

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN



Maestría en Administración

Plan estratégico para el fortalecimiento de la asociación civil Unión por la Cultura y el Arte de México, Tijuana B.C.

Director de Tesis: Dr. Robert Zarate

PRESENTA

Ángel de Jesús Moreno Olvera

Tijuana Baja California.

Índice

Introducción	4
Capítulo I: Antecedentes	5
1.1 Antecedentes históricos en Baja California	5
1.1.1 Inicios de las expresiones artísticas en Baja California (1952-1989).....	5
1.1.2 Estrategia y promoción de arte y cultura entre las dos fronteras.	7
1.1.3 Proyectos de fomento de arte y cultura en otros países.	8
1.2 Problema de investigación	11
1.3 Objetivo General	12
1.4 Objetivo Especifico	12
1.5 Preguntas de Investigación	12
1.6 Justificación	13
Capítulo II: Marco Contextual	14
2.1 El Arte y Cultura en Baja California	14
2.2 Instituciones Tutelares de Cultura y Arte de Baja California	19
2.2.1 Proyectos de arte independiente.	20
2.3 Diversidad Cultural y Expresiones Artísticas	21
2.4 Unión por la Cultura y el Arte de México (UCAM)	21
Capítulo III: Marco Teórico	22
3.1 Planeación Estratégica	22
3.1.1 Definición de Planeación Estratégica.	22
3.2 Estructura del Plan Estratégico	24
3.3 Modelos de Plan Estratégicos	25
3.3.1 Diagnostico Estratégico Ansoff.....	25
3.3.2 Estrategias Competitivas Genéricas de Porter	26
3.3.3 La Estrategia de Océanos Azules, Chan Kim, Mauborgne, Renne.	29
3.4 La Economía de la Cultura	30
3.5 Instituciones de fomento al Arte y Cultura en Tijuana	31
3.6 Políticas públicas de Arte y Cultura	32
3.6.1 Plan de desarrollo Nacional	32
3.6.2 Plan Nacional de desarrollo social.....	33
3.6.3 Secretaria de Desarrollo Social en el estado de Baja california	33
3.6.4 Plan del Consejo Nacional para la Cultura y el Arte	34
3.6.5 Normas y leyes sobre el arte a nivel del Estado y del País.....	37
3.6.6 Asociación civil.....	37
3.7 Programas y fomento de Arte y Cultura en Baja California	38
3.8 Gestión de cultura en Organización no lucrativas	40

3.8.1 Concepto de Gestión.....	40
3.8.2 Organizaciones no lucrativas.....	40
3.9 El Artista Emergente	42
3.9.1 Definición.....	42
3.9.2 Enfoque teórico	43
3.9.3 Exclusión cultural.....	44
Capítulo IV: Metodología	45
4.1 Tipo de investigación.	45
4.2 Población y muestra	47
4.3 Instrumentos de recolección de datos.	48
4.4 Procesamiento de datos.	49
Capítulo V: Resultados	50
Gráfica 5.1 Desarrollo laboral del artista emergente	50
Gráfica 5.2 Estudio o espacios de trabajo artístico	51
Gráfica 5.3 Estudios de Formación del Artista.....	52
Gráfica 5.4 Percepción del artista sobre el beneficio económico de su trabajo.....	53
Gráfica 5.5 Artistas con otros empleos no artísticos	55
Gráfica 5.6 Barreras que limitan el desarrollo artístico	56
Gráfica 5.7 Retos para mejorar el fomento y promoción cultural en Tijuana	57
Gráfica 5.8 Percepción del artista sobre Actividades y programas para su desarrollo.....	58
Gráfica 5.9 Según los artistas las instituciones que más los apoyan son:.....	59
Gráfica 5.10 Necesidades técnicas principales para la producción artística	60
Gráfica 5.11 Actividades artísticas realizadas en las zonas urbanas consideradas marginadas.....	61
Gráfica 5.12 Percepción si el desarrollo artístico aporta a la economía de Tijuana Baja California.....	62
Gráfica 5.13 Expectativa de participación de artistas en un Nuevo proyecto de promoción y difusión de artistas emergentes	63
Capítulo VI Propuesta de plan estratégico para la asociación UCAM	64
6.1 Definición de la asociación civil UCAM	64
6.2 Análisis FODA.....	65
6.2.1 Revisión del ambiente externo	66
6.2.2 Amenazas	67
6.2.3 Oportunidades.....	67
6.3 Revisión del ambiente interno.....	68

6.3.1 Fortalezas	68
6.3.2 Debilidades	69
6.4 Establecimiento de la Misión.....	69
6.5 Políticas administrativas.....	70
6.6 Diseño de estrategias	71
6.7 Objetivos generales	72
6.8 Estrategias	74
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones.....	76
Bibliografía	78
Anexos.....	81
Anexo A. Encuestas para artistas emergentes	81

Introducción

El arte y cultura en Baja California, ha generado una gran demanda a la apertura de espacios culturales que haga participe a la sociedad en conjunto con los movimientos y disciplinas artísticas que se desarrollan en nuestra región.

En nuestra población podemos visualizar que a partir de la demanda de jóvenes con inquietudes artísticas, iniciando por regiones excluidas en la cuestión cultural, principalmente en Tijuana, alumnos que egresan cada año de universidades, escuelas que ofertan las carreras de artes plásticas, visuales y escénicas, han generado, una necesidad en los jóvenes por espacios culturales, oportunidades y proyectos, de los que sin duda podrían emerger nuevas generaciones de artistas.

En los últimos cinco años el estado de Baja California se ha colocado como uno de los estados más importante en cuanto a la creación artística emergente resaltando principalmente la mezcla de culturas que existe en nuestra región fronteriza, a diferencia de estados importantes en el área del arte actual como lo son; Oaxaca, Guadalajara, Puebla, Monterrey, Distrito Federal, por mencionar algunos, en baja california, específicamente Tijuana.

Este proyecto pretende mediante un plan estratégico, colocarse como un proyecto de fomento, promoción y difusión artística, adoptado para dar nuevo giro a la participación y localización de artistas emergentes en diferentes zonas de nuestra ciudad, principalmente hasta donde el arte no llega, y así lograr un crecimiento en la creación de propuestas que nos den como resultado desarrollo económico-cultural en nuestra región.

Capítulo I: Antecedentes

1.1 Antecedentes históricos en Baja California

1.1.1 Inicios de las expresiones artísticas en Baja California (1952-1989)

Según las investigaciones históricas de Gabriel Rivera y Gabriel Muñoz Trujillo (2011) las primeras expresiones artísticas contemporáneas en el estado, inician en los años cincuenta con la llegada de pintores y escultores de otras partes del país. La escuela de artes plásticas José Clemente Orozco en 1955, en Mexicali, gracias al empeño del muralista Jesús Álvarez Amaya y del maestro de artes Fernando Robledo Dávila. Y por otra parte, la formación del Círculo de Arte y Cultura, A.C. en Tijuana, en 1956.

De la escuela José Clemente Orozco sale la primera generación de pintores mexicalenses, los llamados pioneros de las artes plásticas en el estado, y entre los cuales están José García Arroyo, Salvador Romero, Esdras Corpus, Ruth Hernández, Manuel Aguilar, Francisco Arias y Rubén García Benavides.

En cuanto al Círculo de Arte y Cultura, destacan en Tijuana Rubén Villagrana, Benjamín Serrano, José González Navarro y Manuel Rodríguez Varrona. El surgimiento de artistas en las dos principales ciudades del recién constituido estado 29 como entidad federativa, no pasa inadvertida, por lo que el Prof. Rubén Vizcaíno les da la bienvenida a esta nueva generación ante los medios de comunicación.

En marzo de 1971 se crea en Mexicali el grupo CEPAC (Círculo de Escultores y Pintores, A.C.), donde participan cerca de 60 artistas, entre ellos José Luis Castillo, Rubén García Benavides y José García Arroyo. En 1973 Jorge Esma, coordina la Dirección de Difusión Cultural del gobierno del Estado, primera instancia pública de apoyo estatal a las manifestaciones artísticas y culturales de la entidad. Gracias a esta dirección se realiza la primera muestra estatal de pintura Selección 75, organizada por Raquel Tíbol, crítica de arte con reconocimiento internacional y expuesto en las principales ciudades del estado. Dos años después, en junio de 1977, se lleva a cabo la primera bienal de artes plásticas de Baja California.

En la segunda mitad de los años setenta se inaugura las casas de la cultura en los principales municipios del Estado y la galería de la ciudad de Mexicali, bajo la coordinación de Ruth Hernández, artista pionera y museógrafa.

Por otra parte, si los años setenta tuvo como principal promotor de las artes plásticas a la Dirección de Asuntos Culturales, en los años ochenta se inauguran nuevos espacios y más instituciones se abocan a crear una infraestructura básica para su exposición y promoción. Surge, así, el Centro Cultural Tijuana en 1982 y las galerías UABC en Mexicali, Ensenada y Tijuana, bajo la coordinación de la Dirección general de Extensión Universitaria.

1.1.2 Estrategia y promoción de arte y cultura entre las dos fronteras.

Continuando con la investigación de Rivera y Trujillo M. (2011), en 1984 surge como iniciativa del Colegio de la Frontera Norte, la Secretaría de Educación Pública y el Gobierno de Baja California, la organización del Festival Internacional de la Raza, que respondía al interés de varias instituciones por reforzar el vínculo existente entre dos culturas, cuyas raíces parten de un tronco común: la mexicana y la chicana. Este objetivo se cumplió desde 1984 hasta 1992, a través de una serie de presentaciones en las ciudades de Mexicali, Ensenada y Tijuana, en las cuales participaron un gran número de disciplinas artísticas de ambos lados de la frontera, con el fin de establecer un intercambio de ideas.

En este programa se implementaron estrategias para la organización de seminarios y conferencias, con la intervención de escritores, académicos, promotores culturales y organizadores comunitarios del festival.

Los objetivos declarados en base a la estrategia que se utilizó Festival Internacional de la Raza fueron:

- a) Vincular y estrechar la cultura chicana con la cultura mexicana, destacando sus raíces originales y comunes.
- b) Reforzar la pluralidad cultural y, por esta vía, reafirmar las culturas de uno y otro lado de la frontera.
- c) Propiciar una relación permanente entre artistas, comunidad y promotores culturales en ambos lados de la frontera.
- d) Fomentar los valores con los cuales se identifican los mexicanos residentes en la frontera.

- e) Buscar una mayor comunicación e identificación entre chicanos, mexicanos y norteamericanos.

Preservar las manifestaciones culturales de los mexicanos fuera de nuestras fronteras, como refuerzo de nuestra identidad nacional.

En la actualidad existen instituciones, organizaciones y asociaciones, ya mencionadas anteriormente, estas se manejan por medio de planes estratégicos, llevando a cabo proyectos importantes en nuestro estado, el cual ha dejado riquezas culturales para el patrimonio de nuestra región.

1.1.3 Proyectos de fomento de arte y cultura en otros países.

Internacionalmente existen muchos proyectos de fomento y difusión cultural con características muy particulares, es por ello que haremos referencia específicamente algunos proyectos con similitud en cuanto al apoyo de artistas emergentes y comunidades de exclusión social, en distintos países, en los cuales el impacto social es un factor determinante para su éxito, como ejemplo:

En Cartagena, Colombia existe una asociación de nombre Asociación de Arte de nombre TROTASUEÑOS, creada por un grupo de jóvenes, en dirección del profesional en gestión y dirección teatral de la Escuela de Bellas arte de Cali (1968 -1971). Francisco Rodríguez, en coordinación con otros colaboradores en sus distintas disciplinas artísticas, su dimensión tanto socio-espacial como socio-cultural permite generar una condición desarrollo artístico perceptible para los jóvenes esto potencia la participación de la localidad en distintas disciplinas artísticas, motivando con ello, la formación de público, la integración lúdica comunitaria y el aprovechamiento del tiempo como una propuesta para forjar escenarios que promueven la cultura ciudadana, el fortalecimiento de los valores

sociales, la recuperación la legitimación del espacio público como un escenario de vida y diversidad.

El proyecto de intervención está diseñado para el fomentar la cultura dentro de la sociedad y busca desarrollar en la comunidad un espacio para cualificar aptitudes artísticas en diferentes áreas, como teatro, artes plásticas, teatro de títeres. (Rodríguez, 2009)

Fundación del artista

Esta fundación tiene más de 22 años de experiencia, nace el 24 de Enero de 1990 por iniciativa y gestión de la Señora Mery Salazar de Sierra y se inicia con el nombre de Fundación Gerardo Arrellano, adoptando posteriormente el nombre de Fundación del Artista Colombiano. Actualmente la fundación cuenta con 800 afiliados, todos artistas, ya que acogemos a las diferentes áreas del arte: En el área musical, popular y lírica: Solistas, duetos, tríos, grupos, orquestas, compositores y arreglistas. Artes plásticas: Pintores, escultores, grabadores y artes visuales en general. Artes escénicas: teatro y danza. Literatura: escritores y poetas. La Fundación también acoge áreas de la comunicación como periodistas, locutores. Para dar un cubrimiento total en las manifestaciones artísticas populares la fundación incluye a artesanos y actividades circenses.

Actualmente crearon la propuesta denominada Forjadores del Futuro: Con el deseo de promover la cultura en los niños de escasos recursos, quienes adolecen de facilidades para ello, han escogido éste proyecto con los niños de la ladera de estratos 0,1 y 2 para enseñarles guitarra, percusión, canto, baile y expresión corporal, con el fin de brindarles una nueva oportunidad de vida, involucrándolos en el arte y la música.

A la fecha tienen un grupo de 50 niños y niñas, quienes semanalmente reciben éstas clases el día Martes de 2 a 4 pm en el Colegio la Presentación del Aguacatal, en el que nos permiten un espacio para reunirlos.

Ante la respuesta positiva de los niños y su entusiasmo por el arte y la cultura, la Fundación del Artista Colombiano, espera ampliar la cobertura de éste proyecto a 300 niños, y expandir el desarrollo social e integral de esta comunidad. (Sierra, 1990)

SIROCO (Asociación Sociocultural de Creación Artística y Audiovisual)

Es una asociación sin fines lucrativos con sede en la ciudad de Barcelona, España. Se trata de un colectivo de artistas que lleva desarrollando una serie de actividades desde 2006 tanto en el campo artístico como en el sociocultural, el proyecto otorga la posibilidad de participar en actividades artísticas incluyendo teatro, expresión corporal, iluminación y sonido, música, riso terapia, audiovisuales, plástica, costura y informática– a través de talleres diarios.

Sus objetivos principales son, el apoyo y cooperación con otras entidades, públicas o privadas, en el registro audiovisual y apoyo material y/o humano en acciones sociales encaminadas al bien común ciertos grupos comunitarios menos favorecidos, realizan distintos cursos y talleres, tanto teóricos como prácticos, dirigidos a jóvenes y grupos en riesgo de exclusión social: colectivos inmigrantes, minorías étnicas, toxicómanos, ex-toxicómanos, reclusos y ex-reclusos, mujeres maltratadas. De esta mezcla se deriva su principal motivación: utilizar el acto de crear como herramienta de liberación, expresión y transformación social y personal. (SIROCO, 2006)

1.2 Problema de investigación

La ciudad de Tijuana se caracteriza por las distintas propuestas y actividades de arte emergente a partir de la multiculturalidad y mezcla única de tradiciones conformadas por sus habitantes, la cuales sin embargo, no son conocidas o existe poca difusión en la ciudad, existen zonas excluidas de la cultura, la cuales no han sido atendidas por las instituciones de gobierno, dedicadas al fomento del arte y la cultura en la región, por tanto la propuesta es, atender a este sector mediante una sociedad civil que fomente, difunda y apoye distintas actividades socioculturales que de ello genere nuevas propuestas de arte emergente en la región.

El UCAM ha detectado que el principal problema manifestado por los nuevos artistas en la región, son los apoyos limitados y una serie de requisitos difíciles de completar en su corta carrera, establecidos por instituciones de arte y cultura tanto independientes como de gobierno, por lo cual esta asociación quiere innovar y aplicar un plan estratégico beneficiando a jóvenes artistas emergentes y así colocarse como plataforma en el arte contemporáneo en cuanto a promoción, difusión, y fomento a la cultura del estado.

El plan estratégico, pretende definir las estrategias y herramientas mediante un sondeo realizado al sector artístico, para encontrar los puntos clave que nos dirija hacia el objetivo principal y visión de UCAM.

1.3 Objetivo General

Elaborar un plan estratégico para el apoyo de artistas emergentes, principalmente en las zonas excluidas culturalmente en Tijuana.

1.4 Objetivo Especifico

- Identificar los grupos de artistas emergentes que difunden arte y cultura en Tijuana.
- Determinar las principales expresiones artísticas y culturales más aceptadas y potenciales a impulsar en el acervo cultural de Tijuana.
- Determinar políticas y acciones que revaloren el arte y cultura en Tijuana atendiendo prioritariamente al artista emergente.
- Determinar programas de rescate cultural y artístico de grupos vulnerables en las zonas marginadas, que fomenten a mediano plazo, el impacto económico y social de la ciudad de Tijuana.

