Fecha del Informe	17 de octubre de 2024
Proyecto	Estrategia de comunicaciones del proyecto Transform-ARTE
Nombre del responsable: Rosa Angélica Lozano Baquero	

Informe de Estrategia de Comunicaciones del Proyecto Transform-ARTE II

Este informe detalla la ejecución exitosa de las acciones propuestas, así como se mencionan elementos significativos por cada actividad.

Objetivos Generales

1. Incrementar la inscripción del público en las actividades.
2. Aumentar el conocimiento y el interés en el mercado dancístico profesional.
3. Mejorar el posicionamiento de la Fundación como líder en la promoción cultural.
4. Generar leads y crecimiento en redes sociales.
5. Brindar apoyo institucional e incrementar el sentido de pertenencia por parte de nuestra comunidad participante.

Actividades del Proyecto

1. Danzas al Barrio

- Cuentas regresivas en Instagram y Facebook: Generaron expectativa y recordaron a los seguidores sobre los eventos, incentivando su participación al crear un sentido de urgencia y anticipación. Estas publicaciones estratégicas no solo mantuvieron a la audiencia informada, sino que también facilitaron la planificación de asistencia a las actividades programadas.

- Cobertura en tiempo real en Instagram y Facebook: Aumentó la participación y el interés del público en eventos en vivo, garantizando que un gran número de personas pudiera disfrutar de las muestras artísticas de manera digital. Esta estrategia permitió interactuar directamente con los asistentes virtuales, fomentando un diálogo en tiempo real que enriqueció la experiencia global del evento y amplificó su alcance.

- Videos de invitación: Para maximizar el alcance e invitar a públicos de diversos grupos, se gestionaron, editaron y publicaron videos de invitación que se distribuyeron en todas nuestras redes sociales. Estos videos no solo presentaron de manera atractiva nuestras

actividades, sino que también se etiquetaron a colaboradores y socios estratégicos. Gracias a esta colaboración, se generaron redes significativas, logrando conectar con nuevos públicos interesados en la danza y ampliando nuestra comunidad de manera efectiva. Esta estrategia no solo incrementó la visibilidad de nuestros eventos, sino que también fortaleció el sentido de pertenencia y colaboración en el sector artístico.

- Videos virales en TikTok: Se capturaron momentos destacados a través de entrevistas y trends en tendencia con algunos de los grupos participantes, así como por parte de los integrantes de la fundación. Estos videos no solo lograron un alto nivel de interacción y visibilidad, sino que también funcionaron como un poderoso vehículo para narrar historias visuales que resonaron con el público, fortaleciendo la conexión emocional con la iniciativa y atrayendo nuevos seguidores a la causa.

2. Circuito de Danza

-Publicaciones de piezas oficiales: Estas publicaciones proporcionaron claridad sobre los horarios y beneficios de nuestras actividades, lo que resultó en un notable aumento en la inscripción. Al presentar información concisa y atractiva, logramos captar la atención del público y facilitar su decisión de participar, consolidando nuestra comunicación como un recurso esencial para los interesados.

- Cubrimientos de los talleres: A través de imágenes y videos, mostramos la accesibilidad y la dinámica de los talleres, preparando a la audiencia para una experiencia enriquecedora. Este formato visual no solo ilustró la variedad de actividades ofrecidas, sino que también destacó la participación activa de los asistentes, generando un sentido de comunidad y motivando a nuevos interesados a unirse a nuestras iniciativas.

- Videos de invitación: Para maximizar el alcance e invitar a públicos de diversos grupos, se gestionaron, editaron y publicaron videos de invitación que se distribuyeron en todas nuestras redes sociales. Estos videos no solo presentaron de manera atractiva nuestras actividades, sino que también se etiquetaron a colaboradores y socios estratégicos. Gracias a esta colaboración, se generaron redes significativas, logrando conectar con nuevos públicos interesados en la danza y ampliando nuestra comunidad de manera efectiva. Esta estrategia no solo incrementó la visibilidad de nuestros eventos, sino que también fortaleció el sentido de pertenencia y colaboración en el sector artístico.

3. Cosmología del Hilo

- Anuncios visuales: Estos anuncios destacaron la calidad del trabajo artesanal realizado en nuestros talleres, capturando la atención del público y atrayendo un interés significativo en las actividades programadas. Al presentar imágenes vibrantes y atractivas, logramos

comunicar la esencia de nuestras propuestas y motivar a la audiencia a explorar y participar en estas experiencias artísticas.

- Videos de creación en TikTok: Estos videos no solo mostraron el proceso de elaboración de las artesanías, sino que también inspiraron a la audiencia a participar y conectar con las técnicas ancestrales. Al presentar contenido dinámico y educativo, logramos cultivar un sentido de admiración por la herencia cultural, fomentando la participación en nuestros talleres y promoviendo un mayor aprecio por el arte textil y sus tradiciones.

4. Magazine D de Danza

- Publicaciones en Facebook, YouTube y LinkedIn: Las entrevistas se transmitieron en vivo, lo que permitió una interacción directa con el público, que participó activamente realizando preguntas y destacando la importancia de estos espacios de diálogo. Además, al publicarse en LinkedIn, se enfatizó la colaboración entre artistas, promoviendo el networking y fortaleciendo el reconocimiento de sus contribuciones en el ámbito cultural. Esta estrategia no solo enriqueció la experiencia de los espectadores, sino que también consolidó conexiones valiosas dentro de la comunidad artística.

5. Artes para la Paz

- Publicaciones en Facebook, YouTube y LinkedIn: Las entrevistas se transmitieron en vivo, lo que permitió una interacción directa con el público, que participó activamente realizando preguntas y destacando la importancia de estos espacios de diálogo. Publicaciones en todas las plataformas: Captaron la atención sobre los temas tratados, incrementando la audiencia. Fomentaron la participación activa del público durante las entrevistas.

Monitoreo y Evaluación

- Herramientas de análisis: Se implementaron métricas de alcance, participación y conversión para evaluar de manera precisa el impacto de nuestras acciones. Estas herramientas nos permitieron obtener información valiosa sobre la efectividad de nuestras estrategias en redes sociales.

- Análisis mensual: Este proceso regular nos permitió ajustar nuestras estrategias en función del rendimiento y las tendencias emergentes, asegurando que nuestras acciones se mantuvieran relevantes y efectivas para nuestra audiencia.

- Informes para patrocinadores: Se elaboraron informes detallados que documentaron el impacto y la visibilidad alcanzada, enfatizando el valor cultural de las actividades realizadas.

Estos informes fueron fundamentales para mantener a nuestros patrocinadores informados sobre los resultados y el alcance de nuestras iniciativas.

La **Estrategia de Comunicaciones para el Proyecto Transform-ARTE II** se ejecutó con éxito, logrando los objetivos planteados y posicionando a la **Fundación Integrando Fronteras** como un referente en la promoción cultural a través del arte. Con un enfoque integral y un monitoreo constante, hemos fortalecido nuestra comunidad digital, promoviendo la integración cultural, la paz y la diversidad de manera tangible y efectiva.