



USM

COLOMBIA

UNIÓN DEL SECTOR DE LA MÚSICA

Importante

**La información contenida en esta presentación está protegida por el derecho de autor y es propiedad de la Corporación Revista Música. Se comparte exclusivamente para efectos comerciales. Está prohibida su reproducción, distribución, comercialización y cualquier otro uso no autorizado.*



CONTENIDO

1. Quiénes somos: USM COLOMBIA
2. Cifras y antecedentes
3. Pedagogías de la Asociatividad

QUIÉNES SOMOS: USM COLOMBIA



Unión del Sector de la Música

USM COLOMBIA

La Unión del Sector de la Música – USM Colombia es una agremiación que conecta a toda la cadena productiva de la música con el objetivo de generar equidad en el acceso a las herramientas de conexión con el mercado, fomentando la economía del sector, su fortalecimiento y consolidación.

En el año 2009 nació como una Comisión autónoma e independiente de la Corporación Revista Música, la cual a su vez, tiene 15 años de trayectoria. Tiene conexión con 10 regiones del país a través de diversos proyectos en las líneas de formación y circulación (*Cali, Bucaramanga, Santa Marta, Cartagena, San Andrés, Chocó, Barranquilla, Pereira y Bogotá*).



NUESTRAS LÍNEAS DE TRABAJO



FORMACIÓN

- 3 ciclos de formación completos y 20 talleres y charlas realizadas con proveedores, en convenio con la Secretaría de Cultura y sus programas LASO y Festival Altavoz. (2013,2'14,2015,2016,2017 y 2018).
- 17 municipios impactados con jornadas de trabajo sobre asociatividad y formación, en convenio con el Ministerio de Cultura y Merlín Producciones (2011, 2012, 2013).
- **Aula USM:** Programa de formación complementaria para los diferentes actores de la industria musical, orientado a desarrollar competencias que hagan viable el ejercicio de la música. (2015,2016,2017,2018)
- **¿Cómo va tu proyecto?:** Espacio de asesoría personalizada a los agremiados activos (30 sesiones)
- **Al paredón con amor:** Espacio de crítica privada para la cualificación de los proyectos musicales de los agremiados



DIFUSIÓN

- 155 encuentros de “Un café con un músico” con participación de alrededor de 2.000 personas.
- 320 publicaciones mensuales de noticias de los agremiados.
- 2.914 seguidores en twitter, 8,000 en Facebook, 2,000 en Instagram
- Boletín digital quincenal que llega a más de 5.000 personas.
- Estrategias de difusión y posicionamiento: Agremiado destacado, Perfiles USM, proveedor del mes, agenda de medios.

REPRESENTATIVIDAD

- Líderes de la mesa de música para el diseño de la hoja de ruta, en materia de política pública musical. Participación activa en ENFOCA 2015.
- Líderes de la *Asociación Nacional de Música en Colombia*, en alianza con 13 colectivos nacionales.
- Participación en la mayoría de mercados culturales del país (Circulart (Todas sus veriones desde el 2010), Mercado cultural del pacífico, Minec, Mercado cultural del Caribe, Bomm).
- Constante relación con entidades como el Ministerio de Cultura, Secretaría de Cultura, Cancillería y agregados culturales de las embajadas de Colombia en el exterior.

REPRESENTATIVIDAD

- Interlocución con algunos representantes del concejo municipal y del congreso nacional.
- Alianza con REMIC (Red de músicos independientes de La Ceja, Antioquia).
- Acuerdo de colaboración en proceso con la plataforma PromociónMusical.es de España.
- **Travesías consultivas:** Proceso de cotejo con el territorio para la creación de una ley de música (2015,2016)
- Radicación en el Congreso de un Proyecto de Ley de la Música. (2017)
- Cinco socializaciones en 7 ciudades (Barranquilla, Santa Marta, Cartagena, Bogotá, Ibagué, Manizales)

INFORMACIÓN

- Grupos de estudio para la legislación del sector de la música.
- Grupos focales con agentes del sector de la música.
- Participación en foros, charlas y seminarios como moderadores y relatores.
- Documentación en actas de todas reuniones y encuentros con el sector. Sistematización permanente de la gestión de la información.