1.5 Preguntas de Investigación

1. ¿Qué grupos de artistas emergentes difunden arte y cultura en Tijuana, B.C.?
2. ¿Cuáles son las principales expresiones artísticas con mayor potencial y aceptación en la comunidad de Tijuana?
3. ¿Qué políticas y acciones debe implementar la asociación de arte y cultura?
4. ¿Qué programas artísticos y culturales impactarían de manera social y económica a mediano plazo, en las zonas de exclusión y marginación cultural en la Ciudad de Tijuana B.C.?

1.6 Justificación

La relevancia de este trabajo será implementar una planeación estratégica que otorgue la oportunidad a personas con actitudes artísticas de todas las edades, a diferencia de otros proyectos de la región en los que se requiere tener un nivel de educación artística especializado o de gran trayectoria recorrida, el enfoque de esta asociación se dirige al desarrollo artístico de comunidades excluidas en actividades artísticas y culturales de Tijuana.

Tijuana se ha colocado como una plataforma internacional de artistas emergentes, en sus distintos ramos de las artes plásticas y escénicas. A partir de esto, la importancia de implementar estrategias en base a la necesidad de expresión artística que surge a través del movimiento inmigrante y de los egresados de las instituciones de la región, que genera un auge en la sociedad local y la apertura de espacios culturales, que oferten arte y cultura en todos sus niveles artísticos.

Existen distintas entidades culturales, pero no son suficientes, ante el nivel del movimiento migratorio, que tenemos cada año.

Todo esto trae un gran impacto sociocultural para nuestra región, ya que desde hace casi ocho años salen generaciones de artistas emergentes de distintas instituciones, provocando una mayor necesidad por espacios culturales.

Analizando lo anterior, la implementación de un plan estratégico para la asociación, es de suma importancia para generar otros grandes proyectos realizados por artistas interesados, de manera que el apoyo otorgado sirva de plataforma para la promoción y la difusión del mismo. Por tanto, esta propuesta tiene como beneficio a la sociedad, el fomento a sus distintas disciplinas artísticas, así como en un futuro el desarrollo económico de Tijuana, mediante la creación artística.

Los artistas están trabajando con diferentes temas; incluyendo la concientización medioambiental, que puede ser de gran utilidad, hacerlo por medio de las expresiones artísticas.

Capítulo II: Marco Contextual

2.1 El Arte y Cultura en Baja California

El arte en Baja California obtiene gran auge en los noventas, con nuevos prospectos artísticos. “En esta década abren sus puertas nuevas galerías: Mecha en el CECUT, la galería de Virginia González Corona en Pueblo Amigo y El Lugar del Nopal Centenario, de Felipe Almada, todas en Tijuana; Galería 19 y Smith González en Ensenada; la Galería Universitaria en Tecate; la Galería José G. Arroyo en el Centro Municipal para la Cultura y las Artes y la sala de artes del centro comunitario de la UABC en Mexicali”. (Rosique, 2006)

En 1990 surge el grupo Lindero Norte de artistas mexicalenses, que en 1992 se transforma en la cooperativa independiente, José García Arroyo, destaca también el artista Álvaro Blancarte. Primero como fundador del Taller de Artes de Extensión Universitaria en Tecate, después crea un foro participación sobre la problemática de las artes en la entidad; luego como ganador de la VII Bienal Plástica en 1989, su obra toma un lugar preponderante y singular en el panorama cultural del noroeste de México.

Surgen nuevos artistas como: Ángel Val-Ra, Francisco Arias, Franco Méndez Calvillo, César Hayashi, Roberto Rosique, Ignacio Hábrica, Carl Enroth o Ruth Hernández, actualmente nombrados creadores de distintas generaciones y técnicas multidisciplinarias nuevas.

Ahora, en los noventa, los artistas plásticos que están vigentes no les interesan la singularidad geográfica de su obra, sino que ésta se asemeje a la realizada en el interior del país o en el extranjero.

De ahí el impacto de InSite, la exposición conceptual fronteriza que se da a conocer en los años noventa como un espacio de nuevas miradas al entorno globalizado de nuestros días y donde el arte instalación toma un lugar prominente junto con el performance, el arte objeto, el arte cinético y la multimedia.

Para el siglo XXI ya era obvio que las artes plásticas de Baja California no sólo estaban disponibles en los recintos oficiales y en los museos de la entidad. También aparecían en el foro de la plaza pública y en los muros de nuestra región.

Los espacios mediáticos y las obras de los artistas mantenían un diálogo fructífero, pero la profesionalización no había alcanzado el mismo nivel. La educación artística quedaba en cursos semestrales dados por las distintas instancias culturales, como si Baja California siguiera idéntica a la época de la escuela José Clemente Orozco en 1955 o el Instituto Estatal de Bellas Artes en 1967.

Por más de cuarenta años, Rubén Vizcaíno Valencia había pugnado por una escuela de altos estudios en relación a las artes. Para 2001, Jaime Jiménez Cuanalo, artista ensenadense radicado en Tijuana, funda junto con un grupo de creadores integrado bajo el nombre de Colectivo UAN, la Escuela Superior de Artes Visuales en Tijuana, como parte del sistema educativo estatal, con la licenciatura en Artes Visuales. Así, en el verano de 2006 se graduó allí la primera generación de una licenciatura en Artes en Baja California.

Dos años después, en agosto de 2003, la UABC crea la Escuela de Artes con dos licenciaturas: Artes Plásticas y Música. La licenciatura en Artes Plásticas establece, en su folleto de presentación, que esta carrera se abre para las personas que posean habilidades propias para el desarrollo de dicha disciplina.

Para la fundamentación académica de esta escuela se formó un grupo de trabajo donde destacaban artistas bajacalifornianos de reconocida trayectoria como Rubén García Benavides, Carlos Coronado, Roberto Rosique, Álvaro Blancarte y Edgar Meraz, además de Luis Hirales, Andrea Galindo y Ángel Norzagaray, quienes dieron una base metodológica para el plan de estudios, siendo asesorados por la pintora Patricia Soriano. La Escuela de Artes dio comienzo sus actividades como escuela el 18 de agosto de ese año.

En Tijuana tuvieron como maestros fundadores a Roberto Rosique, Enrique Trejo, Roxana Torres, Luis Garzón, Francisco Chávez Corrugado y Lucía San Román, teniendo a Sergio Rommel como coordinador y Director de la misma.

En Mexicali, la escuela de Artes no sería el único espacio de cambio para los artistas locales. Y al igual que en la fundación de la Escuela de Artes de la UABC, un grupo de creadores bajacalifornianos influyó para que otro sueño de la comunidad artística de la entidad se concretara: los centros estatales de artes dependientes del ICBC, que se inauguran en Mexicali (2005), Ensenada (2007) y Tijuana (2011). Los CEART no son los únicos espacios para las artes que se construyeron en la primera década del siglo XXI. Allí está la Galería Internacional del CECUT en Tijuana, inaugurada en septiembre de 2008.

Se ha trabajado con consulados mexicanos en el exterior, que auxilian en el aspecto logístico y de promoción. Sin descuidar las obvias conexiones con la cultura estadounidense, se insiste en el vínculo latinoamericano. Se sostiene el necesario trabajo en la región, y del noroeste de México, por medio de los convenios existentes (FORCA, Convenios específicos, programas de intercambio en marcha) y la iteración de oferta cultural y tiene como objetivo Impulsar el turismo cultural, reforzando una de las vertientes emblemáticas del CECUT, desde su fundación e intensificar la relación con la comunidad cultural independiente

Durante el tercer milenio no sólo se han visto proyectos oficiales en pro de las artes de Baja California. La iniciativa privada también ha puesto su grano de arena con festivales y concursos, como el Concurso Regional de Arte C. A. Cetto, la empresa vitivinícola ensenadense de fama mundial, que desde 1994, patrocina este concurso dentro del marco de la fiesta de la vendimia que se celebra en el valle de Guadalupe.

En Mexicali, grupo URBI en 2003 llevó a cabo el concierto en la Laguna Salada con el tenor italiano Luciano Pavarotti, donde los artistas locales tuvieron un espacio para exponer sus obras, y que en 2006 trajo a Mexicali el Cow Parade, un festival de arte público que ha dado la vuelta al mundo. A esto hay que añadir festivales de arte como Entijuanarte, Festiarte, Baja Art Fest y el Festival Tijuana Interzona, que son tianguis culturales a la vista de la comunidad y proyectos multiartísticos como Tercera nación, Rosa de Mexicali o Tijuana Sessions. Todos eventos donde coinciden los esfuerzos de instituciones públicas y artistas independientes, de creadores con trayectoria y de promotores nuevos.

Lo curioso aquí es que, aun en pleno siglo XXI y con varias décadas de trabajo creativo a cuestas, todavía son los artistas plásticos pioneros los que siguen en la lucha diaria, promoviendo nuevos espacios para las artes y nuevos proyectos culturales para beneficio de todas las generaciones de artistas, mientras que las nuevas generaciones de artistas bajacalifornianos ya saben que deben promoverse en todos los espacios y crear sus propias oportunidades.

La exposición “Tijuana Sessions” fue llevada a Madrid, a la Feria de ARCO (Arte Contemporáneo), incluyó a artistas que unen al diseño de moda una visión urbanística hecha con materiales fronterizos a gran escala, como Charles Glaubitz (Tijuana, 1973), Julio Morales (Tijuana, 1966), Julio Orozco (Tijuana, 1967) y Jaime Ruiz Otis (Mexicali, 1976), entre otros. Ante este panorama, donde el arte ha roto los esquemas establecidos y ahora se ubica en el diseño de modas, la publicidad, el cómic, el graffiti, el arte industrial, la cibercultura o la videoinstalación para conciertos de música electrónica.

Hoy las artes bajacalifornianas mezclan a artistas veteranos con creadores recién llegados para incorporarse a la aldea global del mundo contemporáneo, ya sea a través de los caminos de la fama, el espectáculo, el consumo, la publicidad y la moda. La educación artística surge, entonces, como un punto de partida hacia nuevas cotas de exigencia e imaginación.

Por otra parte, está la producción acelerada de las nuevas generaciones, su capacidad de estar al día dentro del mercado del arte ha terminado con las antiguas dificultades y obstáculos para dar paso a una pasarela mediática a donde llegan todos los interesados: sin más talento que sus ganas de crear, de exhibir. (Rivera, 2011)

Para los jóvenes artistas bajacalifornianos esto es un reto más: ellos saben que arte y publicidad son las dos caras de una misma moneda, que los medios de comunicación son el lienzo de su tiempo, su sala virtual para exponer lo que sienten y piensan, lo que son: un nuevo comienzo, una nueva oportunidad para mostrar su visión de un mundo que les pertenece por derecho de imaginación.

Por último podemos señalar que actualmente se han creado colectivos de artistas emergentes, asociaciones, bazares artísticos, para trabajar de manera independiente para promover y difundir nuevas tendencias de arte contemporáneo en la región y fuera de ella.

2.2 Instituciones Tutelares de Cultura y Arte de Baja California

En el área cultural en Tijuana destaca principalmente, el *Centro Cultural Tijuana* CECUT, tiene dentro de sus instalaciones una sala de espectáculos, salas de lectura, sala de cine video, librería, salas de exposición, el Museo de las Californias y un futurista cine planetario de formato IMAX.

A partir de 1992 el CECUT alberga a la Orquesta de Baja California (OBC), y desde 1994 al Centro Hispanoamericano de Guitarra (CHG). Fungió como sede del Centro de Artes Escénicas del Noroeste (CAEN) durante sus doce años de existencia. Asimismo, ha presentado junto a la Opera de Tijuana varias de las más prestigiadas obras y recitales del bel canto. De 2001 a la fecha, el CECUT atiende anualmente un promedio de un millón de usuarios y es de interés relevante la atención a la población escolar como el Equipo del taller de teatro de la Preparatoria Federal Lázaro Cárdena, presentación de bienales artístico, exposiciones de arte plástico y visual, por estudiantes de UABC Escuela de artes y Teatro. (IMAC, 2011)

Baja California cuenta además con los siguientes espacios culturales.

- Casa de la Cultura Altamira
- Casa de la Cultura Playas - Cortijo San José
- Palacio de la Cultura - Antiguo Palacio Municipal mismos espacios que forman parte del Instituto Municipal de Arte y Cultura (IMAC)
- CECUT Centro Cultural Tijuana (CONACULTA)
- Centro Estatal de las Artes
- Centro Estatal de las Artes Musicales
- Museo del Trompo
- Museo El Cubo
- Museo Ámbar
- Casa de la Cultura Oriente
- Antiguo palacio Municipal, zona centro.
- ICBC (Instituto Cultural de Baja California)
- INBA (Instituto nacional de Bellas Artes en Mexicali).

2.2.1 Proyectos de arte independiente.

La actividad cultural en Tijuana, también se reconoce principalmente y gracias a la labor de sus Centros Culturales Independientes, entre los que destacan: la galería independiente Río Rita en la Avenida revolución y la galería Carmen Cuenca, casa El lugar del nopal, La Casa de la 9, Teatro Las Tablas, Casa del té, Arte casa cacho, La Antigua Bodega de Papel, Galería La Caja, Galería 256, NFIA (Fundación Nacional de Artistas Independientes), Multiculti (antiguo cine Bujazan), PRAD (Pasaje Rodríguez Arte y Diseño), Casa de los Sueños y Compañía Opera de Tijuana, todos estos liderados por artistas independientes.

2.3 Diversidad Cultural y Expresiones Artísticas

En el estado existe una diversidad cultural peculiar, específicamente en la ciudad de Tijuana, la razón, el movimiento migratorio que cada año llega esta ciudad lo hace colocarse como la frontera más visitada, ya sea solo de paso para cruzar a los Estados Unidos, o en busca de trabajo, mudándose familias enteras de todas partes de la República Mexicana.

La multiculturalidad de nuestro estado da pie a la hibridación de distintas tradiciones que a su vez genera nuevas expresiones artísticas, nuevos conceptos y propuestas por parte de la población artística y la sociedad de todo el estado de Baja California

Las distintas expresiones artísticas que tenemos en nuestra región son:

- En *Artes Plásticas* se despliega, la pintura, dibujo, escultura, grabado, arte instalación, arte objeto, y otras técnicas de experimentación de materiales.
- En *Artes visuales* aparecen los métodos digitales como, el Diseño electrónico, Cine, Video, Fotografía y música con medios digitales.
- En *Artes Escénicas* tenemos; teatro, performance, danza, ballet, literatura, música experimental, opera.

2.4 Unión por la Cultura y el Arte de México (UCAM)

Esta sociedad civil surge y se constituye en Agosto del año 2009 en Tecate Baja California, como idea original del joven artista Carlos Narvárez Valenzuela y un grupo de colaboradores, esto con el fin de dar inicio a una sociedad dirigida al fomento, difusión de Arte y Cultura iniciando en el estado de Baja California.

UCAM, ha tenido poca actividad con tan solo dos eventos en los cuales se han destacado el apoyo a nuevos artistas en el área de artes plásticas y musicales.

El primero con un concurso de talento de voces por un mes consecutivo en 2010 en una sede reconocida en la ciudad de Tijuana Baja California, donde se destaca la participación de la artista Xitlali Rocha con el primer premio a la cual se le ha dado seguimiento, presentándola en la Feria-Tijuana 2011, como nuevo lanzamiento artístico musical.

Por otra parte se representa el trabajo plástico de las artistas Claudia Sánchez y Ana Padilla en el festival anual Festiarte 2010.

Capítulo III: Marco Teórico

3.1 Planeación Estratégica

Hoy en día la planeación estratégica es una parte fundamental en toda organización o empresa de cualquier giro. Se dice que surgió a mediados del siglo XX, como una herramienta administrativa de la alta dirección de las empresas cuyo resultado se representa en el Plan estratégico.

Todo Plan estratégico se trabaja generalmente a resultados a largo y mediano plazos en cual se basar siempre en el logro de los objetivos. La planeación estratégica se basa primeramente con el establecimiento de metas, se definen estrategias y políticas para lograr los objetivos.

3.1.1 Definición de Planeación Estratégica.

La planeación estratégica es el proceso donde se declara la visión y misión de la empresa, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos.

La planeación estratégica es una herramienta por excelencia de la Gerencia estratégica, que consiste en la búsqueda de una o más ventajas competitivas de la organización y la formulación y puesta en marcha de estrategias permitiendo

crear o preservar sus ventajas, todo esto en función de la Misión y de sus objetivos, del medio ambiente y sus presiones y de los recursos disponibles. (Sachse, 1990)

La Planeación Estratégica se puede definir de la siguiente manera: es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo. (Kotler, 1990)

La planeación estratégica es engañosamente sencilla: analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión. En realidad, este es un proceso muy complejo que requiere de un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa. (Weihrich & Koontz, 2003)

Ann Dugan (en 2007) precisa que todo plan estratégico depende del giro de la empresa.

