Corporación Comunicar
PROYECTOS CULTURALES

CONVENIO DE ASOCIACIÓN N° 2232-2024
Suscrito entre el Instituto Distrital de las Artes IDARTES y
Corporación Comunicar

OBJETO: "Aunar esfuerzos entre el Instituto Distrital de las Artes IDARTES y una entidad sin ánimo de lucro para el desarrollo conjunto de actividades relacionadas con los cometidos y funciones del Instituto, particularmente para la realización del proyecto "SOSTENIBILIDAD PARA EL ECOSISTEMA ARTÍSTICO: proyectos de formación, circulación y articulación", el cual busca generar el fortalecimiento y la dinamización de la cadena de valor de la economía cultural y creativa de Bogotá".

NOMBRE DEL PROYECTO:

"SOSTENIBILIDAD PARA EL ECOSISTEMA ARTÍSTICO:

ESTRATEGIA DE CONVOCATORIA Y DIFUSIÓN: EMPRENDE CON EL ARTE - COPRODUCCIÓN PARA LAS ARTES ESCÉNICAS

Bogotá, Diciembre de 2024

ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN: EMPRENDE CON EL ARTE - COPRODUCCIÓN PARA LAS ARTES ESCÉNICAS

La **Estrategia de Difusión: Emprende con el Arte - Coproducción para las Artes Escénicas** fue desarrollada en colaboración entre el **Instituto Distrital de las Artes - Idartes** y la **Corporación Comunicar**, con el objetivo de maximizar la visibilidad y participación en este curso presencial, diseñado para fortalecer las competencias técnicas, administrativas y de marketing cultural de los agentes del sector escénico.

Este curso, con una duración de 12 horas distribuidas en tres módulos presenciales, ofreció un enfoque práctico para artistas y gestores con proyectos listos para ser presentados al público. Su programación los días 5 y 6 de noviembre buscó brindar herramientas específicas que fomentaran la profesionalización del sector y el desarrollo de redes estratégicas.

La estrategia de difusión se orientó a captar la atención de públicos clave mediante una combinación de medios tradicionales y digitales, incluyendo redes sociales, mailing, WhatsApp, y medios alternativos. En este informe se detalla cómo, a través de una comunicación efectiva y segmentada, se logró posicionar el curso y alcanzar una convocatoria exitosa que contribuyó al fortalecimiento de las artes escénicas en Bogotá.

1. Objetivos

Promover el curso 'Coproducción para las Artes Escénicas' de manera efectiva, logrando captar la atención de artistas y gestores culturales interesados en fortalecer sus habilidades en aspectos técnicos, administrativos y de marketing cultural.

Garantizar una convocatoria exitosa, utilizando estrategias de comunicación segmentadas para alcanzar a los agentes del sector escénico que cumplieran con los requisitos establecidos.

Posicionar la colaboración entre el Instituto Distrital de las Artes - Idartes y la Corporación Comunicar, destacando su compromiso con la profesionalización y sostenibilidad de las artes escénicas en Bogotá.

Asegurar la participación activa y el cumplimiento de los objetivos del curso, promoviendo la inscripción, asistencia y compromiso de los participantes a través de comunicaciones claras y motivadoras.

Evaluar el impacto de la estrategia de difusión, documentando los resultados obtenidos en términos de alcance, interacción y participación efectiva en el curso.

2. Estrategias Implementadas

La estrategia de difusión diseñada para el curso *'Coproducción para las Artes Escénicas'* se ejecutó con un enfoque integral, empleando herramientas digitales y canales estratégicos, logrando un impacto significativo en el público objetivo. A continuación, se detallan las estrategias implementadas:

Estrategia **Pre-Convocatoria**

En el marco del festival *Jazz al Parque*, se realizó un cubrimiento estratégico de medios enfocado en el *Workshop* de emprendimiento, con el objetivo de promover las diversas acciones de *Emprende con el Arte*, incluyendo de manera destacada el curso *Emprende con el Arte: Coproducción para las Artes Escénicas*. Esta acción permitió no solo fortalecer la activación de marca del programa, sino también posicionar las iniciativas formativas de manera estratégica frente al público asistente, generando un precedente positivo que favoreció la apertura de la convocatoria y el interés en este tipo de actividades.



