ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE Instituto Distrital de las Artes IDARTES	GESTIÓN JURÍDICA	Código: 1AP-GJU-F-60
		Fecha: 01/12/2020
	REPORTE DE RECURSOS CON CARGO A LA ENTIDAD ASOCIADA	Versión: 3

CONVENIO: 2232-2024	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL - CONTRATISTA: CORPORACIÓN COMUNICAR	NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA -NIT-: 830031031-2	NOMBRE DEL PROYECTO: SOSTENIBILIDAD PARA EL ECOSISTEMA ARTÍSTICO

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.

PERÍODO DEL INFORME	01/10/2024	09/12/2024

ACTA DE INICIO	19/07/2024	ADICIÓN 1	$9.453.621	ADICIÓN 2	$ 1.587.040	TRASLADO 1	TRASLADO 2	SUSPENSIÓN 1 INICIO / REINICIO	DD/MM/AAAA	SUSPENSIÓN 1 INICIO / REINICIO	DD/MM/AAAA	PRÓRROGA 1 DESDE / HASTA	29/11/2024	PRÓRROGA 2 DESDE / HASTA	
TERMINACIÓN	29/11/2024					0	0				DD/MM/AAAA		9/12/2024		

MACROACTIVIDAD	ACTIVIDAD/PRODUCTO	FUENTE DE VERIFICACIÓN Y/O ENTREGABLE	PRESUPUESTO INICIAL	ADICIÓN		PRESUPUESTO INICIAL + ADICIONES	TRASLADO PRESUPUESTAL		PRESUPUESTO TOTAL	VALOR EJECUTADO	SALDO
				ADICIÓN 1	ADICIÓN 2		RUBRO DESTINO	RUBRO ORIGEN			
Desarrollar e implementar una estrategia de comunicaciones y difusión con el fin de recopilar y divulgar las acciones desarrolladas y logros alcanzados en el marco del presente proyecto.	**El servicio de diseño gráfico para mínimo (26) actividades desarrolladas en el marco del convenio, de acuerdo a los lineamientos establecidos en materia de comunicaciones por parte del Idartes.**	1. El servicio de diseño gráfico para mínimo (26) actividades desarrolladas en el marco del convenio, de acuerdo a los lineamientos establecidos en materia de comunicaciones por parte del Idartes.	$ 15.000.000	$ 9.453.621	$ 1.587.040	$ 26.040.661	$ 0	$ 0	$ 26.040.661	$ 26.040.661	$ 0
Desarrollar e implementar un proceso de fortalecimiento y dinamización de la circulación de los diferentes actores del ecosistema artístico y cultural de la ciudad.	**Tres (3) servicios de transporte (bus con capacidad de 30 personas) para las actividades que se desarrollen en el marco del convenio**	2.Tres (3) servicios de transporte (bus con capacidad de 30 personas) para las actividades que se desarrollen en el marco del convenio	$ 2.400.000	$ 0	$ 0	$ 2.400.000	$ 0	$ 0	$ 2.400.000	$ 2.400.000	$ 0
Desarrollar e implementar una estrategia de comunicaciones y difusión con el fin de recopilar y divulgar las acciones desarrolladas y logros alcanzados en el marco del presente proyecto.	**Diagramación, corrección de estilo y ajuste editorial del "Informe final que compile la totalidad de los procesos y acciones del componente de formación, que dé cuenta del análisis de datos cualitativos y cuantitativos, evaluación del proceso formativo, descripción de cada módulo formativo, sistematización de las recomendaciones de los participantes y mentores", de acuerdo a los lineamientos establecidos por el Idartes.**	3. Diagramación, corrección de estilo y ajuste editorial del "Informe final que compile la totalidad de los procesos y acciones del componente de formación, que dé cuenta del análisis de datos cualitativos y cuantitativos, evaluación del proceso formativo, descripción de cada módulo formativo, sistematización de las recomendaciones de los participantes y mentores", de acuerdo a los lineamientos establecidos por el Idartes	$ 18.900.000	$ 0	$ 0	$ 18.900.000	$ 0	$ 0	$ 18.900.000	$ 18.900.000	$ 0
Desarrollar e implementar una estrategia de comunicaciones y difusión con el fin de recopilar y divulgar las acciones desarrolladas y logros alcanzados en el marco del presente proyecto.	**Un proceso de convocatoria y selección de mínimo cuarenta (40) emprendedores creativos, artísticos y culturales para el proceso formativo Emprende con el Arte: con énfasis en diseño, gestión e innovación de productos artísticos y culturales**	4. Un proceso de convocatoria y selección de mínimo cuarenta (40) emprendedores creativos, artísticos y culturales para el proceso formativo Emprende con el Arte: con énfasis en diseño, gestión e innovación de productos artísticos y culturales	$ 2.750.000	$ 0	$ 0	$ 2.750.000	$ 0	$ 0	$ 2.750.000	$ 2.750.000	$ 0
Desarrollar e implementar una estrategia de comunicaciones y difusión con el fin de recopilar y divulgar las acciones desarrolladas y logros alcanzados en el marco del presente proyecto.	**Un proceso de convocatoria y selección de veinte (20) agentes creativos, artísticos y culturales para el proceso formativo Emprende con el Arte: fortalecimiento en servicios artísticos y culturales**	5. Un proceso de convocatoria y selección de veinte (20) agentes creativos, artísticos y culturales para el proceso formativo Emprende con el Arte: fortalecimiento en servicios artísticos y culturales	$ 2.250.000	$ 0	$ 0	$ 2.250.000	$ 0	$ 0	$ 2.250.000	$ 2.250.000	$ 0
REPORTE DE RECURSOS PROPIOS (TOTAL)			**$ 41.300.000**	**$ 9.453.621**	**$ 1.587.040**	**$ 52.340.661**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 52.340.661**	**$ 52.340.661**	**$ 0**

OBSERVACIONES: EL APORTE DE LA CORPORACIÓN COMUNICAR, ES UN APORTE EN ESPECIE DE LO CUAL SE DA CUENTA EN EL INFORME

NOTA: Hacen parte integral del presente reporte los anexos que dan cuenta del cumplimiento de las *Obligaciones Específicas con cargo a los Recursos del Asociado, siendo claro que el IDARTES está facultado para verificar y observar los contenidos de los mismos en atención a la normatividad que rige la materia,por lo tanto la recepción del formato y sus anexos sin esta verificación no significa aceptación por parte de la supervisión del Convenio.*

CARLOS ALBERTO JIMENEZ HERNANDEZ
REPRESENTANTE LEGAL
CORPORACION COMUNICAR

Aceptación del Informe por el IDARTES: _____ Fecha de aprobación: _____

LINA MARIA GAVIRIA HURTADO

Revisó: Jennifer A. Rocha A. - Contratista Línea de Sostenibilidad

Revisó: Angie M. Cadena - Contratista Subdirección de las Artes

Aprobó: Quena M. Leonel L. - Contratista Línea de Sostenibilidad

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:

EL SERVICIO DE DISEÑO GRÁFICO PARA MÍNIMO (26) ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN EL MARCO DEL CONVENIO, DE ACUERDO A LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS EN MATERIA DE COMUNICACIONES POR PARTE DEL IDARTES.

Bogotá, diciembre de 2024

Introducción

En el marco del convenio establecido con el Instituto Distrital de las Artes (Idartes), el servicio de diseño gráfico jugó un papel clave en el desarrollo y éxito de las actividades relacionadas con las Zonas de Arte y Emprendimiento (ZAEs) y los procesos de formación Emprende con el Arte. Este servicio se extendió a lo largo de más de 26 actividades, atendiendo tanto requerimientos iniciales como adicionales que surgieron durante la ejecución del proyecto.

El servicio de diseño gráfico se destacó por ofrecer un soporte constante y adaptativo, respondiendo a cualquier solicitud o novedad que se presentara. Este servicio no solo incluyó la creación de piezas desde cero, sino también la corrección, adaptación, y ajuste de diseños ya existentes. Entre las acciones realizadas se destacan la corrección de errores ortográficos, la diagramación y rediseño de piezas, la creación de guías de corte, y la revisión técnica de los artes enviados desde comunicaciones de Idartes, asegurando que todos cumplieran con las normativas establecidas antes de ser enviados a los proveedores.

En este informe se anexan las piezas gráficas desarrolladas como insumo documental, lo que permitirá su uso como referencia para futuros proyectos y actividades. Este valioso material demuestra la importancia de contar con un servicio de diseño gráfico dedicado y flexible que pueda responder a las demandas.

Objetivo del Servicio de Diseño Gráfico

Garantizar un soporte de diseño gráfico permanente y de alta calidad para todas las actividades relacionadas con las ZAE y Emprende con el Arte, cumpliendo con los lineamientos establecidos por Idartes. Además, actuar como filtro técnico y visual para los artes enviados a proveedores, asegurando que todas las piezas cumplieran con los estándares establecidos y estuvieran libres de errores.

1. **Diseño Gráfico: Emprende con el Arte - Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales (40H)**

Para el curso *Emprende con el Arte: Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales (40H)*, se desarrolló una estrategia gráfica integral que abarcó diversas necesidades de comunicación y materiales promocionales.

Piezas Diseñadas:

1. **Redes Sociales:**
    - **Publicaciones Cuadradas:** Diseños adaptados a los formatos estándar de Instagram y Facebook para promocionar el curso.
    - **Historias:** Piezas verticales dinámicas para historias de Instagram y Facebook, optimizadas para captar la atención del público en pocos segundos.
    - **Banner:** Diseño horizontal pensado para encabezados y publicaciones destacadas en redes y páginas web.
    - **Formulario:** Gráfica funcional para el formulario de inscripción, garantizando una experiencia visual coherente.
2. **Material Impreso:**
    - **Afiche:** Diseño de un afiche llamativo y profesional, con información detallada sobre el curso, dirigido a universidades, centros culturales y espacios artísticos.
    - **Agenda/Libreta:** Diseño exclusivo para agendas o libretas con elementos gráficos relacionados al curso, ideal para los participantes y como material de branding del programa.

Este paquete gráfico no solo buscó atraer a los participantes potenciales, sino también posicionar la identidad del curso como un referente de calidad en formación artística y cultural. Todos los diseños siguieron los lineamientos establecidos por Idartes y fueron adaptados para maximizar su impacto en los diferentes canales de difusión.







2. Diseño Gráfico: Emprende con el Arte - Fortalecimiento en Servicios Artísticos y Culturales para Artistas Plásticos

Para el curso *Emprende con el Arte: Fortalecimiento en Servicios Artísticos y Culturales para Artistas Plásticos*, se desarrollaron diversas piezas gráficas adaptadas a los canales de comunicación más efectivos, enfocadas en captar el interés del público objetivo y mantener una identidad visual coherente con los lineamientos del programa.

Piezas Diseñadas:

1. **Redes Sociales:**
    - **Publicaciones Cuadradas:** Diseños creativos y funcionales para Instagram y Facebook, optimizados para destacar en el feed.
    - **Historias:** Piezas verticales con un enfoque dinámico para las historias de redes sociales, facilitando la difusión de la convocatoria.
    - **Banner:** Diseño horizontal para encabezados y publicaciones destacadas en páginas web y correos institucionales.
    - **Formulario:** Gráfica coherente y funcional para el formulario de inscripción, asegurando una experiencia visual atractiva.
2. **Material Impreso:**
    - **Agenda/Libreta:** Diseño exclusivo para agendas o libretas, integrando elementos gráficos relacionados al curso. Este material se destinó a los

participantes, reforzando la identidad del programa y su mensaje de fortalecimiento artístico.

Este conjunto de piezas gráficas contribuyó a la visibilización efectiva de la convocatoria y a la creación de materiales útiles para los participantes, manteniendo una identidad visual que reflejara profesionalismo y conexión con el sector artístico y cultural.









3. Diseño Gráfico: Emprende con el Arte - Cualificación en Coproducción para Servicios Artísticos

Para el curso *Emprende con el Arte: Cualificación en Coproducción para Servicios Artísticos*, el diseño gráfico se enfocó principalmente en apoyar la convocatoria, garantizando piezas efectivas que captaran la atención de los públicos objetivo en un corto tiempo, siguiendo los lineamientos de comunicación establecidos.

Piezas Diseñadas:

1. **Redes Sociales:**
    - **Publicaciones Cuadradas:** Diseños llamativos y directos para Instagram y Facebook, con información clave sobre el curso.
    - **Historias:** Piezas verticales diseñadas para destacar en las historias de redes sociales, asegurando un alcance dinámico y atractivo.
    - **Banner:** Diseños horizontales para encabezados y publicaciones destacadas en páginas web, ideales para promover el curso en plataformas digitales.
    - **Formulario:** Adaptación gráfica para el formulario de inscripción, garantizando coherencia visual y facilitando la interacción del usuario.

El enfoque estratégico de estas piezas estuvo orientado exclusivamente a la convocatoria, logrando comunicar de manera clara y efectiva los objetivos del curso. Este diseño centrado en la difusión permitió consolidar el mensaje del programa y garantizar la participación activa de los agentes creativos.





4. Diseño Gráfico: Emprende con el Arte - Marketing Cultural para Salas Concertadas y la Red de Espacios Independientes (REI)

Para el curso *Marketing Cultural para Salas Concertadas y la Red de Espacios Independientes (REI)*, el diseño gráfico se orientó principalmente hacia la difusión, el posicionamiento de marca y el reconocimiento del curso, más que en una convocatoria directa. El objetivo era destacar la relevancia del programa y fomentar la apropiación del mismo entre los agentes culturales.

Piezas Diseñadas:

1. **Redes Sociales:**
    - **Publicaciones Cuadradas:** Diseños con mensajes claros y visuales atractivos que resaltaban los beneficios del curso, promoviendo su posicionamiento en plataformas como Instagram y Facebook.
    - **Historias:** Piezas verticales que destacaban información clave del curso, diseñadas para captar la atención rápida de los usuarios en los feeds de historias.
    - **Banner:** Gráficos horizontales utilizados en páginas web y boletines, reforzando la identidad visual del curso.
2. **Formulario:** Adaptación gráfica coherente con el estilo visual del curso, utilizada para fortalecer el acceso a información complementaria y fomentar el reconocimiento del programa.

El enfoque en estas piezas fue transmitir un mensaje consistente que posicionara el curso como una herramienta indispensable para el desarrollo y fortalecimiento de las capacidades en marketing cultural de las salas concertadas y los espacios REI. Este esfuerzo permitió establecer un reconocimiento duradero de la marca y destacar la importancia del curso en el sector cultural.





5. Diseño Gráfico: Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) - Mi Huella, Mi Marca

Para el curso *Mi Huella, Mi Marca*, desarrollado en alianza con la Superintendencia de Industria y Comercio, el diseño gráfico se centró en la convocatoria y en destacar el éxito alcanzado con un *sold out* en las inscripciones. Este curso, enfocado en fortalecer capacidades de marca y ventas, demandó piezas visuales adaptadas a diferentes plataformas y mensajes que reforzaran el impacto del programa.

Piezas Diseñadas:

1. **Convocatoria:**
    - **Redes Sociales:**
    - **Publicaciones Cuadradas y Rectangulares:** Diseños enfocados en destacar los objetivos y beneficios del curso, utilizando elementos visuales alineados con la identidad del proyecto.
    - **Historias:** Piezas diseñadas para capturar rápidamente la atención en formatos verticales, promoviendo el llamado a la acción hacia el formulario de inscripción.
    - **Formulario:** Diseño gráfico adaptado para facilitar el proceso de inscripción, asegurando coherencia visual con las piezas promocionales.
2. **Adaptaciones para *Sold Out*:**
    - **Publicaciones de Reconocimiento:** Piezas gráficas adaptadas para anunciar el éxito de la convocatoria, con mensajes de *sold out* que destacaban la alta demanda y participación.
    - **Historias de Éxito:** Adaptaciones verticales que anunciaban la finalización de las inscripciones, reforzando la relevancia del curso.

El enfoque visual y estratégico de las piezas permitió no solo alcanzar el cupo máximo de participantes en tiempo récord, sino también posicionar *Mi Huella, Mi Marca* como un programa exitoso y altamente demandado, fortaleciendo la percepción de valor del curso y su impacto en el ecosistema cultural y emprendedor.



6. Diseño Gráfico: Certificaciones para los Cursos de *Emprende con el Arte*

Uno de los elementos clave en el cierre de los procesos formativos fue la creación de certificaciones adaptadas a la identidad visual de cada curso, consolidando un reconocimiento formal y estético para los participantes.

Proceso de Diseño:

1. **Identidad Gráfica Personalizada:** Cada certificación fue diseñada siguiendo la línea gráfica del curso correspondiente, asegurando coherencia visual con las piezas promocionales y comunicativas previamente utilizadas. Esto permitió reforzar la identidad única de cada programa, conectando los participantes con la experiencia formativa.
2. **Elementos Visuales:**
    - **Diseño Limpio y Profesional:** Uso de una tipografía legible y moderna que transmitiera profesionalismo.
    - **Incorporación de Logos:** Todos los certificados incluyeron los logos del Instituto Distrital de las Artes - Idartes y la Corporación Comunicar, además de otros aliados estratégicos como la Superintendencia de Industria y Comercio, según el curso.
    - **Detalles Personalizados:** Nombres de los participantes, fecha de emisión y temática del curso, enmarcados en un diseño visualmente atractivo y alineado con los objetivos del programa.
3. **Certificaciones Diseñadas:**
    - **1. Productos: Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales.**
    - **2. Artes Plásticas: Fortalecimiento en Servicios Artísticos y Culturales.**
    - **3. Servicios: Cualificación en Coproducción.**
    - **4. REI y Salas Concertadas: Marketing Cultural.**
    - **5. SIC: Mi Huella Mi Marca.**





7. Diseño Gráfico: Banners para Pantallas en Encuentros de *Emprende con el Arte*

Con el objetivo de fortalecer la visibilidad y posicionamiento de la marca **#IdartesEsSostenibilidad**, se diseñaron banners digitales para pantallas utilizados en diversos encuentros organizados en el marco del proyecto. Estos banners destacaron por su adaptabilidad y capacidad para reforzar la identidad del programa en múltiples contextos.

Propósito y Usabilidad:

Los banners fueron diseñados para proyectarse en pantallas durante eventos clave como *Emprende con el Arte*, *Workshops*, *Emprende Talks* y sesiones de *Networking*. Su propósito principal fue generar una presencia constante de la marca, acompañando las actividades y reforzando la importancia de la sostenibilidad en las industrias creativas y culturales. Los diseños fueron modernos, limpios y alineados con la identidad visual del proyecto, garantizando coherencia gráfica en todos los escenarios donde se implementaron.



8. Diseño Gráfico: Pendones Tipo Araña para Eventos de *Emprende con el Arte*

Como parte de la estrategia de comunicación visual del proyecto, se diseñaron seis versiones de pendones tipo araña. Estos elementos gráficos fueron fundamentales para dotar de identidad visual a los eventos organizados en el marco de *Emprende con el Arte* y garantizar la coherencia estética en los diferentes contextos donde se utilizaron.

Propósito y Usabilidad:

Los pendones fueron diseñados para destacar la marca **#IdartesEsSostenibilidad** y reforzar la identidad de las actividades realizadas. Cada versión se adaptó a las necesidades de distintos contextos, incluyendo *Workshops*, *Emprende Talks*, encuentros de *Networking*, y eventos de *Zonas de Arte y Emprendimiento*.



9. Diseño Gráfico: Portadas de Cuadernillos para los Cursos de *Emprende con el Arte*

En el marco de los procesos formativos de *Emprende con el Arte*, se diseñaron diversas portadas para los cuadernillos entregados a los participantes. Estas portadas no solo cumplen una función estética, sino que también refuerzan la identidad visual de cada curso, alineándose con los lineamientos de comunicación establecidos.

Propósito y Usabilidad:

Las portadas fueron creadas con el objetivo de proporcionar una identidad única a cada curso, destacando elementos clave como el nombre del programa, el logo de **#IdartesEsSostenibilidad**, y el enfoque temático de cada módulo formativo. Estas piezas gráficas fueron utilizadas en cursos como *Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales*, *Cualificación en Coproducción*, y *Fortalecimiento en Servicios Artísticos y Culturales*, entre otros.

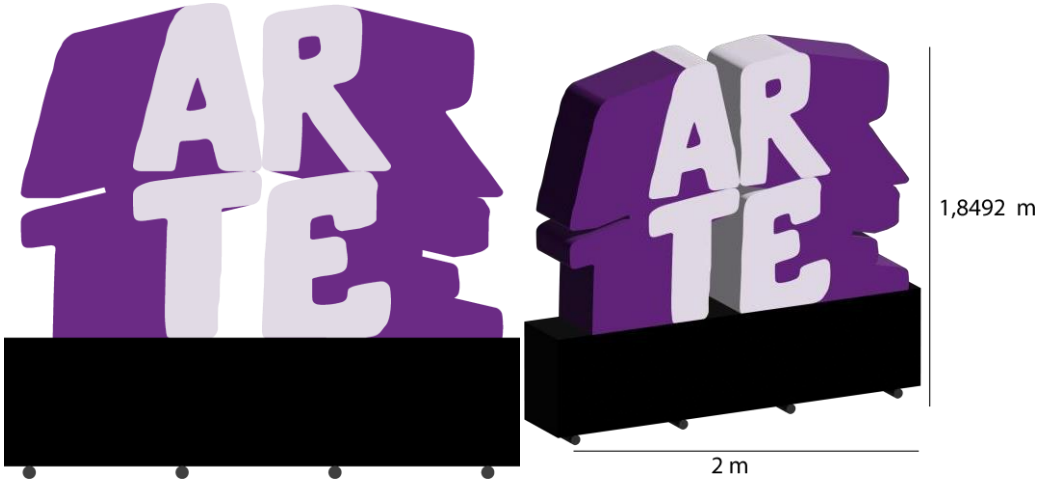


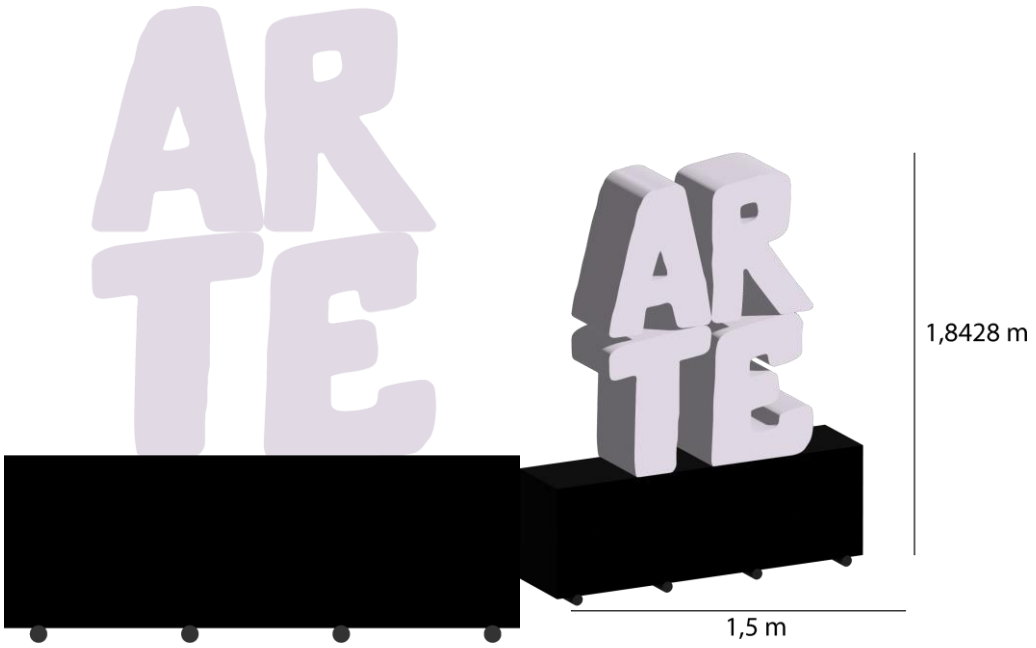
10. Diseño Gráfico: Gigantografía "Artes" para Eventos y Zonas de Arte y Emprendimiento

En el marco del convenio, se desarrollaron aproximadamente seis propuestas de diseño para una gigantografía con la palabra **"Artes"**, buscando cumplir con las expectativas creativas y funcionales requeridas. Esta pieza fue concebida como un recurso icónico para fortalecer la identidad visual en actividades como las *Zonas de Arte y Emprendimiento* (ZAEs) y eventos formativos de *Emprende con el Arte*.