Por su parte Moncada (en 2007) afirma que cualquier proyecto debe incluir 8 temas fundamentales:

1. Filosofía de la empresa.
2. Objetivos.
3. Análisis estratégico y de la industria.
4. Competencia y entorno.
5. Mercado.
6. Ejecución, estructuras y operación.

7. Mercadotecnia.

8. Presupuestos, finanzas y seguimiento.

La palabra estrategia tiene varias definiciones, algunas de ellas son las siguientes:

Estrategia significa elegir de forma precisa la forma de competir (Jack Welch, Ex presidente de General Electric).

Una estrategia es el compromiso de poner en marcha un conjunto de medidas y no otro (Sharon Oster, Profesora de la Universidad de Yale).

La estrategia de una compañía consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores hacen crecer el negocio, atraen y satisfacen a sus clientes, compiten con éxito, realizan operaciones y alcanzan los niveles deseados de desempeño organizacional. (Thompson Jr, Strickland III, & Gamble, 2008)

3.2 Estructura del Plan Estratégico

El planteamiento estratégico es el camino a seguir en el cual la empresa analiza su razón de ser, define sus metas, cuales deben de ser sus principales objetivos, convirtiéndose en el marco de referencia para la toma de decisiones y la ejecución de planes y actividades.

Podemos tomar de guía lo siguiente: ¿En qué sector se encuentra posicionada la empresa? ¿Qué está sucediendo en el entorno? ¿Qué es lo que debería estar haciendo la institución?

Tomando en cuenta las definiciones que se citaron anteriormente y la composición más sencilla de un plan estratégico, podemos citar los puntos principales o bien la estructura con el cual puede ser más sencillo trabajar.

El plan estratégico está compuesto por los siguientes:

- Misión ¿Cuál es nuestra razón de ser?
- Valores ¿En que creemos?
- Visión ¿Qué queremos ser?
- Valores corporativos
- Objetivos estratégicos, estrategias y políticas

3.3 Modelos de Plan Estratégicos

3.3.1 Diagnostico Estratégico Ansoff

El diagnóstico estratégico nos permite saber a futuro si una organización requiere realizar un cambio en su comportamiento estratégico para tener éxito. Según Ansoff (1998), los factores que se deben estudiar en una empresa, son: Turbulencia del medio ambiente, estrategia y capacidades. Este modelo nos responde las siguientes dos preguntas:

1. ¿Cómo diagnosticar los retos ambientales futuros que enfrentaran las empresas? La respuesta a esa pregunta es el diagnostico de niveles de turbulencia futuros en el ambiente de la empresa.
2. ¿Como determinar la respuesta estrategica de la empresa que asegurara el exito? Las respuestas para esta pregunta son el diagnostico de la acometividad estrategica y de la respuesta de organización adecuada para la turbulencia futura.

El modelo se basa en criterios y pronósticos, por lo tanto, este debe ser realizado por los gerentes de cada una de las áreas, que cuenten con antigüedad, y tengan la capacidad de persistir las tendencias de sus áreas, por tanto saber cuando utilizar su intuición.

El procedimiento para el diagnóstico estratégico es el siguiente:

1. Se requiere segmentar a la organización en áreas estratégicas de negocios.
2. Se debe de fijar un tiempo para el diagnóstico, puede variar entre las unidades estratégicas de negocios.
3. Determinación de un cuestionario que defina los niveles de turbulencia del medio ambiente, el grado de actividad estratégica y sus capacidades (estructura, mercadotecnia y administración)
4. El diagnóstico estratégico se realizará analizando los datos obtenidos del cuestionario para la media de la gráfica de Lickert y la media aritmética
5. Se determinan las estrategias para alcanzar un perfil estratégico.

3.3.2 Estrategias Competitivas Genéricas de Porter

Según Porter toda organización posee una estrategia competitiva y que esta es la combinación de los fines por los cuales se está esforzando la compañía y los medios que está utilizando para llegar a ellos. De los objetivos de la empresa dependen las políticas para acertar en la selección de la estrategia y desarrollar la estrategia competitiva.

La estrategia competitiva depende entonces de unos factores internos como las fortalezas y debilidades generados por valores personales de los ejecutivos claves y de unos factores externos a la empresa oportunidades y amenazas (económicas

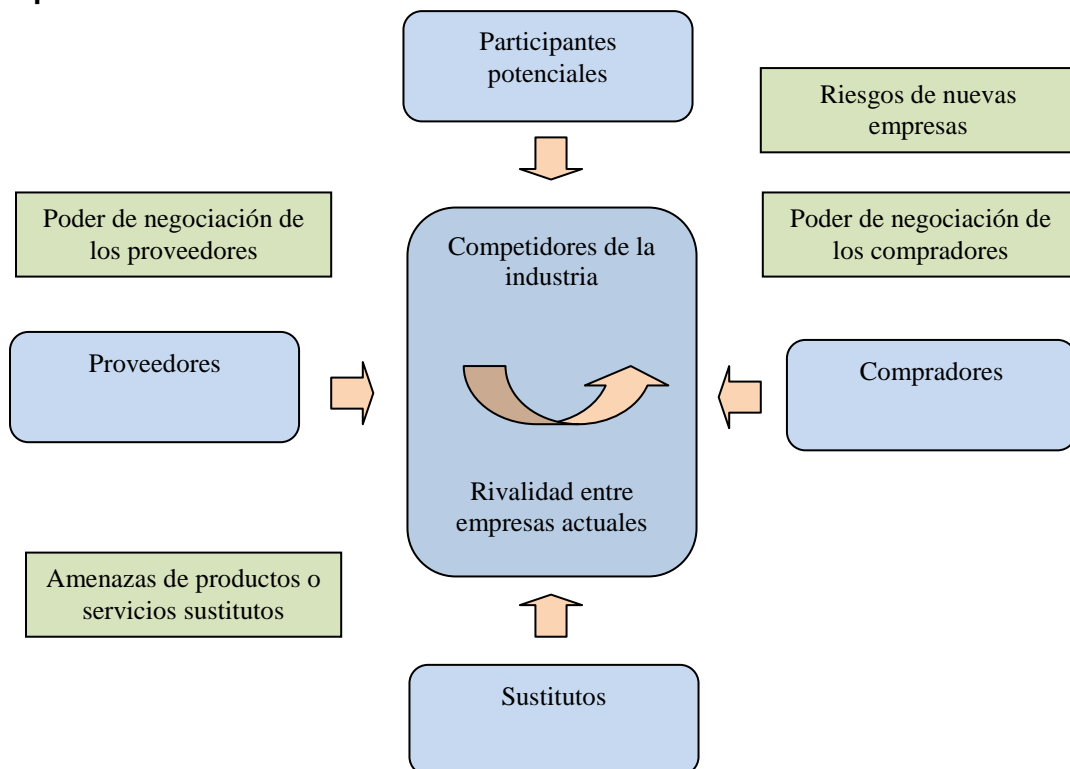
y técnicas) que a la vez son influidas por expectativas sociales de amplitud. (Giraldo, 2008)

Este modelo es una forma de obtener una ventaja competitiva y llegar a posicionar a la empresa en determinado sector, esto a través de las tres estrategias genéricas, que son:

1. Liderazgo global en costos
2. Diferenciación
3. Enfoque o concentración

Para validar la estrategia genérica seleccionada se requiere complementar con los modelos de las 5 fuerzas competitivas y el modelo de la cadena de valor. (Véase figura 1)

Figura 1. Los cinco factores de la competencia que determina la rentabilidad de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Liderazgo global en costos, tiene como estrategia central los costos bajos frente a la competencia, pero no deben descuidarse la calidad, el servicio ni otros aspectos (Porter, 2004) dando rendimientos superiores al promedio.

Se logra a través de un vigoroso control en los costos globales mediante grandes volúmenes de producción con calidad, ventas, reducción en gastos indirectos, minimización de costos en las áreas de servicio, desarrollo y publicidad. Y para obtener una posición de bajo costo, se requiere Inversión de capital, instalaciones eficientes, habilidad de ingeniería de procesos, supervisión de mano de obra directa, sistema de reducción de costos, productos para la fácil manufactura, sistema económico de distribución y control en los costos variables y fijos.

La diferenciación es una percepción única de un producto o servicio y este puede darse de distintas maneras, como en el diseño de la imagen o la marca, a través de la tecnología, servicio al cliente, distribución u otros. Para lograr la diferenciación se requiere de fuerte capacidad de investigación y reputación corporativa de liderazgo tecnológico; y cuando se logra se convierte en una estrategia útil para conseguir mayores rendimientos al promedio.

El enfoque o concentración, se refiere al hecho de centralizarse en un grupo de particular de compradores, productos o mercado geográfico, con el fin de procurar un excelente servicio a un mercado en particular. Con esto se logra diferenciarse y bajar los costos en un nicho pequeño.

El estancamiento a la mitad, es la situación en donde la compañía no se desarrolla en ninguna de las tres direcciones (costos, diferenciación o enfoque), y por lo tanto tiene una estrategia deficiente. (Mendez Bravo, 2010)

3.3.3 La Estrategia de Océanos Azules, Chan Kim, Mauborgne, Renne.

A diferencia de lo que comúnmente se supone, la mejor estrategia para sacar del juego a la competencia no es competir directamente con esta, sino, por el contrario, dejar de competir. (Chauvin, 2006)

Así pues, en vez de tratar de superar a la competencia con el fin de obtener una porción de un mercado existente (“océano rojo”), lo mejor es buscar un “océano azul”, es decir, un mercado virgen que nadie haya tocado y que tenga el potencial de crecer. En los océanos rojos, la competencia pone las reglas; en los océanos azules, la competencia se vuelve irrelevante. (Chauvin, 2006)

Este es el tema que dan a conocer los autores: Chan Kim y Renee Mauborgne en su libro “La Estrategia del Océano Azul”, publicado en el 2005.

Lo más reciente en el área de la planeación estratégica es la Estrategia de Océanos Azules, ya que es un nuevo concepto que las empresas tomen la competencia como irrelevante y se enfoquen en el área de mercados no atendidos u aprovechados; porque la mayoría se va a los océanos rojos (mar rojo por limitado y sangriento); en los océanos azules la competencia carece de importancia porque aún no existen reglas. (Mendez Bravo, 2010)

De acuerdo a Kim & Mauborgne (2005) establecen seis principios u enfoques básicos de la estrategia del océano azul, que le dan a las organizaciones el medio de cómo obtener ideas comerciales viables, estos son:

1. Definir la industria tal cual lo hacen los competidores, focalizando la estrategia en ser los mejores dentro de la industria.
2. Mirar en sus industrias a través de la óptica de estrategias generalmente aceptadas (tales como la de los automóviles de lujo) esforzándose por destacarse dentro del grupo de pertenencia.
3. Focalizar en el mismo grupo de compradores.

4. Definir el alcance de los productos y servicios ofrecidos de manera similar al del resto de la industria.
5. Aceptar la orientación funcional o emocional de la industria en la que está.
6. Focalizar en el mismo punto que los competidores al momento de formular la estrategia.

3.4 La Economía de la Cultura

Economía y cultura son dos campos estrechamente implicados desde siempre, aunque es verdad que esas implicaciones se han hecho mayores y más visibles con la irrupción de las llamadas industrias culturales. Quién podría negar el valor económico de ciertos bienes culturales y su peso en la riqueza de un país o la importancia del desarrollo cultural como factor de bienestar social y de desarrollo económico. (Prieto de Pedro, 2002)

El interés por el análisis del impacto económico de la cultura nace en Estados Unidos en la década de los setenta y no llega a Europa hasta los ochenta. Sin embargo, no es hasta años recientes que en España se destaca el papel de la cultura como motor de crecimiento económico y ha aumentado el interés por los aspectos económicos de la cultura. (AGETEC y Ministerio de cultura, 2009)

La cultura siempre se ha caracterizado como un potencial económico, ya que es una actividad que genera empleos, haciendo importantes economías externas como potenciador de capital humano y adoptando otras economías.

Este es un sector muy de gran importancia económica, no puede ser tratado como los demás sectores, ya que tiene unas repercusiones de índole social y humano - de carácter intangible e inmaterial- que deben primar sobre los aspectos meramente crematísticos.

Existe una pugna permanente entre los defensores del libre mercado aplicado a la cultura y los que defienden la gestión pública del mundo del arte y la cultura, y la consideración de la cultura como patrimonio de la humanidad. (AGETEC y Ministerio de cultura, 2009)

Según Herrero (Herrero, 1998) la economía de la cultura se divide en tres grandes sectores:

- Patrimonio histórico, se trata de una oferta fija, pues los bienes, muebles o inmuebles, son únicos, irreproducibles, que no tienen valor en si mismos, sino por las rentas que procuran los servicios derivados.
- Artistas independientes, (pintores, escultores, novelistas, etc.). La actividad ocupacional consiste básicamente en la aplicación de su propio trabajo creativo para producir un output comercial, pero que es a la vez una creación cultural o artística.
- Artes escénicas. Hay dificultades en definir las artes escénicas. Se ha discutido que *“la esencia de las artes escénicas se basa en la relación especial que se produce entre los artistas y su público en el teatro, en un concierto o en un recital”* (Federal Cultural, citado por Herrero prieto, 1998.). Implícito en este concepto esta la asunción de que las artes escénicas están referidas principalmente a la producción en vivo de teatro, de música, de ópera y de danza.

3.5 Instituciones de fomento al Arte y Cultura en Tijuana

En el estado de Baja California existen una variedad de instituciones y organizaciones que apoyan el arte y cultura de nuestra entidad, donde se destacan más la participación de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), el Instituto Cultural de Baja California (ICBC) y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

Según el ICBC (2011), el día 17 de Noviembre del presente año, por medio del Programa de Desarrollo Cultural Municipal de Baja California se hizo una aportación paritaria de 200 mil pesos por cada entidad; con el objeto de contribuir a la articulación de los esfuerzos de los tres órdenes de gobierno y de la sociedad a favor del desarrollo cultural y ofrecer cauces a la participación organizada de los ciudadanos en la promoción y la difusión de la cultura.

3.6 Políticas públicas de Arte y Cultura

3.6.1 Plan de desarrollo Nacional

Según el plan de desarrollo nacional del 2007 – 2012, el gobierno propone e implementa una serie de estrategias dirigidas a incrementar el alcance de programas de mejoramiento y desarrollo social y cultural mediante el fortalecimiento de nuestras manifestaciones culturales en sus diversas formas que promuevan los procesos de integración y desarrollo familiar.

La política cultura cultural del gobierno de la republica ofrecerá y alentara una oferta amplia de manifestaciones culturales y artísticas, tanto de las expresiones nacionales como del arte y cultura universales, que promuevan la participación de toda la población no solo como espectadores sino también como practicantes.

Se prestara atención a las políticas públicas que inciden en el arte, la cultura, el deporte y la recreación a considerarle actividades centrales de la salud y vitalidad de la sociedad.

En todas las líneas de acción de la política cultural, se solicitara y se tomaran en cuenta la opinión y propuestas de la comunidad artística e intelectual en México, de igual manera que se fortalecerá la enseñanza y divulgación del arte y la cultura en el sistema educativo.

La conservación, la renovación y el mantenimiento de la infraestructura para la actividad cultural en todos los órdenes serán una prioridad para la presente administración. (Presidencia.gob.mx, 2007)

3.6.2 Plan Nacional de desarrollo social

El Programa Sectorial de Desarrollo Social 2007 – 2012 se propone dar continuidad a los programas exitosos de formación de capital humano; atender a grupos vulnerables que no habían sido incorporados a los beneficios de las políticas públicas; disminuir las disparidades regionales a través del ordenamiento territorial y la dotación de infraestructura básica que permite integrar a las regiones rurales marginadas a los procesos de desarrollo y detonar sus potencialidades productivas; lo cual redunde en la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida en las ciudades para hacerles más seguras y habitables. (Secretaría de Desarrollo Social, 2011)

3.6.3 Secretaría de Desarrollo Social en el estado de Baja California

En la política de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) de Baja California se implementa una infraestructura y espacios para el disfrute y la participación en actividades culturales, algunas de las actividades realizadas en el año 2000 se organizaron en subprogramas de artes escénicas, eventos especiales, artes plásticas y visuales, editorial, vinculación educativa, concertación social y patrimonio cultural y red estatal de bibliotecas y servicios bibliotecarios.

La participación y/o el disfrute de actividades culturales organizadas por el Instituto de Cultura de Baja California registraron 765 mil personas en Mexicali, que asistieron al Teatro del Estado, la Biblioteca Pública Central, Galería y Café Literario.