Diseño de Mensajes Clave

- Se elaboraron mensajes claros y directos que resaltaron la naturaleza intensiva y relámpago del curso, destacando que era una oportunidad única de formación completa en solo dos días.
- El mensaje principal enfatizaba los beneficios del curso: aprendizaje práctico en aspectos técnicos, gestión administrativa y marketing cultural.

Curso en coproducción para las Artes Escénicas

Este curso presencial está diseñado para brindar a los participantes herramientas prácticas en coproducción en el ámbito artístico y cultural, con especial enfoque en las artes escénicas. Está dirigido únicamente a 20 proyectos de danza, música o arte dramático y cuenta con mentorías personalizadas, que serán exclusivas para quienes asistan a todas las sesiones.

La cualificación estará dividida en tres módulos clave que abordarán aspectos técnicos, administrativos y de marketing cultural:

- **Aspectos Técnicos de una Coproducción**:
  - Comprender los elementos técnicos necesarios para una coproducción.
  - Identificar las fases de producción y los roles técnicos involucrados.
  - Desarrollar habilidades para la planificación técnica de una obra artística.
- **Gestión y Aspectos Administrativos**:
  - Adquirir conocimientos sobre la gestión administrativa de una coproducción.
  - Desarrollar habilidades para la elaboración de presupuestos y contratos.
  - Comprender la importancia de la gestión de recursos y el financiamiento.
- **Marketing Cultural**:
  - Desarrollar estrategias de marketing para proyectos de coproducción en artes escénicas.
  - Comprender el mercado y las audiencias.
  - Crear un plan comercial y de comunicación para una obra artística.
- **Fechas de las clases**: 5 y 6 de noviembre
- **Horario:**9:00 a.m. a 1:00 p.m. y 2:00 p.m. a 4:00 p.m.
- **Duración total**: 12 horas
- **Requisitos de participación:** Contar con una obra o espectáculo que haya concluído su fase de preproducción y esté lista para ser presentada al público. Contar con la disponibilidad para asistir al 100% de las sesiones.
- **Convocatoria abierta**: hasta al 29 de octubre

Aproveche esta oportunidad para cualificarse y elevar sus proyectos en las artes escénicas.
📌 Formulario de inscripción: Formulario de inscripción

Correo personalizado

Hola **{{First name}}**,

Te invitamos a participar en el **Curso en coproducción para las Artes Escénicas**, que se realizará de manera **presencial** el 5 y 6 de noviembre.

Este programa está diseñado para brindarte herramientas especializadas que te permitirán fortalecer tus conocimientos en varios de los aspectos involucrados en el desarrollo de una coproducción. Está dirigido únicamente a 20 proyectos de danza, música o arte dramático y cuenta con mentorías personalizadas, que serán exclusivas para quienes asistan a todas las sesiones.

Este curso consta de los siguientes módulos, que serán dirigidos por profesionales de gran trayectoria y reconocimiento en el ecosistema artístico.

Aspectos técnicos de una coproducción: Comprenderás los elementos técnicos necesarios, identificarás las fases de producción y los roles técnicos involucrados, y desarrollarás habilidades para la planificación técnica de una obra artística.

Gestión y aspectos administrativos:
Adquirirás conocimientos sobre la gestión administrativa, la elaboración de presupuestos y contratos, así como la gestión de recursos y el financiamiento.

Marketing cultural:
Desarrollarás estrategias de marketing, comprenderás el mercado y las audiencias de teatro infantil y danza, y crearás un plan comercial y de comunicación para una obra artística.

El curso tendrá lugar los días 5 y 6 de noviembre de 9:00 a.m. a 1:00 p.m. y 2:00 p.m. a 4:00 p.m., para un total de 12 horas presenciales. La convocatoria está abierta hasta el 29 de octubre.

Para participar es indispensable contar con una obra o espectáculo que haya concluído su fase de preproducción y esté listo para ser presentado al público.

📌 Formulario de inscripción: Formulario de inscripción

¡No dejes pasar esta oportunidad para cualificarte y llevar tus proyectos a otro nivel!

#IDARTESESSOSTENIBILIDAD

Redes

🎭 ¡Inscríbase en nuestro curso presencial en **Curso en coproducción para las Artes Escénicas** 🎉

🔍 Aprenda sobre **aspectos técnicos**, **gestión administrativa** y **marketing cultural** en 12 horas de clases distribuidas en tres módulos presenciales.

- **Aspectos Técnicos**: Planificación técnica y fases de producción.
- **Gestión Administrativa**: Presupuestos, contratos y financiamiento.
- **Marketing Cultural**: Estrategias de mercado y audiencias de teatro infantil y danza.

🗓️ Clases: 5 y 6 de noviembre de 9:00 a.m. a 1:00 p.m. y 2:00 p.m. a 4:00 p.m.
📆 Inscripciones abiertas hasta el 29 de octubre.
💻 **Inscríbase aquí** 👉 Formulario de inscripción

- **Requisitos de participación:** Contar con una obra o espectáculo que haya concluído su fase de preproducción y esté listo para ser presentado al público. Contar con la disponibilidad para asistir al 100% de las sesiones.

🚀 ¡Lleve sus proyectos a otro nivel! 🌟

Whatsapp

📢 ¡No se pierda el Curso en coproducción para proyectos de los gestores, agentes artísticos y creativos de las artes escénicas! 🎭

🔸 Aprenderá sobre:

- **Aspectos Técnicos**: Fases de producción y planificación técnica.
- **Gestión Administrativa**: Presupuestos, contratos y financiamiento.
- **Marketing Cultural**: Estrategias de marketing y análisis de audiencias.

🔹 Clases presenciales los días 5 y 6 de noviembre de 9:00 a 16:00
🚨 La convocatoria está abierta hasta el 29 de octubre.
🔗 **Inscríbase aquí**: Formulario de inscripción

¡Es su oportunidad para impulsar sus proyectos culturales al siguiente nivel! 🌟

Desarrollo de Piezas Gráficas

- Se diseñaron piezas gráficas dinámicas y atractivas adaptadas a formatos de redes sociales, correos electrónicos y WhatsApp.
- Las piezas incluían detalles esenciales como fechas, horarios, requisitos y el enlace directo al formulario de inscripción.
- El eslogan **“Curso Relámpago: Coproducción para las Artes Escénicas”** se utilizó como anclaje principal para captar la atención del público objetivo.



Canales de Difusión: Se realizaron envíos masivos a 800 contactos pertenecientes a las bases de datos de la Corporación Comunicar, enfocadas en artistas escénicos, y a las bases de datos proporcionadas por Idartes. Esto permitió un alcance significativo dentro del sector cultural y artístico.

Fuentes de Información de los Participantes (basado en 31 respuestas):

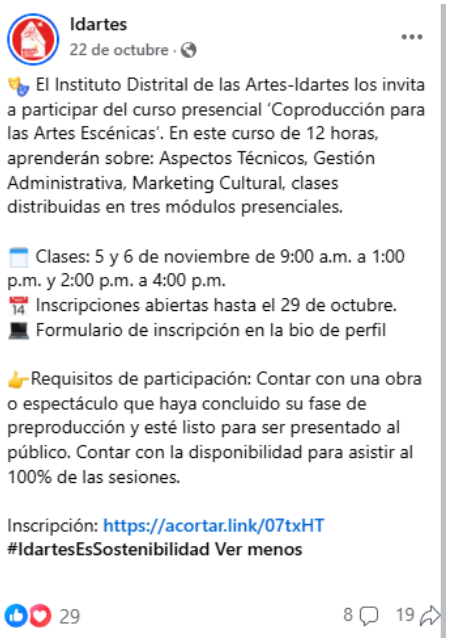
- **Correo Electrónico:** Representó el 25% de las inscripciones, demostrando la efectividad del email marketing dirigido.
- **Redes Sociales del Idartes:** Alcanzaron un impacto notable, siendo la principal fuente de conocimiento con un 50% de las menciones.
- **Redes de Otras entidades:** Constituyeron el 18.8%, evidenciando el poder del trabajo colaborativo dentro del ecosistema artístico.
- **Otros Medios:** Incluyeron el boca a boca y grupos de WhatsApp, que representaron el 6.2% restante, destacando la relevancia de las comunicaciones informales y comunitarias en la difusión del curso.