Propósito y Usabilidad:

La gigantografía "Artes" fue diseñada para ser un punto focal en los eventos, destacando la esencia artística del programa. Se creó con el objetivo de integrarse en espacios culturales y educativos, sirviendo como elemento visual clave para atraer la atención de los asistentes y reforzar la identidad de **#IdartesEsSostenibilidad** en todas las actividades realizadas.







Blank's Script Font



Mordis by hansco

Artes



11. Diseño Gráfico: Libreta de Relacionamiento para Posicionamiento de Marca

Propósito y Usabilidad:

Se diseñó una libreta de relacionamiento con el objetivo principal de **posicionar la marca** de **#IdartesEsSostenibilidad** y fortalecer el vínculo con agentes, emprendedores y participantes del ecosistema artístico y cultural. Esta libreta, además de ser funcional, sirvió como un elemento estratégico para promover el proyecto en actividades de formación, networking y eventos de circulación como las ZAEs.







12. Diseño Gráfico: Marco Fotográfico "Bogotá: Mi Ciudad, Mi Casa" para Zonas de Arte y Emprendimiento (ZAEs)

Propósito y Usabilidad:

Se diseñó un marco fotográfico como material POP con el lema **"Bogotá: Mi Ciudad, Mi Casa"**, destinado a ser usado en las Zonas de Arte y Emprendimiento (ZAEs). Este elemento tenía como objetivo **crear un espacio interactivo para los asistentes**, incentivando la participación en redes sociales mediante fotografías y fortaleciendo la conexión emocional con la ciudad y las actividades culturales.



12. Adaptaciones Gráficas: Piezas Oficiales de Festivales al Parque para Actividades del Convenio

Propósito y Usabilidad:

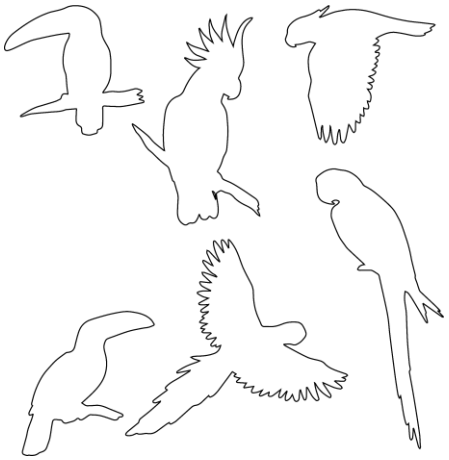
Como parte de las actividades enmarcadas dentro del convenio, se realizaron **adaptaciones gráficas de las piezas oficiales de los Festivales al Parque** (Hip Hop, Salsa, Jazz, Colombia y Rock al Parque). Estas adaptaciones estuvieron orientadas a **potenciar la identidad visual de las ZAEs y actividades formativas**, alineando los elementos oficiales con las necesidades específicas del convenio. Se emplearon tanto para **pantallas, banners y material POP**, como para promocionar las actividades en redes sociales y otros canales digitales.



13. Diseño de Siluetas de Aves para Elementos Decorativos de las ZAEs

Propósito y Usabilidad:

Como parte de la ambientación visual y decorativa de las **Zonas de Arte y Emprendimiento (ZAEs)**, se diseñaron **siluetas de aves** que reflejan un estilo artístico y orgánico. Estas piezas se utilizaron como **elementos decorativos colgantes y de ambientación** en las diferentes ZAEs, aportando identidad y un toque visual atractivo a los espacios.



14. Corrección de Elementos Visuales por Errores de Ortografía y Ajustes Técnicos

Propósito y Usabilidad:

Durante el desarrollo del convenio, el servicio de diseño gráfico también incluyó la **corrección y ajuste de elementos visuales** previamente diseñados, asegurando que cumplieran con los más altos estándares de calidad. Estas correcciones abarcaron errores de **ortografía, alineación, formato y ajustes técnicos** solicitados por el equipo de comunicaciones y producción.



15. Creación de Cenefas en el Marco del Nodo San Felipe

Propósito y Usabilidad:

En el contexto de la **ZAE Nodo San Felipe**, se desarrollaron cenefas personalizadas para cada uno de los emprendedores participantes. Estas piezas gráficas sirvieron como elementos identificativos y promocionales, destacando la marca, identidad y productos de cada emprendimiento. Su diseño estuvo alineado con la línea gráfica general del evento, garantizando una presentación visual coherente y profesional.







Habladores Personalizados para Emprendimientos en el Nodo San Felipe

Propósito y Usabilidad:

En el marco de la **ZAE Nodo San Felipe**, se diseñaron habladores personalizados para cada uno de los emprendimientos participantes. Estos elementos gráficos tuvieron como objetivo principal resaltar la identidad de cada marca, facilitando la conexión directa con el público asistente a través de información clara y accesible.









Resultados Alcanzados

- Cumplimiento del 100% de las actividades estipuladas: Se cubrieron todas las solicitudes iniciales y adicionales.
- Producción de piezas gráficas diversificadas
- Soporte oportuno a las iniciativas de Idartes: Se complementó la labor del equipo de comunicaciones, garantizando calidad y puntualidad en la entrega.

Conclusión

El servicio de diseño gráfico no solo cumplió con los requerimientos establecidos, sino que también se convirtió en una herramienta indispensable para garantizar la calidad, coherencia y puntualidad de las comunicaciones gráficas del proyecto. Este informe no solo refleja el trabajo realizado, sino que también destaca la importancia de este componente en el éxito de las actividades desarrolladas, aportando un legado gráfico que enriquecerá futuros procesos.

APORTE DEL ASOCIADO
REPORTE DE RECURSOS CON CARGO A LA ENTIDAD ASOCIADA

MACROACTIVIDAD:
Desarrollar e implementar una estrategia de comunicaciones y difusión con el fin de recopilar y divulgar las acciones desarrolladas y logros alcanzados en el marco del presente proyecto.

ACTIVIDAD/PRODUCTO:
El servicio de diseño gráfico para mínimo (26) actividades desarrolladas en el marco del convenio, de acuerdo a los lineamientos establecidos en materia de comunicaciones por parte del Idartes.

FUENTE DE VERIFICACIÓN Y/O ENTREGABLE:
Documento: “El servicio de diseño gráfico para mínimo (26) actividades desarrolladas en el marco del convenio, de acuerdo a los lineamientos establecidos en materia de comunicaciones por parte del idartes”.

OBJETIVO:
Garantizar un soporte de diseño gráfico permanente y de alta calidad para todas las actividades relacionadas con las ZAE y Emprende con el Arte, cumpliendo con los lineamientos establecidos por Idartes.

PRESUPUESTO APORTE DEL ASOCIADO EN ESPECIE – SOPORTE DISEÑO GRÁFICO:
La Corporación Comunicar garantizó un soporte en diseño gráfico permanente durante todo el tiempo de ejecución del Convenio, de Julio a diciembre, de acuerdo con los requerimientos de Idartes, así:

CANTIDAD Y VALOR INICIAL: $15.000.000 correspondiente a 15 actividades
El servicio de diseño gráfico para mínimo quince (15) actividades desarrolladas en el marco del convenio, de acuerdo a los lineamientos establecidos en materia de comunicaciones por parte del Idartes.

CANTIDAD Y VALOR ADICION No.1: $9.453.621 correspondiente a 10 actividades adicionales
El servicio de diseño gráfico para mínimo diez (10) actividades desarrolladas en el marco del convenio, de acuerdo a los lineamientos establecidos en materia de comunicaciones por parte del Idartes.

CANTIDAD Y VALOR ADICION No.2 y PRORROGA: $1.587.040 correspondiente a una (1) actividad adicional
El servicio de diseño gráfico para mínimo (1) actividad desarrollada en el marco del convenio, de acuerdo a los lineamientos establecidos en materia de comunicaciones por parte del Idartes.

CANTIDAD Y VALOR TOTAL FINAL: $26.040.661
El servicio de diseño gráfico para mínimo veintiséis (26) actividades desarrolladas en el marco del convenio, de acuerdo a los lineamientos establecidos en materia de comunicaciones por parte del Idartes.

ACTIVIDAD	VALOR APORTE EN ESPECIE
1. Diseño Gráfico: Emprende con el Arte - Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales (40H)	$3.000.000
2. Diseño Gráfico: Emprende con el Arte - Fortalecimiento en Servicios Artísticos y Culturales para Artistas Plásticos.	$3.000.000
3. Diseño Gráfico: Emprende con el Arte - Cualificación en Coproducción para Servicios Artísticos	$3.000.000
4. Diseño Gráfico: Emprende con el Arte - Marketing Cultural para Salas Concertadas y la Red de Espacios Independientes (REI)	$3.000.000
5. Diseño Gráfico: Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) - Mi Huella, Mi Marca	$3.000.000
SUBTOTAL DISEÑO GRÁFICO 15 ACTIVIDADES SEGÚN CONVENIO INICIAL	**$15.000.000**
6. Diseño Gráfico para Emprende con el Arte express: emprende Talk, Networking, Workshops	$4.040.661
7. Diseño Gráfico: apoyo para el diseño de las piezas necesarias para las doce (12) ZAES Zonas de Arte y Emprendimiento	$7.000.000
SUBTOTAL DISEÑO GRÁFICO PARA 11 ACTIVIDADES SEGÚN ADICION 1 Y ADICION 2 Y PRORROGA	**$11.040.661**
TOTAL APORTE EN ESPECIE 26 ACTIVIDADES DISEÑO GRÁFICO	**$26.040.661**

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:

INFORME SERVICIOS DE TRANSPORTE (BUS CON CAPACIDAD DE 30 PERSONAS) PARA LAS ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLEN EN EL MARCO DEL CONVENIO

Bogotá, diciembre de 2024

Introducción

En el marco del convenio, se llevaron a cabo tres servicios de transporte para facilitar la ejecución de actividades estratégicas relacionadas con el Día REI 24/7. Estos servicios fueron fundamentales para garantizar la movilidad del equipo técnico, audiovisual y de prensa, así como el transporte de materiales y recursos necesarios.

Las rutas se diseñaron estratégicamente para iniciar en puntos específicos de recogida, asegurando la llegada puntual del equipo a los puntos de inicio de cada recorrido. Al finalizar las actividades, las rutas incluyeron el retorno del equipo a puntos estratégicos y seguros, asegurando la eficiencia y seguridad durante todo el proceso.

Servicios de Transporte Prestados

1. Transporte Preparatorio - 11 de Octubre 2024

Se realizaron dos rutas distintas con el objetivo de visitar espacios culturales seleccionados y recolectar material videográfico para la convocatoria del Día REI 24/7. Ambas rutas incluyeron múltiples puntos estratégicos en diferentes localidades y se desarrollaron durante todo el día.

- **Ruta 1**
  - **Puntos Visitados**:
    - Biblioteca Comunitaria Violetta (Ciudad Bolívar)
    - Espacio Taller y Galería (Ciudad Bolívar)
    - Escuela De Arte El Círculo Hip Hop (Kennedy)
    - Canterbury (Kennedy)
    - Centro Cultural Casa Turquesa (Fontibón)
    - Open Doors (Engativá)
    - Casa Magola Buendía – Plaza Cultural (La Candelaria)
  - **Horario Aproximado**: De 9:00 a.m. a 7:00 p.m.
  - **Recorrido Inicial y Final**: Inicio desde puntos estratégicos para recoger al equipo de trabajo y cierre asegurando su retorno a lugares seguros.
- **Ruta 2**
  - **Puntos Visitados**:
    - Tierra de Sueños (Teusaquillo)
    - La Futilería (Teusaquillo)
    - Hackbo (Chapinero)
    - BBar (Chapinero)
    - Casa Kilele (Teusaquillo)
    - El Dibujadero / La Escuela Abierta (Barrios Unidos)
    - Taller de las Moscas (Barrios Unidos)
    - La Zineteca – Espacio 101 (Barrios Unidos)
    - Proyecto Binario (Barrios Unidos)

        - KB (Barrios Unidos)
        - Casa Tertulia (Barrios Unidos)
        - Sketch (Barrios Unidos)
        - Casa Flamenco (Barrios Unidos)
    - **Horario Aproximado**: De 9:00 a.m. a 6:30 p.m.
    - **Recorrido Inicial y Final**: Inicio desde puntos estratégicos para recoger al equipo de trabajo y retorno posterior a lugares seguros.

ESPACIO	DIRECCIÓN	LOCALIDAD	HORA
Biblioteca Comunitaria Violetta	Carrera 27 H N° 71 I 22 sur	Ciudad Bolívar	9:00
Espacio Taller y Galería	Calle 72 A Bis No. 17 C 12 Sur	Ciudad Bolívar	10:30
Escuela De Arte El Circulo Hip Hop	Calle 38 c Sur # 98 c 17	Kennedy	11:30
Canterbury	Cra 71D#3A-37sur.	Kennedy	12:30
Centro Cultural Casa Turquesa	Kr 101 #23b-43	Fontibón	2:00
Open Doors	Calle 79A # 69B-39	Engativá	3:00
CASA MAGOLA BUENDÍA –PLAZA CULTURAL	Cra 2a # 17-60	La Candelaria	4:00
TIERRA DE SUEÑOS	CALLE 31 No. 33-38	Teusaquillo	9:00
LA FUTILERÍA	CALLE 59 N o 17-48	Teusaquillo	11:00
HACKBO	Cll 44 # 8 - 50 OF. 201	Chapinero	12:00
BBAR	CARRERA 7 45 72	Chapinero	1:00
Casa Kilele	CALLE 28A NO 16A -31	Teusaquillo	2:00
El Dibujadero / La Escuela Abierta	Carrera 22 No. 64-30	Barrios Unidos	2:30
Espacio cultural Taller de las Moscas	Av. Cra. 24 # 64 - 16	Barrios Unidos	3:00
La Zineteca – Espacio 101	Calle 73 #20 C - 38 /302, Bogotá	Barrios Unidos	4:00
PROYECTO BINARIO	CALLE 72A # 22 - 39	Barrios Unidos	4:30
KB	CALLE 74 # 22 - 20	Barrios Unidos	5:00
CASA TERTULIA	CARRERA 22 74-07	Barrios Unidos	5:30
SKETCH	CARRERA 23 No 77 - 41	Barrios Unidos	6:00
Casa Flamenco	Cra 28 No 72-87	Barios Unidos	6:30

Ambas rutas permitieron la documentación y recolección de contenido en diversos escenarios culturales, cumpliendo ampliamente los objetivos logísticos y de producción.

2. Transporte Durante el Día REI 24/7

El tercer servicio de transporte se utilizó el día del evento principal, 24 de octubre, para movilizar al equipo audiovisual, community managers y personal de prensa entre los espacios seleccionados. Este servicio garantizó la cobertura eficiente y segura de las actividades.

- **Puntos Visitados**:
  - Biblioteca Comunitaria Violetta (Ciudad Bolívar)
  - Espacio Taller y Galería (Ciudad Bolívar)
  - Centro Cultural Casa Turquesa (Fontibón)
  - Escuela De Arte El Círculo Hip Hop (Kennedy)
  - Canterbury (Kennedy)
  - Open Doors (Engativá)
- **Horario Aproximado**: De 1:00 p.m. a 9:00 p.m.
- **Recorrido Inicial y Final**: Inicio desde puntos estratégicos para recoger al equipo de trabajo y finalización en puntos seguros, garantizando el bienestar del personal.

Este servicio permitió el transporte puntual y seguro del equipo de trabajo, asegurando la cobertura integral del Día REI 24/7.

Biblioteca Comunitaria Violetta	Carrera 27 H N° 71 I 22 sur	Ciudad Bolívar	Vitrina de las artes y experiencias significativas
Espacio Taller y Galería	Calle 72 A Bis No. 17 C 12 Sur	Ciudad Bolívar	Taller Gif Animado
Centro Cultural Casa Turquesa	Kr 101 #23b-43	Fontibón	Foro pedagogía del hip hop - Música en vivo
Escuela De Arte El Circulo Hip Hop	Calle 38 c Sur # 98 c 17	Kennedy	JAM SESSION BREAKING 2VS2 (AMATEUR+PRO)
Canterburry	Cra 71D#3A-37sur.	Kennedy	Música en vivo
Open Doors	Calle 79A # 69B-39	Engativá	Portales Sensoriales

Resultados y Conclusión

Los servicios de transporte contratados cumplieron plenamente con los objetivos planteados, destacándose por su puntualidad, seguridad y adaptabilidad a las necesidades logísticas del convenio. En total, se cubrieron tres rutas estratégicas que incluyeron múltiples localidades y garantizaron la movilidad eficiente del equipo.

APORTE DEL ASOCIADO
REPORTE DE RECURSOS CON CARGO A LA ENTIDAD ASOCIADA

MACROACTIVIDAD:
Desarrollar e implementar un proceso de fortalecimiento y dinamización de la circulación de los diferentes actores del ecosistema artístico y cultural de la ciudad.

ACTIVIDAD/PRODUCTO:
Tres (3) servicios de transporte (bus con capacidad de 30 personas) para las actividades que se desarrollen en el marco del convenio.

FUENTE DE VERIFICACIÓN Y/O ENTREGABLE:
Documento: “Informe servicios de transporte (bus con capacidad de 30 personas) para las actividades que se desarrollen en el marco del convenio”.

OBJETIVO:
Garantizar tres servicios de transporte para facilitar la ejecución de actividades estratégicas relacionadas con el Día REI 24/7, de acuerdo con los lineamientos establecidos por Idartes.

PRESUPUESTO APORTE DEL ASOCIADO EN ESPECIE: $2.400.000
La Corporación Comunicar garantizó tres transportes así:

ACTIVIDAD	VALOR APORTE EN ESPECIE
Ruta 1: Transporte visitas preparatorias Octubre 11 del 2024	$750.000
Ruta 2: Transporte visitas preparatorias Octubre 11 del 2024	$850.000
Ruta 3: Transporte Día REI 24/7 – 24 de octubre 2024	$800.000
TOTAL APORTE EN ESPECIE	**$2.400.000**

Instituto Distrital de las Artes, IDARTES - Corporación Comunicar
Convenio de Asociación No. 2232-2024

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".

SOSTENIBILIDAD DEL ECOSISTEMA ARTÍSTICO

Bogotá D.C., diciembre de 2024

1. **ANTECEDENTES**

El ecosistema artístico y cultural de Bogotá ha enfrentado una serie de desafíos que limitan su crecimiento y sostenibilidad. La Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa (PPDECC) 2019-2038, Documento CONPES D.C., identifica como principal problema "el incipiente desarrollo económico y los bajos niveles de sostenibilidad de la economía cultural y creativa", y señala como causas la ausencia de espacios adecuados para el desarrollo de actividades culturales y creativas, la falta de capacidades empresariales y de negocios de los agentes culturales y creativos, las insuficientes fuentes de financiación, los bajos niveles de articulación intersectorial y cooperación interdisciplinaria, que obstaculizan la circulación de bienes y servicios culturales y creativos, y la ausencia de información continua que permita analizar y comprender el contexto en el que se desarrollan cada uno de los sectores asociados a la economía cultural y creativa.

Ante tal panorama, la PPDECC ha propuesto acciones para superar tales dificultades y presenta cinco objetivos específicos: 1) Promover espacios adecuados para el desarrollo de actividades culturales y creativas. 2) Fortalecer el capital humano del sector cultural y creativo. 3) Ampliar mecanismos de apoyo financiero dirigido a los agentes del sector cultural y creativo. 4) Apoyar estrategias de ampliación de mercado para los agentes del sector cultural y creativo. 5) Promover líneas de gestión de conocimiento del sector cultural y creativo. En este sentido, este proyecto aporta al cumplimiento de estos objetivos en cuanto desarrolla acciones para fortalecimiento del capital humano del sector y promueve líneas de gestión del conocimiento a través de procesos de formación abierta y especializada dirigida a los diferentes agentes del ecosistema artístico, creativo y cultural.

De igual forma, propone estrategias de ampliación de mercado y articulación de los diferentes actores del sector a través de espacios de encuentro como *workshops* y *networking*, donde los agentes y emprendedores podrán ampliar sus redes y generar sinergias que les permita fortalecer de forma integral sus iniciativas.

Durante los últimos años el Distrito, a través de la Línea de Sostenibilidad del Instituto Distrital de las Artes - IDARTES, ha ofertado oportunidades para la formación, la circulación y la articulación de los diferentes actores del ecosistema cultural y artístico de la ciudad a través de proyectos de inversión como el 7585, *Fortalecimiento a las Artes, territorios y cotidianidades en Bogotá D.C.*, y el 7598, *Innovación Sostenibilidad y reactivación del ecosistema en Bogotá D.C.* Estos proyectos han aportado de forma importante al fortalecimiento de las industrias creativas y culturales de la ciudad; sin embargo, la oferta sigue siendo insuficiente con relación a las necesidades del sector.

Teniendo en cuenta lo anterior, se ha hecho necesario seguir generando acciones que permitan superar las dificultades existentes, así como fortalecer y dinamizar la cadena de

valor de la economía cultural y creativa de Bogotá. De no hacerlo, el ecosistema creativo, artístico y cultural podría enfrentar retos como:

- Estancamiento del sector, dadas las faltas de oportunidades en formación y circulación.
- Desaprovechamiento del potencial creativo de la ciudad, ya que, sin plataformas adecuadas, muchas obras y talentos permanecerán invisibles.
- Aislamiento y fragmentación, ocasionado por la falta de articulación, lo que mantendrá a los actores del ecosistema aislados, reduciendo las oportunidades de colaboración y fortalecimiento mutuo.
- Limitación del crecimiento económico del sector, que durante el año 2023 representó 19 billones de pesos para la economía de la ciudad, según cifras de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte.