En Tijuana, 1 millón 212 mil personas asistieron a la Sala de Usos Múltiples y la Biblioteca Pública Regional. En Ensenada se registraron 375 mil personas que asistieron a las actividades realizadas en el teatro y a actividades de lectura y consulta en la Biblioteca Pública Regional. En Tecate, más de 77 mil personas asistieron a la Sala de Usos Múltiples y en Playas de Rosarito asistieron más de 63 mil personas.

Los rubros de inversión más importantes en el año 2000 fueron en infraestructura para la educación física, material deportivo y becas para deportistas.

Destacan por su importancia las actividades dirigidas hacia los estudiantes como son el deporte estudiantil, las ligas estudiantiles y las competencias escolares. Además, existen en la entidad 37 asociaciones de diferentes deportes y se promueve la creación de cuatro asociaciones más. (Portal Ciudadano Baja de California, 2012)

3.6.4 Plan del Consejo Nacional para la Cultura y el Arte

El Programa Nacional de Cultura (CONACULTA) 2007-2012 establece los objetivos, estrategias y líneas de acción para ampliar el alcance y la profundidad de las tareas públicas en la materia y lograr que cada vez más mexicanos puedan hacer de la cultura y las artes un aspecto esencial de su desarrollo humano.

Este Programa se deriva del Plan Nacional de Desarrollo, se vincula con el Programa Nacional de Educación, Cultura y Deporte y es un elemento de vital importancia para promover la conservación, el incremento y el aprovechamiento social de la riqueza cultural del país, y alcanzar en nuestra sociedad la igualdad de oportunidades para todos.

Constituye, así, la exposición detallada de las implicaciones y aplicaciones, en el ámbito cultural, de los postulados del Plan Nacional de Desarrollo y su concepción fundamental del “desarrollo humano sustentable” y, en particular, de las directrices generales y los objetivos y estrategias referidos a la cultura, dentro del tercero de sus grandes ejes de política pública, titulado “Igualdad de oportunidades”.

Estructura del Programa

En el primer capítulo se aborda el papel de la cultura en el logro del desarrollo humano sustentable y se señalan los objetivos rectores de la acción pública nacional en el ámbito cultural, así como las prioridades nacionales que regirán el esfuerzo del Gobierno Federal, en conjunto con los otros ámbitos de gobierno y la sociedad, durante la presente administración.

La segunda parte está constituida por ocho capítulos que corresponden a los ocho ejes de la política cultural definidos por este Programa:

1. Patrimonio y diversidad cultural.
2. Infraestructura cultural.
3. Promoción cultural nacional e internacional.
4. Estímulos públicos a la creación y mecenazgo.
5. Formación e investigación antropológica, histórica, cultural y artística.
6. Esparcimiento cultural y lectura.
7. Cultura y turismo.
8. Industrias culturales.

En el capítulo dedicado a cada uno de estos ejes se presenta información relevante sobre la situación de cada sector cultural, que sustenta el diagnóstico a partir del cual se establecen objetivos y estrategias. Se hace referencia a las dependencias y entidades que forman la administración cultural federal, con énfasis en la sinergia de todas ellas y en la convergencia de sus quehaceres en

objetivos nacionales comunes. En el desarrollo de estos ejes de la política cultural nacional el lector encontrará una visión y una propuesta de trabajo orgánico, en aras de evitar la dispersión y atomización de los esfuerzos y de favorecer el trabajo colectivo y coordinado en todas las facetas y vertientes de la acción cultural.

Finalmente y para facilitar la consulta, el análisis de su relación y correspondencia con los objetivos y estrategias aquí planteados, el Programa incluye, en la sección de Anexos, documentos fundamentales cuyos principios suscribe la política cultural del Gobierno de la República y que constituyen el referente básico de su acción en materia cultural proyectada para los próximos años. Estos documentos son la Declaración de México sobre las Políticas Culturales (1982), la Declaración de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo (1998), la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial UNESCO (2003) y la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (UNESCO, 2005). Asimismo, se recogen aquí los Acuerdos de la Reunión Plenaria de los Titulares de Cultura de las Entidades Federativas y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, alcanzados en 2007 y que serán la base de una nueva relación entre la Federación y las entidades federativas para la cooperación y la corresponsabilidad para un desarrollo cultural equilibrado.

Los objetivos generales, los objetivos específicos y las estrategias que plantea el Programa Nacional de Cultura 2007-2012 establecen de manera general la orientación que habrá de recibir la política pública en la materia. La expresión cuantitativa y puntual, así como las líneas de acción detallada y específica de estos objetivos y estrategias, corresponde a los programas de trabajo para el periodo y a los programas anuales de cada una de las unidades administrativas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y de las entidades que coordina. (CONACULTA, 2010)

3.6.5 Normas y leyes sobre el arte a nivel del Estado y del País

La propuesta de reforma fue modificada por la denominación de la Ley de Patrimonio Cultural del Estado de Baja California por Decreto No. 233, publicado en el Periódico Oficial No. 45, Tomo CV, el 06 de noviembre de 1998, durante la XV Legislatura, siendo Gobernador Constitucional el c. Lic. Héctor Terán Terán 1995-2001; para quedar vigente como sigue: Ley de preservación del patrimonio cultural del estado de Baja California, Publicado en el Periódico Oficial No. 39, de fecha 18 de agosto de 1995, Tomo CII.

3.6.6 Asociación civil

Según la SHCP (Secretaría de Hacienda y Crédito Público) y el SAT (Servicio de Administración Tributaria), Una Asociación civil en México, se constituye cuando varios individuos convienen en reunirse, de manera que no sea enteramente transitoria, para realizar un fin común que no esté prohibido por la ley y que no tenga carácter preponderantemente económico.

Se incluyen en este rubro todas aquellas sociedades o asociaciones civiles dedicadas a las siguientes actividades:

- La promoción y difusión de música, artes plásticas, artes dramáticas, danza, literatura, arquitectura y cinematografía, conforme a la Ley que crea al Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, así como a la Ley Federal de Cinematografía.
- El apoyo a las actividades de educación e investigación artísticas de conformidad con lo señalado en el punto anterior.

- La protección, conservación, restauración y recuperación del patrimonio cultural de la nación, en los términos de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas y la Ley General de Bienes Nacionales; así como el arte de las comunidades indígenas en todas las manifestaciones primigenias de sus propias lenguas, los usos y costumbres, artesanías y tradiciones de la composición pluricultural que conforman el país.
- La instauración y establecimiento de bibliotecas que formen parte de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas de conformidad con la Ley General de Bibliotecas.
- El apoyo a las actividades y objetivos de los museos dependientes del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

3.7 Programas y fomento de Arte y Cultura en Baja California

En el periodo 2011 – 2012 se lanzó la convocatoria dentro del Programa de Desarrollo Cultural Municipal de Baja California, Debido al interés en impulsar y contribuir al desarrollo cultural de los municipios por medio de programas y acciones que fortalezcan las identidades comunitarias, y aumenten y profundicen la distribución de bienes y servicios culturales dirigidos a la población el Gobierno del Estado de Baja California, a través del Instituto de Cultura de Baja California (ICBC), y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) refrendaron en este 2011 un convenio marco de cooperación y concertación institucional en materia de descentralización de servicios y administración de bienes culturales.

Asimismo, para iniciar el funcionamiento del Programa de Desarrollo Cultural Municipal de Baja California, con el objeto contribuir a la articulación de los esfuerzos de los tres órdenes de gobierno y de la sociedad a favor del desarrollo cultural; y ofrecer cauces a la participación organizada de los ciudadanos en la promoción y la difusión de la cultura.

En el acuerdo de ejecución también se indica que las partes firmantes aportarán paritariamente al fondo especial, los recursos económicos para establecer un sistema de estímulos al desarrollo comunitario que permitan, a través de la dotación de apoyos, la consecución de tales objetivos y se contemplaron los siguientes campos temáticos:

- I. Difusión y animación cultural Formación artística: iniciación y actualización
- II. Fomento al libro y la lectura.
- III. Capacitación a promotores e investigadores culturales.
- IV. Preservación, investigación y difusión del patrimonio cultural
- V. Desarrollo, Promoción y Difusión de las Culturas Populares e Indígenas
- VI. Fortalecimiento de la Infraestructura Cultural
- VII. Desarrollo Cultural Infantil
- VIII. Desarrollo Cultural de los Jóvenes
- IX. Atención a Públicos Específicos
- X. Empresas Culturales

Es así que con una aportación paritaria de 200 mil pesos por cada entidad, en la presente emisión participaron los municipios de Tijuana, Playas de Rosarito y Ensenada, para concluir con el Plan de Desarrollo Cultural de Baja California. (ICBC, 2011)

3.8 Gestión de cultura en Organización no lucrativas

3.8.1 Concepto de Gestión

Según la Real Academia el concepto de gestión viene del latín *gestio*: acción de administrar. Gestión, dirección. Actividad profesional tendiente a establecer los objetivos y medios de su realización, a precisar la organización de sistemas, a elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal.

En el concepto gestión es muy importante la acción, del latín *actionem*; que significa toda manifestación de intención o expresión de interés capaz de influir en una situación dada. El énfasis que se hace en la acción, en la definición de gestión es la diferencia que se tiene con el concepto de administración.

Koontz-Weihrich definen la “gestión” como “una interacción de decisiones sobre los recursos disponibles a lo interno de la organización con sus objetivos globales, y las características del entorno en que se desempeña”. (Koontz-Weihrich, 1998)

Podemos señalar que la gestión es la que amortiza el uso de los recursos para obtener los productos o servicios en un marco de rentabilidad. El objetivo de la gestión es lograr la máxima contribución de los recursos a la obtención de los productos y servicios con rentabilidad.

3.8.2 Organizaciones no lucrativas

Antes que nada tenemos que diferenciar que las organizaciones no lucrativas con las que tiene fines de lucro; es el beneficio económico. Los casos que encontramos de organizaciones no lucrativas son dos, las cuales son las organizaciones privadas sin fines de lucro y los organismos públicos.

El crecimiento del sector de organizaciones privadas y públicas no lucrativas, ha generado la necesidad de desarrollar estrategias específicas hacia los diferentes públicos de interés. Y para estos dos tipos de organismos, las actividades de relaciones públicas son fundamentales como apoyo a sus objetivos.

En Baja California a través del Programa de Organismos No Gubernamentales se fomenta, apoya y coordinan las actividades que llevan a cabo las instituciones de beneficencia o asistencia o Asociaciones Civiles, denominadas Organismos No Gubernamentales (ONG's), y en general todo tipo de entidades privadas y sociales cuyo objeto sea la prestación de apoyos sin fines lucrativos.

Las actividades de las ONG's beneficiadas estarán orientadas a lograr el avance general del conocimiento, la salud integral de la población, un ambiente sano y desarrollo sustentable, la promoción de las garantías individuales y sociales, cultural y educativa, el mejoramiento de la situación social de la mujer y la beneficencia y la asistencia social. (Portal de Baja California, 2008)

Hoy en día las organizaciones no lucrativas en el área de arte y cultura en nuestro estado, están liderados por jóvenes en participación de sociedades civiles, y las instituciones como las universidades del estado. La gestión muy utilizada para poder sobrevivir en este medio es la utilización de pronósticos financieros y presupuestos, para llevar a cabo la toma de decisiones correcta y cumplir las metas establecidas desde un principio en sus objetivos como organización.

3.9 El Artista Emergente

3.9.1 Definición

En su obra "Introducción al pensamiento complejo" escrito por el Sociólogo francés Edgar Morín 1990, el concepto emergente explica la totalidad cualitativa de cambios que son generados espontáneamente por un sistema. Las propiedades de este comportamiento se deben a las interacciones entre los diferentes partes del sistema. Este tipo de discurso proviene de las ciencias y en particular de los estudios sobre complejidad (Morin, 1990).

Un artista emergente es el individuo que nace, fuera o dentro de una sociedad joven con ciertas aptitudes y habilidades artísticas que le otorgan un reconocimiento por la sociedad, en base a sus logros proyectados en el área sociocultural.

Por otra parte los criterios de ser joven no pueden ser adscritos a la edad, aunque suceda que sí; un artista suele funcionar en los años de juventud cronológica, pero su juventud plástica no queda detenida ahí. Lo que suele ocurrir, dada la realidad del mercado artístico y la función social del artista, es que el periodo de esfuerzos por reconocimiento y valoración de la obra se extiende durante toda la vida y en múltiples ocasiones.

En la cultura artística de Estados Unidos manejan un término según mi planteamiento más acertado: el llamado emerging artist (artista emergente). Se aplica a todos estos creadores que en una etapa inicial o más desarrollada aún se encuentran sumidos en el anonimato, mayormente, y sin un vínculo sólido para la comercialización y exhibición de su obra artística.

La edad, no representa una definición del estado de la obra, puede estar situada en sus albores, con todo lo que representan los titubeos en la definición del lenguaje artístico, o estar instalada en una consolidada madurez, sin que ello suponga el haber accedido al estado de bienaventuranza artística comercial.

La denominación de Arte Joven o emergente habrá de ser relativa y más atenta a los creadores cuya personalidad aún está en proceso de consolidación, aunque esto es un concepto muy flexible ya que un auténtico creador siempre está en evolución. Pero lo que hay que resaltar es la insistencia en que el término de joven no sea excluyente de edad, sino revelador del creador emergente, que por sí mismo se contrapondrá al de artista consagrado, fácil de reconocer e identificar. (Ramon, 1998)

3.9.2 Enfoque teórico

Según Williams, Raymond, uno de los más grandes historiadores culturales de Gran Bretaña, desde una perspectiva socio-cultural el arte emergente se refiere a un nuevo conocimiento que irrumpe en nuestro contexto. Por ejemplo: cuando vemos que regiones o países que no eran parte de la cartografía cultural occidental empiezan a “brillar” o “visibilizarse” en el mapa, se definen como zonas o procesos emergentes, o cuando sectores de la periferia urbana se expresan cultural o artísticamente se definen ya como culturas emergentes.

Lo emergente en el siglo XXI comparte dos sentidos que no se contraponen sino más bien se pueden estructurar en conjunto:

Lo nuevo, en referencia a las nuevas tecnologías informativas y comunicativas, y
Los entornos locales socio-culturales de la periferia.

Lo emergente amplifica los avances culturales que emplean conceptos de la ciencia y la tecnología para producir un nuevo tipo de interacción socio-cultura.

En las relaciones entre cambio social y cambio cultural, todo periodo sociocultural posee un dinamismo que se expresa en formas dominantes, residuales y emergentes. Las formas culturales dominantes están íntimamente integradas a los mecanismos sociales de dominación y son el espacio donde se despliega la reproducción cultural.

3.9.3 Exclusión cultural

La psicóloga y doctora Española Clara Isabel Fernández Rodicio, en sus investigaciones, explica que el concepto de exclusión es muy habitual en el ámbito social y de la política que alude a la situación social desfavorable de una persona o de un grupo de individuos. En este sentido, se espera que en un sistema económico o un modelo de país favorezca la integración social y el bienestar general; a aquellos que no gozan de oportunidades de desarrollo o que no logran satisfacer sus necesidades básicas y de desarrollo humano, se los considera como excluidos (Rodicio, 2009).

En el caso del concepto de exclusión cultural podemos decir que en nuestra ciudad de Tijuana existen zonas marginadas o excluidas de la cultura en las cuales se realiza y difunden poco o casi ninguna actividad dirigida al desarrollo de habilidades artísticas, con fines de participación e integración a la sociedad artística, que de ello logre un impacto social importante, para el rescate de personas en riesgo de exclusión social y a su vez, evita el surgimiento de nuevos artistas emergentes en la región.

Capítulo IV: Metodología

La metodología utilizada en esta investigación será desarrollada dentro de un proceso mixto, correspondiente al método cuantitativo y cualitativo, los cuales determinaran datos concretos sobre la situación actual de la sociedad Unión por la Cultura y el Arte de México en su siglas UCAM, dando un enfoque concreto a los objetivos establecidos por la organización, para así definir la planeación estratégica que la encaminara a sus objetivos.

Posteriormente, se describirá el diseño de investigación, por medio del cual se podrán obtener resultados que apliquen en este caso particular, así como sus alcances y propuestas.

4.1 Tipo de investigación.

Cuantitativo.

Esta metodología aplica herramientas estadísticas, modelos de automatización, modelos de información medible, que contribuyen directamente a la toma de decisiones gerenciales de planeación y control administrativo. (P. Robbins & Coulter, 2005)

La metodología cuantitativa permite la recolección de datos, su procesamiento y análisis respectivo. Según, Sampieri, R., Fernandez, C. y Baptista P. (2004), considera que la metodología cuantitativa se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas.

Cualitativo.

Estudia, especialmente, los significados de las acciones humanas y de la vida social. Utiliza la metodología interpretativa (etnografía, fenomenología, interaccionismo, simbólico, etc.). Su interés se centra en el descubrimiento del conocimiento. (Barrantes Echavarría, 2007)

La metodología cualitativa complementa con la obtención de información obtenida vía entrevista a los principales sujetos de estudio. Esta metodología consiste en un esquema inductivo y su método de investigación es interpretativo, contextual y etnográfico como lo menciona Sampieri, R. et al (2004).

