

BASES
CONVOCATORIA PARA EL TALLER
“MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA INICIATIVAS CULTURALES”
Julio 2025

1. Sobre la convocatoria

CONECTA es un servicio de capacitación dirigido a artistas, gestores y emprendedores de las industrias culturales y las artes del Perú. Se encuentra alineado con el Objetivo Prioritario N° 3 de la Política Nacional de Cultura al 2030, referido al fortalecimiento del desarrollo sostenible de las artes e industrias culturales y creativas. Asimismo, contribuye con el objetivo estratégico N° 3 del Plan de Recuperación en industrias culturales y artes al 2030 que es “Fortalecer las capacidades de los/as agentes culturales para el desarrollo de las industrias culturales y artes”. En el caso de esta convocatoria, se cumple específicamente con la Tarea 3.4.3: “Desarrollo de programa de formación en políticas culturales con enfoques transversales (interculturales, de género e inclusivos) dirigidos a agentes culturales de la sociedad civil.”

Es por ello que a través del convenio específico de colaboración interinstitucional firmado entre el Ministerio de Cultura y la Universidad Antonio Ruiz de Montoya se abre la convocatoria para el taller de formación “Marketing y comunicación para iniciativas culturales” el cual se desarrollará mediante modalidad virtual los días martes 01, 8, 15 y 22; miércoles 30 de julio; y viernes 01 de agosto de 2025.

2. Finalidad de la convocatoria

- a) Fortalecer las capacidades de artistas, gestores y emprendedores que desarrollan actividades culturales, que buscan incorporar herramientas de comunicación y marketing cultural a sus proyectos, emprendimientos e iniciativas culturales.
- b) Seleccionar a 30 participantes, quienes accederán a un taller de capacitación de aproximadamente 12 horas de duración, divididos en 6 sesiones de 120 minutos cada una.

3. Objetivos del taller

El taller tiene como objetivo brindar a los artistas, gestores y emprendedores culturales independientes conceptos y herramientas de comunicación y marketing cultural que respondan a sus necesidades.

4. Sobre los y las postulantes

- a) Pueden postular ciudadanos/as peruanos/as, y extranjeros/as residentes¹ en el Perú.

¹ Residente hace mención a la condición de una persona que habita en un país del que no es ciudadano. Se considera residente a toda persona que permanezca en el Perú por 184 días.

- b) Los postulantes deben ser trabajadores culturales dependientes y/o independientes que desarrollen y/o participen en iniciativas, actividades y/o proyectos dentro del sector de las industrias culturales y las artes en el país.
- c) Los postulantes deben contar con un equipo móvil o computadora y conexión a internet.
- d) No pueden inscribirse en la Convocatoria:
 - i. Quienes a la fecha de lanzamiento de la convocatoria no tengan dieciocho (18) años de edad cumplidos.
 - ii. Trabajadores y prestadores de servicios del Ministerio de Cultura, bajo cualquier modalidad.
 - iii. Miembros del Comité de Selección (encargados del proceso de selección), ni sus parientes hasta el tercer grado de consanguinidad o el segundo de afinidad.

5. Criterios de selección

- a) **Motivación y aporte a las industrias culturales y creativas en el Perú:** Razones por las cuales el postulante desea participar, y el aporte que busca realizar para el desarrollo de las industrias culturales y creativas en el Perú.
- b) **Experiencia:** Un mínimo de dos años de experiencia en el sector de las industrias culturales y artes. Se tomará en cuenta la experiencia específica del postulante en temas relacionados al desarrollo de proyectos culturales.

En búsqueda de tener un enfoque inclusivo y equitativo, además de los criterios arriba mencionados, se priorizará:

- I. Aquellas postulaciones de personas que residan fuera de Lima y Callao.
- II. Aquellas postulaciones de personas que se autoidentifican como indígenas; y/o afroperuanos; y/o personas que presenten alguna discapacidad.
- III. Alcanzar una cuota del 50% de mujeres; sin perjuicio de esto, la selección está sujeta a la evaluación de la motivación y aporte a las industrias culturales y creativas del Perú, pudiendo determinarse un porcentaje menor al señalado.

