que permitirá la proyección de las diferentes expresiones artísticas y culturales.

Entre las acciones pre-eventos se tienen:

- Nombrar unos responsables o coordinadores para cada uno de los puntos
- Conseguir nuevos contactos, más ventas y potenciar las relaciones públicas ante los medios de comunicación.
- Definir el público objetivo. Es decir, ¿con qué visitantes se quieren contactar? Pues en función del perfil de ese público se hará diferentes acciones de comunicación antes, durante y después del evento central.
- Conseguir información del perfil de los invitados al evento.
- Comprobar que las fechas de celebración de la feria no coincide con otras competitivas que puedan restar importancia a VIARTE.
- Reservar el espacio de exposición.
- Fijar el presupuesto del que se dispone.
- Diseñar el programa de comunicación/publicidad para la captación de visitantes.
- Preparar la documentación técnica y comercial que se va a entregar en el salón.
- Contratación de mobiliario, decoración floral, suministros de electricidad, etc.
- Iniciar la campaña de captación de los visitantes: Contratar publicidad en prensa especializada, redactar artículos de prensa y dossier de prensa, catálogo de expositores, carteles y vallas en el recinto ferial, intensificar contactos con la prensa (publicación de reportajes, artículos, novedades).

Calle 42 # 63ª – 198 OF 1003 Teléfonos: 2359795 - 314 6182771

Comunicaciones@arteunicogaleria.com

info@arteunicogaleria.com

www.arteunicogaleria.com

-Supervisar la producción de folletos, catálogos, carpetas y tarjetas de invitación, etc.

-Comprobar la recepción de invitaciones, pases expositores, tarjetas de parking, etc.

Continuar la campaña de captación de visitantes. Por ejemplo: envío de invitaciones personales a los clientes actuales o potenciales más importantes, e-mails a todo el público objetivo de la empresa, notas de prensa en las principales revistas especializadas del sector, ya que permite promocionar de forma gratuita los productos de la empresa, presencia activa en las redes sociales y en las nuevas tecnologías.

-Elaborar fichas de contacto de visitantes para crear bases de datos.

-Contratación del personal requerido para VIARTE.

-Convocar reunión informativa-formativa con el personal que va a estar en el stand con el fin de recordarles los objetivos que se persiguen, asignar tarjetas, repasar las técnicas de venta y comportamiento en el stand, establecer incentivos, etc.

-esbozar el presupuesto y las tareas específicas que se necesitan para la organización del evento.

-Reuniones y acuerdos con las entidades patrocinadoras y con las entidades aliadas.

-Hacer la convocatoria a los artistas plásticos y visuales, como también se buscaran nuevos grupos artísticos para proyectar.

EJECUCIÓN:

En esta etapa se desarrollara las actividades anteriormente planificadas para el cumplimiento del objetivo general:

1. agenda académica:

Tradicionalmente la agenda académica de VIARTE se ha conceptualizado como un evento académico dentro del mismo evento, situación que ha dado origen mismo a una agenda académica más fortalecida. Hoy por hoy se quiere que este tipo de evento forme parte de un espacio mucho más amplio, abierto y flexible que no sólo involucre el gremio académico sino también otros sectores del sector artístico y cultural, sectores que con otras lógicas y metodologías de contar, hacer y explicar la industria del arte, enriquecen la experiencia cotidiana y la memoria cultural de la sociedad.

Por lo anterior, con la agenda académica VIARTE 2017 se pretende seguir fortaleciendo este espacio dedicado al dialogo e intercambio de conocimiento en torno a temas centrales en relación a las artes plásticas y visuales. Para ello se pretende contar con la presencia de Maestros de larga trayectoria en el ámbito artístico que se encarguen de las conferencias y conversatorios

programados en la agenda académica. También se harán alianzas con universidades y centros artísticos para formar públicos antes del evento principal de VIARTE; de modo que la agenda académica de la séptima versión de viarte comenzara a moverse como evento previo al evento principal.

Actividades agenda académica:

Conversatorio: cantidad dos (2) Espacio de diálogo e intercambio de experiencias en relación a los desafíos del mercado de las artes plásticas y visuales, por parte de expertos en el tema.

Capacitación: dos (2) Presentación a cargo de un Maestro en artes plásticas con amplia trayectoria y experiencia innovadora destacada que presentan temas de relevancia para la producción y comercialización de arte.

Presentación de libros y revistas: dos (2) Actividad transversal al evento orientada al reconocimiento y promoción de la lectura y la cultura.

Talleres: (2) Pretenden actualizar a los artistas en técnicas básicas de su hacer.

Visitas guiadas a los museos concertados (2)

EVALUACIÓN:

En esta etapa se evaluara y organizara toda la información recolectada y el seguimiento realizado durante todo el proceso de las actividades ejecutadas en VIARTE 2018, para entrega del informe final al Ministerio de Cultura. Como base de datos de artistas, alianzas con entidades nuevas, registros fotográficos, entrevistas realizadas, pruebas de difusión y promoción del evento, etc. y se hará una reunión de resultados finales con el equipo de trabajo.

Actividades de evaluación

-Hacer un análisis e interpretación de las encuestas que se aplicaran al final del evento principal, con el fin de mejorar en futuras versiones. Tales encuestas estarán dirigidas a los artistas expositores y a los invitados de la rueda de negocios, así mismo como a visitantes al azar.

-Reunión inmediata con el personal del stand para hacer una primera evaluación del evento y analizar el contenido de las fichas-contacto recogidas.

-Realizar acciones como agradecer con un e-mail personalizado la visita al evento.

-Realización del informe final de la participación. En él se reflejarán los resultados obtenidos comparándolos con los objetivos que se habían previsto en un principio, recomendaciones y sugerencias para mejorar participaciones futuras y una valoración de la utilidad del evento.

-Envío de notas de prensa a los medios de comunicación y social media con los resultados obtenidos en el evento.

PRESUPUESTOS Y REALIZADO.

1. VIARTE	2. LEO	3. TALLE RES ARTES	4. EXPOSICIONES	5. VENTAS DE OBRAS
COSTO \$ 52.000.000	COSTO \$ 55.000.000	COSTO \$ 8.000.000	COSTO \$ 4.000.000	\$ 13.365.000
VENTAS \$ 54.000.000	BECA 55.000.000	BECA \$ 8.000.000	DONACION \$ 10.000.000	

Realizado:



Yolanda del Socorro Cárdenas

-Directora