A partir de lo anterior, este proyecto, *Sostenibilidad del Ecosistema Artístico***,** a través de acciones formativas, de circulación y de articulación busca aportar a la consolidación de procesos en torno a la generación de redes de trabajo colaborativo, la articulación interinstitucional e intersectorial, el fortalecimiento de espacios independientes, el cierre de brechas territoriales, económicas y culturales, el apoyo al emprendimiento y la innovación, así como a la circulación y comercialización de bienes y servicios que contribuyan a la reactivación y estabilización económica y el acceso, la participación y el consumo cultural de la ciudad.

De igual forma, este proyecto se suma a la consecución de los objetivos y metas del Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027 *Bogotá camina segura***,** y se enlaza puntualmente con tercer objetivo estratégico, *Bogotá confía en su potencial*, el cual establece que “Se diseñarán y desarrollarán estrategias para impulsar las economías locales y el encadenamiento de nuevos agentes al ciclo productivo, promoviendo la sostenibilidad del ecosistema artístico de Bogotá”.

Puntualmente se priorizarán acciones que aportan al impulso de las economías creativas y culturales locales y al encadenamiento de nuevos agentes del sector al ciclo productivo trabajando en cumplir durante estos cuatro años, la vinculación de 1800 agentes, colectivos, emprendimientos y organizaciones de las industrias culturales y creativas en los eslabones de la cadena de valor, promoviendo la sostenibilidad del ecosistema creativo en Bogotá, correspondientes al Programa 20, *Promoción del emprendimiento formal, equitativo e incluyente*.

Del mismo modo, se fortalecen las redes de trabajo colaborativo, los encuentros alrededor de ejes temáticos para comprender las dinámicas sectoriales, todo esto con la visión de posicionar a Bogotá como un referente mundial por su calidad y oferta artística.

La Sostenibilidad del Ecosistema Artístico también va acorde con el Plan Nacional de Cultura 2024-2038, que tiene como nombre *Cultura para el Cuidado de la Diversidad de la Vida, el Territorio y la Paz*, del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes. Es un documento orientador de la política cultural en el cual se materializa un conjunto de estrategias que buscan contribuir a la protección de los derechos culturales y la conservación de la riqueza biocultural del país.

Y si bien el actual Plan de Desarrollo Distrital propone cinco objetivos estratégicos, el Plan Nacional gira en torno a tres campos de acción: Diversidad y diálogo intercultural, Memoria y creación y Gobernanza y sostenibilidad cultural.

Sostenibilidad del Ecosistema Artístico se articula con el tercer campo, en cada una de sus líneas: Participación de la sociedad civil y sostenibilidad social, Gestión pública cultural y Sostenibilidad institucional. En este aspecto se encuentran varias estrategias que se articulan y aplican en los diferentes escenarios del ecosistema artístico:

- Promover procesos de formación y capacitación en la relación entre cultura y economía social y solidaria, formulación de proyectos y acceso a fuentes de financiación, entre otros, dirigidos a procesos organizativos de carácter popular, social y comunitario del sector cultural.

- Implementar acciones intersectoriales que promuevan la inclusión y formación financiera de agentes y procesos del sector cultural, con especial atención en procesos de economías sociales, solidarias, populares, comunitarias y alternativas.

- Facilitar las condiciones necesarias para la creación y fortalecimiento de emprendimientos culturales teniendo en cuenta el potencial de cada territorio, la diversidad de manifestaciones culturales y de modelos de negocios, las aspiraciones particulares y colectivas de los emprendedores de la cultura y las particularidades de cada subsector.

- Promover la ampliación y creación de incentivos, apoyos financieros, alivios tributarios, capitales de inversión y capitales semilla que estimulen y faciliten la formalización y sostenibilidad económica de emprendimientos, intermediadores culturales y espacios y plataformas de circulación del sector cultural.

- Implementar agendas intersectoriales y con el sector privado para impulsar el fortalecimiento, encadenamiento, reconocimiento e innovación de cada una de las dimensiones del ecosistema cultural: creación, producción, circulación y distribución.

2. CONTEXTOS Y COMPONENTES DE LA LÍNEA DE SOSTENIBILIDAD DEL ECOSISTEMA ARTÍSTICO

La primera ley de la ecología es que todo está relacionado con todo lo demás.
Barry Commoner, biólogo y activista político norteamericano

La Línea de Sostenibilidad del Ecosistema Artístico tiene sus orígenes en la creación de la Línea Estratégica de Emprendimiento e Industrias Culturales en el año 2016, mediante el proyecto de inversión 985, *Emprendimiento artístico y empleo del artista*, con el que se buscó fortalecer los emprendimientos culturales en el Distrito Capital por medio de espacios de formación, articulación con redes, mercados y plataformas; la promoción del consumo de bienes y servicios culturales y la realización de estudios de sector cultural y creativo. De esta forma, con el objetivo de responder a las diferentes necesidades identificadas del sector, el IDARTES fomentó diferentes estímulos, estrategias y proyectos.

Algunos de los estímulos que vale la pena destacar son los correspondientes a las becas para la participación en mercados de industrias culturales y creativas Etapas I, II y III, la beca de fortalecimiento a empresas de las industrias culturales y creativas, la beca DC en Vivo - Bogotá ciudad creativa de la Música, la beca de participación en mercados de las industrias culturales y creativas, la beca de fortalecimiento a empresas de las industrias culturales y creativas, el premio a organizaciones o empresas artísticas y/o culturales y el premio al trabajo destacado de gestores culturales.

Dentro de los programas se destacan La Incubadora de Industrias Culturales y Creativas para emprendimientos emergentes, Arte, Cultura y Acción para la formación de emprendimientos emergentes y su cartilla, FILBO Emprende en alianza con la Cámara Colombiana del Libro y la Cámara de Comercio de Bogotá, Emprendedores con el Arte al Parque y Programa DC en Vivo.

Paralelo a lo anterior, se desarrollaron cursos virtuales de portafolios artísticos, cursos de Derechos de Autor y distintas participaciones en diferentes mercados, ruedas de negocios y eventos de las industrias culturales y creativas, nacionales e internacionales.

Quena Leonel, la líder de esta línea estratégica, Sostenibilidad para el Ecosistema Artístico, relató (Grupo focal Idartes-Corporación Comunicar, noviembre 13 de 2024), que la Línea se ha mantenido en las administraciones distritales de Claudia López y en la actual de Carlos Fernando Galán. También hizo referencia al documento Conpes D.C. (2019), que identificó como problemática esencial el pobre desarrollo económico y el bajo nivel de sostenibilidad de la economía cultural en la Capital:

Un antecedente institucional importante es el documento Conpes de 2019, que el área de Emprendimiento, Industrias Creativas y Culturales lo convierte en un horizonte estratégico para el cumplimiento de la política pública de economía creativa y cultural, específicamente en tres productos o dimensiones: el de formación, según las necesidades de los agentes artísticos y culturales, en todo lo que tenía que ver con la economía creativa y cultural; en estímulos para empresas, emprendimientos o agentes artísticos en torno a su sostenibilidad, sus modelos, todo anclado a la economía creativa y cultural. Y, tercero, los espacios de circulación, ampliarlos para que los agentes pudieran vender sus productos y sus servicios.

En este punto es pertinente traer a colación la publicación *Tejiendo en red un futuro cultural sostenible* (Línea de sostenibilidad del ecosistema artístico y cultural, Idartes, diciembre de 2023) que registra lo que sigue en Bogotá.

Las actividades artísticas experimentaron una disminución del 22,8 % entre 2019 y 2020. De igual forma, en el periodo de enero a marzo de 2020, la población ocupada en estas actividades disminuyó un 18,3 % en comparación con el mismo periodo del año anterior, pasando de 147 mil ocupados en 2019 a 120 mil en 2020. Para el trimestre de junio a agosto de 2020 se registró una disminución del 12,2 % en la cantidad de ocupados, pasando de 110 mil en 2019 a 97 mil en 2020 (Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte, 2021).

Para 2020 se propusieron los llamados corredores artísticos para la reactivación, como estrategia para la recuperación económica del sector en el marco de la pandemia COVID. Esta estrategia se consolidó durante el año 2021 con la idea de volver a la presencialidad y reactivar las artes en zonas estratégicas de la ciudad y en localidades como Engativá, Barrios Unidos, Teusaquillo, Usaquén y Usme.

Esta estrategia sirvió como referente para que en el año 2022 vieran la luz las Zonas de Arte y Emprendimiento, ZAE, una plataforma creada por el IDARTES enfocada a fortalecer la sostenibilidad económica del sector, fortalecer las cadenas de valor y favorecer la circulación y visibilidad de artistas y emprendedores consolidados y emergentes. Estas ZAE se han desarrollado tradicionalmente en los diferentes Festivales al Parque de la ciudad, así como en diferentes espacios comunes de la ciudad como parques y universidades en diferentes localidades de Bogotá como Teusaquillo, Santafé, Usaquén y Barrios Unidos. Estos espacios fomentan el encuentro entre artistas, emprendedores y ciudadanía en general, posibilitando sinergias significativas para el crecimiento y evolución del Ecosistema Artístico y cultural y sus Agentes.

En esta misma línea, en el año 2022 se dio inicio a la iniciativa Red de Espacios Independientes, REI, dirigida a los agentes culturales que resultaron ganadores de la Beca Red de Espacios Independientes del Programa Distrital de Estímulos, PDE, del Idartes. Esta iniciativa nació como una apuesta por fortalecer aquellos espacios que cuentan con una agenda cultural y artística permanente permitiendo la circulación de diferentes agentes artísticos y culturales, así

como actividades de formación, capacitación y participación, lo que los convierte en agentes fundamentales para la articulación de los diferentes actores del ecosistema artístico y cultural de la ciudad.

Según el documento *Tejiendo en red un futuro cultural sostenible* (Línea de sostenibilidad del ecosistema artístico y cultural, IDARTES, diciembre de 2023), durante los años 2022 y 2023 esta iniciativa otorgó, a 28 espacios independientes de la ciudad, estímulos por 1000 millones de pesos.

En los años posteriores se han seguido fortaleciendo las diferentes iniciativas planteadas y se han creado nuevas apuestas que buscan fortalecer las diferentes cadenas de valor y sectores del ecosistema artístico y cultural de la ciudad. Un ejemplo de esto es el programa *Emprende con el Arte*, que busca fortalecer las habilidades de emprendedores y artistas en marketing cultural e innovación para la comercialización y circulación de productos y servicios artísticos y culturales por medio de laboratorios, cursos, talleres y conversatorios en donde expertos destacados ponen al servicio de los participantes su experiencia y conocimientos en los temas de interés.

Además, el programa *Emprende con el Arte* ofrece ruedas de negocios bajo la metodología *Networking* donde los artistas y emprendedores se encuentran para construir redes de trabajo colaborativas y potenciar sus portafolios y apuestas comerciales, consolidándose como una iniciativa integral que favorece la capacitación, circulación y articulación de los diferentes agentes participantes.

Ahora, es pertinente referirnos a dos conceptos claves: *Sostenibilidad* y *Ecosistema artístico y cultural,* y cómo son entendidos por la Línea de Sostenibilidad.

Ecosistema artístico y cultural

El término *Ecosistema* proviene de la ecología y hace referencia a una comunidad de organismos, fauna y flora que coexisten y construyen relaciones de diferente tipo, entre ellos mismos y también con diferentes factores y elementos del ambiente como el agua, la luz del Sol, la tierra y el clima, entre otros.

En el campo del arte y la cultura, se entiende un *ecosistema* como un conjunto dinámico y dialógico donde participan actores, recursos y contextos que interactúan en el ámbito cultural. Bajo esta perspectiva, se reconoce que los diferentes agentes artísticos y culturales, como lo son artistas, gestores e instituciones, están inmersos en un sistema complejo de interrelaciones donde se influencian mutuamente.

Desde la Línea de Sostenibilidad del IDARTES, se entiende el Ecosistema artístico y cultural como un conjunto diverso, dinámico y dialógico donde se relacionan los diferentes actores, recursos y contextos del ámbito de la cultura. Este conjunto, aunque diverso y robusto, también

es frágil y requiere de múltiples acciones e iniciativas que garanticen su sostenibilidad.

Sostenibilidad

Aunque durante la última década la *Sostenibilidad* se ha convertido en un tema recurrente y casi obligado en casi todas las áreas de trabajo, su origen data de finales de los años 80, cuando la Organización de Naciones Unidas definió el concepto de *Desarrollo Sostenible* en su informe "Nuestro Futuro Común" como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones.

Este concepto se siguió desarrollando y en el año 2015 surgieron los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, y la Agenda 2030 como un plan de acción global para la construcción de un planeta más inclusivo y próspero para todos sus habitantes. Aunque allí no se construyeron objetivos específicos para la cultura, sí se la estableció como elemento fundamental para la sostenibilidad económica, social, ambiental y política.

Entonces, la Línea de Sostenibilidad del IDARTES comprende la sostenibilidad del ecosistema artístico y cultural desde una perspectiva holística, en el que convergen y participan diversos actores artísticos y culturales en un estado de equilibrio donde sus necesidades y recursos se integran y retroalimentan facilitando la construcción de apuestas enfocadas en el fortalecimiento económico, ambiental y social de sus emprendimientos e iniciativas en el presente, sin perjudicar los recursos ni ahondar las necesidades de las futuras generaciones.

2.1 Dimensiones de la Línea

La Línea de Sostenibilidad trabaja desde las siguientes cuatro dimensiones: sostenibilidad social, económica, ambiental y política.

Sostenibilidad social

Como en todo ecosistema, es el diálogo natural entre sus componentes. En el caso nuestro, hace referencia a las relaciones entre agentes y proyectos con sus pares, en aras de un bienestar para las partes, de su fortalecimiento y posibilidades de intercambios artísticos, de conocimientos y de experiencias. Por tanto, se promueve el trabajo colaborativo y en red, la confianza y colaboración mutuas que favorece a los distintos agentes artísticos participantes.

Sostenibilidad económica

Su objetivo básico es la gestión de recursos, en especial los económicos. Se propone que los agentes artísticos, individuales y colectivos, a partir de su trayectoria y conocimiento acumulado, se abran campo en la búsqueda de nuevos recursos financieros y que no los aten una sola fuente

financiera. Es pertinente, pues, complementar tales acciones con conocimientos nuevos que puedan tener de la gestión financiera y de la buena administración de los recursos.

Sostenibilidad ambiental

Tiene que ver con la armonización de las prácticas artísticas con los recursos, el ambiente y respectivos impactos. Es el propósito de afectar lo menos posible, con el quehacer artístico, el entorno. La palabra clave es la armonización: la convivencia de la creación artística, incluyendo sus materiales de creación, con la naturaleza misma, teniendo en la mira, en lo posible, el cero impacto ambiental. Por tanto, se fomenta el reciclaje y el consumo mínimo de recursos no renovables.

Sostenibilidad política

Esta sostenibilidad se refiere a dos líneas, una externa y otra interna. La primera hace referencia a un gran marco que involucra políticas públicas emanadas del Estado nacional y distrital y que favorezcan, en general, el quehacer artístico y cultural. La línea interna se relaciona con los agentes que componen el ecosistema artístico, independientes de los órganos del Estado. Se hace referencia a la autonomía de los distintos agentes culturales y su capacidad de impacto no solo en lo artístico y cultural sino también social y económico.

2.2 Componentes de la Línea

La Línea de Sostenibilidad está integrada por tres componentes: formación, circulación y articulación, cada uno de ellos con logros relevantes y de gran impacto en el sector cultural. Para su descripción y estrategias, nos apoyamos en la publicación digital *Tejiendo en red un futuro cultural sostenible / Línea de sostenibilidad del ecosistema artístico y cultural / Instituto Distrital de las Artes – IDARTES / Diciembre de 2023.*

Componente de Formación

Este componente tiene como objetivo “cualificar a los agentes del ecosistema artístico para el cierre de brechas, la sostenibilidad multidimensional y la innovación social”, para lo cual se ha acudido a distintas estrategias. Por ejemplo, en la vigencia de 2020 y 2021 se llevó a cabo la estrategia *Artífices*, proyecto dirigido a la “formación artística y cultural comunitaria que desarrolló capacidades en agentes del sector cultural y artístico a partir del acompañamiento y entrega de herramientas para la formulación y gestión de proyectos artísticos comunitarios. Por otra parte, la escuela *Arte a la KY* se desarrolló como una estrategia para el fortalecimiento de artistas del espacio público, quienes participaron de un proceso de formación que les permitió cualificar y fortalecer su práctica artística”.

De su estrategia *Emprende con el Arte*

Esta estrategia ha desarrollado para los diversos agentes, individuales y colectivos, talleres y laboratorios artísticos, procesos de formación de breve y corto plazo como, por ejemplo, charlas tipo TED o microcursos, atención a individualidades artísticas con mentorías, y a colectivos con talleres de distinto tipo. Característica importante de esta estrategia ha sido la de socializar procesos de formación en función del perfil de los artistas y emprendedores, de sus tiempos y de sus conocimientos y trayectoria.

Emprende con el Arte también ha hecho presencia en el espacio rural del Distrito Capital. Con la estrategia La Semilla, impactó favorablemente con la creación y consolidación de siete redes de colectivos; más de cuarenta iniciativas campesinas desarrolladas; 637 personas de la ruralidad beneficiadas; cinco planes colectivos y acciones en las localidades rurales (Sumapaz, Usme, Ciudad Bolívar, Santafé, Chapinero, Usaquén y Suba).

Componente de Circulación

Su propósito es “implementar estrategias para la reactivación, descentralización y diversificación de la circulación a través de circuitos locales, nocturnos, comunitarios, espacios multifuncionales, equipamientos culturales y actividades en el espacio público”.

Este componente, en 2020 y 2021, con las mesas de reactivación y sostenibilidad, llevó a cabo actividades de circulación de expresiones artísticas y la comercialización de bienes y servicios, a través del proyecto de Corredores Artísticos para la reactivación.

De su estrategia *Zonas de Arte y Emprendimiento, ZAE*

El objetivo de esta estrategia, consolidada en 2022, es “fomentar los espacios de promoción de economías colaborativas y dar visibilidad a nuevos productos artísticos de emprendedores, tanto constituidos como emergentes”. Hasta 2023, apoyó más de 300 emprendedores artísticos que generaron ventas por más de 700 millones de pesos, aporte significativo a la consolidación de economías locales mediante su presencia en festivales al parque, FILBO, SOFA y Galería Santa Fe.

Componente de Articulación

El propósito de este componente es “potenciar las conexiones adecuadas, efectivas y acertadas para el desarrollo de territorios artísticos y culturales a través del fomento en red, fortalecimiento organizativo y trabajo colaborativo en entornos comunitarios para la sostenibilidad y reactivación del ecosistema artístico”.

Teniendo en cuenta lo anterior, en 2020 y 2021 se enfocó en la "Convocatoria Activación, redes

colaborativas y territorios para las artes" como respuesta a la emergencia sanitaria generada por el COVID19. La estrategia consistió en “impulsar la activación de los agentes de los múltiples oficios de las artes y la cultura, procesos, prácticas y organizaciones, con el propósito de realizar acciones para la cooperación, la solidaridad y la diversidad. Impactó a los Espacios independientes para el arte y la cultura, con lo que generó posibilidades para la continuidad, reactivación y sostenibilidad de los espacios independientes que contaban con una sede física”.

De su estrategia *Red de Espacios Independientes, REI*

La Beca *Red de Espacios Independientes – REI* se lanzó en 2022, y en este año y el siguiente se entregaron 33 becas dirigidas al fortalecimiento de los espacios independientes de Bogotá. “En el 2022 las 16 becas entregadas lograron realizar 327 actividades, con
13.057 participantes movilizando la economía de 262 artistas beneficiados y 50 emprendedores artísticos. Las becas 2023 alcanzaron alrededor de 350 actividades con la participación de al menos 15 mil personas. Una de las actividades insignia en el marco de esta estrategia es el *Día REI*, que logra ofertar a la ciudadanía actividades artísticas 12 horas continuas y simultáneas en las distintas localidades”.

La estrategia también ha fomentado las redes colaborativas a modo de escenarios de trabajo, en los que se han fortalecido agendas comunes entre los espacios culturales independientes.

3. COMPONENTE FORMACIÓN
Emprende con el Arte



El programa *Emprende con el Arte* es una iniciativa del IDARTES, que desde hace varios años viene trabajando en el fortalecimiento de los emprendedores y agentes del ecosistema artístico y cultural de la ciudad, por medio de acciones de formación, circulación y articulación que propendan brindar herramientas desde la innovación para consolidar bienes, productos y servicios artísticos y culturales más sostenibles.

Emprende con el Arte, en su componente de formación, buscó en 2024 herramientas conceptuales y prácticas para fortalecer los diferentes procesos involucrados en la creación y comercialización de sus obras por medio de estrategias de formación especializada y formación abierta exprés. Todo esto enfocado en construir un modelo de sostenibilidad dinámico y significativo para este ecosistema en la ciudad.

El componente de formación se articuló con el componente de circulación de manera sistémica, ya que los participantes de los procesos de formación, en especial de la especializada, también hicieron parte de las estrategias del componente de circulación como emprendedores y artistas participantes en las Zonas de Arte y Emprendimiento. Allí, los emprendedores participantes de los procesos de formación pusieron en práctica sus conocimientos y pudieron exponer y comercializar sus productos y servicios.

Esta interacción buscó que, con la formación, emprendedores y artistas pudieran desarrollar habilidades y conocimientos que permitiera mejorar su experiencia en el desarrollo y consolidación de sus marcas y en la comercialización de sus productos y servicios.

En el caso de la **formación especializada**, se diseñaron cuatro cursos que se enfocaron en fortalecer habilidades para el marketing cultural, los portafolios de productos y servicios culturales y artísticos, la coproducción, el diseño y posicionamiento de marca, entre otros. Se desarrollaron bajo metodologías innovadoras como el *Design thinking, Role playing*, entre otras, que permitieron la construcción de conocimiento y el desarrollo de habilidades por medio de la cooperación y la aplicación en sus contextos profesionales artísticos.

Los cuatro cursos ofrecidos en 2024 fueron:

Curso 1: *Emprende con el Arte* con énfasis en diseño, gestión, innovación de productos artísticos y culturales

Objetivo: Desarrollar e implementar el proceso de formación *Emprende con el Arte* con énfasis en diseño, gestión, innovación de productos artísticos y culturales de treinta horas para cuarenta emprendedores creativos, artísticos y culturales.