Los datos recopilados en esta investigación se obtendrán a partir de una serie de entrevistas realizadas a líderes de instituciones de Arte y Cultura en la ciudad de Tijuana, la primera dirigida a del CECUT Centro Cultural Tijuana, ICBC Instituto de Cultura de Baja California, y NFIA National Fundación of Independen Artist, Tijuana B.C. y San diego, CA, dirigida al Lic. Enrique Chiu.

Por otra parte se formuló una serie de encuestas de veintitrés preguntas mixtas algunas con opción y otras abiertas, dirigidas al público de las distintas disciplinas artísticas de Tijuana. Mismas que nos proporcionaran datos específicos sobre la situación actual del campo artístico en cuanto a promoción y difusión cultural.

Según el IMAC, CECUT e ICBC; no existe un directorio donde se concentre una lista de artistas específica, por lo que en cada proyecto de arte, que realizan dicha instituciones lo manejan por convocatorias abiertas donde se enlista únicamente a los participantes seleccionados.

4.2 Población y muestra

La población de estudio son los artistas que se dedican al arte plástico, arte visual y el arte escénico. Mucho de estos artistas se organizan de manera individual o colectiva para el desarrollo de sus actividades. Así mismo dentro de la población de estudios se considera las instituciones públicas y privadas que impulsan el arte en la ciudad Tijuana.

No existe un directorio de artistas en las artes plásticas, artes visuales y artes escénicas por lo que se ha intentado construir una relación de los artistas dedicados a dicha actividad con apoyo de algunas de las instituciones como organismos del arte, considerando esta base de información se procedió a determinar la muestra de estudio. La muestra representativa fue de veinticinco sujetos lo cual se precedió a una muestra de azar simple.

Sin embargo se ha tenido que realizar modificaciones al muestreo de azar simple con “la bola de nieve” dado que al implementar el trabajo de campo no se ha logrado localizar a los encuestados, lo que demoró dicho trabajo, por lo que se recurrió acudir a los contactos y recomendaciones para completar con la muestra seleccionada.

La población para el trabajo cualitativo fueron las instituciones gubernamentales en la ciudad de Tijuana Baja California, donde se lograron concretar tres entrevistas y veinticinco encuestas para la muestras de nuestro estudio, donde dichas entrevistas fueron con los siguientes personajes; Lic. Ilya Haro encargada del departamento de Museografía del CECUT, Lic. Victoria Zepeda encargada del programa “Arte en todas partes” por el ICBC y por último el Lic. Enrique Chiu presidente de la asociación NFIA.

Por otro lado se detectó el trabajo de muchos artistas independientes fuera de la ciudad, algunos otros con diferentes ocupaciones el cual no pudieron atender nuestra petición de entrevista.

4.3 Instrumentos de recolección de datos.

Para recabar la información se utilizaron cuestionarios estructurados a quienes forman parte del objeto de estudio, con el fin de recoger todos los datos necesarios que ayuden a establecer pautas y lineamientos para el análisis del mejoramiento de la sociedad UCAM. La elaboración del instrumento consta de un diagnóstico, diseño y análisis del contexto actual.

Estos cuestionarios abarcan veintitrés interrogantes para cada artista. Mientras tanto a las autoridades de las instituciones se realizó una entrevista.

La parte cuantitativa en esta investigación está basada de una encuesta construida en base de preguntas abiertas y cerradas para tener un mejor estudio de la población considerada y resultados específicos.

En el cuestionario se considera los siguientes elementos:

- Preguntas de identificación: Edad, sexo, nacionalidad, etc.
- Preguntas de hecho: Referidas a acontecimientos concretos.
- Preguntas de acción: Referidas a actividades de los encuestados.
- Preguntas de información: Para conocer los conocimientos de los encuestados.
- Preguntas de opinión: Para conocer la opinión de los encuestados.

El cuestionario será validado por especialistas concedores del Arte y Cultura.

Para la parte cualitativa se realizara una entrevista, la cual consta de una serie de preguntas estructuradas, que proporcionara de forma más concreta, las características específicas de esta investigación. Este instrumento será aplicado a las autoridades que representen la cultura, tales como, líderes culturales o docentes que impulsen el fomento a la creación artística.

4.4 Procesamiento de datos.

Para el procesamiento de los datos se utilizó el conocido programa estadístico denominado SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), este constituye una potente aplicación estadísticas desde hace más 35 años, utilizada en grandes sistemas informáticos hasta la actualidad en investigaciones. (Salafranca Cosialls, Olivera Sierra, Nuñez Peña, Perez Solana, & Leiva Ureña, 2005)

Por lo tanto en esta investigación, una vez recolectada la información de campo, con la ayuda del programa estadístico SPSS, se realizó la captura formal de la información obtenida de las encuestas, donde por medio de frecuencias y tablas de contingencia se hizo la tabulación en forma manual de cada una de las preguntas y alternativas planteadas en los instrumentos.

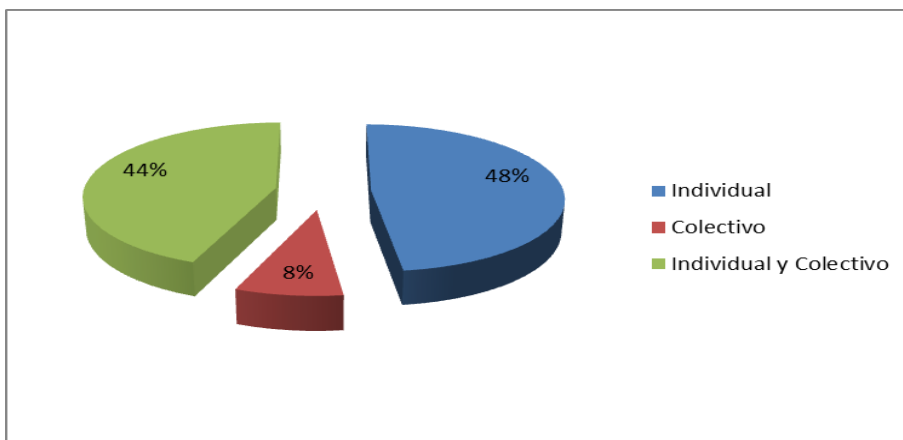
Posteriormente se presenta en forma numérica y finalmente se realiza el análisis de las mismas en forma teórica.

Capítulo V: Resultados

Los resultados presentados responden a las características del artista emergente en la ciudad de Tijuana. Algunas de las principales barreras que dificultan su desarrollo artístico son; la escasez de apoyos económicos, la falta de lugares o espacios para presentar y crear sus trabajos, la falta de conocimiento en materia de administración y estrategias de mercado que les permita la obtención de recursos económicos para el sustento de sus actividades.

A continuación se muestran las tablas con los resultados obtenidos de las encuestas de acuerdo a la percepción y su contexto.

Gráfica 5.1 Desarrollo laboral del artista emergente

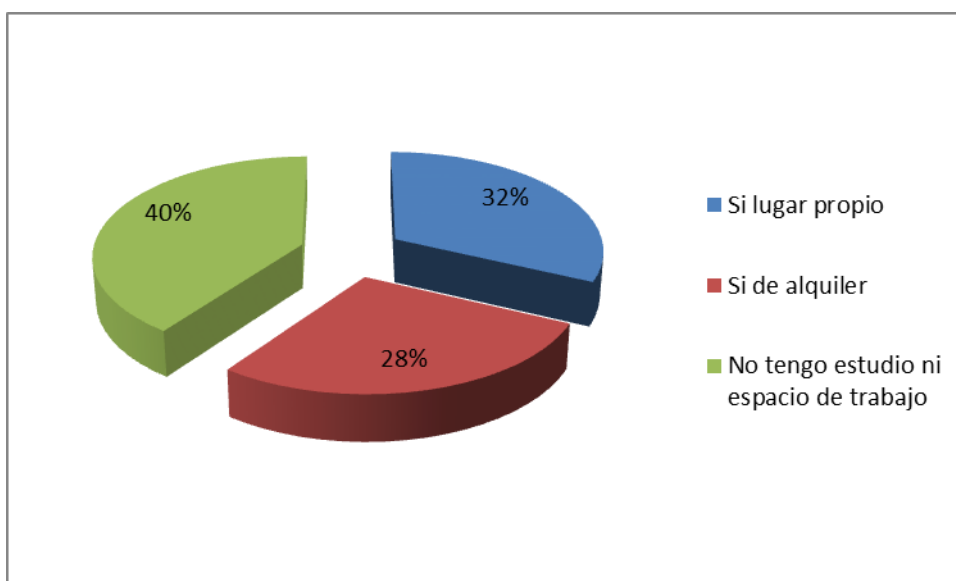


Fuente: Elaboración propia

En esta primera parte de los resultados de las encuestas realizadas a alumnos de distintas escuelas, universidades de arte, artistas independientes y autodidactas, pudimos detectar que el 48% de los artistas generalmente trabaja de manera individual, sin embargo el 44% no descarta la posibilidad de trabajar en equipo o en forma colectiva. (Véase en la gráfica 5.1)

Durante la entrevista realizada al artista Enrique Chiu, nos menciona que la mayor parte de los artistas que integran su Fundación, trabaja de manera individual, debido a que existe un nivel bajo de compromiso por parte de algunos artistas, lo que dificulta el trabajo en equipo, es por ello que prefieren desarrollar su trabajo de tal manera. Por otra parte es notoria la personalidad individualista de los artistas, al querer mantener su propio sello o huella en cada uno de sus trabajos, así mismo se considera válida esta forma de trabajar.

Gráfica 5.2 Estudio o espacios de trabajo artístico



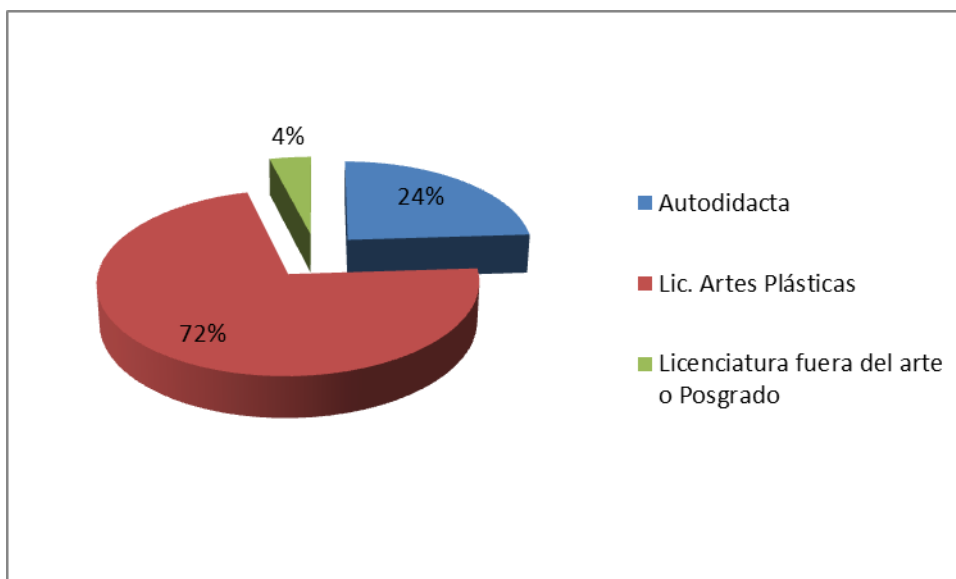
Fuente: Elaboración propia

El poder tener un espacio, taller o área de trabajo condicionada para el artista, es una de las principales barreras, según lo especifican los encuestados, debido a que adquirir un lugar propio o de alquiler en sus primeros inicios, no les es rentable, ya que la producción es poca, y los costos que esto les genera es alto, dejando casi obsoleta esta opción.

En el gráfico 5.2, dio como resultado que el 32% de los artistas tienen un lugar propio y el 28% alquilan un espacio, para concluir con el 40% de los que no tienen donde trabajar.

Actualmente como iniciativa de un grupo de artistas en 2009, formo la sociedad, PRAD, más conocido como Pasaje Rodríguez Arte y Diseño, el cual se dio a la tarea de condicionar 35 locales, ubicados en la Ave. Revolución y calle 3ra, zona Centro de la ciudad de Tijuana, este autorizado por los dueños, con la flexibilidad de rentas a bajo costo, pero condicionados a la reapertura exclusivamente de galerías, espacios de presentación, venta y creación artística, así como una mejor imagen a esa zona olvidada de la ciudad. A pesar de estas iniciativas la precariedad de los espacios y su acceso, le dan a UCAM, la posibilidad de buscar los apoyos necesarios que contribuyan al desarrollo de la creación artística.

Gráfica 5.3 Estudios de Formación del Artista

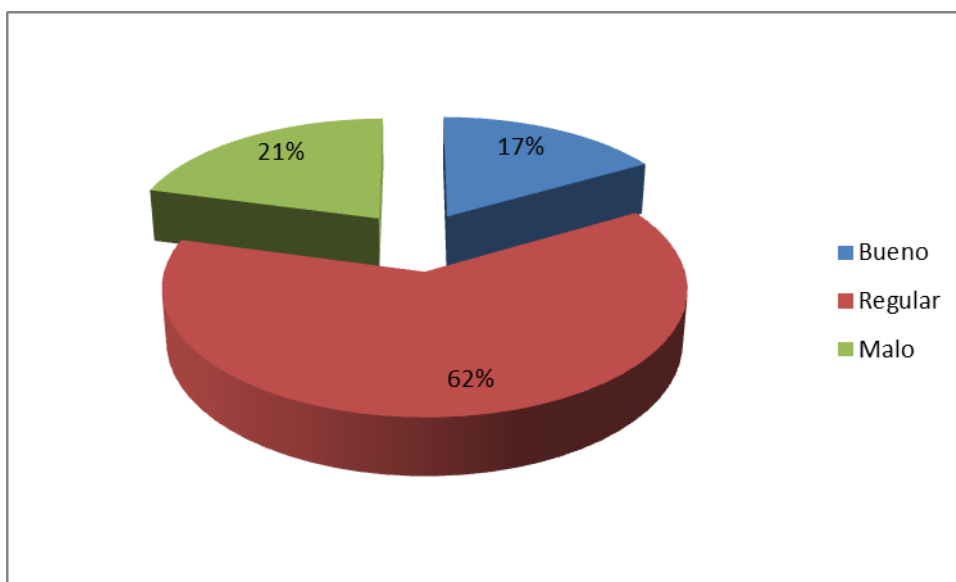


Fuente: Elaboración propia

La mayoría del artista emergente como lo refleja la tabla 5.3, el 72% son Lic. en Artes Plásticas, egresados de las diferentes universidades del estado y algunas foráneas. El 24% son autodidactas, esto quiere decir que no tiene un estudio profesional como artista, son cualidades de nacimiento o lo fue desarrollando por gusto o afición.

En relación a esta cuestión los estudios con los que cuentan los artistas están totalmente basados al conocimiento general de la historia del arte, nuevas formas de creación, tendencias y formulación de proyectos mediante ideas innovadoras en cuanto al contexto social de la actualidad, es decir que los programas de estudios están enfocados al desarrollo de sus habilidades cognitivas artísticas olvidando la parte de las estrategias administrativas y de mercadotecnia que sustente económicamente su profesión y trabajo.

Gráfica 5.4 Percepción del artista sobre el beneficio económico de su trabajo



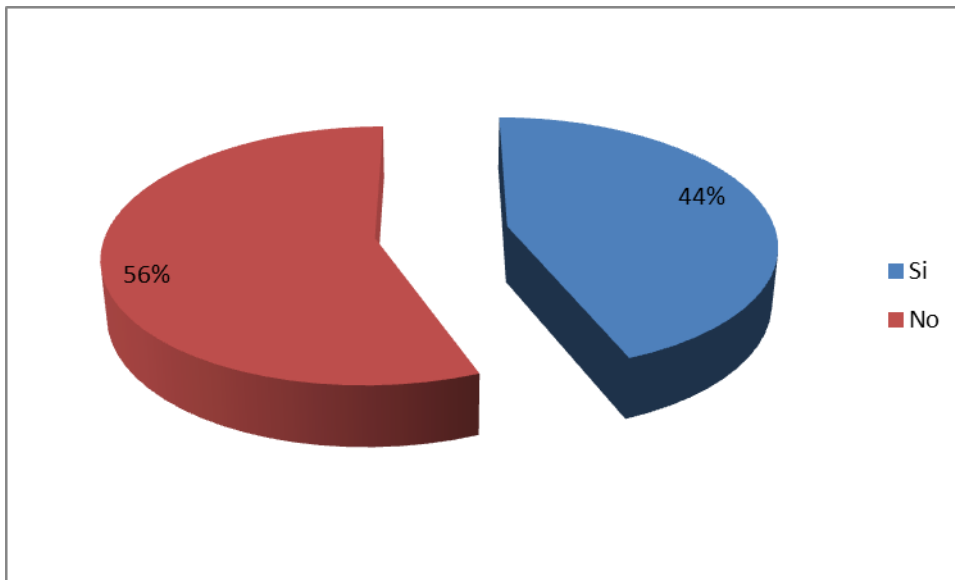
Fuente: Elaboración propia

Parte de la percepción del artista encuestados, sobre el beneficio económico nos resultó que el 62%, no ha obtenido un beneficio económico considerable, o que mejore su estilo de vida, sin embargo les ha permitido obtener una parte de los materiales y herramienta necesaria para sus obras. Por otro lado el 21% de los artistas específica que el beneficio económico es malo y por lo tanto no es redituable.