6. Revisión de postulaciones

- a) Solo pasarán a evaluación las postulaciones que cumplan con lo establecido en las presentes Bases. Las postulaciones incompletas o que no cumplan con lo dispuesto, serán descalificadas. El proceso no contempla etapa de subsanación.
- b) La evaluación de las postulaciones estará a cargo de un Comité de Selección conformado por tres (3) representantes de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes del Ministerio de Cultura, quienes suscribirán un acta única de evaluación. La decisión del Comité de Selección, es inapelable.
- c) El Comité de Selección deberá seleccionar a 30 personas para participar en el taller "Marketing y comunicación para iniciativas culturales". Asimismo, debe seleccionar a 5 postulantes adicionales, los cuales se encontrarán en una lista de espera.
- d) La Dirección General de Industrias Culturales y Artes del Ministerio de Cultura se comunicará con los seleccionados, a través del correo electrónico indicado en la

postulación. Para confirmar su participación, los seleccionados deben suscribir una Carta de Compromiso, en la que se comprometen a participar de todo el taller. En caso, no se remita la Carta de Compromiso, dentro del plazo estipulado, la plaza otorgada será trasladada a los seleccionados que se encuentren en lista de espera, considerando el orden de mérito.

7. Sobre el taller

El taller elaborará de forma conjunta estrategias de comunicación y marketing cultural, hechas a medida para cada grupo de trabajo. Asimismo, impulsará redes de colaboración entre artistas, gestores y emprendedores culturales.

8. Sobre la expositora

Carina Moreno Baca es gestora cultural, docente y periodista. Estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Martín de Porres (USMP), Literatura en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) y una maestría en Gestión Cultural Patrimonio y Turismo, así como estudios de Doctorado en Turismo en la USMP. Ha trabajado en diversos espacios culturales públicos y privados. Creó y coordina el Diplomado en Gestión Cultural de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya (UARM), es docente de la carrera de Artes Escénicas de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y también de la maestría en Gestión Cultural y Museología de la Universidad Ricardo Palma, así como de la carrera Lenguas y Gestión Cultural de la Universidad Anahuac Cancún (México).

9. Sobre la metodología

El taller es de naturaleza teórica y práctica. Las sesiones tendrán una sección para presentaciones teóricas y otra para actividades de trabajos grupales, destinando los últimos 35 minutos de cada sesión en la puesta en común de los trabajos.

10. Sobre la constancia de participación

Los participantes del taller “Marketing y comunicación para iniciativas culturales” recibirán una constancia de participación que será firmada por la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, a quienes hayan asistido a la totalidad de las sesiones.

11. Cronograma

Ítem	Fecha
Lanzamiento de convocatoria	Lunes 09 de junio del 2025.
Cierre de convocatoria	Jueves 19 de junio del 2025 (11:59 hrs.)
Revisión de postulaciones	Viernes 20 de junio miércoles 25 de junio del 2025.
Publicación y comunicación de resultados	Jueves 26 de junio de 2025.
Firma y entrega de cartas de compromiso	Viernes 27 de junio de 2025.

Fechas de sesiones	Martes, 01 de julio de 19:00 a 21:00 hrs. Martes, 08 de julio de 19:00 a 21:00 hrs. Martes, 15 de julio de 19:00 a 21:00 hrs. Martes, 22 de julio de 19:00 a 21:00 hrs. Miércoles, 30 de julio de 19:00 a 21:00 hrs. Viernes, 01 de agosto de 19:00 a 21:00 hrs.
--------------------	---

12. Presentación de postulaciones

La postulación es gratuita y se realizará mediante el envío del formulario en línea correspondiente. Debe completarse en su totalidad (sin excepción). Los formularios incompletos se descartarán automáticamente.

Enlace de postulación: <https://forms.gle/dH7KnBdjA38UrtxM7>

13. Acciones administrativas y judiciales respecto a la presentación y declaración de información falsa

En caso de comprobarse fraude o falsedad en la declaración, información o en la documentación presentada por algún participante, el Ministerio de Cultura considerará no satisfechas las obligaciones antes descritas para todos sus efectos. En caso la postulación hubiera sido seleccionada, el Ministerio de Cultura retirará el merecimiento otorgado, debiendo el postulante reintegrar cualquier gasto en el que haya incurrido el Ministerio de Cultura para la ejecución del merecimiento correspondiente. En dicho caso, se procede a comunicar el hecho a la autoridad competente.