Este curso estuvo dirigido a artistas y emprendedores con un proyecto que involucrara la creación de productos. Tuvo una intensidad de 39 horas y se desarrolló bajo la modalidad híbrida, es decir, combinando sesiones virtuales con sesiones presenciales.

Curso 2: *Emprende con el Arte*, fortalecimiento en servicios artísticos y culturales

Objetivo: Desarrollar e implementar el proceso de formación *Emprende con el Arte*: fortalecimiento en servicios artísticos y culturales de doce horas para 20 agentes creativos, artísticos y culturales.

Este curso tuvo énfasis en el fortalecimiento en servicios artísticos y culturales con énfasis en coproducción, dirigido a agrupaciones y compañías de las artes escénicas. Su objetivo principal fue ofrecer herramientas y conocimientos prácticos para 20 agentes creativos y culturales de las artes escénicas para coproducir sus obras en alianza con agentes públicos y privados a través del proceso formativo *Emprende con el Arte*, con una intensidad de doce horas en modalidad presencial.

Curso 3: *Emprende con el Arte* para artistas plásticos: fortalecimiento en servicios artísticos y culturales

Objetivo: Desarrollar e implementar el proceso de formación *Emprende con el Arte* para artistas plásticos: fortalecimiento en servicios artísticos y culturales de 16 horas presenciales para 60 agentes creativos, artísticos y culturales.

Fortalecimiento en servicios artísticos y culturales dirigido a artistas plásticos y visuales que desarrollaran productos artísticos. Este curso se realizó de manera presencial y tuvo como

objetivo ofrecer herramientas y conocimientos prácticos para mínimo 60 agentes y emprendedores creativos y culturales de las artes plásticas para crear portafolios de servicios culturales más rentables, establecer un valor comercial de las creaciones y obras artísticas de acuerdo a las dinámicas de mercado, fortalecer el diseño de sus estands y la conexión con el cliente objetivo.

Curso 4: *Emprende con el Arte* para Salas Concertadas y REI, fortalecimiento en servicios artísticos y culturales

Objetivo: Desarrollar e implementar el proceso de formación *Emprende con el Arte* para Salas Concertadas y REI: fortalecimiento en servicios artísticos y culturales de doce horas para quince salas concertadas y para quince espacios REI, en Marketing Cultural.

Es importante mencionar que cada uno de los cursos impartidos durante el 2024 contó, al finalizar el proceso formativo, con 20 mentorías especializadas, las cuales, de forma personalizada, acompañaron a los agentes artísticos y culturales seleccionados a revisar sus emprendimientos y diseñar estrategias para potenciarlos en diferentes áreas según sus necesidades particulares.

Por otro lado, la ***formación abierta exprés*** fue diseñada para un público más amplio y heterogéneo. Esta estrategia estuvo compuesta por tres tipos de espacios que convocaron a agentes artísticos y culturales y buscaron dar herramientas prácticas y conceptuales para fortalecer el ecosistema artístico desde diferentes perspectivas.

1) Emprende *Talks:* charlas tipo TED donde emprendedores y expertos del arte y la cultura compartieron sus experiencias con los asistentes con el objetivo de inspirarlos y brindarles herramientas prácticas para potenciar sus iniciativas y proyectos artísticos.

2) *Workshops* especializados: espacios prácticos donde los agentes participaron y construyeron conocimiento de manera colectiva guiados por un experto en diferentes temas de interés.

3) *Networking*: fueron el eje articulador más importante entre el componente de formación y el componente de circulación. Los emprendedores y artistas participantes de los Festivales al Parque se encontraron para realizar conexiones de valor y potenciar económica y creativamente sus proyectos. Los contenidos, metodologías y enfoques respondieron a las necesidades y características de los diferentes sectores artísticos y culturales de la ciudad, las cuales fueron identificadas previamente por el IDARTES.

Los resultados de las valoraciones en general, tanto en el caso de los formadores como en el de los participantes fueron muy positivos y arrojaron un nivel de satisfacción alto frente a las diferentes metodologías y temas, así como en lo referente a los aspectos logísticos y técnicos, lo que consolida esta estrategia como una apuesta exitosa que merece la pena ser compartida,

replicada y valorada en diferentes contextos como un modelo para fortalecer la sostenibilidad del ecosistema artístico y cultural de forma innovadora y efectiva.

¿Por qué hablar de sostenibilidad e innovación en el marco de las industrias artísticas y culturales?

Las industrias artísticas y culturales desempeñan un papel crucial en la configuración de la identidad y la cohesión social de las comunidades. Estas industrias no solo proporcionan entretenimiento, sino que también promueven el desarrollo económico, la inclusión social y el intercambio cultural. En el contexto actual, marcado por rápidos cambios tecnológicos y desafíos globales como el cambio climático y las crisis económicas, la sostenibilidad e innovación se han convertido en pilares fundamentales para asegurar la viabilidad y el impacto positivo de estas industrias a largo plazo.

La sostenibilidad en las industrias artísticas y culturales se entiende como la capacidad de estas para operar de manera continua y responsable, minimizando el impacto ambiental, promoviendo la justicia social y asegurando la viabilidad económica. Esto implica una gestión eficiente de los recursos, la adopción de prácticas ecológicas y la creación de un entorno inclusivo y equitativo para todos los actores involucrados.

A la hora de generar iniciativas que busquen fortalecer de manera integral a los ecosistemas artísticos y culturales y que fomenten la sostenibilidad y la innovación, es necesario tener en cuenta cuatro factores fundamentales:

- **Formación:** la cualificación de los emprendedores y agentes del ecosistema artístico y cultural les proporciona herramientas y conocimientos necesarios para adoptar prácticas responsables, gestionar eficientemente los recursos, integrar tecnologías emergentes, desarrollar modelos de negocio innovadores y promover la colaboración y el trabajo en red. En un contexto dinámico, lleno de cambios tecnológicos y desafíos globales, generar acciones formativas dirigidas a los agentes y emprendedores del sector asegura que puedan crear productos y servicios culturales que sean viables a largo plazo, ambientalmente responsables e inclusivos, fortaleciendo así el impacto positivo y la resiliencia del sector cultural.

- **Gestión del conocimiento**: la gestión del conocimiento es fundamental para la sostenibilidad del ecosistema artístico y cultural, ya que permite a los emprendedores y agentes adquirir, organizar, y transferir información y habilidades esenciales de manera eficiente. Al sistematizar el conocimiento acumulado y facilitar su acceso y aplicación, se optimizan los recursos disponibles, se fomenta la innovación en prácticas y modelos de negocio, y se mejora la capacidad de colaboración y *networking* entre distintos actores del sector. Esta gestión estratégica del conocimiento permite enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades de manera más efectiva, asegurando que los productos y servicios culturales no solo sean creativos y de alta calidad, sino

también económicamente viables y ambientalmente responsables.

- **Articulación y redes**: la articulación y el trabajo en red son esenciales para la sostenibilidad del ecosistema artístico y cultural ya que facilitan la colaboración entre los diversos actores, optimizando el uso de recursos compartidos y potenciando la innovación. Al establecer conexiones de valor entre artistas, gestores, instituciones y comunidades, se crean sinergias que fortalecen la capacidad de enfrentar desafíos comunes, mejorar la visibilidad y alcance de los proyectos y ampliar el acceso a oportunidades de financiamiento y difusión. Esta cooperación interconectada no solo maximiza el impacto y la eficacia de las iniciativas artísticas y culturales, sino que también asegura la resiliencia y el crecimiento sostenible del sector en un entorno competitivo y en constante evolución.

- **Circulación y comercialización**: la circulación y comercialización de productos y servicios artísticos y culturales contribuyen a la sostenibilidad e innovación del ecosistema cultural al ampliar el alcance y la visibilidad de las obras, generando ingresos que permiten reinversión en nuevos proyectos y la adopción de prácticas más sostenibles. La utilización de plataformas digitales y modelos de negocio innovadores facilita la ejecución eficiente de los recursos y reduce el impacto ambiental, mientras que fomenta la colaboración y el intercambio de ideas entre artistas y gestores. Este flujo continuo de recursos y conocimientos impulsa la creatividad, optimiza la adaptación a cambios del mercado promoviendo un desarrollo dinámico y sostenible.

  En este sentido, iniciativas como *Emprende con el Arte* cobran sentido, ya que se integran la formación y la gestión de conocimiento como medios para fortalecer experiencias de articulación y trabajo en red entre los diferentes actores del sector dirigidas a fomentar la circulación y comercialización de los productos y servicios artísticos y culturales, y así aportar a la consolidación de emprendimientos y proyectos más sostenibles e innovadores.

  En este documento, se exponen en detalle las acciones formativas dirigidas al fortalecimiento de los agentes del sector, en el marco del proyecto *SOSTENIBILIDAD PARA EL ECOSISTEMA ARTÍSTICO: proyectos de formación, circulación y articulación*. Estas acciones han sido pensadas como espacios de construcción e intercambio colectivo de conocimientos, que parten de la innovación como medio para el fortalecimiento de proyectos e iniciativas emprendedoras sostenibles.

3.1 FORMACIÓN ESPECIALIZADA

3.1.1 *EMPRENDE CON EL ARTE* CON ÉNFASIS EN DISEÑO, GESTIÓN E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS ARTÍSTICOS



Para el desarrollo de este proceso formativo se empleó principalmente la metodología de clase magistral con estudios de caso, ejercicios de *networking* y realización de actividades que pusieran en práctica los conceptos presentados. Las metodologías empleadas se caracterizaron por ser flexibles y colaborativas ya que se ajustaron a los diferentes intereses temáticos y ritmos de aprendizaje de los participantes, a la vez que se integraron herramientas metodológicas grupales como el *networking,* para fomentar el aprendizaje cooperativo y propiciar la construcción de conexiones de valor.

Para este proceso de formación se contó con dos expertos: Nicolás Quintero Altare y Juliana Gómez, formadores encargados de acompañar a los participantes tanto en los contenidos curriculares como en las mentorías.

Nicolás Quintero: diseñador de producto del Politecnico di Torino y Magister en Diseño de Negocios con honores de Domus Academy en Milano. Cofundador del Taller del Sabueso, estudio de consultorías en diseño e innovación. Con un enfoque multidisciplinar busca unir el mundo de la innovación y los negocios con el de la creatividad y el diseño.

Juliana Gómez: cofundadora y directora estratégica del Taller del Sabueso. Diseñadora y Magister Cum Laude en Business Design. Tiene un enfoque multidisciplinar que le permite tender puentes entre lo creativo y lo estratégico.

¿Qué contenidos se trabajaron?

Este proceso formativo empleó la modalidad híbrida, virtual – presencial, para desarrollar sus contenidos. Fueron 39 horas de formación distribuidas en 27 horas virtuales y doce horas presenciales, tiempo durante el cual se desarrollaron tres módulos, cada uno de diez horas y tres encuentros presenciales, en diferentes locaciones, que sirvieron para hacer el cierre de cada módulo y fomentar la creación y fortalecimiento de redes de trabajo colaborativas.

Módulo 1. Introducción a la Innovación
Este módulo estuvo compuesto por dos macrotemas: Introducción a la Innovación y *Design Thinking* y otras metodologías para la innovación.

Módulo 2. Propuesta de valor y modelos de gestión para emprendimientos artísticos y culturales
Este módulo tuvo dos macrotemas: Propuesta de valor y valor diferencial y Modelos de gestión para emprendimientos artísticos y culturales.

Módulo 3. La sostenibilidad en los emprendimientos artísticos y culturales
Los dos macrotemas de este módulo fueron: Qué es sostenibilidad y cuál es su importancia y Estrategias prácticas para la sostenibilidad de emprendimientos artísticos y culturales.

A partir del análisis integral de los resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción aplicadas a los participantes de los tres módulos del espacio formativo *Emprende con el Arte*: gestión, innovación y diseño de productos artísticos y culturales, y las conclusiones de los informes finales de los formadores, se pudo evidenciar una relación clara entre las percepciones de los participantes y las observaciones realizadas por los formadores. Este diálogo entre las dos fuentes de información permitió identificar los logros alcanzados y las áreas de oportunidad para fortalecer futuros programas.

El énfasis en herramientas prácticas y metodologías como *Design Thinking* y metodologías ágiles fue identificado como una fortaleza clave en el aprendizaje adquirido. Estos datos se conectan con las observaciones de los formadores sobre la capacidad del programa para alinear contenidos con las necesidades de los participantes, a pesar de la diversidad de niveles de desarrollo de sus emprendimientos. Sin embargo, esta misma diversidad planteó retos que, según los formadores, requirieron ajustes en tiempo real para personalizar los contenidos y responder a los diferentes estados de madurez de los emprendimientos.

Los temas por explorar propuestos por los participantes en las encuestas, como *networking*, comercio exterior, costos y presupuestos y manejo de redes sociales, refuerzan la necesidad de seguir diseñando contenidos enfocados en habilidades prácticas y estratégicas.

Estas propuestas se corresponden con la recomendación de los formadores de segmentar a los emprendimientos según su nivel de madurez y diseñar estrategias formativas que permitan abordar sus necesidades específicas. Adicionalmente, el énfasis en la interacción y el aprendizaje colaborativo, identificado tanto en las encuestas como en los informes de los formadores, resalta el valor de las dinámicas participativas y los espacios que promuevan el intercambio de experiencias.

Uno de los hallazgos más significativos es la importancia atribuida a la sostenibilidad en el sector cultural, tanto en las encuestas como en los informes finales. Los participantes valoraron altamente las herramientas que les ayudaron a gestionar sus proyectos de manera sostenible, mientras que los formadores destacaron cómo estas estrategias permitieron un equilibrio entre los conocimientos artísticos y las competencias empresariales clave. Lo que sugiere que futuros programas deberían continuar priorizando enfoques integrales que combinen creatividad e innovación con sostenibilidad financiera.

El análisis presentado anteriormente permite señalar algunas recomendaciones que permitan diseñar contenidos formativos acorde con las necesidades del sector artístico y cultural involucrado con la elaboración y diseño de productos. Por un lado, es crucial implementar procesos de segmentación previa que permitan agrupar asertividad en los contenidos y dinámicas propuestas. Asimismo, se sugiere incluir mentorías de seguimiento a mediano plazo, lo que permitirá evaluar si el proceso adelantado fue realmente significativo para los proyectos participantes y permitirá brindar apoyo adicional en la consolidación de los emprendimientos. Además, se recomienda mantener y ampliar las estrategias pedagógicas que promuevan la interacción entre los participantes, ya que el aprendizaje colaborativo ha demostrado ser un componente esencial en el éxito del programa.

Es importante destacar la necesidad que el IDARTES continúe invirtiendo en espacios formativos que respondan a las demandas actuales del sector y que también fomenten la cualificación y el fortalecimiento integral de los emprendimientos artísticos y culturales a largo plazo.

Las cifras y percepciones recogidas presentan la importancia y relevancia que tienen la realización de programas como este para superar las barreras que enfrentan los agentes artísticos y culturales en temas de gestión y sostenibilidad.

3.1.2 *EMPRENDE CON EL ARTE:* FORTALECIMIENTO EN SERVICIOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES CON ÉNFASIS EN COPRODUCCIÓN



Este proceso formativo empleó la modalidad presencial para desarrollar sus contenidos. En total fueron doce horas de formación distribuidas en tres módulos, cada uno de cuatro horas. El tema central de la formación fue la coproducción; allí se exploraron aspectos técnicos, administrativos y de mercadeo cultural.

Adicional a los espacios de formación, los participantes tuvieron la oportunidad de realizar una salida de campo al montaje del Festival Rock al Parque 2024 en el parque Simón Bolívar. Durante dos horas recorrieron los escenarios y tuvieron la oportunidad de conversar sobre los diferentes aspectos que implican la producción de un evento de gran magnitud.

La metodología empleada en la formación estuvo centrada en enfoques ágiles e innovadores tales como el *Scrum,* una metodología para la gestión de proyectos complejos en los que se necesita obtener un resultado rápido en entornos muy cambiantes y el aprendizaje cooperativo y la gamificación a través de herramientas como el *role playing* que promovieron la participación activa y el aprendizaje colaborativo. Se realizaron talleres participativos donde analizaron casos reales y resolvieron problemas prácticos, lo que fomentó la aplicación directa de los conceptos aprendidos. La evaluación fue continua y formativa, basada en la participación activa, la calidad de los proyectos grupales, las presentaciones y la reflexión individual y grupal, asegurando así un aprendizaje integral y significativo.

Tanto en las sesiones de formación, como en los espacios de mentorías, nos acompañaron tres profesionales:

Andrea Camelo - Aspectos técnicos: Gestora cultural con amplia experiencia en dirección y coordinación de producción de eventos culturales (música, danza, teatro) BTL y administrativos. Ha sido asistente de programación, coordinadora, productora general, de campo y jefe de área, así como jefe de sala y administradora de teatro.

Nelson Rusinque - Aspectos administrativos: profesional altamente experimentado con más de 16 años de dedicación en el área de entretenimiento, respaldado por una formación académica en Economía con especialización en Gerencia Financiera, con un enfoque destacado en negociación. Sólida trayectoria laboral que abarca diversos aspectos de la gestión empresarial, destacándose en la dirección Administrativa.

Lorena Jiménez - Marketing Cultural: Máster en Gerencia de las Artes Escénicas, productora musical y música con una gran pasión por promover el patrimonio cultural y contribuir al desarrollo social y amplia experiencia en el desarrollo de estrategias de marketing cultural para las artes.

¿Qué contenidos se trabajaron? Módulo 1. Aspectos técnicos

Este módulo con una intensidad de cuatro horas abordó los siguientes temas: Introducción a la coproducción, Fases de una coproducción, Roles técnicos en una coproducción, y Herramientas y recursos técnicos para el diseño y planificación técnica. Todo esto con el objetivo de comprender los elementos técnicos necesarios para una coproducción e identificar las fases de producción y los roles técnicos involucrados, así como desarrollar habilidades para la planificación técnica de una obra artística.

Módulo 2. Aspectos administrativos

Este módulo tuvo como objetivo adquirir conocimientos sobre la gestión administrativa de una coproducción, desarrollar habilidades para la elaboración de presupuestos y contratos, así como comprender la importancia de la gestión de recursos y el financiamiento. Se abordaron los siguientes temas: Introducción a la gestión de proyectos en artes escénicas; Elaboración de presupuestos: Costos fijos y variables; Contratos y acuerdos de coproducción; Gestión de recursos humanos y materiales; Fuentes de financiamiento y subvenciones.

Módulo 3. Marketing cultural

El objetivo principal de este módulo fue desarrollar estrategias de marketing para proyectos de coproducción en artes escénicas, comprender el mercado y las audiencias y crear un plan comercial y de comunicación para una obra artística. Los temas tratados fueron: Introducción al marketing cultural; Análisis de mercado y segmentación de audiencias; Estrategias de promoción y difusión; Uso de redes sociales y plataformas digitales; Creación de un plan comercial.
Un análisis correlacional entre los resultados de las encuestas de satisfacción aplicadas a los participantes y las conclusiones y recomendaciones que surgieron a partir de los informes finales

de los formadores, permitió evidenciar que el proceso formativo fue altamente valorado cumpliendo en gran medida con las expectativas y necesidades de los agentes creativos y culturales participantes. Las cifras obtenidas reflejan un alto nivel de satisfacción general, con un porcentaje significativo de más del 80 % de los participantes que calificaron los módulos como útiles, claros y aplicables a sus contextos. Estos datos se alinean con las observaciones de los formadores, quienes destacaron el impacto positivo de las herramientas y metodologías implementadas en el fortalecimiento de las capacidades técnicas, administrativas y de marketing cultural de los asistentes.

En el Módulo 1, los altos porcentajes de satisfacción relacionados con las herramientas prácticas y la claridad de los contenidos se corresponden con las valoraciones de los formadores, quienes señalaron que este módulo permitió a los participantes adquirir habilidades esenciales para la planificación técnica y la producción artística. Sin embargo, tanto las encuestas como los informes de los formadores sugieren una oportunidad de mejora en cuanto a la duración del módulo, ya que el 21 % de los participantes se mostró neutral o cuestionó la adecuación del tiempo asignado. Este punto destaca la necesidad de reconsiderar la distribución temporal de los contenidos, especialmente aquellos más complejos o que demandan mayor profundización.

En el Módulo 2, los resultados presentaron una ligera variación en las percepciones sobre la utilidad y aplicabilidad de los contenidos presentados, con un 89 % de los participantes "muy de acuerdo" con la utilidad de las herramientas proporcionadas, pero con un 6 % en desacuerdo respecto a la metodología. Esto resalta la complejidad de los temas administrativos y financieros abordados, ya que algunos participantes consideraron menos prácticos o difíciles de integrar a sus emprendimientos. Los formadores también identificaron estos aspectos como desafíos en su proceso, señalando la necesidad de emplear metodologías más dinámicas y explicativas para tratar estos temas, lo que coincide con las sugerencias abiertas de los participantes de incluir explicaciones más detalladas y mayor tiempo para profundización. Este módulo también pone en evidencia una demanda creciente de contenidos jurídicos y tributarios, aspectos que, según las encuestas y los formadores, podrían reforzar la aplicabilidad de las enseñanzas en futuros programas.

El Módulo 3, enfocado en el marketing cultural, obtuvo evaluaciones altamente positivas, especialmente en la segunda sesión, donde el 86 % de los participantes estuvo "muy de acuerdo" con la claridad y aplicabilidad de los contenidos. Este dato se alínea con las conclusiones del informe de formación, en donde se destacó que los asistentes lograron integrar conocimientos sobre segmentación de audiencias y estrategias digitales, apoyándose en herramientas prácticas como Canva. Sin embargo, las diferencias en la percepción de la duración del módulo entre las dos sesiones (75 % y 43 % "muy de acuerdo", respectivamente) reflejan una constante en todo el proceso formativo: la necesidad de ampliar los tiempos destinados a cada tema para abordar las necesidades específicas de los participantes y garantizar una mayor apropiación de los contenidos.

A partir de este análisis, es posible identificar varios aciertos y áreas de oportunidad para futuros procesos formativos. Entre los principales logros se destacan la efectividad de las metodologías implementadas, la aplicabilidad de los contenidos y el fortalecimiento de habilidades clave para la coproducción, administración y promoción de proyectos artísticos. Además, la inclusión de ejemplos prácticos y herramientas accesibles permitió que los participantes conectaran los aprendizajes con sus emprendimientos. No obstante, las limitaciones en la duración de los módulos y la diversidad de perfiles entre los asistentes se hicieron presentes como desafíos recurrentes. Ampliar la duración de los talleres y considerar un diseño modular que permita una personalización más profunda de los contenidos según las necesidades y niveles de experiencia de los participantes, son acciones recomendadas.

De igual forma, se sugiere incorporar herramientas digitales de seguimiento y *networking* para fomentar la colaboración entre los asistentes y los formadores más allá de las sesiones presenciales. Estas plataformas podrían incluir foros, y recursos compartidos que fortalezcan el aprendizaje a largo plazo y consoliden las alianzas entre los participantes y el IDARTES. Con estas mejoras, el programa podría replicar su éxito y potenciar el impacto transformador que ya ha demostrado tener en el sector cultural.