En base a qué en la mayor parte de escuelas y universidades de arte, la formación del artista es dirigida a la creación de proyectos, desarrollo de habilidades en las distintas disciplinas, teoría sobre la historia del arte y sus tendencias, a lo cual podemos relacionarlo con el grafico 5.3 en el cual el artista menciona que su trabajo no es redituable, ya que la parte de la promisión, venta y difusión de sus propias obras, es casi nula durante su formación académica.

Esto conlleva a la precariedad del conocimiento sobre las estrategias adecuadas para obtener dichos beneficios económicos y el sustento monetario necesario para el desarrollo de sus proyectos

Gráfica 5.5 Artistas con otros empleos no artísticos

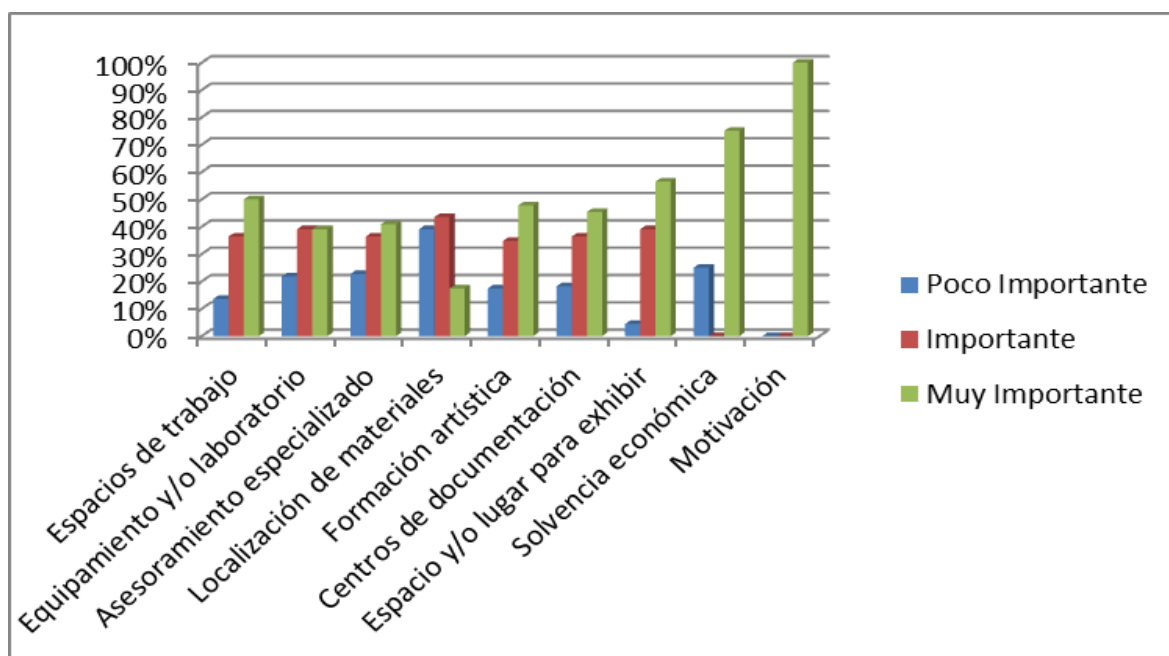


Fuente: Elaboración propia

En esta parte de la encuesta el análisis interpretativo de la gráfica 5.5 nos arrojó que el 56% están trabajando en su profesión como artista sin un plan de trabajo con giro económico y el 44% tiene un trabajo alterno, es decir su profesión artística la ejerce en sus ratos libres.

Comparando los dos porcentajes podemos observar que no es mucha la diferencia de quien vive de su profesión artística y quien tiene un trabajo alternativo en otro ramo que no es el arte y sin embargo están en la lucha constante por obtener apoyos económicos, becas y oportunidades para el desarrollo de su profesión.

Gráfica 5.6 Barreras que limitan el desarrollo artístico

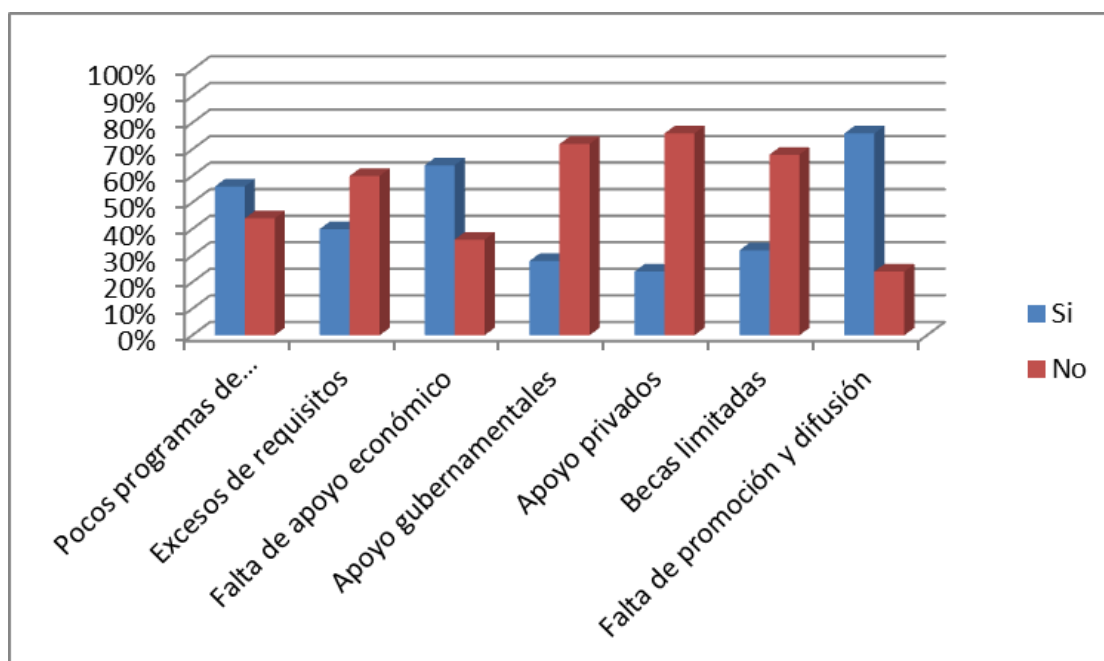


Fuente: Elaboración propia

Los artistas emergentes se enfrentan con diferentes barreras para desarrollar su trabajo y poder lograr el éxito requerido en su profesión. En la gráfica 5.6, podemos ver según los encuestados, que la falta de solvencia económica que cuenta con el 75%, la falta de espacios y/o lugares para exhibir señalados con el 56.5% y por último la falta de un espacio de trabajo o taller que se representa con el 50%; son las principales barreras para el desarrollo artístico emergente.

Dentro de las barreras que enfrentan los artistas se pudo detectar que la falta de solvencia económica es el punto más importante al cual debe darse un seguimiento de manera que se pueda mejorar las estrategias de promoción y venta de arte que le otorgue al artista la principales herramientas para la continuidad de su producción artística.

Gráfica 5.7 Retos para mejorar el fomento y promoción cultural en Tijuana

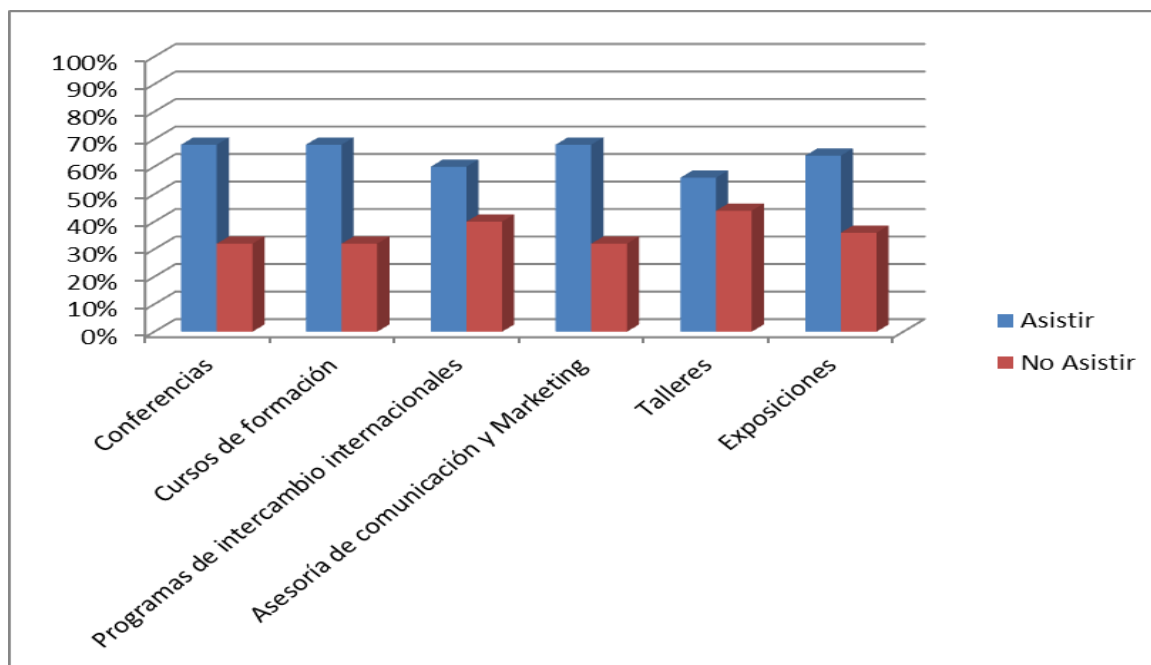


Fuente: Elaboración propia

El fomento y promoción cultural es una forma básica para el desarrollo del artista emergente, pero al igual que algunas de las barreras mencionadas en la tabla 5.6, existen otras tantas dificultades para la promoción y difusión cultural, entre ellos podemos mencionar puntualizando los escasos apoyos económicos y el exceso de requisitos para la participación del artista emergente en instituciones gubernamentales de arte. (Véase tabla 5.7)

Durante la entrevista realizada con la Lic. Zepeda en el ICBC, se pudo detectar la extensa lista de programas dirigidos a los artistas por medio de convocatorias, en el cual el procedimiento de selección de los proyectos de los artistas, se dificulta en repetidas ocasiones debido a los trámites burocráticos, provocan así el desaliento de los artistas y por la tanto actualmente la poca participación de los mismos en dicho programas.

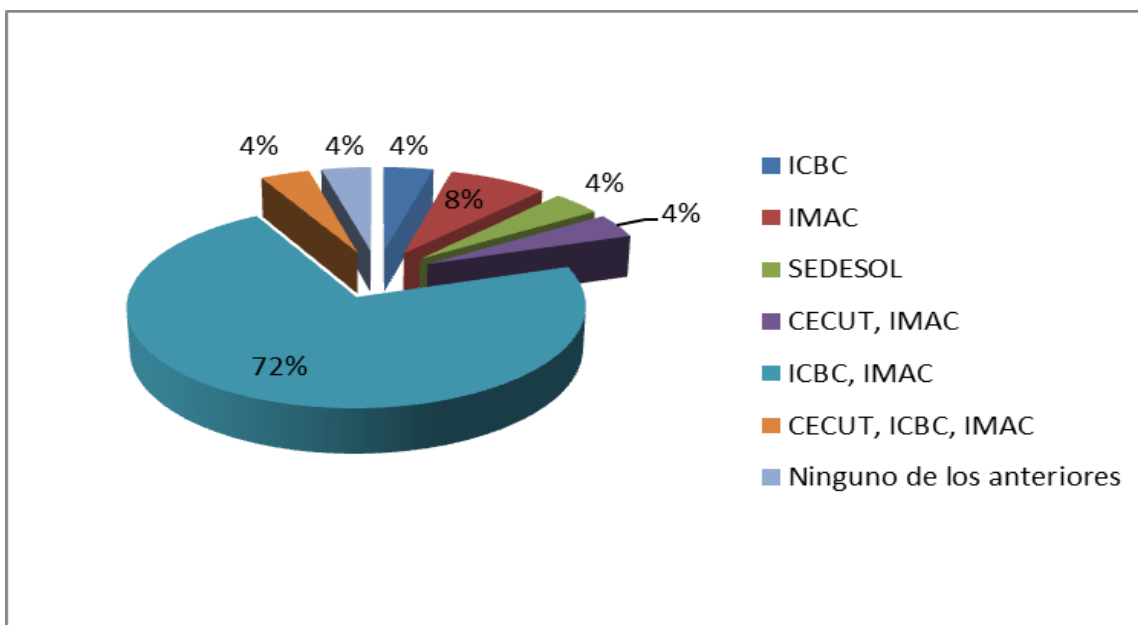
Gráfica 5.8 Percepción del artista sobre Actividades y programas para su desarrollo



Fuente: Elaboración propia

El artista está siempre en busca de alguna preparación extra para el crecimiento de sus obras y reconocimientos personales, es por ello que podemos hacer mención de algunas actividades y programas que ellos dicen necesitar para dicho crecimiento. De acuerdo al 68% de los artistas consideran que las conferencias, los cursos de formación y la asesoría de comunicación y Marketing, son las principales actividades y programas que aportarían a su desarrollo profesional. (Véase tabla 5.8)

Gráfica 5.9 Según los artistas las instituciones que más los apoyan son:



Fuente: Elaboración propia

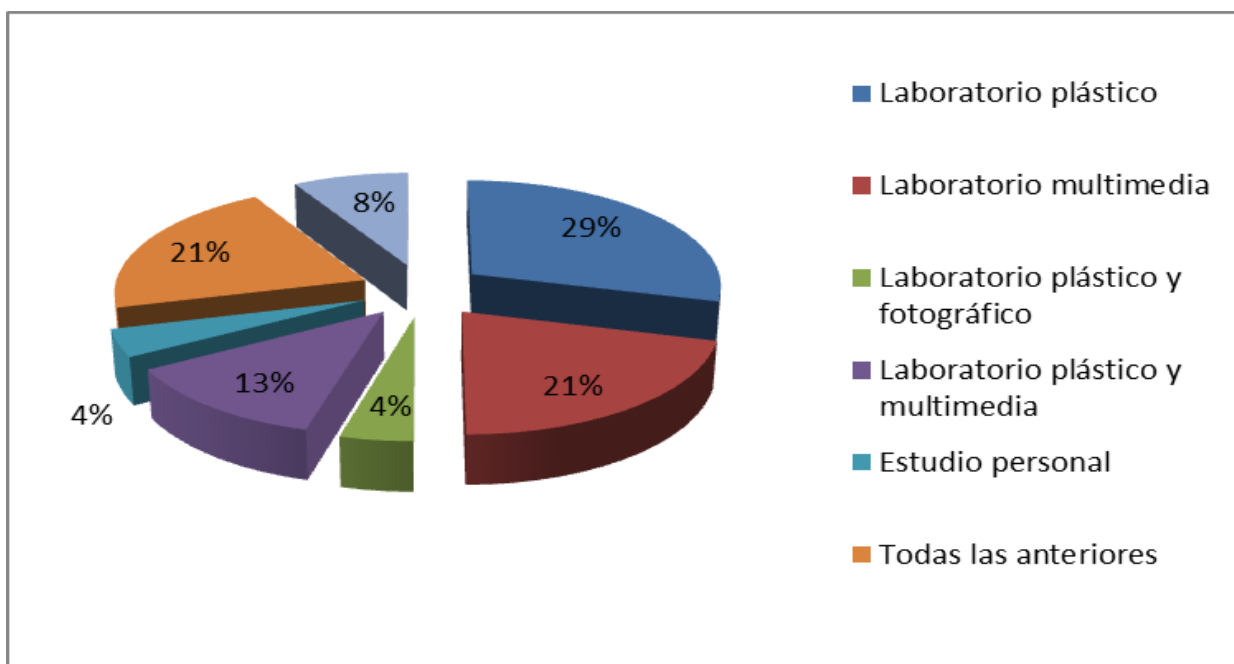
Actualmente el Instituto de Cultura de Baja California y el Instituto Municipal de Arte y Cultura, son las principales instituciones que fomentan y promocionan el arte emergente en la ciudad de Tijuana Baja California resultando un 72% de la población artística, esto por la gran variedad de programas y en algunos casos becas que ofertan dichas instituciones. (Véase tabla 5.9)

El ICBC es una de las instituciones más comprometidas con el fomento cultural principalmente dirigido al público infantil preparando así mediante sus programas a los futuros artistas emergentes.

Un ejemplo de los tantos programas aportados por el ICBC, “Alas y raíces, niños”, que promueve espacios para el desarrollo de la creatividad de niños y jóvenes a través del acercamiento al arte, así como la valoración, disfrute y difusión del patrimonio cultural local, nacional y universal.

Esto a través de narraciones orales, presentaciones artísticas, talleres creativos, exposiciones, concursos, bibliotecas infantiles, programas de radio y televisión, ciclos de cine, juegos, visitas guiadas a museos, festivales, encuentros culturales, ferias del libro.

Gráfica 5.10 Necesidades técnicas principales para la producción artística

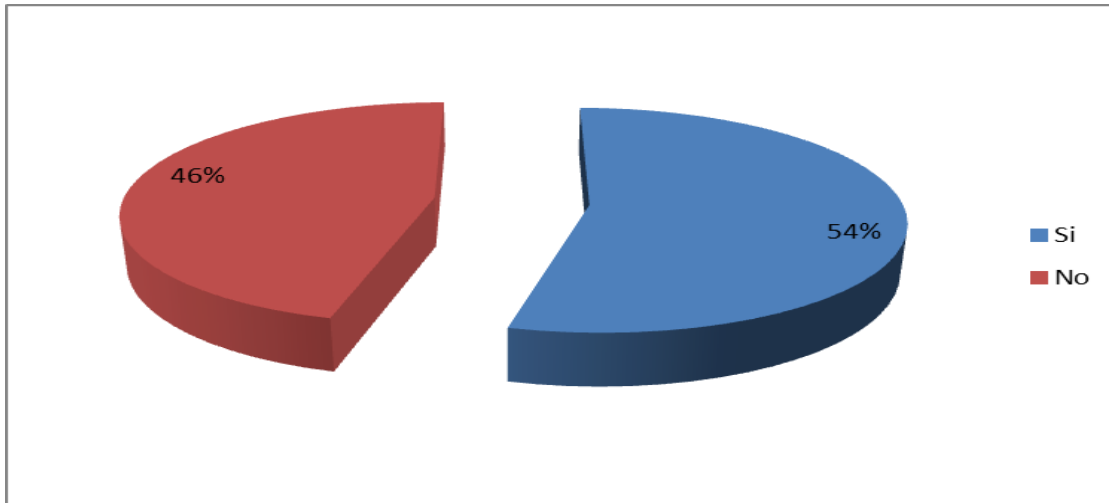


Fuente: Realización propia

Contar con laboratorios o talleres para poder trabajar en algún proyecto u obra es esencial para el artista, los resultados arrojados en la gráfica 5.10, indica que el 29% de los artistas necesita un laboratorio plástico, el 21% solo necesita un laboratorio multimedia, el 4% necesita un laboratorio plástico y fotográfico, el 4% un estudio personal y el otro 21% indica que necesita todas las anteriores.

Para concluir el análisis de esta gráfica, podemos decir que la importancia del espacio donde el artista crea sus obras de arte es fundamental para el desarrollo del mismo así como para el seguimiento de sus proyectos.

Gráfica 5.11 Actividades artísticas realizadas en las zonas urbanas consideradas marginadas.

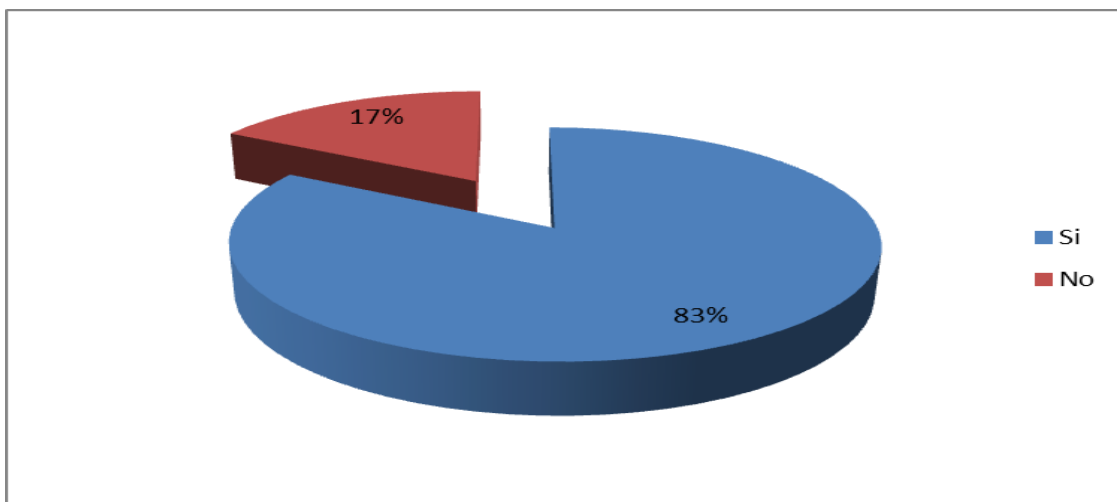


Fuente: Elaboración propia

Actualmente algunos de los artistas hacen presencia con sus actividades de artes en distintas zonas de la ciudad incluyendo las zonas marginadas ubicadas en la periferia de la ciudad.

En el gráfico 5.11 nos indica que el 54% de los artistas ya han trabajado en estas zonas y el 46% no ha considerado esta posibilidad. Sin embargo no está cerrada la posibilidad de trabajar en dichas zonas.

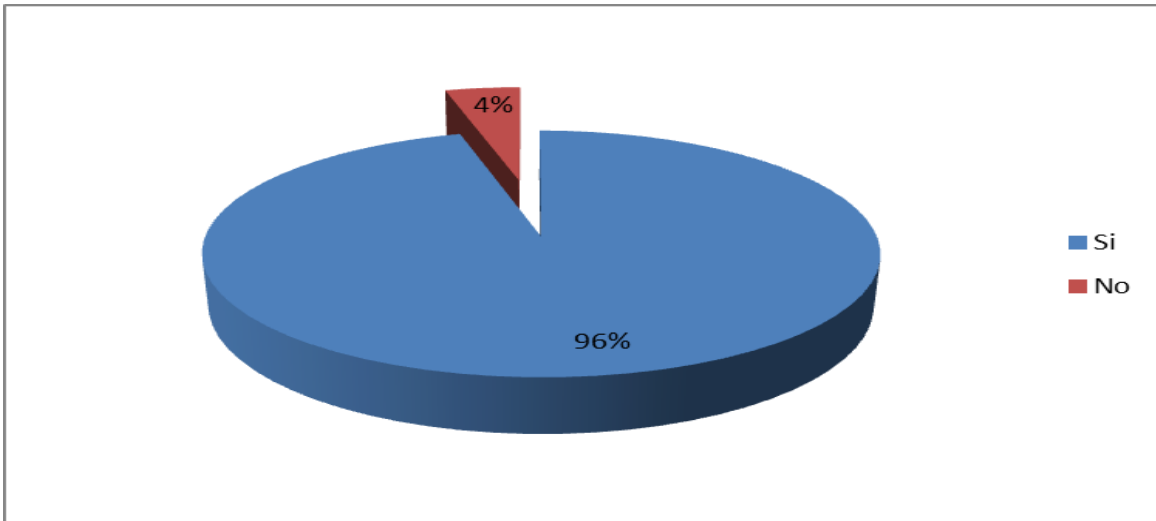
Gráfica 5.12 Percepción si el desarrollo artístico aporta a la economía de Tijuana Baja California



Fuente: Elaboración propia

Según la percepción de los artistas encuestados, en cuanto a la aportación económica mediante el desarrollo artístico, el 83% indica que si aporta, ya que gran parte del turismo cultural de la ciudad es debido al movimiento artístico que existe actualmente y el otro 17% indica que no hay dicha aportación. (véase gráfica 5.12)

Grafica 5.13 Expectativa de participación de artistas en un Nuevo proyecto de promoción y difusión de artistas emergentes



Fuente: Elaboración propia

Todo artista emergente está a la espera de que esta profesión sea una plataforma de crecimiento profesional y económico en la ciudad de Tijuana Baja California, por ello observamos que el 96% nos indica en la gráfica 5.13, está dispuesto a participar en un nuevo proyecto que impulse a la promoción y difusión artística que en conjunto logre repuntar el fomento y economía cultural, no solo a nivel municipal sino extendiendo los objetivos a nivel estatal.

Capítulo VI Propuesta de plan estratégico para la asociación UCAM

La asociación UCAM en base al plan estratégico pretende otorgar y mejorar los apoyos y necesidades que requiere el artista emergente, la sociedad cultural y sus zonas excluidas.

La presentación de la propuesta se concretó a partir de los resultados obtenidos sobre el contexto artístico, necesidades y barreras que enfrentan para su producción artística; de forma detallada se explicara la propuesta del plan estratégico para el logro de los objetivos de UCAM.

6.1 Definición de la asociación civil UCAM

La asociación UCAM, está formada por un grupo reducido de cuatro personas dedicados a la promoción, difusión y apoyo del trabajo de artistas emergentes y de renombre en la ciudad de Tijuana Baja California.

Su objetivo principal es difundir y generar apoyos económicos que sirvan como desarrollo de la producción de artística de la ciudad, así como su promoción y difusión, esto sin olvidar la responsabilidad como asociación civil, de fomentar el arte y cultura en las zonas excluidas de la ciudad, y de esta manera hacer participe a toda la comunidad tijuanaense.

El crecimiento económico, en base al trabajo de los artistas, es una prioridad más en la asociación, para tratar de crear un turismo cultural y una mejor imagen al municipio de Tijuana Baja California.

6.2 Análisis FODA

Una de las aplicaciones del análisis FODA es la determinar los factores que pueden favorecer (fortalezas y oportunidades), u obstaculizar (debilidades y amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad. (KOENES, AVELINO, 1994)

Figura 2. Analisis FODA.

Factores Internos	FORTALEZAS Se enlista las Fortalezas identificadas	DEBILIDADES Se enlista las Debilidades indentificadas
OPORTUNIDADES Se enlista las Oportunidades indentificadas.	1. F – O Estrategia Max – Max Estrategias que utilizan las FORTALEZAS para MAXIMIZAR las OPORTUNIDADES	2. D – O Estrategia Min – Max Estrategias para MINIMIZAR las DEBILIDADES aprovechando las OPORTUNIDADES
AMENAZAS Se enlista las Amenazas identificadas	3. F – A Estrategia Max – Min Estrategias que utilizan las FORTALEZAS para MINIMIZAR las AMENAZAS	4. D – A Estrategia Min – Min Estrategias para MINIMIZAR las DEBILIDADES evitando las AMENAZAS

Fuente: Elaboracion propia

Este análisis permite:

- Determinar las verdaderas posibilidades que tienen las instituciones de arte para alcanzar los objetivos que se habían establecido inicialmente.
- Concientizar a los dirigentes de dichas instituciones de arte sobre la dimensión de los obstáculos que deberá afrontar.
- Permitirle explotar más eficazmente los factores positivos y neutralizar o eliminar el efecto de los factores negativos.

La importancia de la realización de este análisis, consiste en poder determinar de forma objetiva, los aspectos de la asociación o institución que tienen ventajas respecto de su competencia y en qué aspectos necesita mejorar para ser competitiva.

Mediante el análisis FODA se analizara el contexto interno y externo que enfrenta la asociación UCAM, así como las posibles amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades que les permitan diseñar las estrategias adecuadas para el logro de sus objetivos.

6.2.1 Revisión del ambiente externo

Durante la serie de entrevista que se llevaron a cabo a los dirigentes de las instituciones más importante de arte, tanto de gobierno, como independientes se detectaron factores externos, tales como la falta de conocimiento de promoción y difusión artística, la falta de estrategias en el mercado cultural misma que no ocasiona una competencia en el mercado.

Las instituciones de gobierno como IMAC, ICBC y CECUT, cuentan con un presupuesto anual, según la Lic. Victoria Zepeda y la Lic. Ilya Haro, esto se debe a que IMAC está contemplado a nivel municipal, ICBC a nivel estatal y por último CECUT a nivel federal. Es decir, que el presupuesto está dividido en esos tres niveles, mismos que cada institución distribuye entre sus programas, convocatorias, apoyos, eventos y demás que lo justifiquen.

Por lo tanto el trabajo de UCAM es una importante aportación al inicio de la competencia en el mercado y desarrollo artístico, donde el objetivo es profesionalizar la promoción y difusión del artista emergente, para generar posteriormente la economía y fomento cultural de la ciudad.

En base a lo mencionado anteriormente se realizó un análisis externo en el cual se identificaron los factores principales para el éxito de las actividades y objetivos de UCAM y se creó un esquema general del entorno en el cual se desenvolverán las actividades de la asociación.

6.2.2 Amenazas

- Desconocimiento de los artistas emergentes, sobre las estrategias de promoción y difusión, así como la venta de su producto artístico.
- Migración de los artistas a otras ciudades nacionales y extranjeras, por falta de apoyo hacia el trabajo artístico.
- Escasez de recursos para la obtención de materia prima y gastos de operación.
- Incertidumbre existente sobre el mercado artístico en la ciudad de Tijuana.
- Falta de participación del sector privado, en soluciones de problemas.
- Falta de colaboración de los medios de comunicación sobre los eventos artísticos y actividades artísticas de la ciudad.

6.2.3 Oportunidades

- Facilidad de negociación con el sector privado para apoyo mediante patrocinios al Arte y Cultura.
- Ayuda gubernamental tanto municipal, estatal y federal que se recibe.
- Colaboración de artistas interesados en participar en dentro de las actividades de la asociación.
- Espacios públicos disponibles para el desarrollo de promoción y difusión artístico.

- Aumento de población artística mediante instituciones universitarias, escuelas, talleres, foros, etc.
- Aumento del turismo extranjero que visita a la ciudad.
- Internet; redes sociales y correos electrónicos.
- Relaciones publicas con diferentes asociaciones, empresas e instituciones gubernamentales.

6.3 Revisión del ambiente interno

En este apartado, se detectaron los factores internos principales de la asociación. El análisis FODA, fue adaptado al desarrollo de la planeación estratégica de UCAM, para el cual se obtendrá un panorama de las competencias distintivas de la asociación.

6.3.1 Fortalezas

- La asociación está constituida legalmente y registrada, ante el registro civil.
- Cuenta con miembros en la junta directiva que dedican su tiempo completo a la asociación.
- Se cuenta con el mobiliario adecuado para desempeñar las actividades administrativas
- Las alianzas estratégicas con otras asociaciones artísticas.
- Cuenta con enlaces y cooperación del sector privado.
- Cuenta con amplia información del ambiente y mercado artístico.

6.3.2 Debilidades

- Dificultad para la captación de los recursos económicos.
- Carece de una comisión específica para la elaboración de proyectos y obtención de recursos.
- Falta de infraestructura para el mejor desarrollo de las actividades de la asociación.
- Falta de lineamientos, políticas, procedimientos, reglas o normas que regulan el funcionamiento de la asociación.

6.4 Establecimiento de la Misión.

El propósito de establecer una misión es el describir el carácter y concepto de las actividades futuras de esta. Instituir aquello que se piensa hacer y definir para quien lo hará.

Misión.

Fomentar el desarrollo cultural y promoción de artista emergente, mediante apoyos, programas culturales y eventos que hagan participe a la sociedad en general, firmemente enfocado al rescate de las zonas excluidas o de riesgo social de la ciudad de Tijuana Baja California.

Visión.

Ser la principal plataforma de promoción y difusión de arte emergente reconocida a nivel nacional, formando parte del crecimiento cultural y desarrollo económico de la ciudad de Tijuana Baja California.

Valores.

Los valores son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores éticos de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

En consecuencia de la importancia de los valores la sociedad UCAM, define los siguientes:

Compromiso: Concebimos una gestión basada en el progreso cultural, estimulando la interacción, el esfuerzo y la contribución de todos nuestros colaboradores hacia el logro de resultados.

Responsabilidad: Actuamos con seriedad, en consecuencia con nuestros deberes y derechos.

Pertenencia: Realizamos nuestro proyecto en compatibilidad con nuestra sociedad, manteniendo el deseo y la motivación de aportar al desarrollo cultural y artístico mediante nuestra capacidad intelectual y física.

Solidaridad: Actuamos siempre con la disposición a ayudar a los artistas, cuando necesiten de apoyo; regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la sociedad UCAM.

Convivencia: Mantenemos la disposición al diálogo en la interacción cotidiana como punto de partida de la solución de exclusión cultural en zonas marginadas.

6.5 Políticas administrativas

Surgen con el propósito de establecer directrices que le permitan a la asociación UCAM, contar con la logística necesaria para proveer a su personal de un adecuado ambiente de trabajo y los servicios necesarios para el normal desarrollo de sus actividades, asegurando la provisión oportuna de equipos y suministros de oficina, así como la preservación de los mismos.