CIRCULACIÓN

- Líderes en uno de los proyectos más importantes de circulación de música en Medellín: *Aquí Suena Medellín*. (1.654 vinculados a la plataforma, 6.166 canciones registradas, 500 eventos). Este proyecto fue destacado en la postulación de Medellín como ciudad creativa para la *Unesco*.
- 60 convocatorias realizadas, de las que se han beneficiado 250 actores del sector.
- **Herencia cantada:** Proyecto en alianza con REMIC (Red de música independientes de la Ceja), de Salvaguardia del patrimonio cultural Inmaterial en veredas de los municipios antioqueños del Carmen de Viboral, La Ceja, Rionegro, La Unión, El Retiro y Marinilla.
- **Plan Anfitrión:** Inauguración de la primera ruta para la circulación de la música nacional independiente, que incluye conciertos, conversatorios, agenda de medios y gestión de ruedas de negocios (Lanzamiento marzo de 2018 en alianza con IMUVA y Enlaces Musicales)



JUSTIFICACIÓN

USM es una agremiación que ha tenido un modelo de asociatividad de permanente participación e interacción con sus actores y contexto, lo cual le da una vigencia permanente para el desarrollo de soluciones pertinentes y adaptadas a las singularidades y problemáticas del campo musical.



¿QUÉ ES PEDAGOGÍAS PARA LA ASOCIATIVIDAD?

Una propuesta de formación para el fomento del trabajo asociativo, a partir de la documentación de la experiencia de la Unión del Sector de la Música. Considerando desde los aspectos domésticos, organizacionales, y los de planeación estratégica.

OBJETIVO

Fomentar la creación de diversos modelos asociativos en el sector de la música.

CONTENIDOS

1. “Primero Nosotros, segundo Yo” (Lo colectivo)
2. “Juntos es más fácil” (Misión y propósito)
3. “Vos sos de los míos” (Con quién me asocio)
4. “De a turnitos” (La reciprocidad)
5. “Y esto ...¿cómo se sostiene?”(Modelos de sostenibilidad)

“El arte es la posibilidad de lo que el lenguaje ordinario no puede contar. La creación de una sociedad subversiva en el corazón de una que la ignoraba” (Despertando a la vida)

El arte no era el fin sino la posibilidad de encontrar la posibilidad de ser en la condición de diversidad.



**“PRIMERO NOSOTROS...SEGUNDO
YO” –LO COLECTIVO**



DESAFÍOS

1. Pensarse y sentirse como seres sociales requiere un esfuerzo.
 - ✓ La revolución de la derrota del individualismo
 - ✓ “¿Cuál es la característica universal humana:¿Temor o pereza?” (Despertando a la vida)

DESAFÍOS

2. Asuma las decisión voluntaria e individual de construir y acatar las normas del colectivo.

- ✓ Asumir la condición de “ser responsable”
- ✓ Tener noción de la causa-efecto, la dimensión de las consecuencias.

DESAFÍOS

3. Las acciones colectivas fortalecen lo individual.

- ✓ Visión de largo plazo
- ✓ Dimensionarse como un todo, inevitablemente conectados

DESAFÍOS

4. No todos tienen la misma intensidad de pensamiento colectivo y podrían ser los que más beneficios individuales logren. NO IMPORTA.

- ✓ El ecosistema tiene peces grandes y pequeños
- ✓ La civilización es proporcional al autodomínio del ego

DESAFÍOS

5. Más amor por los procesos que por los resultados.

- ✓ Es posible que el resultado se genere en un futuro que no habitemos
- ✓ Conectarse con los procesos permite reenfocar la ruta

DESAFÍOS

6. Conciencia y entrenamiento permanente de empatía y solidaridad.

- ✓ “La paz como la guerra son un proceso cognitivo” (La gestión cultural en 3D)
- ✓ Gestos de cohesión colectiva se enseñan, se practican y se vuelven hábito.