3.1.3 *EMPRENDE CON EL ARTE:* FORTALECIMIENTO EN SERVICIOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES DIRIGIDO A ARTISTAS PLÁSTICOS



Este proceso formativo usó la modalidad presencial para desarrollar sus contenidos. El enfoque principal fue crear portafolios de servicios culturales más rentables, establecer un valor comercial de las creaciones y obras artísticas de acuerdo a las dinámicas de mercado, fortalecer el diseño de sus estands y la conexión con el cliente objetivo.

Metodología: Este proceso de formación empleó la metodología de laboratorio para desarrollar sus cuatro módulos. Las sesiones de los laboratorios se desarrollaron de dos formas debido a que los dos formadores presentaron dos propuestas metodológicas diferentes: la primera metodología, presentada por Jimena Peña para el desarrollo del laboratorio 1 y 3, estuvo dividida en tres momentos que ayudaron a avanzar en el discurso artístico comercial, respondiendo a las necesidades y pensamientos del artista. En el momento uno se realizó una actividad individual para reflexionar sobre el estado actual de los emprendimientos. Durante el segundo momento se llevó a cabo una actividad para compartir en subgrupos y recibir retroalimentación de los compañeros. En el tercer momento se desarrolló una actividad de socialización grupal de los resultados del taller y se completaron los entregables.

La segunda metodología fue propuesta por Nicolás Quintero para el desarrollo de los laboratorios 2 y 4, que consistió en sesiones magistrales con espacios para la discusión y resolución de dudas, de acuerdo a las inquietudes y necesidades específicas de los participantes. Cada sesión tuvo ejercicios prácticos que se convirtieron en insumos importantes para el proceso de cada emprendimiento.

En los espacios de formación, como de mentorías, contamos con el acompañamiento de dos profesionales:

Nicolás Quintero Altare: diseñador de producto del Politecnico di Torino y Magister en Diseño de Negocios con honores de Domus Academy en Milano. Cofundador del Taller del Sabueso, estudio de consultorías en diseño e innovación. Con un enfoque multidisciplinar busca unir el mundo de la innovación y los negocios con el de la creatividad y el diseño.

Jimena Peña Bennet: consultora, docente y curadora de Arte contemporáneo. Doctora en Economía y Empresa con tesis Cum Laude en emprendimiento para artistas visuales de la Universidad Autónoma de Madrid, Magíster en Mercado del Arte de la Universidad Antonio de Nebrija y autora publicada a nivel internacional sobre el ecosistema del arte. Profesora en Maestrías de Gestión Cultural en la Universidad EAN y Universidad del Rosario en Bogotá; en Madrid, fue asistente en diversas galerías y ferias de arte, también lideró ExpressArt Mentoring y otros programas culturales con innovación social.

Módulo 1. ¿Cómo cobrar mis creaciones artísticas y culturales?
Este módulo procuró entregar herramientas prácticas a través de la reflexión y el análisis para identificar el contexto del mercado y poder establecer un precio real de cada producto. Los temas abordados fueron: Hago un *checklist* del potencial del mercado a mi alrededor y evalúo el precio ante este; Caigo en cuenta de mi guaca - Inventario, de su valor y de los argumentos para explicar el precio; Reflexiono sobre mi estrategia comercial y perfecciono mi catálogo de producto disponible.

Módulo 2. Marketing Cultural para potenciar las ventas

El tema principal del modelo giró en torno a desarrollar herramientas para aprender a comunicar una propuesta de valor. Los temas abordados fueron: Definición y Análisis del entorno; Contándole al mundo sobre mi portafolio y Comunicación y gestión financiera.

Módulo 3. ¿Cómo crear portafolios de servicios artísticos y culturales más rentables?

Este módulo tuvo como objetivo brindar herramientas prácticas para construir portafolios artísticos. Los temas abordados fueron: Hago un *checklist* de lo que funciona y no funciona de mi portafolio actual; ¡Encuentro el WOW – GUAU! para escribir la propuesta de valor; Declaro mi propuesta de valor a ser redactada en el portafolio de emprendimiento artístico.

Módulo 4. ¿Qué es el vitrinismo y cómo puedo sacarle provecho?
Este módulo orientó a los emprendedores para responder a la pregunta ¿Cómo se ve mi propuesta de valor más allá de mi producto/servicio? Los temas abordados fueron: Vitrinismo como aliado; El lugar en donde mi esencia se materializa mi esencia; Quién soy, autoexploración y qué voy a decir; Dónde lo voy a decir Omnicanalidad.



Con el fin de ofrecer conclusiones y recomendaciones generales del proceso, se realizó un análisis correlacional entre las recomendaciones derivadas de las encuestas de satisfacción y los informes de los formadores del proceso formativo. Los resultados muestran una convergencia significativa en los logros alcanzados, así como en las áreas de mejora identificadas en ambas fuentes, de igual forma, los resultados permiten afirmar que el proceso formativo logró impactar positivamente en la mayoría de los participantes, aunque también reveló aspectos que podrían optimizarse para potenciar su efectividad en futuras ediciones.

Los formadores destacaron los avances logrados en la estructuración de propuestas de valor sólidas, la comprensión de las metodologías para establecer costos y gastos de los emprendimientos y el diseño de discursos de presentación más inspiradores. Este impacto positivo podría atribuirse a metodologías innovadoras como el uso de cuadernillos personalizados, ejercicios de *feedback* grupal y dinámicas prácticas, que facilitaron la conexión entre los conceptos teóricos y su aplicación en la realidad laboral de los participantes.

Sin embargo, se identificaron desafíos relacionados con las limitaciones de tiempo y las condiciones logísticas. Aunque un 86 % de los participantes consideró suficiente la duración del curso, el 14 % señaló que ciertos temas requerían mayor profundización. Este aspecto se corrobora por los formadores, quienes enfatizaron que la restricción de tiempo dificultó un abordaje más profundo de los contenidos, especialmente en áreas clave como la gestión del valor comercial y la conexión con el cliente objetivo. En este sentido, la ampliación de la duración del curso o la inclusión de sesiones complementarias podría abordar esta necesidad, permitiendo una experiencia formativa más completa.

Otra área de mejora señalada fue la diversidad de niveles de experiencia e intereses de los participantes, lo que representó desafíos en la personalización de los contenidos. Tanto los participantes como los formadores recomendaron la segmentación de los módulos según los niveles de experiencia, para ofrecer una experiencia más enfocada y efectiva. Por ejemplo, quienes se inician en el emprendimiento artístico podrían beneficiarse de contenidos más básicos, mientras que aquellos con mayor trayectoria podrían abordar estrategias avanzadas.

Respecto a la metodología, aunque el 92 % de los encuestados valoró positivamente las estrategias de enseñanza, las encuestas sugirieron la posibilidad de incorporar actividades más dinámicas y participativas. Esto coincide con la recomendación de los formadores de integrar recursos pedagógicos más diversos, como herramientas audiovisuales, dinámicas *gamificadas* y plataformas digitales que fomenten el aprendizaje interactivo. Este enfoque mejoraría la experiencia de aprendizaje y respondería a las expectativas de los participantes interesados en

metodologías más innovadoras.

Las encuestas reflejaron una demanda por temas complementarios en futuros cursos, como marketing cultural, creación de contenido para redes sociales y gestión cultural. Estas áreas, también señaladas por los formadores en sus informes, resultan fundamentales para fortalecer las competencias comerciales y de promoción de los artistas en un entorno cada vez más digitalizado y competitivo. Incorporar estos temas en ediciones futuras respondería a las necesidades del sector y enriquecería el alcance del programa.

En cuanto a los recursos didácticos, aunque un 86 % de los participantes los consideró útiles, un 8 % expresó insatisfacción, lo que indica la necesidad de revisar y actualizar los materiales para garantizar su relevancia y eficacia. Esto podría incluir ejemplos más prácticos, estudios de caso aplicados a los contextos de los participantes y guías adaptadas a las realidades locales del mercado cultural.

Desde el punto de vista logístico, tanto las encuestas como los informes de los formadores destacaron la importancia de mejorar aspectos como los espacios de formación, horarios y ubicación. Estas mejoras no solo harían el programa más accesible y cómodo, sino que también contribuirían a un ambiente más propicio para el aprendizaje. Además, se sugirió la realización de encuestas previas para ajustar estos elementos a las necesidades específicas de los participantes.

Finalmente, tanto los participantes como los formadores enfatizaron la importancia de ampliar las oportunidades de *networking*. Esto podría lograrse mediante la organización de sesiones dedicadas a la creación de redes y el uso de plataformas virtuales para compartir avances que fortalezcan la comunidad creada durante el curso. Estas iniciativas no solo consolidarían los aprendizajes adquiridos, sino que también fomentarían colaboraciones estratégicas entre los asistentes, impulsando el desarrollo de sus emprendimientos culturales.

3.1.4 *EMPRENDE CON EL ARTE* PARA SALAS CONCERTADAS Y RED DE ESPACIOS INDEPENDIENTES - REI: FORTALECIMIENTO EN SERVICIOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES



Este proceso formativo empleó la modalidad presencial para desarrollar sus contenidos. El enfoque principal fue fortalecer las habilidades en mercadeo digital para industrias artísticas y culturales.

Metodología: Para el desarrollo de este proceso formativo se emplearon metodologías ágiles como el *Design Thinking* y herramientas del *Scrum* y el *Lean Startup*. Estas metodologías se caracterizan por ser flexibles (es decir, se adaptan a las necesidades particulares de cada proyecto) y colaborativas, además de fomentar la creatividad y permitir el desarrollo de proyectos de manera inmediata. Esto disminuye los costos y agiliza los procesos. Aplicando estas herramientas, los participantes pudieron afinar y desarrollar sus portafolios de servicios, planes comerciales y presupuestos, entre otros.

Para este proceso formativo los módulos estuvieron diseñados a manera de fases para la construcción de una estrategia de marketing efectiva enfocado en las industrias creativas y culturales. Los temas abordados fueron:

Módulo 1. Autoexplorar - Hacer una radiografía de mi iniciativa. Módulo 2. Aterrizar - Estrategia de divulgación omnicanal.

Módulo 3. Crear - Creatividad en la comunicación. Módulo 4. Implementar - Plan de acción.

Los expertos que participaron en esta formación fueron:

Nicolás Quintero Altare: diseñador de producto del Politécnico di Torino y Magister en Diseño de Negocios con honores de Domus Academy en Milano. Cofundador del Taller del Sabueso, estudio de consultorías en diseño e innovación. Con un enfoque multidisciplinar busca unir el mundo de la innovación y los negocios con el de la creatividad y el diseño.

Juan Carlos Soto: diseñador y director creativo del Taller del Sabueso con más de diez años de experiencia en el diseño y desarrollo de marcas en diferentes industrias incluidas industrias creativas y culturales.

A partir de la información recogida en las encuestas de satisfacción aplicadas a los participantes y las conclusiones extraídas de los informes de los formadores, se estableció que el proceso formativo cumplió con los objetivos planteados, logrando un impacto positivo en el fortalecimiento de las habilidades de mercadeo digital de los participantes.

Los resultados cuantitativos y las observaciones cualitativas indican que la iniciativa fue bien recibida y aportó herramientas prácticas y estrategias concretas para que los agentes participantes optimicen su gestión y amplíen sus audiencias.

Desde el inicio del programa, las encuestas reflejaron un alto nivel de satisfacción general. En las primeras dos sesiones, el 100 % de los asistentes valoró positivamente la utilidad de las herramientas prácticas y la claridad y aplicabilidad de los temas, con un notable porcentaje de participantes afirmando estar "muy de acuerdo". Esto demuestra que los contenidos impartidos fueron pertinentes y efectivos para abordar las necesidades de las salas concertadas y los espacios REI. Este hallazgo respalda las conclusiones de los formadores, quienes destacaron que las metodologías utilizadas, como el *Design Thinking*, la matriz 2x2 y el mapa de empatía, permitieron una apropiación efectiva de los aprendizajes, ayudando a los participantes a desarrollar estrategias de contenido omnicanal y estructurar sus planes comerciales de manera más estratégica.

No obstante, en las sesiones posteriores se observó una leve disminución en la percepción de claridad y aplicabilidad, con un 13 % de los participantes en la tercera sesión mostrando neutralidad respecto a estos aspectos. Esta tendencia podría estar relacionada con la complejidad progresiva de los temas tratados, que requirieron mayor tiempo o profundidad para ser plenamente apropiados por los participantes. Este punto también fue señalado por los formadores, quienes recomendaron ampliar el proceso formativo para garantizar que las estrategias diseñadas puedan ser revisadas y ajustadas en función de los avances y necesidades específicas de cada proyecto.

La metodología, en general, fue bien recibida, con un promedio de 90 % de favorabilidad a lo largo de las sesiones. Sin embargo, las encuestas y los comentarios de los formadores sugieren que incluir actividades más dinámicas y prácticas podría enriquecer aún más la experiencia. A pesar de los esfuerzos realizados para adaptar los contenidos a las necesidades de los participantes, algunos asistentes expresaron interés en incorporar sesiones adicionales sobre publicidad digital y herramientas tecnológicas avanzadas, lo que podría complementar los aprendizajes adquiridos y aumentar el impacto práctico del curso.

En términos logísticos, aunque el espacio físico fue considerado adecuado y cómodo, se presentaron desafíos relacionados con la asistencia y la puntualidad. A pesar de la implementación de una estrategia de contacto telefónico para asegurar la participación, las restricciones de tiempo y compromisos previos de los participantes limitaron la asistencia esperada. Estos datos destacan la importancia de realizar consultas previas sobre horarios y fechas para garantizar una mayor disponibilidad de los participantes y optimizar los recursos logísticos.

Una de las áreas mejor valoradas fue la utilidad de los materiales proporcionados, que alcanzaron un 100 % de aceptación en la cuarta sesión. Esto indica que los recursos pedagógicos fueron bien diseñados y relevantes para las necesidades de los participantes. Sin embargo, algunos asistentes sugirieron ajustes en los recursos para incluir ejemplos más específicos y herramientas tecnológicas avanzadas que puedan integrarse fácilmente en sus contextos reales.

El impacto positivo del curso quedó evidenciado en las cifras de satisfacción y en la transformación observada en los ejercicios prácticos realizados durante las sesiones. Según los formadores, los participantes lograron desarrollar marcas más sólidas y diferenciarse en un mercado competitivo. Esto se logró gracias a un enfoque práctico y creativo que promovió la autoexploración y la implementación inmediata de los aprendizajes. Sin embargo, formadores y participantes coincidieron en la necesidad de un seguimiento más estructurado, como seguimientos periódicos, que permitan evaluar y ajustar las estrategias diseñadas al pasar del tiempo.

Para futuras ediciones, se recomienda ampliar la duración del proceso formativo o incluir sesiones complementarias que permitan una profundización en temas específicos. Además, sería ideal realizar una encuesta previa para identificar las expectativas y necesidades particulares de los participantes, asegurando que los contenidos respondan a los desafíos concretos de cada sala o espacio cultural. La incorporación de herramientas pedagógicas más innovadoras, como dinámicas gamificadas, estudios de caso y metodologías como el *role playing*, también podría enriquecer el aprendizaje.

Por último, se sugiere fomentar el *networking* entre los asistentes mediante actividades dedicadas a la colaboración y el intercambio de experiencias, lo que podría potenciar el impacto del curso al generar alianzas estratégicas entre las salas concertadas y los espacios REI. Este enfoque,

junto con la implementación de plataformas virtuales para el seguimiento y la interacción, permitiría consolidar una comunidad más activa y colaborativa, fortaleciendo el sector cultural de manera sostenible.

3.1.5 *EMPRENDE CON EL ARTE*: MENTORÍAS ESPECIALIZADAS PERSONALIZADAS



Mentorías: diseño, gestión e innovación de productos artísticos y culturales

Las mentorías diseñadas para este espacio de formación tenían el objetivo de fortalecer las capacidades de los emprendedores en aspectos como proyectos de marca, marketing, experiencia en usuario, innovación y diseño de producto en el marco de la economía creativa y cultural con el fin de estimular el desarrollo tanto personal como productivo a través de ejercicios que permitan diseñar y fortalecer acciones y estrategias propias de emprendimientos sostenibles. Estaban dirigidas a veinte emprendedores seleccionados del proceso de formación *Emprende con el Arte* con énfasis en diseño, gestión e innovación de productos artísticos y culturales.

Teniendo en cuenta la extensión del proceso de formación, la selección de los participantes que recibieron mentorías se inició la primera semana de noviembre. Los criterios a tener en cuenta para la selección fue la asistencia a la totalidad de los encuentros presenciales, dando especial importancia al encuentro del 2 de noviembre por recomendación del mentor. Tanto la verificación como la sistematización de la asistencia estuvo a cargo del IDARTES.

Posterior a esto, se tomó en cuenta la asistencia a las sesiones virtuales, lo que dio como resultado la selección de los 20 beneficiarios de las mentorías. A partir de esta selección, los mentores habilitaron un archivo editable para que los participantes pudieran agendarse de acuerdo a la disponibilidad de los mentores.
Para tener una comunicación más fluida, se creó un grupo de *whatsapp,* en donde se publicó

información relevante para el proceso y los participantes y mentores podían realizar el seguimiento a la agenda y a la realización de las mentorías.

Cada participante recibió una mentoría personalizada de dos horas virtuales a cargo de alguno de nuestros dos mentores. Los participantes se conectaron a las mentorías a través de un enlace de *Meet*. Cada mentor presentó al finalizar las mentorías un informe detallado con evidencias, que dio cuenta de los contenidos, metodologías y productos desarrollados.

Mentorías especializadas para productos y servicios artísticos - Coproducción

Este proceso tenía como objetivo realizar 20 mentorías dirigidas a igual número de agentes del ecosistema de las artes escénicas que tuvieran una obra o proyecto consolidado. El proceso se adelantó tal como se esperaba. Para la realización de las mentorías se contrataron tres profesionales de acuerdo a los lineamientos establecidos por el IDARTES.

Culminado el proceso formativo, cada uno de los agentes participantes recibieron una mentoría personalizada de tres horas que tuvo como objetivo estimular el desarrollo personal y productivo a través de ejercicios que permitieron diseñar y fortalecer acciones y estrategias propias de los portafolios de servicios sostenibles.

Para asegurar que el proceso de agendamiento con los mentores fuese más eficiente, el equipo de la Corporación Comunicar se encargó de llamar uno a uno a los participantes y agendarlos de acuerdo a la disponibilidad de su mentor asignado.

El proceso de asignación de mentor estuvo a cargo del IDARTES con relación a la preferencia de los beneficiarios, el orden de inscripción en el formulario de Google que circuló para confirmar su interés en participar de las mentorías, así como la disponibilidad de los tutores. Al finalizar el proceso, los mentores realizaron un informe final donde presentaron los principales logros y avances de los participantes.

Mentorías especializadas *Emprende con el Arte* para artistas plásticos

Estas mentorías estuvieron enfocadas en el fortalecimiento de habilidades y conocimiento en temas como el mercado del arte, procesos de creación y asesoría de portafolios de productos, servicios artísticos más comerciales, proyectos de marca, marketing, experiencia de usuario, innovación y diseño de producto.

Culminado el proceso formativo se eligieron, con relación a su compromiso y participación, 20 emprendedores para recibir una mentoría personalizada virtual de tres horas. Para esta selección se realizó una preselección de 28 participantes que cumplieron con el criterio de asistir a todos los espacios formativos. Posterior a esto se realizó un sorteo en vivo a través de la plataforma Zoom para elegir a los veinte emprendedores que recibieron las mentorías.

Mentorías especializadas de la Red de Espacios Artísticos Independientes, REI

Para el caso de las mentorías para la Red de Espacios Independientes – REI, se diseñaron cuatro espacios de encuentro colectivo donde el mentor trabajó alrededor de un tema específico con quince espacios REI. Las temáticas de las mentorías ya estaban establecidas y guardaron relación con los intereses y necesidades de los participantes. Aunque estas mentorías estaban dirigidas a los espacios REI, las salas concertadas también fueron invitadas a participar. La metodología de las mentorías fue presencial y los temas abordados en cada una de ellas fueron: Estrategia para el desarrollo de públicos; Ecosistema y redes culturales sostenibles; Flujos económicos: ingresos y gastos; Estrategias para la sostenibilidad en espacios e Iniciativas culturales.

Diagnóstico y recomendaciones globales

Es importante destacar que el desarrollo de las mentorías ha sido un esfuerzo significativo por fortalecer las capacidades de los emprendedores artísticos en áreas esenciales como la innovación, el marketing y la sostenibilidad. A través de metodologías digitales efectivas, se ha logrado avanzar en la cualificación y especialización de los participantes, quienes han adquirido herramientas clave para estructurar y gestionar sus emprendimientos de manera más estratégica. Sin embargo, el diagnóstico realizado evidencia tanto logros importantes como áreas de mejora que podrían enriquecer futuros procesos.

Entre los principales logros se destacan la evolución de los emprendedores hacia una mentalidad más gerencial, consolidando aspectos fundamentales como la propuesta de valor, el posicionamiento de marca y el análisis financiero básico. Muchos de ellos han desarrollado estrategias que les permiten alinear mejor sus acciones con objetivos definidos y proyectar sus productos a mercados más amplios. Adicionalmente, el uso de herramientas como redes sociales desde una perspectiva comercial ha sido una constante en las sesiones, lo cual ha facilitado la conexión con audiencias específicas y la generación de comunidades alrededor de sus marcas. Estas transformaciones reflejan el impacto positivo de las mentorías respecto a la capacidad de los participantes para visualizar sus proyectos como negocios con potencial de crecimiento.

A pesar de estos avances, el análisis revela desafíos que aún limitan el desarrollo pleno de los emprendimientos. Persisten brechas en la capacidad de investigar y analizar mercados, establecer planes de expansión sostenibles y diseñar estrategias de ventas robustas. Asimismo, aunque la creatividad es un componente inherente a los productos artísticos, la innovación no se ha extendido a otras dimensiones clave como los empaques, los canales de distribución o la comunicación estratégica. Este enfoque limitado también afecta la concepción de la sostenibilidad, que continúa siendo vista desde una perspectiva económica, sin integrar plenamente dimensiones sociales, ambientales o culturales. Otro desafío recurrente ha sido la gestión de precios, especialmente en relación con la estructura de costos y la apertura de nuevos

canales de ventas, aspectos fundamentales para garantizar la viabilidad económica a largo plazo.

El proceso de selección de los participantes mediante sorteo generó desigualdades en términos de compromiso y aprovechamiento de las mentorías. Algunos participantes demostraron un interés genuino por aplicar las recomendaciones y avanzar en sus proyectos, mientras que otros se vieron limitados por factores externos o una falta de alineación con las exigencias del proceso. Esto pone en evidencia la necesidad de implementar criterios más rigurosos para asegurar que quienes accedan a estas oportunidades estén preparados para sacarles el mayor provecho.