- a) Para que personal pueda desempeñar funciones en áreas de captación de fondos, los fraudes e ilícitos que estos pudieran cometer deberán estar cubiertos por una póliza de seguros que cubra adecuadamente estos riesgos.
- b) Los bienes muebles e inmuebles de propiedad de UCAM S.C. deberán recibir el mantenimiento respectivo a efectos de mantener su buen estado de presentación y conservación.
- c) La programación de algún evento o programa, deberá realizarse tomando en consideración, un anteproyecto, presentado a los miembros de UCAM, de manera que permita realizar los estudios previos necesarios para su elaboración.
- e) Una vez elegido el programa o evento, se tomarán los anteproyectos y presupuestos correspondientes que se han requerido para realizar en el período que se presupuesta, para con ello hacer los calendarios físico y financiero de los recursos necesarios y los gastos de operación en su caso.
- f) Cuando exista la necesidad de utilizar algún equipo especializado para el desarrollo de algún evento, se podrá considerar las siguientes opciones: Compra, renta, o se podrá considerar la opción de tercerizar el servicio de movilización del personal, materiales y/o herramientas. Previo a decidir sobre la opción a utilizar se deberá realizar el correspondiente estudio de costo-beneficio.

6.6 Diseño de estrategias

Las áreas estratégicas representan los factores centrales que influyen y afectan el rumbo de la organización. Los alcances de UCAM determinarán la proyección del futuro de la asociación. Para la asociación, existe únicamente un curso de acción que garantizara un buen funcionamiento y desarrollo, esto se refiere a la “captación de fondos económicos”, por lo tanto, la estrategia que engloba la mayor parte de los objetivos para la asociación será la siguiente;

“Crear una comisión encargada única y exclusivamente de la captación de fondos económicos para el funcionamiento de la Unión por la Cultura y Arte de México”

6.7 Objetivos generales

Como toda asociación e institución, UCAM se ha propuesto objetivos donde se abarca las áreas en las cuales se puede desarrollar una entidad. Los cuales son los siguientes;

1. Obtener un espacio inmueble propio para las actividades de la asociación.
2. Lograr la participación de empresas socialmente responsables para la captación de recursos de UCAM.
3. Integrar a la sociedad Tijuanaense a participar en los programas y eventos realizados por la asociación.
4. Llevar la promoción de eventos, programas y talleres; a las zonas marginadas de la ciudad.
5. Impulsar el crecimiento artístico, cultural y económico de la ciudad mediante la promoción y venta de la producción artística local.

Objetivos específicos

En esta parte los objetivos específicos de la asociación están puntualizados de manera jerárquica y prioritaria, de tal manera que se lleven a cabo para el cumplimiento de los objetivos generales.

- Adquirir equipo inmobiliario para un mejor funcionamiento de la asociación.
- Organigrama jerárquico de la asociación.
- Crear alianzas con el sector privado para el fortalecimiento económico de UCAM, y trabajar en equipo en el desarrollo del arte emergente.
- Formar una estructura organizacional con la participación de artistas y colaboradores.
- Crear un programa artístico para la adaptación de la sociedad que reside en zonas marginadas de la ciudad.
- Aportar al crecimiento económico, de la región a partir de la venta de la producción artística.
- Crear un turismo cultural y una mejor imagen al municipio de Tijuana Baja California mediante el quehacer artístico local.
- Aumentar la infraestructura y actividades de promoción cultural a nivel estatal y nacional.
- Lograr que la asociación sea autosustentable.
- Posicionarse como la plataforma de promoción y difusión de arte y cultura más importante en la región.

6.8 Estrategias

A corto plazo

1. Obtención de fondos
Para obtener los fondos, para los proyectos de arte, la asociación se hará una presentación del mismo, a diversos organismos y empresas privadas estatales.
2. Se realizaran diferentes eventos tales, como;
 - Venta y subastas de obra de arte
 - Presentación de obras de teatro
 - Conciertos musicales
 - Exposiciones de arte
3. Mantener una relación continua con las instituciones de gubernamentales de arte, fundaciones y asociaciones que impulsan la difusión artística.
4. Informar a los medios de comunicación, universidades, asociaciones y público general, sobre la asociación y los servicios que ofrece.
5. Crear una comisión de artistas y voluntarios.

A mediano plazo

1. Contratar al personal que más se adecue a los perfiles de los puestos para el manejo de la asociación.
2. Buscar la participación de la sociedad con el proyecto UCAM.
3. Buscar profesionista en el ramo de la promoción, difusión, fomento cultural, estrategias de mercado que aporten al desarrollo de las actividades de la asociación.
4. Realizar una convocatoria dirigida a artistas que deseen colaborar con la sociedad UCAM, para la realización de programas en las zonas marginadas de Tijuana.

Recomendaciones

1. Otorgar un funcionamiento independiente a la asociación el cual deberá contar con sus propios reglamentos internos.
2. La asociación debe ser responsable y encargado de:
 - a. La obtención de fondos para el buen funcionamiento de la misma.
 - b. La estructuración es decir diseñar su organigrama, sus actividades y crear sus reglamentos.
 - c. Revisar y fiscalizar el presupuesto anual de ingresos y egresos de la misma.
3. Diseñar e implementar condiciones en las cuales los artistas participantes puedan comprometerse y alinearse tanto a los valores como a la cultura organizacional.

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

Debido a que no existe un directorio de artistas en específico, tampoco un registro de población artística definido en la ciudad, el campo de estudio tanto para la aplicación de las encuestas y entrevistas, se optó por trabajar con las instituciones gubernamentales y un grupo de artistas seleccionados aleatoriamente. Siendo esta una principal barrera para la identificación de los grupos de artistas emergentes que difunden arte y cultura en Tijuana.

Los resultados del trabajo de investigación indica que las principales expresiones artísticas y culturales más aceptadas en la ciudad de Tijuana son: artes plásticas, artes escénicas y artes visuales. Por lo tanto podemos concluir que la variedad de disciplinas nos da un alto potencial para el éxito del proyecto de la asociación.

Muchos de los dirigentes de organismos privados y públicos del arte y cultura en Tijuana consideran la falta de compromiso por parte del artista, la migración de los artistas locales hacia otros estados por falta de apoyos para la realización de su trabajo. Esto se debe a que las acciones y políticas que dan valor al arte y cultura en la ciudad, no se toma con responsabilidad y compromiso, por el cual el artista no se siente identificado.

Es poca la participación de las instituciones del estado en el fomento del arte y cultura en las llamadas zonas Marginales. Algunos trabajos significativos son las realizadas por el IMAC y el ICBC, donde el primero está desarrollando actividades con el nuevo recinto de Casa de la Cultura el pípila, ubicada en la zona este de la ciudad, otorgando diversos talleres artísticos donde impulsan la participación de la población y el segundo es una institución que lleva conocimientos artísticos y culturales a zonas marginadas por medio de su programa “arte en todas partes”.

Los programas de rescate cultural y artístico en las zonas marginadas se están efectuando y se ha obtenido significativamente la respuesta de la población, Superando así, la expectativa de los involucrados. La participación de UCAM en las áreas marginadas pueden ser un inicio para el surgimiento de nuevos artistas emergentes, mismo público que le permite la aceptación y éxito de la asociación.

El desarrollo del artista emergente es de vital importancia para el fomento del arte y la cultura. A continuación se presenta las recomendaciones sugeridas para el desarrollo del artista emergente:

- Se recomienda la creación de un directorio de artistas e instituciones de cultura y arte emergente, a fin de dar impulso a su desarrollo de manera más organizada.
- Desarrollar programas de arte y cultura para el fomento en las zonas marginales.
- Rescatar a los artistas emergentes talentosos con programas de becas al fin de asegurar su desarrollo.
- Impulsar la asociación de artistas emergentes en la ciudad de Tijuana.

Bibliografía

AGETEC. (13 de Marzo de 2009). *Asociación de Gestores y Técnicos Culturales de la Comunidad de Madrid*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2011, de Economía de la Cultura: <http://www.agetec.org/ageteca/economia.htm>

Barrantes Echavarría, R. (2007). *Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cuantitativo y cualitativo*. San Jose, Costa Rica: Editorial EUNED.

Burgwal, G. C. (1999). *Planificación Estratégica y operativa, Aplicada a gobiernos locales*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya Yala.

CONACULTA. (2010). Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de Consejo Nacional para la Cultura y las Artes: <http://www.conaculta.gob.mx/>

Giraldo, I. J. (18 de Enero de 2008). *wordpress.com*. Recuperado el 2011 de Noviembre de 24, de [Juliangiraldo.wordpress.com](http://juliangiraldo.wordpress.com/): <http://juliangiraldo.wordpress.com/gerencia/gerenciaestrategica/>

ICBC. (2011). *Instituto de Cultura de Baja California*. Recuperado el 15 de Mayo de 2012, de ICBC: www.icbc.gob.mx

IMAC. (Julio de 2011). *Instituto Municipal de Arte y Cultura*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2011, de <http://www.imac.tijuana.gob.mx>

Mendez Bravo, M. (2010). *Análisis comparativos de los modelos de planeación estratégica; Ansoff, Porter y Chan Kim & Renee Mauborgne*. Tijuana Baja California.

Morin, E. (1990). <http://www.pensamientocomplejo.com.ar>. Recuperado el 20 de mayo de 2012, de http://www.pensamientocomplejo.com.ar/docs/files/MorinEdgar_Introduccion-al-pensamiento-complejo_Parte1.pdf

Morales Vallejo, P. (13 de Diciembre de 2012). *UPCMILLAS*. Recuperado el 11 de Mayo de 2013, de <http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1oMuestra.pdf>

P. Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administracion 8va. Ediccion*. Mexico: Pearson Education.

Plan Nacional de Desarrollo. (Julio de 2007). Recuperado el 7 de Mayo de 2012, de Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012: <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx>

Prieto de Pedro, J. (1 de Junio de 2002). *Organizacion de Estados Iberoamericanos* . Recuperado el 26 de Noviembre de 2011, de Cultura, Economía y Derecho, tres conceptos implicados: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric01a04.htm>

Ramon, A. (1998). Hacia el concepto de creador emergente. *CASA DEL TIEMPO*.

Rivera, G. T. (1 de Julio de 2011). *ICBC*. Recuperado el 2011 de Noviembre de 20, de Instituto de Cultura de Baja California: www.icbc.gob.mx

Rodicio, C. I. (MARZO de 2009). *Revista psicologia cientifica.com*. Recuperado el 12 de MAYO de 2012, de <http://www.psicologiacientifica.com>

Rodriguez, F. (2009). *Asociacion de Arte Trotasuenos*. Recuperado el 12 de Mayo de 2012, de <http://www.masterimpresores.com/trotasuenos/page.asp?id=16>

Rosique, R. (octubre de 2006). *Hacedores de imágenes Plástica bajacaliforniana contemporánea*. Tijuana.

Salafranca Cosialls, L., Olivera Sierra, V., Nuñez Peña, M. I., Perez Solana, A., & Leiva Ureña, D. (2005). *ANÁLISIS ESTADÍSTICO MEDIANTE APLICACIONES INFORMÁTICAS SPSS, STATGRAPHICS, MINITAB Y EXCEL*. España: Publicaciones de la Universidad de Barcelona.

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2004). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Mc. Graw Hill.

SEDESOL. (2011). *Secretaría de Desarrollo Social*. Recuperado el 10 de Mayo de 2012, de SEDESOL: <http://www.sedesol.gob.mx>

SEDESOL. (2012). *Portal Baja de California*. Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de Secretaría de Desarrollo Social BC: <http://www.bajacalifornia.gob.mx/sedesoe/situacion/infraestructura.html>

Sierra, M. S. (24 de Enero de 1990). *Fundación del Artista Colombiano*. Recuperado el 11 de Mayo de 2012, de <http://www.fundaciondelartista.com>

SIROCO. (2006). *Asociación Sociocultural de Creación Artística y Audiovisual*. Recuperado el 11 de Mayo de 2012, de SIROCO: <http://asociacionsiroco.wordpress.com>

Thompson Jr, A. A., Strickland III, A., & Gamble, J. E. (2008). *Administración estratégica. Teoría y Casos*.

Anexos

Anexo A. Encuestas para artistas emergentes



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

Encuesta para Artistas

El objetivo del presente cuestionario es conocer las barreras y/o limitantes para la creación de Arte y Cultura, las necesidades técnicas y las actividades que realizan los artistas en Tijuana B.C. La información obtenida se utilizará con fines académicos, respetando la confidencialidad de los participantes.

Datos generales.

Nombre:

Ciudad:

Delegación:

Edad:

País:

Marque con una "X" las respuestas correspondientes a cada pregunta.

1. Actualmente, usted trabaja:
Individual ____ En colectivo ____ Individual y a la vez con un colectivo__
2. ¿Tiene su propio estudio o espacio de trabajo?
Sí, lugar propio ____ Si, de alquiler ____ No, no tengo estudio o espacio de trabajo__
3. ¿Qué disciplina artística desarrolla usted?
 Dibujo Arte digital
 Escultura Otra (indique
 Pintura cual):_____
 Grabado
4. Formación artística
Autodidacta ____ Lic. Plásticas ____ Otra Lic. O Posgrado. indique____
5. ¿Qué tanto le beneficia económicamente su trabajo artístico?
Excelente__ Bueno__ Regular__ Malo__
6. Aparte de su carrera artística, tiene un trabajo alterno.
Sí ____ No ____
Si la respuestas es **SI**, mencione a que actividad se dedica_____

7. ¿Durante su actividad académica llevo usted alguna materia de Administración?

Sí _____ No _____

8. Señale con una X, en qué orden de importancia, las siguientes barreras limitan el desarrollo artístico.

Barreras	No importante	Poco Importante	Importante	Muy Importante
Espacios de trabajo				
Equipamiento y/o laboratorio				
Asesoramiento especializado				
Localización de materiales				
Formación artística				
Centros de documentación				
Espacio y/o lugar para exhibir				
Otros (especifique):				

9. Actualmente cuenta, y/o ha sido beneficiado con el apoyo de alguna de las siguientes instituciones:

- CECUT
 CONACULTA
 ICBC
 Otro, _____ indique:
 IMAC

10. Señale cuáles son sus necesidades técnicas principales para la producción artística en Tijuana B.C.

- Laboratorio plástico
 Laboratorio fotográfico
 Laboratorio multimedia
 Otro, indique: _____

11. Señala cuáles son las dificultades que encuentra en el fomento y promoción cultural en Tijuana B.C.

- Pocos programas de desarrollo artístico
 Otros _____ (especifique)
 Excesos de requisitos
 Falta de apoyo económico
 Apoyo gubernamentales
 Apoyos privados
 Becas limitadas
 Falta de promoción y difusión

12. ¿A qué tipo de actividades y otros servicios estaría interesado en asistir?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Conferencias | <input type="checkbox"/> Asesoría de comunicación y marketing para artistas |
| <input type="checkbox"/> Cursos de formación | <input type="checkbox"/> Talleres de artistas |
| ○ Por favor, especifique área(s): _____ | <input type="checkbox"/> Exposiciones |
| <input type="checkbox"/> Programas de intercambio con otras instituciones regionales, nacionales e internacionales | <input type="checkbox"/> Otros _____ (especificar) |

13. Mencione tres apoyos que considere, deben otorgar las instituciones gubernamentales para impulsar la proyección artística hacia la comunidad

1. _____
2. _____
3. _____

14. Mencione tres sugerencias que en su opinión contribuyen al impulso, creación de proyectos y de promoción del artista emergente en la ciudad de Tijuana

1. _____
2. _____
3. _____

15. ¿Durante los últimos dos años ha realizado sus actividades artísticas en las áreas urbanas consideradas “marginadas culturalmente” de la ciudad de Tijuana?

Sí _____ No _____

16. ¿Cuántas obras o proyectos artísticos enfocados al arte comunitario ha desarrollado durante los siguientes años tanto local, nacional e internacional?

Año	Local	Nacional	Internacional
2010			
2011			
2012			

17. ¿Cree usted que el desarrollo artístico apoye a la economía de Tijuana B.C.?

Sí _____ No _____

¿Por qué? _____

18. Los ingresos económicos de su trabajo artístico ¿Han mejorado su calidad de vida?

Sí _____ No _____

19. ¿Considera que el arte puede ser un factor innovador en la economía de Tijuana B.C.?
20. El trabajo artístico que usted realiza, en donde lo exhibe o presenta:
- a. CECUT
 - b. ICBC
 - c. IMAC
 - d. En la vía pública X
 - e. En la comunidad ¿Cuál? ____
 - f. Otro ¿Cuál? ____
21. ¿Participaría en nuevo proyecto para la promoción y difusión de artistas emergentes?
Si: ____ No ____
22. ¿Cómo involucraría a los jóvenes de las zonas marginadas, a desarrollar algún un tipo de arte?
23. ¿Algún comentario que desee agregar para finalizar?

¡Gracias por su colaboración!