

HLPphonyx

Histórico da Organização

1 - Como, quando surgiu? como se desenvolveu? status atual?)

A HLPphonyx surgiu em 2010 para atender uma demanda crescente de produção e gestão de carreiras na periferia de Belo Horizonte (regional Leste). Com a união de Hugo e Leonardo, a HL surge como uma possibilidade de trabalho e renda para ambos. Leonardo trazendo o knowroll de produção, com amplo conhecimento de organização cultural, realização de feiras, festas e congressos, e Hugo, trazendo a expertise da área da comunicação e aquisição de clientes

No seu período de existência a HL passa a realizar outros eventos, como pequenos festivais, gestão de carreiras musicais e teatrais, feiras de economia solidária, lançamento de livros, atividades de circo e palhaçaria, entre outros.

Atualmente, é responsável por um selo de música LGBTQIA+ chamado “Berro” e está produzindo um projeto de nome “Tesoureiros, em Busca das Capitais de Minas Gerais” com o coletivo de palhaçaria “Tenda em Cena”, em Belo Horizonte, estruturando sua filial na cidade de Ouro Preto, onde pretende aplicar sua metodologia de treinamento e cursos na área da cultura e do entretenimento.

2 - Quais os principais produtos e serviços, fornecedores e clientes?

- Registro de obras culturais;
- Criação de projetos;
- Prestação de contas;
- Cursos e oficinas de cultura;
- Criação de rede para gestão de carreiras.

Norteadores Institucionais

1 - Quais as declarações dos Norteadores Institucionais de Missão, Visão e Valores da empresa (caso não exista, não preencher)

Missão: Ofertar uma forma participativa de realização cultural, sempre disponível quando o artista tem interesse em se empoderar, adaptando os processos a qualquer necessidade.

Visão: Garantir co-participação e co-gestão qualificada de produto, serviço e carreira artística, proporcionando gestão universal, próxima e de via dupla, desenvolvendo serviços exclusivos para cada cenário.

Valores:

Participação: Garantir co-participação e co-gestão qualificada de produto, serviço e carreira artística.

Proximidade: Proporcionar gestão universal, próxima e de via dupla.

Personalização: Desenhar serviços exclusivos para cada cenário.

Forças e Fraquezas organizacionais (ambiente interno)

1 - Vantagens do contexto interno

Knowroll e expertise na área cultural com grande imbricação no mercado belohorizontino;

Fexibilidade na criação e realização da ação cultural;

Imersão em processos de patrimonio e culturas tradicionais, ocasionando intercambio de saberes e sber-fazer;

2 - Desvantagens do contexto interno

Sobrecarga de ações e processos sobre a mesma função

Falta de conhecimento de comunicação e procesoss de mkt;

Baixo recurso financeiro.