Uso Estratégico de Redes Sociales

- Publicaciones programadas en las redes sociales oficiales de Idartes (Instagram y Facebook) con llamados a la acción claros y directos.



- Historias en Instagram con enlaces al formulario de inscripción y recordatorios de la fecha límite, reforzando la urgencia para participar.
- Enlaces visibles en la bio del perfil de Idartes, facilitando el acceso al formulario de inscripción.



Mailing Dirigido

- Se utilizó una estrategia de mailing segmentada, aprovechando bases de datos proporcionadas por Idartes y la Corporación Comunicar, todas enfocadas en el nicho artístico y cultural.



- Se realizaron envíos masivos de correos electrónicos a agentes culturales, artistas y gestores con información detallada sobre el curso.

Comunicación a través de WhatsApp

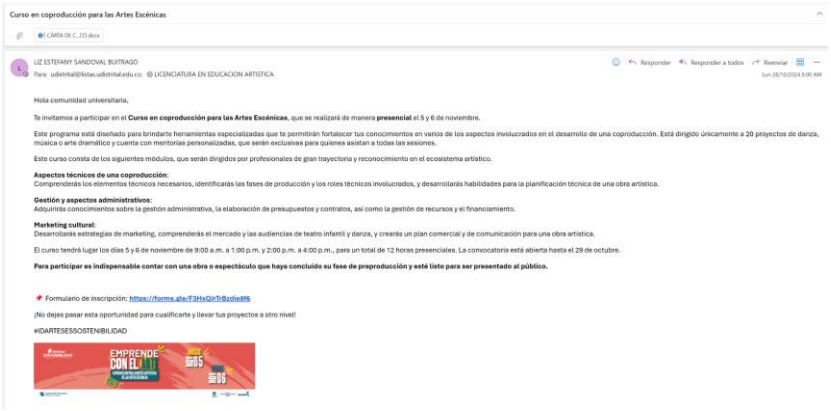
- Se envió información personalizada a contactos estratégicos a través de WhatsApp, lo que permitió una comunicación directa, efectiva y con resolución inmediata de dudas.



- La estrategia incluyó recordatorios sobre la fecha límite de inscripción y beneficios clave del curso.

Colaboración con Instituciones Educativas

- Se establecieron alianzas con universidades, utilizando correos institucionales para alcanzar a estudiantes y egresados de programas relacionados con las artes escénicas.



- Ejemplo destacado: la Universidad Distrital, que promovió la convocatoria y logró gran acogida entre su comunidad educativa.

Gestión Interna y Seguimiento

- Personal dedicado monitoreó las métricas de interacción en redes sociales y el progreso de las inscripciones, permitiendo ajustes en la estrategia en tiempo real.
- Respuestas rápidas y personalizadas a consultas de los interesados, garantizando un proceso de inscripción ágil y sin contratiempos.



Estrategias de Recordación

- Recordatorios constantes a través de historias, publicaciones y mensajes, reforzando la urgencia de inscribirse antes de la fecha límite.
- Mensajes de cierre enfatizando la exclusividad del curso y la oportunidad única de formación intensiva en el área de las artes escénicas.

Resultados

La convocatoria para el curso *Emprende con el Arte: Coproducción para las Artes Escénicas* logró consolidar 31 inscripciones de artistas escénicos en un tiempo récord, destacando la efectividad de las estrategias de difusión implementadas. Este resultado es especialmente significativo, considerando el perfil especializado del público objetivo y el corto periodo de promoción, lo que resalta el éxito del enfoque integral y adaptado.

El cubrimiento realizado durante *Jazz al Parque* contribuyó significativamente a la visibilización de *Emprende con el Arte: Coproducción para las Artes Escénicas*, estableciendo una conexión directa entre el público del festival y las oportunidades formativas. La activación de marca realizada en este evento permitió consolidar la percepción del programa como una plataforma de crecimiento para los agentes culturales, lo cual se reflejó en el interés y participación obtenidos durante la convocatoria, generando una base sólida para futuras ediciones.

El análisis de las fuentes de información del formulario de inscripción de la convocatoria arroja datos relevantes:

- **Correo Electrónico:** Representó el 25% de las inscripciones, evidenciando la eficacia del email marketing como herramienta clave, utilizando bases de datos específicas proporcionadas tanto por Idartes como por la Corporación Comunicar.
- **Redes Sociales del Idartes:** Constituyeron la principal fuente de inscripción con un 50%, lo que reafirma la confianza del público en los canales institucionales y el alcance orgánico de estas plataformas.
- **Redes de Otras Entidades:** Incluyendo las gestionadas por la Corporación Comunicar, alcanzaron un 18.8% de las menciones, mostrando el impacto de alianzas estratégicas en la promoción del curso.
- **Otros Medios:** Agrupando el boca a boca y grupos de WhatsApp, representaron el 6.2%, destacando el papel de las comunicaciones informales y comunitarias como complemento efectivo en la difusión.

Este logro reafirma el éxito de las estrategias implementadas para captar la atención de un público de nicho, maximizando recursos y canales para superar los desafíos de tiempo y segmentación. La convocatoria no solo alcanzó, sino que superó las expectativas iniciales, confirmando la pertinencia de estas acciones formativas en el fortalecimiento del ecosistema artístico y cultural de la ciudad.

Conclusiones de la Estrategia de Convocatoria y Difusión

Impacto del Tiempo Limitado: A pesar del corto periodo de tiempo para la convocatoria, la estrategia logró captar la atención de un segmento específico del ecosistema artístico. Esto demuestra la efectividad de los canales seleccionados y la pertinencia de las tácticas implementadas para convocar a un público de nicho.

Eficiencia de los Canales de Comunicación:

1. **Correo Electrónico:** El email marketing dirigido representó el 25% de las inscripciones, validando su importancia para llegar a públicos segmentados, especialmente cuando se cuenta con bases de datos robustas proporcionadas por Idartes y la Corporación Comunicar.
2. **Redes Sociales del Idartes:** Alcanzaron un 50% de las menciones, consolidándose como el canal principal de difusión. Esto resalta el valor del alcance orgánico y la credibilidad institucional en redes digitales.
3. **Redes de Otros Emprendedores:** Contribuyeron con un 18.8% de las inscripciones, reflejando la eficacia de los aliados estratégicos, como la Corporación Comunicar, en la promoción colaborativa.
4. **Otros Medios Informales:** Aunque representaron el 6.2%, los grupos de WhatsApp y el boca a boca se mantuvieron como herramientas complementarias importantes, especialmente en comunidades cercanas.

Estrategia Pre Convocatoria: La decisión de posicionar la marca "Emprende con el Arte" mediante un cubrimiento estratégico en el marco de Jazz al Parque demostró ser un acierto. Este esfuerzo permitió generar reconocimiento y familiaridad con el programa antes de abrir la convocatoria, creando un precedente que mejoró la receptividad y confianza en el curso.

Público Objetivo y Resultados: Lograr 31 inscripciones de artistas escénicos, un segmento específico del sector cultural, en un corto tiempo evidencia el éxito de la estrategia. Esto se logra aún más significativo si se considera la naturaleza especializada del curso y los requisitos exigidos, como la fase avanzada de preproducción de obras.

Fortalezas y Retos Identificados:

- **Fortalezas:** El diseño de una estrategia integral, con mensajes claros y directos, como el eslogan de “curso relámpago,” capturó efectivamente la atención del público objetivo. Además, la integración de canales institucionales, como el correo de la Universidad Distrital, amplió el alcance a nuevas audiencias.
- **Retos:** La estrategia reveló la importancia de continuar fortaleciendo los canales de comunicación informal y colaborativa para maximizar el impacto en futuros procesos de convocatoria.

Proyección y Sostenibilidad: La experiencia adquirida en la implementación de esta estrategia sienta bases sólidas para futuras ediciones del programa. La combinación de estrategias previas de posicionamiento, segmentación efectiva y uso de canales diversos se perfila como una fórmula replicable para maximizar el impacto y participación en futuras convocatorias.