Fundación Kunsamu
NIT 900.584.408-1

FUNDACION KUNSAMU
INFORME DE GESTION 2024

Durante el año 2024 a Fundación Kunsamu desarrollo el programa de apoyo en el cumplimiento de las obligaciones legales para las entidades sin ánimo de lucro y pequeña empresa, y fortalecimiento administrativo y contable. En el desarrollo se alcanzó cumplimiento con las Declaraciones de ingresos y Patrimonio de

- CORSOTUR, Corporación Social Turística de Playa Blanca. Declaración de ingresos y patrimonio. Y sus vinculados
- Funda servicios, Declaraciones de Ingreso y Patrimonio.
- Fundación para la prensa Libre, Declaración de Ingreso y Patrimonio.
- Corporación Misión Colombia, Declaración de Ingreso y Patrimonio.
- Corporación Cambio Colombia, Declaración de ingreso y Patrimonio.
- Declaraciones de Renta José Salom y Damiana Amézquita, orientación en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias
- Teslan SAS Declaraciones de Renta
- Corporación red Oikos.
- Fundación Emilia y Filipito, declaraciones de ingreso y patrimonio.
- Declaración de Renta y RNT de Transporte y operador turístico el Costeño.
- Declaración Fundación Los charcones y Mj consultemos s.a.s
- Fundación calipso.

Se adelantó el trámite para Permanencia en el Régimen tributario Especial de: Fundación Kunsamu y se apoyó la fundación Emilia y Filipito. Operador turístico el Costeño en la renovación del Registro nacional de Turismo, las Declaraciones de la Contribución parafiscal para el turismo y acompañamiento en la formalización de los trabajadores del restaurante el Costeño. Al igual que a la Fundación Calipso, se apoyó en el Registro nacional de turismo, en el Registro único de proponente. y se apoyó la fundación calipso en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

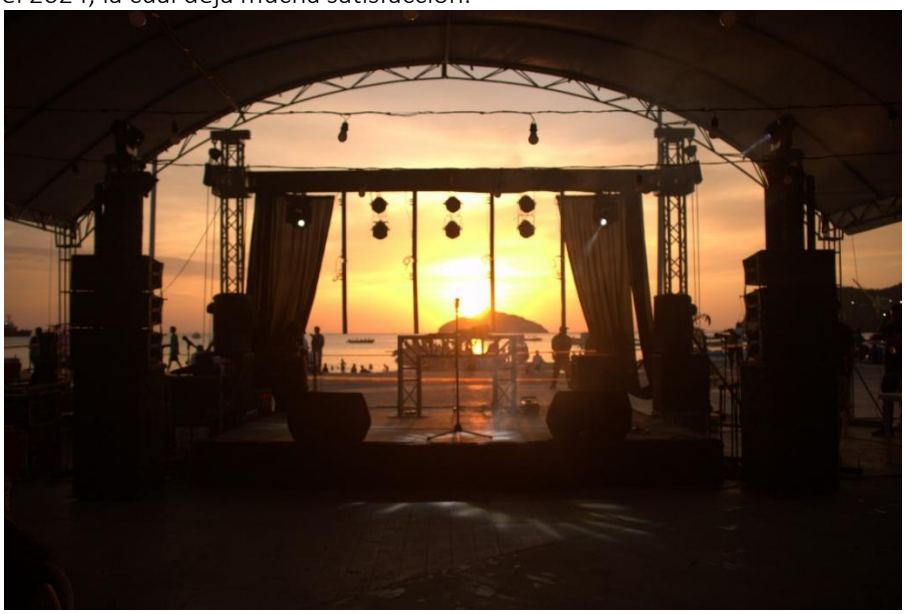
Para el 2025 se espera participar de nuevo en el Fondo de estímulos de la Alcaldía distrital y el Ministerio de Cultura.

Cordial saludo,

EMMA LUISA FERNANDEZ COTES
Representante Legal

INFORME PA'LA CALLE MUSIC FEST 2024
VERSIÓN ESPECIAL SOLO PARA MUJERES

Pa'la Calle Music fest 2024 se presenta como la plataforma para la música emergente e independiente de Santa Marta, y, luego de una revisión minuciosa identifica una brecha significativa de la participación de mujeres en la escena local, por lo que realiza una versión exclusiva para mujeres en agosto del 2024, la cual deja mucha satisfacción.



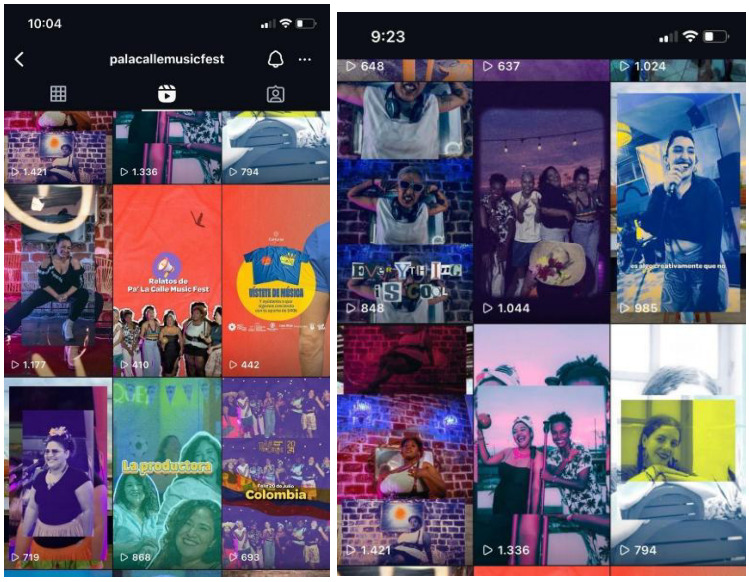
Esta plataforma se da gracias a una alianza, que nace y se mantiene de un acuerdo de voluntades entre Red Oikos, Fundación Kunsamu, Masaya Hostel, Gente Rara Label de Cartagena y Gama art biz de Barranquilla, y en esta ocasión se sumó Bahía Producciones, logrando consolidar vínculos fuertes, que buscan el desarrollo de la escena de la música emergente e independiente.
Esta versión especial para mujeres fue proyecto ganador del programa nacional de concertación cultural del Ministerio de las Culturas, las artes y los saberes a través de la fundación Kunsamu. Y por primera vez, el proyecto conto con el apoyo de la Fundación Bolívar Davivienda a través de Red Oikos por lo que el evento principal, showcases y rueda de negocios, se deciden realizar en el Camellón de la Bahía.
A continuación, se detalla cómo se desarrollaron sus actividades para lograr cada objetivo y resultados:

1. Estrategia de comunicaciones

Se diseño una estrategia de comunicaciones basada en la narrativa transmedia, que cuenta la historia de las participantes desde diferentes plataformas, online y offline, en este caso, el sitio we y catalogo digital en palacalle.redoikos.org, el Instagram y como plataforma offline el lanzamiento y los showcases.
Por lo tanto, se realizó una estrategia digital cuyo medio principal fue Instagram del proyecto @palacallemusicfest de la mano de la cuenta de la productora @CataBlues08 para mayor alcance, que se centró en el storytelling para contar la historia de las artistas que participaron en esta edición 2024, compartimos sus gustos, sueños, temores y fortalezas con el fin de humanizar la marca y mostrarlas más reales, y así se organizó su parrilla de contenido.

Se actualizo el sitio web palacalle.redoikos.org y se incluyó el nuevo catálogo digital que cuenta con los micrositios web de cada artista participante, quienes no contaban con material fotográfico de calidad, por lo que se realizo una jornada de grabación de contenido y sesión de fotos para ellas.
Las artistas participantes de la campaña y catalogo digital fueron: Karla Star, Nurab, Naty Rojas y Daniela Locarno con su Bullerengue para resistir, y como invitadas se contó con Dj Sofyah, Latrejoz y GaitasMujé.
Durante el desarrollo del catálogo digital se presentaron inconvenientes por el vencimiento de algunas licencias que se lograron solucionar, sin embargo, se presentaron retrasos, afortunadamente no fueron mayores y antes del lanzamiento se contó con el sitio web y catalogo digital actualizado (palacalle.redoikos.org). Y se mantiene dentro de la plataforma redoikos.org, aliado gestor de Pa'la Calle Music fest, quien aporta hosting, dominio entre otros recursos al proyecto.
La campaña en redes sociales, o su contenido principal, se publicó durante las semanas previas al evento principal, para también aprovechar e invitar a la comunidad a los Showcases. Esta incluyo capsulas llamadas "Relatos de Pa'la Calle" y otro con tips y mensaje de "Su productora", tuvo excelente acogida cada reel se publicó en colaboración de las cuentas de las artistas lo que ayudo a mejorar el alcance, esto Y una vez se contó con el sitio web, se anunció por historias.
Logros y resultados:

- Se logró actualizar y renovar la imagen del sitio web y su catálogo digital con 8 artistas mujeres palacalle.redoikos.org, y organizar los catálogos anteriores en https://www.palacalle.redoikos.org/catalogo/.
- Por primera vez se realiza una jornada de grabación y de fotografía con las artistas, que no solo sirvió para la cuenta del proyecto sino también para generar contenido de valor y calidad para las artistas en sus redes sociales.
- Se elaboraron en total 10 capsulas, 8 "Relatos de Pa'la Calle" y 2 de "Su productora" que en general lograron buen alcance.



- Se mejoro el posicionamiento del proyecto y su cuenta en Instagram, se llegó a nuevos seguidores, y ayudo a que la comunidad de Pa'la Calle Music fest conociera

las artistas participantes. A continuación, estadísticas días después de Showcases y a cierre del proyecto:





➔ Lanzamiento, medio offline:



El lanzamiento se realizó el 15 de agosto en Masaya Hostel, inició con la socialización del evento y proyecto en general. Y se quiso dar protagonismo y de alguna manera empezar abrir espacio para que las Gaitas también empiecen a reunirse, por lo que se organizó una Rueda de Gaitas. Esta Rueda de Gaitas fue liderada por el grupo GaitasMujé, y fue uno de los mayores logros y éxito, pues ellas se venían quejando que no se daban estos espacios en la ciudad, y que ya han identificados Gaiteros pero que no se había dado la oportunidad de reunirse y empezar a unirse y hacer sentir este género tan propio del Magdalena.

El evento sirvió para invitar a los asistentes a conocer el Catálogo Digital de artistas, generar tracción a las redes sociales y reforzar la invitación a los showcases el domingo 18 de agosto. Se contó con un público de 60 personas aproximadamente, de los cuales un 40% eran turistas que disfrutaron y conocieron más sobre nuestra tradición de Gaitas del Magdalena.

2. Audiciones

se lanzó la convocatoria en redes sociales el 28 de junio, dirigida a artistas femeninas cantautoras o intérpretes, solitas o con grupo, mayores de 18 años.
En total se inscribieron 8 artistas, que también en presentaron sus audiciones en la terraza de Masaya Hostel el sábado 6 de julio, el evento que inició a las 7 pm.
Se escogieron 5 artistas para los showcases y rueda de negocios, para la selección se invitó a Geraldine Polo líder de experiencia de Masaya Hostel y Nany Gonzalez musico profesional con amplia trayectoria como directora de coro y docente en la ciudad, y le sumo para casos de desempate Catalina Navarrete, productora ejecutiva de Pa'la Calle Music fest. Las jurados tuvieron en cuenta manejo de público, imagen personal y repertorio, pues todas las artistas demostraron talento y buena voz.
Las artistas seleccionadas fueron: Karla Star, Nurabb, Daniela Locarno, Naty Rojas, Nurab y Sofyah, dj residente del evento, y en esta ocasión se presentó también como cantante.
De las audiciones, el principal logro fue dar el primer paso para tejer una red de mujeres, el espacio se prestó para que se conocieran y gracias al grupo de whatsapp luego ellas realizaron encuentros de circuló de palabra y otras actividades, así mismo intercambiaron conocimientos y experiencias.
Además, la terraza de Masaya hostel estuvo llena, se contó con aproximadamente 50 personas, entre huéspedes, publico samario y amigos de las participantes que fueron a apoyarlas. Y el aporte de la experiencia y mirada de las jurados fue muy valiosa, además ellas manifestaron agradecimiento y mucha emoción de ser tenidas en cuenta, reconocer y poder exaltar su labor en el evento, lo que contribuyó a su empoderamiento y autoconfianza.

3. Semillero de Autogestión en la Música Independiente

En esta versión especial se diseñó una experiencia de aprendizaje para las artistas con el fin de darles herramientas y ayudar a desarrollar competencias mediante un proceso que se pensó como un acompañamiento que ayudara a las participantes a organizar su propio plan de trabajo y darle dirección para el crecimiento de sus proyectos, en si elementos para una hoja de ruta para su gestión presente y les diera metas a largo plazo.
Así se realizó el primer Semillero de Autogestión en la Música Independiente con la participaron activa 4 a 5 artistas en los primeros 3 talleres virtuales, y se extendió la invitación a las artistas invitadas a showcases para que participaran en los talleres de Comunicación Y Mercados Culturales, de esta manera se logró la asistencia de 8 artistas, y recibieron mentoría personalizada 4 de ellas.
A continuación, se detalla fechas y horas de los talleres virtuales:

Nombre del taller	Fecha y hora	Tallerista
Industria Cultural y Creativa, y de la música	15 de julio	Catalina Navarrete
Emprendimiento musical	17 de julio	
Fundamentos de Marketins	22 de julio	
El arte de comunicar el arte	13 de agosto	Natalia Mendivil

Y se realizó por primera vez luego de pandemia el taller sobre Mercados Culturales, a cargo de Ingard de Lima, de manera presencial con una dinámica preparatoria para la rueda de negocios, el sábado 17 de agosto en el coworking Flamingo de 4 a 6 pm.
Las mentorías personalizadas se llevaron a cabo de manera virtual por medio de vídeo llamadas durante el mes de julio y agosto, estas fueron una sesión de una hora a hora y media, y se enfocaron principalmente conocer el estado de su proyecto musical. Daniela Locarno, Karla Ramones, Natalia

Rojas y Laura Campuzano recibieron dos mentorias cada una, en general todas están empezando y se concentran especialmente en su producto musical y no en su entorno, o en desarrollar su público y en general la creación de comunidad, tampoco entienden bien cuál es su propuesta de valor.
Por lo tanto, las mentorías se enfocaron en darles herramientas para que aprendan a conocer inicialmente su entorno, que salgan a conocer los lugares locales y poder identificar sus necesidades, el público asistente entre otros detalles importantes que les ayuden a llegar a ellos, o identificar si van acorde a su propuesta musical.
Así mismo se les amplio un poco el tema de desarrollo de un emprendimiento creativo, y como poder reconocer su propuesta de valor, y cómo comunicarla.
Del proceso, se logró por lo menos que las participantes les pusieran fecha a sus actividades de inicio de sus proyectos, y aterrizaron ideas que les aclaro mejor el camino para poder avanzar en su proceso.
En general las artistas manifestaron mucha satisfacción con este acompañamiento, pues lograron aterrizar mejor sus ideas, adquirir nuevo conocimiento que las llevo a poder apropiar se de su proyecto musical y empezar a manejarlo como un negocio o empresa, empezaron así a establecer su plan de trabajo y rutinas para sembrar bases desde los primeros pasos.



4. Pa'la Calle Music fest

El 18 de agosto se realizó el evento principal, rueda de negocios y showcases en el Camellon de la Bahía desde las 4 4.30 pm. El montaje de carpas y tarima inicio a las 4 am, y a las 9 am hizo montaje de sonido. Las pruebas de sonido iniciaron puntuales a la 1 pm, hasta las 4 pm.

4.1 Rueda de Negocios

La rueda de Negocio se planeó iniciar a las 5pm, sin embargo, se presentaron diferentes dificultades, 4 programadores cancelaron su asistencia por diferentes motivos, solo uno de ellos propuso recibir a las artistas en su establecimiento en la semana siguiente.

Afortunadamente, se contó con 5 programadores para el 18 de agosto, y con ellos y su disposición se desarrolló la rueda de negocios así:
Ingard De Lima, de la agencia Gamar art Biz, con experiencia en gestión de artistas en Mercados Culturales como el Circulart, atendió a las artistas al momento de las pruebas de sonido de 1.30 pm a 4 pm, pudo conversar con las artistas conocer su propuesta y dar su retroalimentación sobre los lugares de circulación en Barranquilla. Ella adelanto todas sus citas pues debía viajar de regreso a Barranquilla a la hora programada.
A las 6 pm aproximadamente se logró realizar la rueda de negocios conto con los siguientes invitados: Carlos Armenta-productor, Geraldine Polo líder de experiencia de Masaya Hostel, Maria Alejandra Cruz Líder de Experiencia de Viajero Tayrona, Flavio Aguas del Colectivo Artesanando de Barranquilla, amigo de Carlos Armenta, y decidió participar en ese momento.
Y Taty Jessurum de Sucree, recibió a Karla Star en su establecimiento el viernes 30 de agosto, pues por motivos de fuerza mayor no logro llegar a la rueda de negocios el 18 de agosto, de igual manera reviso el catálogo y solicito cita con Karla.



Este espacio de la rueda de negocio deja muchos aprendizajes, especialmente con los programadores, el proyecto desde el 2023 decidió dar un paso adelante y abrir el espacio fomentar la circulación y generación de redes de contacto para las artistas participantes. Y de esta experiencia se aprendió que es necesario realizar pedagogía o sensibilización sobre el tema, diseñar una experiencia especial para los programadores y hacer el esfuerzo de gestionar invitados de otras ciudades.
Además, se confirmó que definitivamente son los hostales los que realmente valoran y le apuestan a abrir sus espacios a la música en vivo, tienen una visión mapas amplia, por lo que demuestran mayor interés y compromiso con la rueda de negocio.

De igual manera se lograron resultados positivos, como:

- Por primera vez se contó con la participación de Viajero Tayrona, ubicado en la zona de Buritaca, famoso por su festival Olas Sonoras, que hace parte de la cadena de

hostales Viajero, que también apoya la circulación nacional. Su representante, Maria Alejandra Cruz, recibió a las 7 artistas.

- Se conto con dos gestores y aliados de la ciudad de Barranquilla, que cuentan con una red amplia en esta ciudad para apoyar la circulación de artistas. Ingard de Lima y Flavio de Aguas también conversaron con las 7 artistas, conocieron sus proyectos, y le dieron lineamientos para poder circular en Barranquilla, y se comprometieron en apoyar a las artistas a conectarlas con festivales y espacios de la ciudad vecina. Ellos manifestaron que Santa Marta tiene cierta ventaja por la presencia de los hostales y ser una ciudad turística, lo que nos da luces para seguir avanzando por en esta línea.
- Se conto con un productor musical, Carlos Armenta, quien se ha especializado en producir artistas femeninas, y genero diferentes acuerdos con las artistas más emergente, así apoyarse entre ambas partes. De esta manera logro acuerdos con Nurab y GaitasMujé.
- Carlos Armenta, también cuenta con su proyecto musical, Cambambero, trata de una fusión del género urbano y el folclore y son las mujeres encargadas del tambor, el también aprovecho el espacio para conectar con Viajero Tayrona, e Ingard de Lima este último encuentro se realizó de manera virtual.
- Una vez más Masaya Hostel participo en el proyecto como aliado y programador, su representante Geraldine Polo, recibió a las 7 artistas, y le agendo algunos días, 26 de septiembre Nurab en la terraza de Masaya Hostel, y Latrejoz 29 de septiembre en Brisa Tranquila, que hace parte del grupo empresarial que ahora hace parte de Masaya.
- Sucree agendo a Karla Star para el 20 de septiembre.

De esta manera, la rueda de negocios se convierte en una de las actividades claves de Pa'la Calle Music fest junto al semillero de autogestión en la música independiente, pues marca la diferencia con otros festivales y también con grandes mercados culturales del país, pues este piensa en esos primeros pasos de los artistas y en actores fundamentales para la circulación local y regional de los artistas, los hostales y algunos restaurantes, y empieza a ser visto por otros agentes como directores de festivales, entre otros actores del ecosistema que desde ya aceptaron la invitación para el 2025.

4.2 Showcases:

Los showcases se realizaron con éxito, solo se presentaron inconvenientes con la pista de dos participantes, que supieron sortearlo en el momento. Se presentaron en total 7 propuestas musicales de artistas mujeres de la ciudad, cerrando con Gaitagua, grupo de gaitas liderado por mujeres, que además son de la comunidad LGTBIQ+. Este cierre fue especial pues por primera vez se tiene en cuenta un grupo de música tradicional, además es liderado por mujeres, y como característica especial una de ellas es la primera mujer gaitera de Guacamayal, pueblo gaitero del departamento del Magdalena.

Los shows en vivo conto con publico variado, principalmente familias, turistas, samarios y amigos de las artistas, aproximadamente 200 personas se reunieron en la carpa de Pa'la Calle Music fest.

Las artistas manifestaron su emoción y gratitud con todo el proyecto, realmente una vez se ve su proceso y avance, el proyecto toma más sentido, y es el mayor logro.



Aportes a los ODS



DS 5, La Igualdad de Género

El proyecto aporta directamente al ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) 5, la igualdad de género, se une a su causa "Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas", y abona a dos de sus metas:

5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.

-Dedica esta versión a reducir la brecha de la participación de las mujeres en la industria de la música, por lo que se realiza una edición especial exclusiva para mujeres, que les brinda espacios de formación para mejorar su autogestión en la música, un nuevo espacio para conectarlas con espacios de circulación y promover negocios para ellas y los showcases de cierre una vitrina que las dará a conocer en la escena. En total participaron 7 proyectos liderados y conformados por mujeres.

5.b Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres.

-El catálogo digital, y en general la estrategia digital en Instagram se dedicó a exclusivamente a visibilizar y promocionar los 7 proyectos de las mujeres participantes, a cada uno de estos proyectos se le desarrollo un micrositio web en el catalogo digital, y se realizo contenido en redes sociales que ayudo a mejorar su presencia en redes sociales.



ODS8 8, Trabajo decente y crecimiento económico

También aporta al ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico, específicamente a su meta:

8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

-Más que un festival, el proyecto es una estrategia que aporta diferentes herramientas y espacios para el desarrollo de competencias que le ayudo a las participantes a mejorar la gestión de sus proyectos, y al crecimiento como una empresa dentro de la industria de la música. En esta versión realiza por primera vez el Semillero en Autogestión en la Música Independiente, su componente de formación, que en esta versión desarrolló 4 talleres virtuales con la participación activa de 6 artistas, un taller presencial sobre Mercados de la Música que contó con 10 asistentes y la rueda de negocios en el que participaron 7 proyectos, los cuales se dieron a conocer con 5 programadores locales.