En términos operativos, las mentorías fueron bien recibidas gracias a la flexibilidad de las plataformas virtuales y la estructuración de las sesiones. No obstante, el corto tiempo entre encuentros limitó la ejecución completa de las tareas asignadas. Además, algunos contratiempos relacionados con la conectividad y la gestión de agendas destacaron la importancia de establecer reglas más claras y procedimientos operativos que optimicen el uso del tiempo de los mentores y participantes.

De cara a mejorar y consolidar el programa, se recomienda rediseñar el proceso de selección para priorizar a aquellos emprendedores que demuestren un compromiso claro mediante su postulación voluntaria y la formulación de propuestas alineadas con los objetivos de las mentorías. Asimismo, se sugiere extender la duración del proceso para permitir un desarrollo más profundo de los aprendizajes y tareas. Complementariamente, sería valioso establecer un sistema de seguimiento postmentorías que permita evaluar el impacto a mediano y largo plazo, y proporcionar retroalimentación adicional a los participantes.

3.2 FORMACIÓN ABIERTA EXPRÉS



Además de la formación especializada, el programa *Emprende con el Arte* 2024 realizó una apuesta por generar acciones de cualificación que procuraron la participación amplia de agentes de todo el sector de las artes y la cultura de la ciudad a través de los Emprende *Talk* (charlas tipo TED), *Workshop* (talleres) y *Networking* (ruedas de negocio). Para la realización de cada uno de estos espacios se contó con el apoyo de aliados estratégicos que pusieron al servicio del proyecto sus instalaciones y público, para poder impactar a diferentes sectores de las artes y las culturas de la ciudad.

Para evaluar la percepción de los asistentes, se aplicó una encuesta de satisfacción con escala de Likert, cuyos resultados ofrecen un panorama integral sobre distintos aspectos de cada uno de los eventos. Se presentan en este documento también los resultados de estas encuestas. Es importante señalar que las encuestas contenían dos preguntas abiertas. La sistematización de estas respuestas requirió la construcción de categorías de análisis para poder clasificarlas y presentarlas en cifras y porcentajes.

3.2.1 EMPRENDE TALKS

Los Emprende Talks *son espacios que fueron diseñados como charlas bajo la metodología TED en el marco de la economía creativa, artística y cultural que buscaban inspirar a los asistentes, al presentar historias de emprendedores creativos exitosos, que han superado desafíos y han alcanzado modelos de negocios rentables y sostenibles.*

Emprende Talk 1 y 2: Intervención de experiencias exitosas en emprendimientos creativos y culturales
Fecha de realización: 15/08/2024
Speakers: Paola Colmenares y José Jiménez

Este evento se desarrolló en el marco de la ZAE Universitaria, un día entero en donde, de la mano de la Universidad Jorge Tadeo Lozano como aliada, se desarrollaron actividades académicas y culturales, así como una zona de arte y emprendimiento donde emprendedores y artistas pudieron exponer y comercializar sus trabajos. Allí confluyeron estudiantes y maestros para asistir a las diferentes actividades planeadas para ese día. Los *speakers* fueron Paola Colmenares y José Jiménez. Inicialmente se planeaba que las dos charlas ocurrieran de manera independiente, sin embargo, debido a contingencias de tiempo y de la misma dinámica del espacio se concluyó que era mucho más enriquecedor si los dos *speakers* compartían el mismo espacio. Los conferencistas abordaron temas relacionados con las artes audiovisuales, negocios musicales, desarrollo empresarial e industrias creativas y culturales, generando una dinámica participativa y enriquecedora.



José Jiménez es un reconocido productor y director de cine y animación. Dirigió videos musicales para artistas como Draco Rosa, nominados a Latin Grammys, Bogoshorts, Shock Awards, etc. Ganador del Film Development Fund 2013 con la película animada cortometraje "El Rapto". Entre sus trabajos destacan "GUAYABO", ganador del Premio del Público NIAFFS en España (2022), y "INHALEXHALE" (2023), seleccionado para SmartFilms. Profesor experimentado en narrativa secuencial, *storyboard,* dirección conceptual y creativa.

Paola Colmenares es una alta directiva especializada en negocios musicales, desarrollo empresarial, entretenimiento y propiedad intelectual especializada en industrias creativas, culturales y del entretenimiento, con amplia experiencia en el desarrollo e inteligencia de negocios de contenidos transmedia en español y latino a nivel global. Exdirectora de Amazon Music.

Emprende Talk 3. Creatividad, innovación y sostenibilidad del ecosistema artístico
Fecha de realización: 11/09/2024
Speaker: Juan Camilo Hernández

Esta charla se realizó en alianza con la Universidad ECCI y los estudiantes de la carrera en Mercadeo y Publicidad. En ella, el *speaker* presentó a los asistentes diez recomendaciones a razón de su experiencia, que se deben tener en cuenta cuando se trata de emprender en el ecosistema creativo y artístico.



Juan Camilo Hernández es director creativo, de arte y de cine. Como cofundador de la agencia Wonderland, lleva más de diez años trabajando con marcas de todo el mundo expertas en storytelling y diseño de experiencias.

Emprende Talk 4. Rutas de productividad del campo audiovisual en 2024
Fecha de realización: 12/09/2024
Speaker: Jaime Manrique
Esta charla se llevó a cabo en alianza con la Universidad Minuto de Dios, al occidente de la ciudad. A la charla asistieron estudiantes y maestros de la Tecnología en Realización Audiovisual y del Técnico profesional en Sonido en Vivo y Audiovisual. La charla estuvo enfocada en explorar y dar herramientas alrededor de las rutas de productividad de las artes audiovisuales.



Jaime E. Manrique es analista cinematográfico en Colombia, desde 1994, en medios como Suburbia Capital, ARCADIA, Latino Net, Revista Lúdica, Revista Cambio, URBE Capital, 9MM, Revista La Rosca, De Film, Cuadernos de la Cinemateca Distrital, Revista Cambio, SHOCK y Noticine.com (España), entre otros. Ha sido profesor de historia del cine en la Universidad Externado de Colombia, en donde coordinó por cuatro años el Cineclub Joseph Plateau.

Emprende Talk 5. Derechos de autor para el ecosistema artístico
Fecha de realización: 30/10/2024
Speaker: Paola Colmenares

Esta charla se desarrolló en el marco del evento de cierre del microcurso *Mi Huella Mi Marca,* llevado a cabo en alianza con la Superintendencia de Industria y Comercio. Los asistentes fueron los participantes en el proceso de formación virtual del microcurso y el objetivo de la charla fue generar un espacio para reflexionar sobre los desafíos, ventajas y panorama actual de los derechos de autor en el ecosistema artístico y cultural.



Paola Colmenares es una alta directiva especializada en negocios musicales, desarrollo empresarial, entretenimiento y propiedad intelectual especializada en industrias creativas, culturales y del entretenimiento, con amplia experiencia en el desarrollo e inteligencia de negocios de contenidos transmedia en español y latino a nivel global. Exdirectora de Amazon Music.

Emprende Talk 6. Rutas de sostenibilidad en el campo de la escritura
Fecha de realización: 16/11/24
Speaker: Sonia Ramón

Esta charla se llevó a cabo en alianza con la Universidad Central y estuvo dirigida a los estudiantes de la maestría en Creación Literaria y el programa “Escritura desde Cero”. Durante una hora la *speaker* presentó, a partir de su experiencia y de casos prácticos, elementos y estrategias para hacer del oficio de la escritura una actividad más sostenible a nivel integral.



Sonia Ramón es asesora editorial independiente con 16 años de experiencia en obras de ficción, ensayo y relatos autobiográficos. Ha participado en casi 30 publicaciones en Colombia, México y Chile.

Emprende Talk 7. Los NO NEGOCIABLES para la participación en mercados internacionales para las artes
Fecha de realización: 16/11/2024
Speaker: Adriana González

Esta charla se llevó a cabo en alianza con la Universidad Jorge Tadeo Lozano y estuvo dirigida a los estudiantes de la maestría en Gestión y Producción Cultural y Audiovisual. A lo largo de la charla, Adriana compartió con los asistentes su experiencia y conocimientos a tener en cuenta a la hora de participar en mercados internacionales para las artes. Junto con Adriana, los ganadores de la beca Conexión Mundo conversaron sobre sus experiencias participando de diferentes espacios de circulación internacional.




Adriana González Hassig ha sido coordinadora del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura de Colombia y Coordinadora del Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR). Se desempeñó como Asesora de la Dirección de Cinematografía en el Ministerio por cuatro años. Ha trabajado en La Recontra, organización asociativa con función de laboratorio cultural y plataforma de actividades. Realizó numerosos trabajos en producción audiovisual, se desempeñó como Production Manager en 11:11 film, obra el "Cartel de los Sapos" en el año 2010, en Miramas S.A. obra "Pablo's Hippos" en el 2009. Trabajó como Réalisatrice (directora) en Moto Film en el 2007, Francia, Paris; y en Alegría Productions como Production Manager/Assistant Production Manager en el mimo país. También fue Production Coordinator en Tucán Producciones Cinematográficas en Colombia, obra "La Virgen de los Sicarios".

Emprende Talk 8. Internacionalización de las artes para emprendimientos culturales
Fecha de realización: 16/11/2024
Speaker: Jimena Peña



Esta charla se llevó a cabo en el marco del evento de cierre de *Emprende con el Arte*, el cual tuvo lugar en la Universidad ECCI. La *speaker* compartió con los asistentes su experiencia en el desarrollo de emprendimientos culturales con proyección internacional. Destacó la importancia de construir un perfil como ciudadanos y ciudadanas del mundo y dio herramientas para conocer los mercados y competidores sectoriales, así como para construir una ruta que permita la expansión de los emprendimientos artísticos y culturales hacia contextos interculturales.

Jimena Peña Bennet es consultora, docente y curadora de Arte contemporáneo. Doctora en Economía y Empresa con tesis Cum Laude en emprendimiento para artistas visuales de la Universidad Autónoma de Madrid, Magíster en Mercado del Arte de la Universidad Antonio de

Nebrija y autora publicada a nivel internacional sobre el ecosistema del arte. Ha sido profesora en Maestrías de Gestión Cultural en universidad EAN y Universidad del Rosario en Bogotá; en Madrid, fue asistente en diversas galerías y ferias de arte, también lideró ExpressArt Mentoring y otros programas culturales con innovación social, siendo Art Host del Impact Hub y miembro fundador de Aecumad la incubadora de emprendedores
creativos. Su leitmotiv es el trabajo en redes de intercambio intercultural siendo asesora para programas que crean puentes con Latinoamérica, en especial para Trànsit Projectes de Barcelona. Actualmente es Directora de Kontundente, firma especialista en sostenibilidad para las Artes y la Cultura.

Emprende Talk 9. Estrategias de sostenibilidad para la danza
Fecha de realización: 28/11/2024
Speaker: Jaime Otálora



Esta charla estuvo dirigida a agentes artísticos interesados en temas relacionados con sostenibilidad artística dirigida específicamente a la danza. Se adelantó de la mano de Casa Flamenco que fue el aliado estratégico en esta oportunidad. El *speaker* presentó su experiencia como bailarín y gestor cultural e inspiró a los participantes por medio de sus aprendizajes y experiencias entre las que se cuenta la consolidación de su escuela de danza. Los asistentes también disfrutaron de una presentación artística de baile flamenco a cargo del aliado.

Jaime Otalora es bailarín y coreógrafo, con una carrera artística de treinta años. En el 2014 decide iniciar un proceso de formación abriendo la escuela Bogotá Capital Dance, posterior a esto, crea la actual compañía BCD Dance Company.

Emprende Talk 10 y 11. "Música para el cambio climático". Charlas de sensibilización Ecofestivales
Fecha de realización: 13/08/2024; 20/08/2024; 11/09/2024; 17/09/2024; 29/10/2024
Speaker: Andrea de Francisco

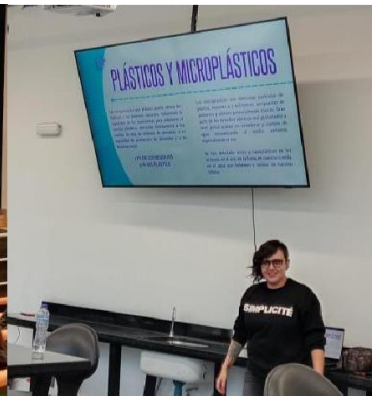
En el marco de la estrategia de ecofestivales diseñada para festivales al parque, se llevó a cabo una serie de charlas denominadas "Música para el cambio climático", que tenían como objetivo

generar conciencia entre los emprendedores y artistas de los festivales *Hip Hop al Parque, Colombia al Parque, Jazz al Parque, Salsa al Parque* y *Rock al Parque*, sobre cómo las industrias creativas y culturales pueden generar impactos positivos y/o negativos sobre la conservación del medio ambiente.

A través de experiencias exitosas, la *speaker* compartió con los asistentes estrategias para disminuir la huella de carbono generada a raíz de la realización de actividades artísticas y desarrollar propuestas que impacten de manera positiva la conservación del medio ambiente desde el arte y la cultura.

En total se realizaron cinco charlas sobre el mismo tema dirigidas a los emprendedores y artistas de los festivales al parque. Teniendo en cuenta la importancia de estas charlas en la estrategia de formación y circulación del proyecto, se incluyeron dentro de los Emprende *Talk.*





Andrea de Francisco es activista ambiental, autodidacta, artista integral, gestora cultural, *luthier* urbana y emprendedora social. Desde 2010 dirige Latin Latas, organismo pionero en promover prácticas de sostenibilidad ambiental y transformación social, a través de acciones artísticas y creativas alrededor del reciclaje, la luthería urbana, la música y la educación. Vocera del movimiento Zero Waste en Colombia y anfitriona de la Casa Residuo Cero lab, ambiente de aprendizaje que interconecta la cultura maker, el arte upcycling con modelos de formación STEAM para la transformación de hábitos de consumo.

Conclusiones

Es importante destacar la importancia y relevancia que espacios como los Emprende *Talk* representan para el sector cultural y artístico de la ciudad. La programación 2024 contó con una variedad de temas que abordaron todas las artes a la vez que se presentaron estrategias para la sostenibilidad y la innovación en el sector desde diferentes perspectivas con una nómina de expertos de alto nivel. Este tipo de experiencias generaron espacios para el diálogo, la reflexión y la acción alrededor de las prácticas artísticas y plantearon nuevos horizontes a ser explorados.

Las Emprende *Talks* se consolidan como un puente entre el aprendizaje inspirador y la acción concreta, permitiendo a los asistentes visualizar y construir rutas más sostenibles en sus trayectorias.

Estas charlas también demostraron ser una herramienta valiosa para la consolidación de estrategias de sostenibilidad en el sector artístico y cultural de Bogotá, alineándose con las prioridades del IDARTES en la promoción de la economía creativa. A través de la metodología TED, estas charlas lograron inspirar y proporcionar herramientas prácticas a los participantes, quienes expresaron una alta valoración de los contenidos y del nivel de los conferenciantes.

Uno de los principales logros fue la capacidad de estas charlas para conecta r directamente con las necesidades del público. Los temas tratados respondieron a intereses recurrentes en el sector, como quedó evidenciado en las encuestas de satisfacción. En particular, los asistentes destacaron el carácter aplicable de las herramientas compartidas en charlas específicas, como aquellas enfocadas en derechos de autor o sostenibilidad en el campo de la danza, donde un porcentaje significativo de los participantes señaló que las estrategias presentadas eran útiles para sus proyectos.

Sin embargo, los resultados también revelan desafíos que deben ser abordados para optimizar este modelo. Aunque los participantes en general percibieron los espacios como cómodos y adecuados, algunas charlas reflejaron oportunidades de mejora en la gestión del tiempo y el dinamismo de las presentaciones. Estas observaciones coinciden con sugerencias cualitativas proporcionadas por los asistentes que enfatizan la importancia de integrar formatos más interactivos y participativos que mantengan un equilibrio entre la exposición de contenidos y la retroalimentación del público. Además, mientras que el contenido fue calificado mayoritariamente como relevante, en algunos casos se identificó la necesidad de profundizar en la aplicabilidad de las herramientas para atender de manera más específica las expectativas del público diverso.

La comunicación previa también emerge como un factor crucial. Aunque en general los asistentes consideraron suficiente la información recibida antes de las charlas, ciertos eventos destacaron la oportunidad de mejorar los canales y tiempos de difusión. Esto sugiere que una estrategia de comunicación más segmentada podría incrementar tanto la asistencia como la preparación de los participantes, maximizando el impacto de estos espacios.

Es significativo que los intereses expresados para futuras charlas reflejan una inclinación hacia temáticas técnicas y estratégicas, como marketing, herramientas tecnológicas, sostenibilidad económica y desarrollo profesional. Estas preferencias no solo resaltan la pertinencia de los temas tratados, sino que también evidencian la necesidad de mantener un diálogo continuo con el sector para adaptar los contenidos a sus dinámicas cambiantes. A partir de esta experiencia, se recomienda fortalecer la personalización de los contenidos, ajustando las charlas a perfiles específicos; implementar metodologías más dinámicas e interactivas para fomentar la participación activa; y optimizar los procesos de convocatoria y difusión, asegurando una mayor

cobertura y segmentación de las audiencias objetivo. Al articular estas mejoras, será posible consolidar un modelo aún más robusto que potencie el impacto de estas iniciativas en el ecosistema artístico y cultural de Bogotá.

3.2.2 WORKSHOPS PRESENCIALES

Los Workshop *fueron diseñados como espacios de fortalecimiento en gestión cultural para los emprendedores de las Zonas de Arte y Emprendimiento en la ciudad, así como artistas, creativos, emprendedores y profesionales del ámbito cultural. Allí pudieron reunirse para aprender, colaborar y desarrollar habilidades específicas en gestión cultural.*
Estos talleres ofrecieron una experiencia que fue más allá de la teoría, permitiendo a los participantes interactuar en un entorno colaborativo y de co-creación.

Workshop 1. Potencia tu negocio al máximo
Fecha de realización: 9/08/2024
Tallerista: Karem Suárez

Este *workshop* se realizó en el marco de Hip Hop al Parque y en alianza con la Cinemateca Distrital. Un taller dirigido a emprendedores seleccionados para las Zonas de Arte de emprendimiento, con el objetivo de brindar herramientas prácticas sobre el uso de la inteligencia artificial aplicada al marketing de productos y servicios culturales y artísticos a través de redes sociales.





Workshop 2. Vende arte online sin inventarios - Dropshipping
Fecha de realización: 12/08/2024
Tallerista: Santiago Bedoya

Este *workshop* se realizó en el marco de Hip Hop al Parque. El taller estuvo enfocado en el desarrollo de negocios por internet que no requieren inventario propio para generar ventas. Estuvo dirigido a emprendedores seleccionados para participar en la ZAE de Hip hop al Parque. La metodología tuvo un momento de exposición de conceptos y un momento práctico donde a partir

de ejercicios en equipo, los participantes resolvieron varios desafíos que implicaban confrontar las herramientas analógicas y digitales del mercadeo de productos.



Santiago Bedoya, es un administrador, artista, emprendedor y conferenciante. Es fundador y director de ARTECULTORIO. Especialista en gestión cultural, se dedica a crear vínculos entre la ciencia y el arte y a compartir la importancia de adoptar un pensamiento artístico para la vida.

Workshop 3. Instrumentos increíbles residuo cero
Fecha de realización: 25/09/2024
Talleristas: Corporación Latin Latas

Este *workshop* se realizó en el marco del festival Colombia al Parque, en el Parque de Los Novios, y estuvo dirigido a los visitantes de la ZAE y la zona de experiencias del Festival. En el taller, los asistentes fabricaron instrumentos musicales con material reciclable. Para esto contaron con el acompañamiento de los integrantes de la agrupación Latinlatas y finalizaron haciendo un *Jam* con los instrumentos fabricados.

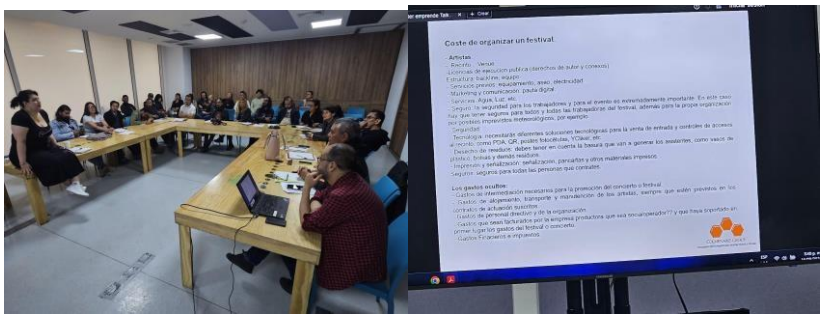


Latin Latas es una organización cultural, ambiental y educativa cuyo propósito es inspirar a las personas a generar cambios en sus hábitos de consumo, a través de la música como canal de comunicación y los residuos como herramienta de acción.

Workshop 4. Gestión de patrocinios para festivales locales
Fecha de realización: 16/09/2024
Tallerista: Paola Colmenares

Un taller realizado en la Cinemateca de Bogotá dirigido a gestores culturales y emprendedores del sector de la música y la producción pertenecientes a la Mesa de Rock, donde se brindaron

herramientas prácticas a los asistentes para la planeación y realización de festivales locales de música.



Paola Colmenares es una alta directiva especializada en negocios musicales, desarrollo empresarial, entretenimiento y propiedad intelectual especializada en industrias creativas, culturales y del entretenimiento, con amplia experiencia en el desarrollo e inteligencia de negocios de contenidos transmedia en español y latino a nivel global. Exdirectora de Amazon Music.

Workshop 5. Elaboración de furoshikis Fecha de realización: 28/09/24 **Tallerista:** Derly Giraldo

Este taller se realizó en alianza con el Nodo San Felipe y fue un espacio dirigido a sus visitantes. Allí, los participantes aprendieron a realizar estampados con técnicas de reserva y tintes naturales sobre tela y técnica de origami para la elaboración de un furoshiki (tela cuadrangular que se usa para envolver objetos).



Derly Giraldo es diseñadora y maestra textil con más de 25 años de experiencia en asesorías, talleres y capacitaciones de diseño y el oficio textil dirigido a artesanos y población vulnerable en

todo el país.

Workshop 6. Ilustración Botánica: Reconociendo la Bogotá biodiversa
Fecha de realización: 29/09/24
Tallerista: Laura Guerrero

Este *workshop* también estuvo dirigido a visitantes del Nodo San Felipe, y buscó que los participantes aprendieran técnicas de acuarela mientras se exploraba la importancia de la biodiversidad urbana de Bogotá. A través de la ilustración de especies locales, se profundizó en la relevancia de la conservación de este ecosistema y su papel dentro del entorno urbano.