Además, si la conducta se adecúa a los supuestos previstos en el Título XIX, Delitos contra la Fe Pública, del Código Penal, esta debe ser comunicada a la Procuraduría Pública del Ministerio de Cultura a fin de que interponga la acción penal correspondiente, tal y como lo establece el numeral 34.3 del Artículo 34° del T.U.O. de la Ley N° 27444, aprobado mediante Decreto Supremo N° 004-2019-JUS.

14. Obligaciones de los participantes

- a) Asistir de manera puntual al taller, considerando los horarios establecidos en la programación.
- b) Contar con las herramientas tecnológicas adecuadas para realizar con normalidad y sin dificultad, las sesiones virtuales del taller.
- c) Luego de la finalización del taller, cada participante deberá responder en un plazo no mayor a una semana, la encuesta de “Mejora Continua”, de acuerdo al formato remitido por la Dirección General de Industrias Culturales y Artes.
- d) De ser el caso, participar en las acciones de socialización de experiencia y aprendizajes con los miembros del sector sobre su participación como beneficiario del servicio CONECTA que pueda realizar la DGIA.
- e) Dar cumplimiento a las normas de protección del Derecho de Autor y derechos conexos en relación con todos y cada uno de las creaciones que formen parte de los proyectos presentados, como son las obras literarias, artísticas, interpretaciones o

ejecuciones artísticas y/o fonogramas, que hagan parte de los proyectos presentados.

- f) Está prohibida la distribución de cualquier material (texto, presentaciones, vídeos, audios, entre otros) que se hayan presentado durante el taller.
- g) De no cumplir las obligaciones establecidas, no podrá participar en las convocatorias del siguiente año que sean impulsadas por la Dirección General de Industrias Culturales y Artes bajo el servicio CONECTA.

15. Consultas e informes

Correo electrónico: conecta@cultura.gob.pe

16. Modificaciones de las bases

El Ministerio de Cultura podrá realizar modificaciones al presente documento, incluyendo cambios en la programación, requisitos, obligaciones u otros. La participación en la convocatoria por parte de los postulantes, es una tácita aceptación a estos posibles cambios, sin que ello genere controversias legales o indemnizaciones.

ANEXO N° 1
CONTENIDO DEL TALLER
“Marketing y comunicación para iniciativas culturales”

Sesiones	Descripción	Productos a desarrollar
<p>Sesión 1</p> <p>Breve introducción a la comunicación y al marketing cultural</p>	<p>Se comparten conceptos básicos de comunicación y marketing para iniciativas culturales.</p> <p>Los temas teóricos a abordar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fundamentos del marketing cultural. ➤ Características de los productos culturales. <ul style="list-style-type: none"> ● Logro: identificar el valor diferencial de mi iniciativa cultural. ● Tiempo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bloque 1: presentación de la agenda y teorías (40 minutos). ○ Bloque 2: sesión de trabajo práctico para el uso de herramientas (35 minutos). ○ Bloque 3: presentaciones de los trabajos desarrollados durante las clases y retroalimentación (35 minutos). 	<p>Análisis FODA.</p> <p>Determinación de las características del producto o iniciativa cultural de uno de los participantes del grupo de trabajo.</p>
<p>Sesión 2</p> <p>Identificación del público objetivo</p>	<p>Los temas teóricos a abordar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipologías de públicos. <ul style="list-style-type: none"> ● Logro: Identificar a los diferentes públicos de su iniciativa cultural. ● Tiempo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bloque 1: presentación de la agenda y teorías (40 minutos). ○ Bloque 2: sesión de trabajo práctico para el uso de herramientas (35 minutos). ○ Bloque 3: presentaciones de los trabajos desarrollados durante las clases y retroalimentación (35 minutos). 	<p>Desarrollo de la identificación del público a través de la metodología usuario-persona.</p>
<p>Sesión 3</p> <p>Identificación de canales de comunicación segmentados</p>	<p>Los temas teóricos a abordar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificación de los canales de comunicación de acuerdo con el público objetivo al cual nos dirigimos. <ul style="list-style-type: none"> ● Logro: Identificar los canales de comunicación para alcanzar al público objetivo ● Tiempo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bloque 1: presentación de la agenda y teorías (40 minutos). ○ Bloque 2: sesión de trabajo práctico para el uso de herramientas (35 minutos). ○ Bloque 3: presentaciones de los trabajos desarrollados durante las clases y retroalimentación (35 minutos). 	<p>Luego de la identificación del tipo de público se determinarán los canales para llegar a él a través del análisis de las redes y los medios tradicionales.</p>
<p>Sesión 4</p> <p>Elaboración de mensajes claves</p>	<p>Los temas teóricos a abordar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Determinación de mensajes para comunicar mi iniciativa. <ul style="list-style-type: none"> ● Logro: Desarrollo del mensaje de acuerdo con cada público objetivo ● Tiempo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bloque 1: presentación de la agenda y teorías (40 minutos). ○ Bloque 2: sesión de trabajo práctico para el uso de herramientas (35 minutos). ○ Bloque 3: presentaciones de los trabajos desarrollados durante las clases y 	<p>Determinación de los mensajes adecuados para comunicar nuestra iniciativa al público a partir de sus particulares características.</p>



