



## GESTOR CULTURAL

**ANDRÉS GRIBNICOW**

Especialista en gestión integral de proyectos de interés cultural, social y económico para organizaciones públicas, privadas y ONGs con foco en la cultura y las industrias creativas.



## GESTOR DATA

**RUBEN RIOS**

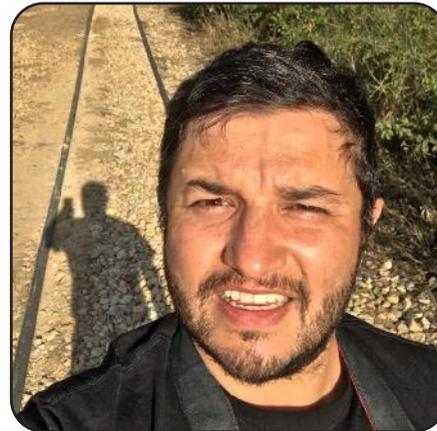
Procesamiento y análisis de datos, analista. Estadístico y experiencia práctica en R y SPSS, STATA, Eviews. Especialista de coaching y liderazgo



## ECONOMISTA CONSULTOR DE MARKETING

**JUAN JOSÉ BALZA**

Experiencia en el área de la comercialización, el trato con público, apoyo a nuevos emprendedores, gestión de equipos de trabajo en oficina.



## DISEÑADOR INDUSTRIAL

**JESÚS DAVID AMAYA**

Especialista en gestión integral de proyectos de interés cultural, social y económico para organizaciones públicas, privadas y ONGs con foco en la cultura y las industrias creativas.



## COMUNICADORA

**CELINA MOLINA**

Control de información en medios, creación de conceptos para generar imagen, escritura, desarrollo de ideas para producción audiovisual, creación de campañas informativas.

# **BARRERAS/VACIOS**

El sector cultural y creativo (representado por los subsectores música, audiovisual, editorial, artes escénicas, artes visuales, diseño, arquitectura, artesanías, videojuegos) está atravesando un momento crítico como consecuencia de la Pandemia COVID 19 que ha paralizado prácticamente todas las actividades culturales que requieran participación comunitaria. La cultura y su ecosistema está profundamente dañado y hasta el momento solo se escucharon reclamos sectoriales y respuestas desde los Estados con políticas públicas paliativas (subsidios y ayudas puntuales) que si bien colaboran en mejorar la situación no la resuelven. El resultado de esta situación es entonces: espacios cerrados, suspensión de proyectos, cero actividad artística y comercial ligada a las industrias creativas en vivo y pérdidas de millones de puestos de trabajo ligados al sector (en forma directa e indirecta). En paralelo, el sector turístico también se encuentra profundamente dañado, ya que no se puede salir, no se puede viajar, no se pueden conocer otros lugares. Las ciudades y los pueblos están paralizados. La actividad comercial cayó, pero a la vez se apagó “la vida y la vibración de los lugares y su gente”.

# **OPORTUNIDADES**

Parados desde el punto de vista del sector cultural y desde el sector turístico nos preguntamos: Cómo podemos dejar de ser parte del “problema” y empezar a ser parte de la “solución”?

- \* La cultura es el ese rasgo identitario formado por todos los elementos que hacen a la identidad de los pueblos y ciudades.
- \* El Turismo se nutre de la cultura como recurso, ya que así como lo hace con los recursos naturales (mares, playas, selvas, montañas, bosques), también se nutre de la cultura (museos, teatros, ferias de artesanos, patrimonio histórico, literatura, cine, galerías de arte y sus saberes tradicionales que forman parte del patrimonio intangible como es el caso de la gastronomía local)
- \* Es posible conocer una ciudad antes de visitarla, a través de las películas, fotografías, literatura, música, comidas, aromas y sabores.
- \* Si la cultura genera experiencias inolvidables cuando estamos visitando una ciudad, también, puede generar “recuerdos de ese lugar incluso antes de visitarlos”. Cuántas veces nos ha pasado de llegar a un lugar por primera vez y sentir que ya habíamos estado, ahí gracias al cine, a la música o a la poesía.
- \* No privemos a la gente de viajar, esta vez a través de la cultura y sus expresiones, con creatividad y utilizando todos los recursos que hoy nos brinda la tecnología para lograr una realidad “inmersiva” y virtual que nos permita saborear otros lugares y vivir una experiencia inolvidable sin movernos de nuestras casas.
- \* Aprovechemos esta oportunidad para CONECTAR a los creativos con las ciudades, los pueblos y la sociedad.

## EN UN CERRAR DE OJOS

UN DÍA, UN HOMBRE DE MIRADA INSPIRADORA, AMANTE DE LAS TRADICIONES, AROMAS Y SABORES DE DIFERENTES LUGARES DESPERTÓ ENTRE CUATRO PAREDES.

TODAVÍA CONFUNDIDO Y SIN SABER MUY BIEN DE DÓNDE, VIO APARECER A UN JOVEN CON UNA PEQUEÑA MALETA. UN ANALISTA DE DATOS, PENSÓ, Y CURIOSAMENTE, AL ABRIR SU MALETA SALÍAN NOTAS ESCRITAS, IMÁGENES, MÚSICA Y OTRAS COSAS QUE PARECÍAN FLOTAR SOBRE EL AIRE A MEDIDA QUE ESCAPABAN DEL PEQUEÑO PORTAFOLIO. EL JOVEN SIEMPRE DECÍA PARA SÍ: UN MUNDO SIN CONOCER, UN MUNDO POR CONOCER.

DEL PORTAFOLIO, DE UN SALTO SALIÓ UN DISEÑADOR, QUIEN, COMO UN MAGO, HIZO UN COLORIDO BOSQUEJO FRENTE A SUS OJOS. EL HOMBRE DE MIRADA INSPIRADORA, LUCÍA SORPRENDIDO. CADA

## INTENCIÓN

BENEFICIAR A SECTORES CRITICOS POBLACIONALES GENERANDO BENEFICIO ECONOMICO POR MEDIO DE EXPERIENCIAS DONDE LOS SENTIDOS SE LLEVEN A SU MAXIMO NIVEL

## FUENTE DE INNOVACIÓN

PROBLEMATICA ACTUAL COYUNTURAL DE NIVEL MUNDIAL (PANDEMIA)

## MAGNITUD

LOCAL

NACIONAL

INTERNACIONAL

## PLAZO

LOCAL = 7 MESES

NACIONAL = 1,5 AÑOS

INTERNACIONAL = 2,5 AÑOS

## RETO

PROYECTAR Y REALIZAR VIAJES TURISTICOS MEDIANTE LA VIRTUALIDAD, BASADO EN DISEÑO EXPERIENCIAL