“JUNTOS ES MÁS FÁCIL” –MISIÓN Y VISIÓN



DESAFÍOS

1. La suma de fuerzas ahorra ENERGÍA aunque la sincronización de sus partes cueste TIEMPO.
 - ✓ Es más eficiente ejercer fuerza entre varios.
Hay que hacer menos fuerza
 - ✓ La sincronización demanda afinar los códigos de la comunicación

DESAFÍOS

2. Cualquier modelo colectivo demanda una infraestructura organizacional y una jerarquía.

- ✓ La configuración de una red requiere diferenciación de roles: Líder, articulador, seguidor
- ✓ El líder como motivador y coordinador. El ejemplo es el discurso más inspirador

DESAFÍOS

3. El liderazgo de lo colectivo requiere el empoderamiento de la autoridad .

- ✓ NO TENER MIEDO A SER JEFE que establece límites, regula, controla, genera consecuencias sin dejar de ser FLEXIBLE.
- ✓ La existencia de la autoridad no es signo de una patología de lo colectivo.

DESAFÍOS

5. Acordar hacia dónde se quiere llegar al estar juntos y trazar una hoja de ruta que sea versátil y evaluable.

- ✓ Lo único predecible en esta dinámica es el cambio sintonizado con el bien colectivo
- ✓ Lo colectivo es más fuerte que lo imprescindible de sus partes.

DESAFÍOS

6. Viabilizar el acuerdo colectivo y no la imposición

- ✓ El desafío de la negociación desde el disenso
- ✓ La polarización como fortaleza y reto, ¿cómo acortar esas perspectivas opuestas?

**“VOS SOS DE LOS MÍOS” –¿CON
QUIÉN ME ASOCIO?**



DESAFÍOS

1. La convicción por lo gremial no exige que haya que trabajar con todo el mundo.
- ✓ Se pueden establecer modelos de articulación que no impliquen una convivencia en el marco gremial y eso también contribuye a lo colectivo.
 - ✓ No permitan que se fuercen relaciones.

DESAFÍOS

2. La confianza es el principal insumo que nace desde la “química natural” pero que debe cultivarse.

- ✓ La confianza se construye a partir del cumplimiento de las micropromesas.
- ✓ Conozco, acepto, concilio, cedo el paso.

DESAFÍOS

3. Conozco, acepto, concilio, cedo el paso.

- ✓ Dejar ser
- ✓ Las esencias no cambian
- ✓ Practico los acuerdos
- ✓ Priorizo al otro

DESAFÍOS

4. La comunicación permanente allana el terreno de la confianza.

- ✓ El sutil arte de la comunicación. Todo quiere decir algo.
- ✓ Poner sobre la mesa

DESAFÍOS

5. Establecer una cultura de la gestión de expectativas.

- ✓ ¿Qué puedes esperar? ¿Qué no puedes esperar?
- ✓ Debe ser susceptible al cambio.

DESAFÍOS

7. El poder de la diversidad en lo colectivo.

- ✓ La teoría evolucionista, se genera la mejor versión

“DE A TURNITOS” – LA RECIPROCIDAD

DESAFÍOS

1. Uno de los retos más grandes de cualquier relación es adaptarse a la dinámica de lo doméstico, lo secretarial, lo operativo.
 - ✓ “El trabajo maluco que alguien tiene que hacer”
 - ✓ Entre mejor se conozcan todos los eslabones de la infraestructura mejor podrá gerenciarse

DESAFÍOS

2. Buscar perfiles o entrenarse “Pa las que sea” o “Todoterreno”

- ✓ La versatilidad es necesaria
- ✓ La humildad se requiere para pasar por todas las jerarquías funcionales
- ✓ Si se siente “Yo no deberías hacer este rol tan operativo”, ponga una alarma.

DESAFÍOS

3. Hablar con coherencia, con contexto, con síntesis.

- ✓ Escuchar con actitud corporal, sin interrupciones, con moderador de tiempo.
- ✓ Evitar el “yo acabo de llegar y todo pero...bla bla bla” o el “Ya se lo que vas a decir”.
- ✓ No gritar, siempre mirar a los ojos cuando se habla y cuando se escucha. Quitar el celular o dispositivos del medio. No hay excusas.

DESAFÍOS

4. Por el modelo donativo del trabajo gremial requerirá cubrir los roles de todos por temporadas.

- ✓ Esa flexibilidad es coherente con la naturaleza laboral de quienes pertenecen al sector.
- ✓ Establecer estímulos desde lo donativo

DESAFÍOS

5. Al ser humano lo mueve el reconocimiento y el sentido de pertenencia

- ✓ Romper con la cultura de visibilizar al que se equivoca y obviar al que se “porta bien”.Ej FotoCultas
- ✓ Necesitamos ser parte de algo que inspira el autocuidado y el cuidado colectivo

DESAFÍOS

7. Honra de la palabra, cumplimiento de los acuerdos que pueden ser flexibles y renegociados.

- ✓ La palabra como semilla. Lo que se nombra existe.
- ✓ De nuevo una dinámica de la flexibilidad enmarcada en una ruta y un milimétrico orden.

“Y ESTO...¿CÓMO SE SOSTIENE?” – MODELOS DE SOSTENIBILIDAD

DESAFÍOS

1. “Muchas poquitas platas” aunque solo equivalga a un 20% de la sostenibilidad de la organización. Generan dolencia y sentido de pertenencia.
2. Elijan un personería jurídica que pueda celebrar contratos con el Estado en coherencia con lo artístico y lo cultura. (Entidades sin ánimo de lucro).
3. Comunicación y estructura organizacional.
4. Creación de planes estratégicos, que incluyan una hoja de ruta por metas.
5. Conciliación con lo financiero y una tabla de flujo de caja como herramienta principal.



Flujo de Caja	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS								
Alcaldía de M	\$ -	\$ 40.000.000						\$ 60.000.000
U de Antioquia	\$ 3.757.500	\$ -		\$ 3.757.500		\$ 3.757.500	\$ 3.757.500	
Fescol	\$ -	\$ -				\$ 6.500.000		
Agremiados - Meta	\$ -	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Suscriptores - Meta	\$ -	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000
Discos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pautas	\$ -	\$ -						
Formación	\$ -	\$ -						
Asesorías	\$ -	\$ -						
Subtotal Ingresos	\$ 3.757.500	\$ 41.050.000	\$ 1.050.000	\$ 4.807.500	\$ 1.050.000	\$ 11.307.500	\$ 4.807.500	\$ 61.050.000
EGRESOS								
Local	\$ -	\$ 571.200	\$ 571.200	\$ 571.200	\$ 571.200	\$ 571.200	\$ 571.200	\$ 571.200
Gerencia	\$ -	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ -	\$ 8.000.000
Asesoría Jurídica	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.000.000
Asesoría Contable	\$ -	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000
Coord Mercadeo	\$ -	\$ 500.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Asistentes Merc	\$ -	\$ 80.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000
Coord Comunicaciones	\$ -	\$ 500.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Asistentes Comunicacio	\$ -	\$ 80.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000
Dominio WEB	\$ -	\$ 1.060.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas x pagar	\$ -	\$ 4.285.714	\$ 4.285.714	\$ 4.285.714	\$ 4.285.714	\$ 4.285.714	\$ -	\$ 8.571.428
Asesorías NIF	\$ -	\$ 900.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Fiestas	\$ -	\$ 650.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 835.000	\$ -
Talleres Andes UdeA	\$ -	\$ 630.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -
Conversatorios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.000.000
Impresión revista	\$ -	\$ 2.000.050	\$ -	\$ 6.550.000	\$ -	\$ 6.550.000	\$ -	\$ 6.550.000
Diseño revista	\$ -	\$ 2.256.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Artículos	\$ -	\$ 63.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Fotos	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Internet tigo	\$ -	\$ 104.016	\$ -	\$ 6.550.000	\$ -	\$ 6.550.000	\$ -	\$ 6.550.000
carnets	\$ -	\$ 49.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000
Subtotal Egresos	\$ -	\$ 18.088.980	\$ 11.571.914	\$ 24.671.914	\$ 11.571.914	\$ 24.671.914	\$ 4.121.200	\$ 40.957.628
Saldo mes a mes	\$ 3.757.500	\$ 22.961.020	-\$10.521.914	-\$19.864.414	-\$10.521.914	-\$13.364.414	\$ 686.300	\$ 20.092.372
Saldo Acumulado	\$ 3.757.500	\$ 26.718.520	\$ 16.196.606	-\$ 3.667.808	-\$ 14.189.722	-\$ 27.554.136	-\$ 26.867.836	-\$ 6.775.464

¡Gracias!

¡Ahora nos escuchamos mejor!



USM
COLOMBIA
UNIÓN DEL SECTOR DE LA MÚSICA