	retroalimentación (35 minutos).	
Sesión 5 Identificación de socios estratégicos	<p>Los temas teóricos a abordar son:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Las 7 relaciones: identificación de socios e instituciones colaboradoras.● Logro: Identificación de posibles socios.● Tiempo:<ul style="list-style-type: none">○ Bloque 1: presentación de la agenda y teorías (40 minutos).○ Bloque 2: sesión de trabajo práctico para el uso de herramientas (35 minutos).○ Bloque 3: presentaciones de los trabajos desarrollados durante las clases y retroalimentación (35 minutos).	Identificación de los posibles socios estratégicos a través del marketing relacional
Sesión 6 Determinación de las estrategias y el cronograma de difusión	<p>Los temas teóricos a abordar son:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Estrategias y cronograma de difusión● Logro: Desarrollo de la estrategia y cronograma de difusión● Tiempo:<ul style="list-style-type: none">○ Bloque 1: presentación de la agenda y teorías (40 minutos).○ Bloque 2: sesión de trabajo práctico para el uso de herramientas (35 minutos).○ Bloque 3: presentaciones de los trabajos desarrollados durante las clases y retroalimentación (35 minutos).	Identificación de las estrategias para la difusión (pull/push) y desarrollo de un cronograma (Gantt)

ANEXO 2 FORMULARIO DE POSTULACIÓN

I. PERFIL GENERAL DEL POSTULANTE	
Preguntas	Opciones de respuesta
1. Ámbito de las Industrias Culturales y creativas al que pertenece.	(1) Cine y audiovisual: productores, distribuidores y proveedores de cine y video, videojuegos, animación, televisión, entre otros. (2) Música: músicos y bandas de todos los géneros, producción en vivo (promotor), productor, post producción, gestión/reserva, distribuidores, sello discográfico. (3) Artes escénicas: compañías y/o colectivos de teatro, danza, circo, títeres, clown, narración oral, multidisciplinares, mimos, productores de artes escénicas y asociaciones teatrales. (4) Artes visuales: galerías y/o artistas de pintura, escultura, grabado, ilustración, arte tradicional, otros. (5) Diseño: productores y/o diseñadores en el ámbito del diseño gráfico, diseño de modas, diseño industrial. (6) Editorial: editoriales de libros en papel y/o libros digitales, librerías, distribuidores, autores-editores. (7) Otros.
II. DATOS DEL POSTULANTE	
2. Nombres	
3. Apellido paterno	
4. Apellido materno	
5. N° de DNI	
6. Correo electrónico	
7. Teléfono o celular	
8. Edad	
9. Género	(1) Femenino (2) Masculino (3) Prefiero no decirlo (4) Otro
10. ¿Forma parte de la comunidad LGBTIQ+?	(1) Sí (2) No
11. ¿Presenta algún tipo de discapacidad?	(1) Sí (2) No
12. Región	
13. Provincia	
14. Distrito	