Laura Guerrero es ecóloga de la Universidad Javeriana, con estudios en ilustración científica y comunicación de la ciencia en la Universidad Nacional de Colombia. Ha colaborado en la ilustración para publicaciones de diferentes instituciones, ganadora de la beca creativa otorgada por Creature Conserve. Fue miembro del Comité Logístico del Encuentro Colombiano de Ilustración Científica, expositora en el Green Open Gallery del Real Jardín Botánico de Madrid y ganadora del primer concurso de ilustración del festival de las aves Medellín.

Workshop 7. Instrumentos increíbles, residuos cero. Jazz al Parque
Fecha de realización: 28/09/2024
Tallerista: Latinlatas

Este *workshop* se realizó en el marco del festival Jazz al Parque y estuvo dirigido a visitantes de la ZAE y zona de experiencias del Festival. Se llevó a cabo en el parque El Country. En el taller, los asistentes fabricaron instrumentos musicales con material reciclable. Para esto, contaron con el acompañamiento de los integrantes de la agrupación Latinlatas y finalizaron haciendo un *Jam* con los instrumentos fabricados.



Latin Latas es una organización cultural, ambiental y educativa, cuyo propósito es inspirar a las personas a generar cambios en sus hábitos de consumo, a través de la música como canal de comunicación y los residuos como herramienta de acción.

Workshop 8. Vitrinismo para emprendimientos artísticos
Fecha de realización: 23/10/24
Tallerista: Lorena Márquez

El *workshop* se llevó a cabo en las instalaciones de Hoja al Viento, en la localidad de Teusaquillo, y convocó a los emprendedores participantes de las diferentes ZAE. Su objetivo fue dar herramientas de diseño para los estands de los emprendedores participantes a través de una clase teórica - práctica. En el desarrollo del taller los asistentes tuvieron oportunidad de comunicar sus dudas sobre el diseño de *stands* y realizar un ejercicio práctico que les permitió visualizar sus estands y aplicar los temas hablados en clase para mejorar su montaje en ferias.



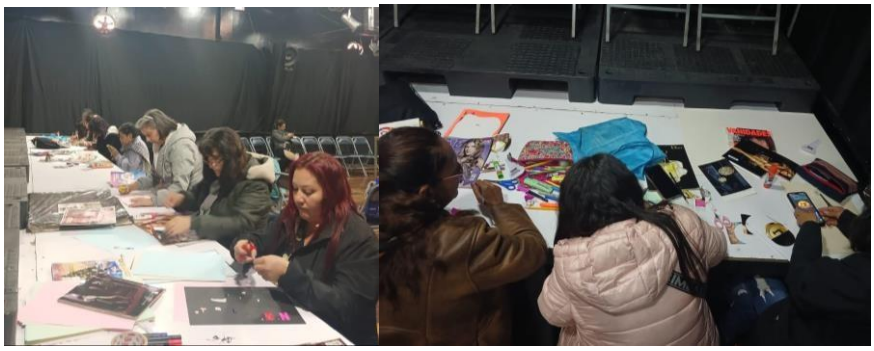
Lorena Márquez es arquitecta de la Universidad de Los Andes, con estudios en diseño, enfocados en el desarrollo textil, apasionada por el diseño en todas sus aplicaciones y escalas. Tiene experiencia en el desarrollo de propuestas y puesta en escena de dirección de arte y vestuario en más de cien comerciales publicitarios.

Workshop 9. Fuentes de financiamiento más allá de los equipamientos culturales Fecha de realización: 19/11/24
Tallerista: Juliana Cepeda



Este workshop estuvo dirigido a ganadores de invitación cultural de la Gerencia de Escenarios con emprendimientos que buscaban diversificar sus fuentes de ingreso. El aliado para esta actividad fue Casa Kilele. Allí se desarrolló el taller, donde la facilitadora presentó su experiencia personal como emprendedora cultural y luego acompañó a los asistentes en la construcción de sus propios modelos de negocios que les permitiera identificar las oportunidades para diversificar sus productos y servicios culturales y artísticos.

Workshop 10. *Vitrinismo para emprendimientos artísticos*
Fecha de realización: 29/11/24
Tallerista: Lorena Márquez



El *workshop* se llevó a cabo en las instalaciones de Hoja al Viento, en la localidad de Teusaquillo, y convocó a mujeres emprendedoras de diferentes localidades. Su objetivo fue dar herramientas de diseño para los stands de los emprendedores participantes a través de una clase teórica - práctica. En el desarrollo del taller, los asistentes tuvieron oportunidad de comunicar sus dudas sobre el diseño de estands y realizar un ejercicio práctico que les permitió visualizarlos y aplicar los temas hablados en clase para mejorar su montaje en ferias.

Lorena Márquez es arquitecta de la Universidad de Los Andes, con estudios en diseño, enfocados en el desarrollo textil, apasionada por el diseño en todas sus aplicaciones y escalas. Tiene experiencia en el desarrollo de propuestas y puesta en escena de dirección de arte y vestuario en más de cien comerciales publicitarios.

Conclusiones

La serie de *workshops* desarrollados consolidó espacios significativos de formación, intercambio y creación para artistas, emprendedores y profesionales del sector cultural. Las actividades lograron responder de manera efectiva a las necesidades de los participantes, combinando contenidos relevantes con una metodología práctica y colaborativa que favoreció el aprendizaje y la aplicación inmediata de las herramientas impartidas.

Entre las fortalezas más destacadas sobresale la calidad de los talleristas, cuyo conocimiento y experiencia profesional fueron altamente valorados por los asistentes. Los contenidos abordados lograron generar un impacto significativo, especialmente en áreas como marketing cultural, gestión financiera, sostenibilidad y diseño, temáticas que resultaron pertinentes y útiles para el desarrollo de proyectos artísticos y culturales. La logística y adecuación de los espacios contribuyeron a crear un ambiente propicio para la interacción y el aprendizaje, aspectos que fueron ampliamente reconocidos en las evaluaciones realizadas.

Sin embargo, algunos aspectos ofrecen oportunidades para enriquecer futuras iniciativas. La duración de los talleres fue señalada como un punto a mejorar, ya que algunos asistentes manifestaron la necesidad de mayor tiempo para profundizar en los temas tratados. También se destacó la importancia de incorporar ejercicios prácticos más dinámicos y espacios de retroalimentación personalizada, lo que permitiría un mayor nivel de conexión con las expectativas y realidades de los participantes.

Para futuras ediciones, se recomienda fortalecer la diversidad temática manteniendo el enfoque en áreas clave y explorando nuevas líneas que respondan a los desafíos actuales del sector cultural. Mejorar la difusión previa de los talleres, asegurando una comunicación más detallada y accesible, podría optimizar la participación y preparación de los asistentes. Asimismo, considerar formatos híbridos que combinen sesiones presenciales y virtuales podría ampliar el alcance y la inclusión de diversos públicos.

3.2.3 NETWORKING

Los Networking *fue uno de los puntos más importantes en la estrategia de articulación entre el componente circulación y formación de este proyecto. Estos se configuraron como espacios donde emprendedores de las Zonas de Arte y Emprendimiento y artistas de los festivales al parque se encontraban con el fin de construir conexiones de valor potenciando así sus proyectos en diferentes áreas.*

Networking 1. Emprendedores y artistas Jazz al Parque
Fecha de realización: 11/09/2024

Este evento se llevó a cabo el 11 de septiembre (2024) en alianza con la Universidad ECCI. En este espacio se realizó una charla de sensibilización sobre festivales sostenibles a cargo de Andrea de Francisco, de Latinlatas. Posteriormente, los artistas y los emprendedores ganadores de la convocatoria de Jazz al Parque tuvieron la oportunidad de intercambiar intereses y generar redes de acuerdo a sus necesidades. Fue un evento con un valor significativo ya que aportó a la articulación y fortalecimiento de redes de trabajo de los emprendedores.

Networking 2. Emprendedores y artistas Salsa al Parque Fecha de realización: 17/09/2024

Este evento se llevó a cabo el 17 de septiembre en alianza con la Universidad ECCI. En este espacio se realizó una charla de sensibilización sobre festivales sostenibles a cargo de Andrea de Francisco, de Latinlatas. Posteriormente, los artistas y los emprendedores ganadores de la convocatoria de Salsa al Parque tuvieron la oportunidad de intercambiar intereses y generar redes de acuerdo a sus necesidades. Fue un evento con un valor significativo ya que aportó a la articulación y fortalecimiento de redes de trabajo de los emprendedores.





Networking 3. Emprendedores y artistas Rock al Parque
Fecha de realización: 29/10/2024
Invitada: Adriana González Hassig

La dinámica de este *networking* fue muy similar a las anteriores. En esta oportunidad Adriana González estuvo a cargo de dirigir el ejercicio de *networking,* donde emprendedores y artistas tuvieron la oportunidad de conversar y construir redes que les permitiera potenciar sus iniciativas.



Adriana González Hassig ha sido coordinadora del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura de Colombia y Coordinadora del Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR). Se desempeñó como asesora de la Dirección de Cinematografía en el Ministerio por cuatro años. Ha trabajado en La Recontra, organización asociativa con función de laboratorio cultural y plataforma de actividades. Realizó numerosos trabajos en producción audiovisual, se desempeñó como production manager en 11:11 film, obra “El cartel de los sapos” en el año 2010, en Miramas S.A. obra “Pablo’s Hippos” en el 2009. Trabajó como Réalisatrice (directora) en Moto Film en el 2007, Francia, Paris; y en Alegría Productions como Production Manager/Assistant Production Manager en el mismo país. También fue Production Coordinator en Tucán Producciones Cinematográficas en Colombia, obra “La Virgen de los Sicarios”.

Cierre Línea de sostenibilidad 2024
Networking: “Retos y desafíos para una Bogotá artística 24 horas” Fecha de realización: 26/11/2024



Este tuvo lugar en las instalaciones de Proyecto Binario y su programación estuvo compuesta por varias actividades que permitieron reflexionar sobre los principales retos y posibilidades frente a una apuesta de ciudad artística 24 horas. Junto a estas actividades se llevó a cabo un panel alrededor del tema “Retos y desafíos para una Bogotá artística 24 horas”. Por último, el espacio cerró con un performance artístico llamado Humano en Tránsito que mezcló música y arte visual. Todo el evento contó con el acompañamiento de una relatora que desarrolló las memorias del evento.

Conclusiones

El desarrollo de los *networking* reveló importantes aprendizajes y resultados significativos para la articulación entre artistas y emprendedores del ecosistema cultural de Bogotá. Estas iniciativas propiciaron espacios de interacción que, en términos generales, fueron bien recibidos por los participantes, destacándose como oportunidades valiosas para la generación de conexiones estratégicas, el intercambio de conocimientos y el fortalecimiento de redes de trabajo.

Uno de los principales logros fue la diversidad de perfiles y perspectivas reunidas en cada evento, lo que permitió un enriquecimiento mutuo entre los asistentes. Las charlas iniciales, lideradas por expertos como Andrea de Francisco, Adriana González y Jimena Peña, ofrecieron un marco conceptual pertinente que incentivó reflexiones en torno a la sostenibilidad cultural y la colaboración. Además, los ejercicios de interacción fueron identificados como elementos clave para consolidar relaciones profesionales significativas, con tasas de satisfacción que oscilaron entre el 65 % y el 94 % en la percepción de ambientes propicios y estructuras adecuadas.

No obstante, se identificaron áreas de mejora que podrían potenciar futuras ediciones de este tipo de espacios. Por ejemplo, aunque la logística general fue valorada positivamente, se evidenció la necesidad de optimizar aspectos como la planificación horaria, el diseño de dinámicas

más interactivas y la selección de espacios que respondan mejor a las expectativas de los asistentes. Un caso particular fue el evento realizado en Usaquén, donde la baja asistencia planteó retos en la convocatoria y demostró la importancia de fortalecer las estrategias de difusión y articulación con actores locales.

Otro aspecto destacado fue el interés reiterado de los participantes en mantener este tipo de encuentros dentro de las agendas culturales, con sugerencias específicas para ampliar los enfoques temáticos hacia áreas como marketing cultural, gestión financiera y metodologías de *networking.* Estos insumos resultan valiosos para diseñar propuestas más adaptadas a las necesidades del sector.

En este contexto, se recomienda continuar promoviendo los espacios de *networking* como herramientas esenciales para la consolidación del ecosistema cultural, y pieza fundamental en la articulación entre cualificación y circulación de los agentes artísticos y culturales ajustando las estrategias de implementación con base en los aprendizajes obtenidos. La inclusión de formatos más dinámicos y adaptativos, un mayor énfasis en la promoción previa, y la búsqueda de aliados estratégicos que fortalezcan la convocatoria y participación, serán factores determinantes para garantizar el éxito de futuras iniciativas. De este modo, será posible no solo mantener el impacto logrado, sino también superar las expectativas de los participantes, contribuyendo a la sostenibilidad y el crecimiento de los actores culturales de la ciudad.

4. Consideraciones generales

Para el IDARTES la sostenibilidad del ecosistema artístico y cultural no es cuestión menor. Se han generado acciones de reflexión e investigación constantes, durante los últimos años, que han permitido que la Línea de Sostenibilidad se mantenga a la vanguardia y se configure como un modelo innovador y sostenible.

A partir de la experiencia, la Línea de Sostenibilidad ha evolucionado y ha dado forma a un modelo flexible que tiene como base la correlación y el engranaje de todos los elementos y actores del ecosistema, esto es, una relación dialógica e interdependiente entre los agentes artísticos y culturales y las características cambiantes del entorno.

Conscientes de la fragilidad del ecosistema, la Línea de Sostenibilidad genera continuamente acciones puntuales que propenden el fortalecimiento integral del ecosistema y que integran de manera transversal e interdependiente tres componentes fundamentales: formación, circulación y articulación. El equilibrio de este modelo requiere de múltiples actores, por lo que es importante mencionar el mapa de actores que han hecho esto posible, ya que representan un activo importante para la Línea de Sostenibilidad.

Los aliados institucionales, tales como universidades, entidades sin ánimo de lucro y entidades privadas y públicas se consolidan como valiosos mecenas y copartícipes de las iniciativas generadas desde la Línea. También los diversos proveedores de productos y servicios, así como el equipo técnico que participa en las actividades representan un elemento fundamental. Su disposición de servicio, cumplimiento y profesionalismo han permitido llevar cada acción a un nivel superior.

Los emprendedores y artistas que han puesto su confianza en esta iniciativa y son la razón de ser de todos estos esfuerzos han permitido el aprendizaje y la optimización de cada una de las acciones diseñadas por la Línea, han aportado al crecimiento económico y cultural de la ciudad y dinamizado su sector artístico y cultural. También los expertos que han aportado con su conocimiento han enriquecido exponencialmente la experiencia de todos los agentes participantes, y a la vez ellos han visto en estas apuestas un escenario perfecto para la experimentación y construcción de conocimiento de forma innovadora y significativa.

Por último, la Corporación Comunicar como asociado encontró en las diferentes iniciativas desarrolladas durante el año 2024, una oportunidad para aportar desde su saber y experiencia elementos conceptuales y operativos al óptimo desarrollo de las acciones desarrolladas, en un ejercicio de cocreación y trabajo colaborativo con el Idartes. Así mismo, su participación va en dos vías, ya que también le permitió adquirir experiencia y desarrollar conocimiento y reflexión en torno a la sostenibilidad del ecosistema artístico y cultural de Bogotá y la complejidad de las relaciones que en su interior se tejen.

REFERENCIAS

Empoderamiento para la sostenibilidad de los agentes del sector, Idartes, Bogotá D.C., 2024

Formulación proyecto de inversión / Nombre del proyecto: Implementación del ecosistema sostenible para las artes en Bogotá D.C., Idartes, Bogotá D.C., 2024

Informe de gestión 2020-2023 Línea de Sostenibilidad del Ecosistema Artístico, Idartes, Bogotá D.C. 2024

Tejiendo en red un futuro cultural sostenible. Línea de Sostenibilidad del Ecosistema Artístico y Cultural, Idartes, Bogotá D.C., 2023

Documento Conpes 02 de 2019: Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa (PPDECC), Secretaría de Cultura, Recreación y Deportes, Bogotá D.C., 2019

Plan Nacional de Cultura 2024-2038: Cultura para el Cuidado de la Diversidad de la Vida, el Territorio y la Paz, Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, Bogotá D.C., 2024

Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027 *Bogotá camina segura, Bogotá D.C., 2024*

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (30 de septiembre de 2024). *¿Cuánto aporta la cultura a la economía de Bogotá?* https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/principal/noticias/cuanto-aporta-la- cultura-la-economia-de-bogota

APORTE DEL ASOCIADO
REPORTE DE RECURSOS CON CARGO A LA ENTIDAD ASOCIADA

MACROACTIVIDAD:
Desarrollar e implementar una estrategia de comunicaciones y difusión con el fin de recopilar y divulgar las acciones desarrolladas y logros alcanzados en el marco del presente proyecto.

ACTIVIDAD/PRODUCTO:
Diagramación, corrección de estilo y ajuste editorial del "Informe final que compile la totalidad de los procesos y acciones del componente de formación, que dé cuenta del análisis de datos cualitativos y cuantitativos, evaluación del proceso formativo, descripción de cada módulo formativo, sistematización de las recomendaciones de los participantes y mentores", de acuerdo a los lineamientos establecidos por el Idartes.

FUENTE DE VERIFICACIÓN Y/O ENTREGABLE:
Documento: "**SOSTENIBILIDAD DEL ECOSISTEMA ARTÍSTICO**".

OBJETIVO:
Garantizar un documento que recoja el informe final con la totalidad de los procesos y acciones del componente de formación, cumpliendo con los lineamientos establecidos por Idartes.

PRESUPUESTO APORTE DEL ASOCIADO EN ESPECIE: $18.900.000
La Corporación Comunicar garantizó el equipo de trabajo y los recursos en especie para desarrollar, diagramar, corregir y ajustar editorialmente un documento según el objetivo y de acuerdo con los requerimientos de Idartes, así:

ACTIVIDAD	VALOR APORTE EN ESPECIE
1. Recopilación y sistematización de la información generada durante todo el Convenio en el componente de formación - formación especializada	$5.000.000
2. Recopilación y sistematización de la información generada durante todo el Convenio en el componente de formación - formación exprés	$5.000.000
3. Corrección de estilo	$3.500.000
4. Diseño y Diagramación	$3.000.000
5. Ajuste y corrección editorial	$2.400.000
TOTAL APORTE EN ESPECIE	**$18.900.000**

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 - EMPRENDE CON EL ARTE: DISEÑO, GESTIÓN E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES"

Bogotá, diciembre de 2024

ESTRATEGIA DE CONVOCATORIA Y DIFUSIÓN: EMPRENDE CON EL ARTE - EMPRENDE CON EL ARTE: DISEÑO, GESTIÓN E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES

La Estrategia de Difusión para el curso **Emprende con el Arte: Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales** se desarrolló como un esfuerzo articulado entre el Instituto Distrital de las Artes (Idartes) y la Corporación Comunicar, con el propósito de captar a los mejores talentos creativos y culturales de Bogotá. Este curso híbrido, con una duración de 30 horas, fue diseñado para fortalecer las competencias de emprendedores del sector artístico y cultural en áreas clave como la innovación, el diseño estratégico y la gestión de proyectos.

Con un enfoque dirigido a consolidar el ecosistema creativo de la ciudad, la estrategia buscó promover el curso a través de múltiples canales de comunicación, abarcando redes sociales, email marketing, estrategias de difusión en nichos específicos y alianzas con universidades. Este enfoque no solo garantizó la participación de agentes con perfiles sólidos, sino que también reforzó la visibilidad y relevancia de las iniciativas formativas de Idartes en el panorama artístico local.

En este documento, se presentan los detalles de las acciones implementadas, los resultados alcanzados y las conclusiones clave que reafirman el impacto de esta iniciativa en el desarrollo del sector cultural de Bogotá.

1. Objetivos

Aumentar la Visibilidad del Curso: Posicionar **Emprende con el Arte: Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales** como una oportunidad única para fortalecer las capacidades de emprendedores creativos y culturales de Bogotá.

Garantizar una Participación Diversa y Representativa: Convocar a un grupo diverso de participantes provenientes de diferentes sectores de las industrias creativas y culturales, asegurando la inclusión y representatividad en el proceso formativo.

Optimizar el Alcance de la Convocatoria: Implementar una estrategia multicanal que incluya redes sociales, email marketing, bases de datos específicas y alianzas con universidades, para maximizar la difusión y lograr el mayor número posible de inscripciones.

Fortalecer la Relación con el Ecosistema Creativo: Fomentar el reconocimiento y la conexión entre el Idartes, la Corporación Comunicar y los emprendedores del sector, promoviendo el desarrollo conjunto de iniciativas artísticas y culturales.

Evaluar el Impacto de la Estrategia: Analizar los resultados de la convocatoria para identificar buenas prácticas y áreas de mejora que permitan optimizar futuras estrategias de difusión.

2. Estrategias Implementadas

Elaboración de Mensajes Clave: Se diseñaron mensajes estratégicos y atractivos que destacaron los principales beneficios del curso, resaltando su enfoque práctico y aplicable en diseño, gestión e innovación de productos artísticos y culturales.
El mensaje central enfatizó la oportunidad de adquirir herramientas clave para fortalecer los emprendimientos creativos, posicionándose como una formación indispensable para agentes culturales y artísticos interesados en potenciar sus proyectos.

Copy 1: Formulario

Curso: Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales

Este curso tiene como objetivo brindar herramientas para la **innovación, la propuesta de valor** y la **sostenibilidad en emprendimientos artísticos y culturales**, mediante una metodología híbrida que combina encuentros presenciales y sesiones virtuales.
40 cupos disponibles.

El programa consta de **tres módulos** clave, cada uno con un encuentro presencial y tres sesiones virtuales:

Introducción a la Innovación
Encuentro presencial: 5 de octubre de 2024 | 9:00 a.m. - 12:00 p.m. | Lugar: Fondo De Cultura Económica - *Cl. 11 #5-60*
Sesiones virtuales:

8 de octubre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

10 de octubre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

15 de octubre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

Encuentro de cierre del módulo: 19 de octubre de 2024 | 9:00 a.m. - 12:00 p.m. | Lugar por definir

Propuesta de Valor y Modelos de Gestión

Sesiones virtuales:

22 de octubre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

24 de octubre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

29 de octubre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

31 de octubre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

Encuentro de cierre del módulo: 2 de noviembre de 2024 | 9:00 a.m. - 12:00 p.m. | Fondo De Cultura Económica - *Cl. 11 #5-60*
La Sostenibilidad en los Emprendimientos Artísticos y Culturales

Sesiones virtuales:

5 de noviembre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

7 de noviembre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

12 de noviembre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

14 de noviembre de 2024 | 6:00 p.m. - 8:30 p.m. | ZOOM

Encuentro de cierre del módulo: 16 de noviembre de 2024 | 9:00 a.m. - 12:00 p.m. | Fondo De Cultura Económica - *Cl. 11 #5-60*

Facilitador: Nicolás Quintero @el_tallerdelsabueso

Recuerda, solo contamos con **40 cupos disponibles**, y haremos una selección de las solicitudes que lleguen. Los participantes más destacados en el proceso de formación podrán acceder a **mentorías personalizadas** que les ayudarán a fortalecer sus proyectos artísticos. ¡No dejes pasar esta oportunidad!

Copy 2: Correo

Estimado/a {{First name}},

Nos complace invitarlo/a a participar en el curso **"Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales"**, una oportunidad única y diseñada para fortalecer su emprendimiento artístico.

Este curso híbrido está compuesto por tres módulos que abarcan temas clave como:

- **Innovación** en productos artísticos.
- **Propuesta de valor** y modelos de gestión.
- **Sostenibilidad** en emprendimientos artísticos.

A lo largo del curso, podrá asistir a sesiones virtuales y presenciales facilitadas por **Nicolás Quintero @el_tallerdelsabueso,** un experto en el campo, y conectarse con otros emprendedores creativos. Los participantes más destacados podrán acceder a **mentorías personalizadas** que les ayudarán a fortalecer sus proyectos artísticos.

No pierda la oportunidad de aprender, compartir experiencias y dar un paso adelante en su camino emprendedor.

¡**Inscríbase ya!** Solo tenemos **40 cupos disponibles**, por lo que te recomendamos inscribirte lo más pronto posible para asegurar tu lugar. Recuerda que se hará una **selección** entre todas las solicitudes recibidas, por lo que es importante enviar tu inscripción a tiempo.

□□ **Formulario de inscripción:** Formulario de inscripción

#IdartesEsSostenibilidad

Copy 3: Redes

□□ ¡No te pierdas el curso "Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales"!□□

¿Tienes un emprendimiento artístico? Este curso te ayudará a potenciar tu proyecto con módulos sobre **innovación**, **propuesta de valor** y **sostenibilidad**. □□□□

□□ Modalidad presencial y virtual

□□ Facilitado por Nicolás Quintero

□□ **Solo tenemos 40 cupos disponibles**, ¡así que asegúrate de inscribirte cuanto antes! Además, los participantes más destacados recibirán **mentorías personalizadas** para impulsar aún más sus proyectos.

□□ ¡Inscríbete ya en este enlace! □□ https://forms.gle/B2zxbfndM8L2iaLB9

¡No te lo pierdas, es tu oportunidad para crecer! □□□□

Copy 4: Whatsapp

□□ ¡Curso para emprendedores artísticos! □□□□
No te pierdas el curso **"Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales"**. Aprenderás sobre **innovación**, **propuesta de valor** y **sostenibilidad,** con los aprendizajes del curso, fortalecerás tu emprendimiento para que sea más sostenible.
□□**Inscríbete ya!** Solo contamos con **40 cupos disponibles**. Se hará una **selección** de todas las solicitudes, así que te recomendamos registrarte cuanto antes.

□□ Inscríbete aquí □□ https://forms.gle/B2zxbfndM8L2iaLB9

¡Es tu oportunidad para llevar tu emprendimiento al siguiente nivel! □□

Diseño de Piezas Gráficas Atractivas: Se desarrollaron piezas gráficas con un diseño profesional y alineado con la identidad visual de Idartes, destacando los

beneficios del curso y las fechas clave. Estas piezas fueron optimizadas para redes sociales, mailing y pantallas de universidades.





Difusión en Redes Sociales:

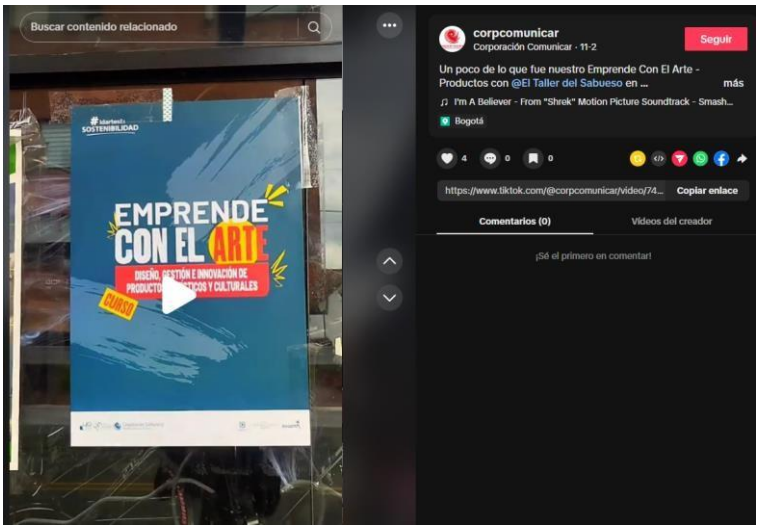
- Publicaciones en los perfiles oficiales de Idartes y Corporación Comunicar, incluyendo Instagram y Facebook, con copys llamativos que invitaban a participar.





- Uso de historias y publicaciones destacadas para reforzar el alcance y la frecuencia del mensaje.





- Interacción constante con usuarios interesados, respondiendo consultas y promoviendo inscripciones.

Email Marketing y WhatsApp:

- Envío de correos electrónicos a bases de datos de artistas y emprendedores proporcionadas por Idartes y la Corporación Comunicar.


Convocatoria curso "Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artisticos y Culturales"

comunicacionescomunicar@gmail.com
para abcdario3b9

dom, 22 sept, 6:46 p.m.

Estimado/a Rubén,

Nos complace invitarlo/a a participar en el curso **"Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artisticos y Culturales"**, una oportunidad única y diseñada para fortalecer su emprendimiento artístico.

Este curso híbrido está compuesto por tres módulos que abarcan temas clave como:

- **Innovación** en productos artísticos.
- **Propuesta de valor** y modelos de gestión.
- **Sostenibilidad** en emprendimientos artísticos.

A lo largo del curso, podrá asistir a sesiones virtuales y presenciales facilitadas por **Nicolás Quintero** @el_tallerdelsabueso, un experto en el campo, y conectarse con otros emprendedores creativos. Los participantes más destacados podrán acceder a **mentorías personalizadas** que les ayudarán a fortalecer sus proyectos artísticos.

No pierda la oportunidad de aprender, compartir experiencias y dar un paso adelante en su camino emprendedor.

¡**Inscríbase ya!** Solo tenemos **40 cupos disponibles**, por lo que te recomendamos inscribirte lo más pronto posible para asegurar tu lugar. Recuerda que se hará una **selección** entre todas las solicitudes recibidas, por lo que es importante enviar tu inscripción a tiempo.

Formulario de inscripción: Formulario de inscripción

Aceptar No, gracias

- Compartición de la convocatoria en grupos de WhatsApp relacionados con el ecosistema cultural, maximizando el alcance en nichos específicos.

Estrategia de Mensaje:

- Enfatizar el carácter único del curso como "Híbrido", destacando su intensidad de 30 horas en un corto período, pero con un contenido robusto y de alta relevancia.
- Resaltar los beneficios prácticos del curso, como la posibilidad de certificar habilidades en diseño, gestión e innovación de productos artísticos y culturales.

Promoción Estratégica en Eventos: La convocatoria fue promovida activamente a través de páginas institucionales, boletines informativos y publicaciones en plataformas relacionadas con el sector cultural. Estos canales institucionales ayudaron a consolidar el mensaje y llegar a un público objetivo diverso y altamente interesado en las industrias creativas.



Monitoreo y Ajustes en Tiempo Real:

- Seguimiento constante de las interacciones y respuestas en redes sociales, correo y WhatsApp.
- Ajuste de mensajes y reforzamiento de la estrategia en los canales con mayor impacto para optimizar los resultados.

Colaboración Interinstitucional: Se logró una articulación efectiva entre Idartes, la Corporación Comunicar y universidades, asegurando la integración de esfuerzos para un alcance amplio y focalizado.

3. **Resultados y Análisis:**

La estrategia de difusión para **Emprende con el Arte: Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales** logró un impacto notable, alcanzando a un público diverso y generando un alto nivel de interacción en múltiples canales.

Impacto en Redes Sociales:

- **Redes Idartes:**
  - Instagram: 546 'Me gusta' y 24 comentarios.
  - Facebook: 17 reacciones y 5 compartidos.
- **Redes Corporación Comunicar:**
  - Facebook: Alcance de 52 personas, 3 reacciones y 1 compartido.
  - Instagram: Alcance de 24 personas y 2 'Me gusta'.
  - Historias en Instagram y Facebook: Visualizaciones de 24 y 12 respectivamente.

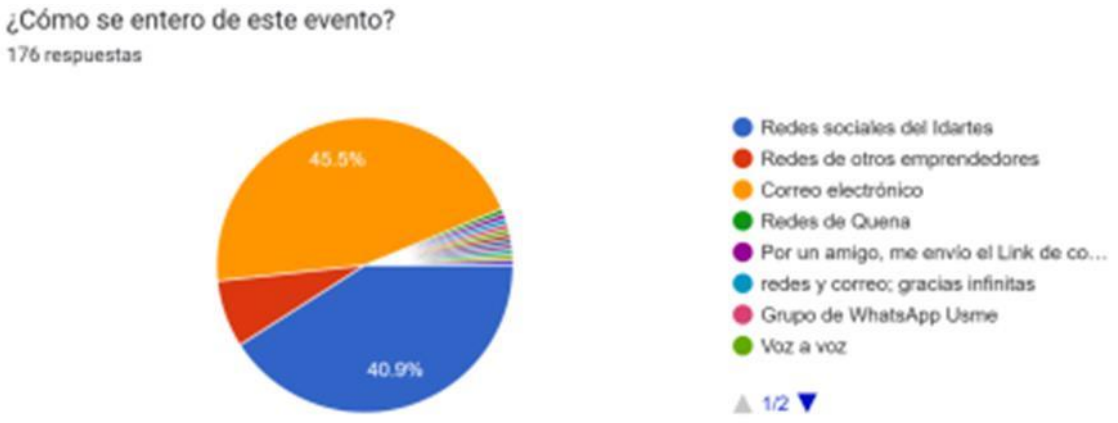
Email Marketing:

- Se enviaron correos electrónicos a **1,050 personas**, destacando una interacción directa y efectiva que reforzó la convocatoria.

Canales de Descubrimiento de Participantes (basado en 176 respuestas):

- **Correo Electrónico:** Representó el 45.5% de los inscritos, consolidándose como el canal más efectivo.
- **Redes Sociales del Idartes:** Atraeron al 40.9% de los participantes, demostrando la importancia de estos canales para la convocatoria.
- **Redes de Otros Emprendedores:** Aportaron el 7.4%, evidenciando la colaboración entre agentes del ecosistema artístico.
- **Otros Medios:** Incluyendo voz a voz y grupos de WhatsApp, completaron el 6.2%, resaltando el valor de las redes interpersonales y comunitarias en la difusión del curso.

Estos resultados reflejan la efectividad de la estrategia implementada, logrando captar la atención del público objetivo y garantizando una participación significativa en el curso.



Evaluación de la Estrategia:

- La combinación de email marketing y redes sociales ha demostrado ser extremadamente efectiva, facilitando no sólo una amplia cobertura sino también una alta tasa de interacción y respuesta.
- El alto nivel de engagement en Instagram y la sustancial respuesta por correo electrónico reflejan una estrategia de difusión bien orientada y ejecutada.
- Las estrategias de difusión implementadas lograron un éxito notable, cumpliendo con los objetivos propuestos de maximizar la visibilidad y participación en los programas.
- La diversidad de canales utilizados, incluyendo tanto métodos digitales como interpersonales, ha sido clave para alcanzar un público amplio y diverso, lo que subraya la necesidad de mantener una mezcla equilibrada de canales de comunicación en futuras campañas.

6. Conclusiones de la estrategia.

- **Eficacia de la Estrategia de Comunicación**: La estrategia de comunicación diseñada para los programas "Emprende con el Arte" específicamente ***Emprende con el Arte: con énfasis en diseño, gestión e innovación de productos artísticos y culturales*** fue altamente efectiva, alcanzando un amplio espectro de la audiencia objetivo. La combinación de email marketing y redes sociales, en particular, demostró ser una táctica poderosa, logrando altas tasas de interacción y participación.
- **Importancia del Email Marketing**: El correo electrónico se destacó como el canal más eficaz para la difusión, con un 45.5% de los encuestados indicando que se enteraron del evento a través de este medio. Esto subraya la importancia de mantener bases de datos actualizadas y segmentadas para futuras campañas de marketing directo.
- **Rol de las Redes Sociales**: Las redes sociales del Idartes jugaron un papel crucial, informando al 40.9% de los participantes sobre la convocatoria, dejando en evidencia el alto impacto que tiene estos medios del IDARTES, específicamente la red social Instagram. La alta interacción en plataformas como Instagram demuestra la

efectividad de estas herramientas en la captación y el engagement del público joven y conectado digitalmente.

- **Impacto de las redes de la comunidad**: Las redes de otros emprendedores y las comunicaciones de voz a voz también contribuyeron significativamente, siendo el método de descubrimiento para el 13.6% de los participantes. Este resultado destaca la importancia de las redes personales y profesionales como canales de difusión efectivos y un posible punto de partida para estrategias más robustas centradas en las redes de la comunidad..
- **Necesidad de Diversificación de Canales**: La variedad en los métodos de comunicación, incluyendo medios digitales, interpersonales y comunitarios, fue esencial para alcanzar diferentes segmentos del público. Esta diversificación ayuda a maximizar el alcance y asegura que la información llegue a través de múltiples puntos de contacto.
- **Recomendaciones para Futuras Campañas**: Para futuras iniciativas, se recomienda continuar con una mezcla equilibrada de canales digitales y personales, invirtiendo particularmente en aquellas plataformas que han demostrado ser más efectivas. Además, es crucial adaptar los mensajes y los contenidos a las características específicas de cada canal para optimizar la recepción y el impacto.

APORTE DEL ASOCIADO
REPORTE DE RECURSOS CON CARGO A LA ENTIDAD ASOCIADA

MACROACTIVIDAD:
Desarrollar e implementar una estrategia de comunicaciones y difusión con el fin de recopilar y divulgar las acciones desarrolladas y logros alcanzados en el marco del presente proyecto.

ACTIVIDAD/PRODUCTO:
Un proceso de convocatoria y selección de mínimo cuarenta (40) emprendedores creativos, artísticos y culturales para el proceso formativo Emprende con el Arte: con énfasis en diseño, gestión e innovación de productos artísticos y culturales

FUENTE DE VERIFICACIÓN Y/O ENTREGABLE:

Documento: **"SOSTENIBILIDAD PARA EL ECOSISTEMA ARTÍSTICO: ESTRATEGIA DE CONVOCATORIA Y DIFUSIÓN: EMPRENDE CON EL ARTE - EMPRENDE CON EL ARTE: DISEÑO, GESTIÓN E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES"**

OBJETIVO:
Aumentar la Visibilidad del Curso: Posicionar **Emprende con el Arte: Diseño, Gestión e Innovación de Productos Artísticos y Culturales** como una oportunidad única para fortalecer las capacidades de emprendedores creativos y culturales de Bogotá.

Garantizar una Participación Diversa y Representativa: Convocar a un grupo diverso de participantes provenientes de diferentes sectores de las industrias creativas y culturales, asegurando la inclusión y representatividad en el proceso formativo.

PRESUPUESTO APORTE DEL ASOCIADO EN ESPECIE: $2.750.000
La Corporación Comunicar garantizó el equipo de trabajo y los recursos en especie para desarrollar la estrategia de difusión y convocatoria de Emprende con el Arte de acuerdo con los requerimientos de Idartes, así:

ACTIVIDAD	VALOR APORTE EN ESPECIE
1. Elaboración de Mensajes Clave – Copys para toda la convocatoria	$800.000
2. Envío de correos mailing y whatsapps	$500.000
3. Estrategia en Redes sociales: contenidos, seguimiento y medición	$800.000
4. Convocatoria directa a público objetivo	$650.000
TOTAL APORTE EN ESPECIE	**$2.750.000**

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

Calle 97 No.71A-25 Torre 1 Apto 701 Tels. 601 4735117 * Cel 3115383249 - 3208343890
Bogotá D.C. / comunicar.proyectos2024@gmail.com / info@comunicar.org

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.

ϟ 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):

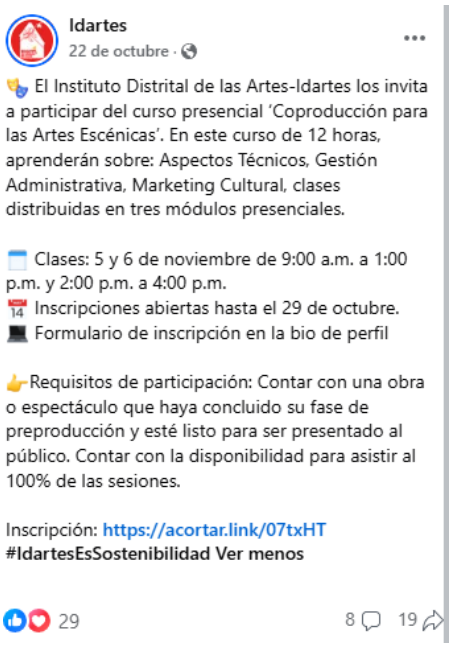
- **Correo Electrónico:** Representó el 25% de las inscripciones, demostrando la efectividad del email marketing dirigido.
- **Redes Sociales del Idartes:** Alcanzaron un impacto notable, siendo la principal fuente de conocimiento con un 50% de las menciones.
- **Redes de Otras entidades:** Constituyeron 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.

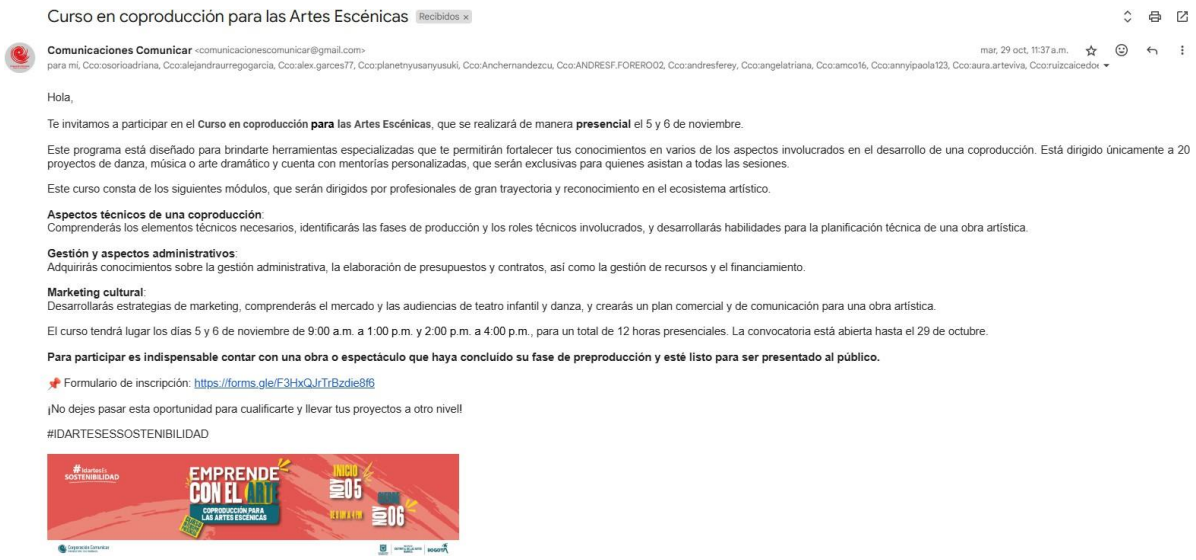


- Historias en Instagram con enlaces al formulario de inscripción y recordatorios de la fecha límite, reforzando la urgencia para participar.
- Enlaces visibles en la bio del perfil de Idartes, facilitando el acceso al formulario de inscripción.



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

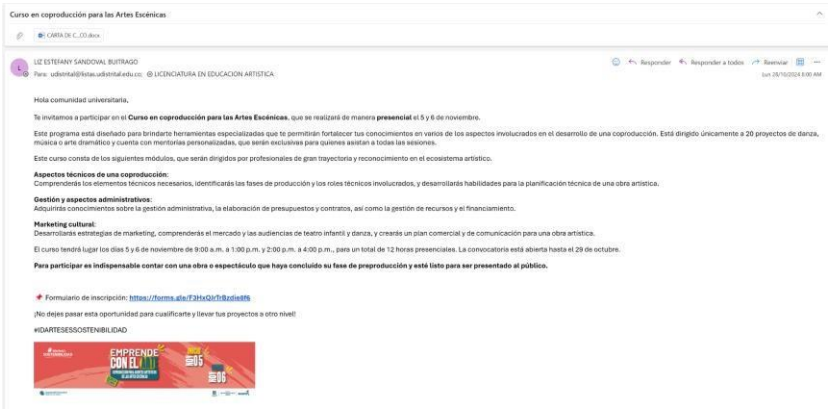
- Se envió información personalizada a contactos estratégicos a través de WhatsApp, lo que permitió una comunicación directa, efectiva y con resolución inmediata de dudas.



- 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.

APORTE DEL ASOCIADO
REPORTE DE RECURSOS CON CARGO A LA ENTIDAD ASOCIADA

MACROACTIVIDAD:
Desarrollar e implementar una estrategia de comunicaciones y difusión con el fin de recopilar y divulgar las acciones desarrolladas y logros alcanzados en el marco del presente proyecto.

ACTIVIDAD/PRODUCTO:
Un proceso de convocatoria y selección de veinte (20) agentes creativos, artísticos y culturales para el proceso formativo Emprende con el Arte: fortalecimiento en servicios artísticos y culturales.

FUENTE DE VERIFICACIÓN Y/O ENTREGABLE:

Documento: **"SOSTENIBILIDAD PARA EL ECOSISTEMA ARTÍSTICO: ESTRATEGIA DE CONVOCATORIA Y DIFUSIÓN: EMPRENDE CON EL ARTE - COPRODUCCIÓN PARA LAS ARTES ESCÉNICAS".**

OBJETIVO:

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.

PRESUPUESTO APORTE DEL ASOCIADO EN ESPECIE: $2.250.000
La Corporación Comunicar garantizó el equipo de trabajo y los recursos en especie para desarrollar la estrategia de difusión y convocatoria de Emprende con el Arte – Coproducción para las artes escénicas, de acuerdo con los requerimientos de Idartes, así:

ACTIVIDAD	VALOR APORTE EN ESPECIE
1. Elaboración de Mensajes Clave – Copys para toda la convocatoria	$600.000
2. Envío de correos mailing y whatsapps	$600.000
3. Estrategia en Redes sociales: contenidos, seguimiento y medición	$600.000
4. Convocatoria directa a público objetivo	$450.000
TOTAL APORTE EN ESPECIE	**$2.250.000**