15. Por sus costumbres y sus antepasados, usted se siente o considera (marque sólo una opción)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Quechua 2) Aimara 3) Indígena u originario de la amazonía 4) Perteneciente o parte de otro pueblo indígena u originario 5) Afrodescendiente, negro, moreno, zambo, mulato o parte del pueblo afroperuano 6) Nikkei 7) Tusan 8) Blanco 9) Mestizo 10) Otro 11) No sabe / no responde
16. ¿Cuál es la lengua materna con la que aprendió a hablar en su niñez?	<ol style="list-style-type: none"> 1) Quechua 2) Aimara 3) Ashaninka 4) Awajún/Aguaruna 5) Shipibo - Konibo 6) Shawi / Chayahuita 7) Matsigenka / Machiguenga 8) Achuar 9) Otra lengua indígena u originaria (especifique) 10) Castellano 11) Otra lengua extranjera (especifique) 12) Lengua de señas peruanas 13) No escucha/o ni habla/o 14) No sabe / no responde
17. En caso haya marcado otra en "Otras lenguas nativas u originarias", especifique cuál.	
18. Ocupación principal	
19. Ocupación secundaria	
20. ¿Se encuentra registrado en RENTOCA?	<ol style="list-style-type: none"> (1) Si (2) No (3) No conoce RENTOCA
21. ¿Pertenece a alguna organización reconocida como Punto de Cultura?	<ol style="list-style-type: none"> (4) Si (5) No (6) No conoce el programa Puntos de Cultura
22. En caso haya marcado si, en la pregunta anterior, indique el nombre de la organización.	
III SOBRE LA CONVOCATORIA	
23. ¿Cuál es su motivación para realizar este taller?	
24. ¿Cómo su participación en este taller aportará al desarrollo de las industrias culturales y/o artes en el Perú?	
25. Describa su iniciativa, emprendimiento y/o proyecto cultural	

<p>26. Indique cuántos años lleva en el sector de las artes e industrias culturales. (Experiencia: Dos años mínimos demostrables de experiencia en el sector de las industrias culturales y artes).</p>	<p>(1) Estoy empezando (2) Menos de dos años (3) De 2 a 4 años (4) De 5 a 10 años (5) De 10 a 15 años (6) Más de 15 años (7) No pertenezco al sector pero me interesa el tema</p>
<p>27. Adjunte su CV, máximo una cara *(Todo CV que excede una cara será descartado)*</p>	
<p>28. ¿Cómo se enteró de esta convocatoria?</p>	<p>(1) Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, otros) (2) Mailing (3) Amigos (4) Centro de estudios (5) Otros</p>
<p>IV AUTORIZACIÓN</p>	
<p>30. A través del correo que ha registrado, ¿Desea recibir información sobre la programación de CONECTA?</p>	<p>(1) Si (2) No</p>
<p>*Mediante mi postulación y de resultar seleccionado me comprometo a cumplir las obligaciones de los participantes de la presente convocatoria.</p>	

ANEXO 3
CARTA DE COMPROMISO - CONECTA
TALLER: “MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA INICIATIVAS CULTURALES”

Yo _____ identificado(a) con Documento Nacional de Identidad / Carnet de Extranjería N° _____, con domicilio en _____ (*dirección, distrito, provincia y departamento*), me comprometo a participar activamente en el: taller **“MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA INICIATIVAS CULTURALES”** el cual se desarrollará los días martes 01, 08, 15 y 22; miércoles 30 de julio; y viernes 1 de agosto de 2025, en el horario de 19:00 a 21:00 horas.

Asimismo, por medio de la presente declaro que reconozco que dicha participación implica:

- a. Asistir de manera puntual a todas las sesiones.
- b. No grabar y/o difundir las sesiones del taller. El incumplimiento de este compromiso podría configurar una conducta pasible de sanción por derechos de autor y/o derechos de imagen.
- c. Luego de la finalización del taller, enviar en un plazo de una semana la encuesta virtual de evaluación, de acuerdo al formato remitido por el Ministerio de Cultura.
- d. Socializar mi experiencia y aprendizajes con los miembros de mi sector sobre mi participación como beneficiario del taller.
- e. Dar cumplimiento a las normas de protección de los derechos de autor y derechos conexos en relación con todos y cada uno de los bienes, obras literarias y artísticas, interpretaciones o ejecuciones artísticas y/o fonogramas, que formen parte de los proyectos presentados.
- f. De no cumplir todas las obligaciones de los participantes, detalladas en las Bases, no podré participar en las convocatorias del siguiente año impulsadas por el Ministerio de Cultura bajo el servicio Conecta.

Por lo expuesto arriba, reitero mi compromiso y suscribo al presente documento en señal de conformidad.

Nombres y apellidos:	DNI/CE:
Fecha:	Firma: