



PERÚ

Ministerio de Cultura

Sistematización, análisis y resultados del Informe anual de gestión 2020 de los puntos de cultura reconocidos





Sistematización, análisis y resultados del Informe anual de gestión 2020 de los puntos de cultura reconocidos

Ministro de Cultura

Alejandro Antonio Salas Zegarra

Viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales

Janie Marile Gomez Guerrero

Directora General de Industrias Culturales y Artes

Laura Isabel Martinez Silva

Director de Artes

Carlos Andres La Rosa Vásquez

Equipo coordinador de Puntos de Cultura

Diana Virginia Buleje Fuentes

Iskra Karina Gargurevich González

Leidy Diana Ortega Ordinola

Maria Claudia Padilla Cabellos

Rubi Geraldine Lovaton Abrill

Sistematización de información

Juan Alexander Héctor Ortiz Jimenez

Coordinación editorial

Leidy Diana Ortega Ordinola

Diagramación y diseño

Rubi Geraldine Lovaton Abrill

Sigrit Gutierrez Toledo

Primera edición - Mayo 2022

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca

Nacional del Perú N° 2022-04938

ISBN: 978-612-4391-67-5

© Ministerio de Cultura

Avenida Javier Prado Este N° 2645, San Borja, Lima, Perú

www.cultura.gob.pe

Documento electrónico disponible en: www.puntosdecultura



Este documento se publica bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-No comercial-No derivar 3.0 (CC BY-NC-ND)

Índice

Presentación	5
Resultados del Informe anual de gestión de los puntos de cultura	7
1. Sobre la presentación del Informe anual de gestión	8
a) Distribución Macro Región de las organizaciones que debían cumplir con la presentación del Informe anual de gestión	9
b) Presentación del Informe anual de gestión	11
2. Análisis de la información	17
a) Sección 1: datos generales de la persona representante de la organización	18
b) Sección 2: datos generales de la organización reconocida como punto de cultura	19
c) Sección 3: actividades realizadas durante el año pasado	27
d) Sección 4: actividades donde participaron los puntos de cultura en el 2020.	60
e) Sección 5: evaluación de la gestión de los puntos de cultura.....	66
3. Resultados finales	88

Presentación

El Ministerio de Cultura, por medio de la Dirección de Artes, tiene entre sus funciones elaborar y proponer a la Dirección General de Industrias Culturales y Artes las políticas, planes y estrategias para el fomento de la creación artística y de las diferentes manifestaciones de las artes. Asimismo, promueve el acceso de los ciudadanos a los medios de formación, producción, disfrute y difusión cultural.

Mediante al artículo 1 de la Ley N° 30487, Ley de promoción de los puntos de cultura, tiene por objeto reconocer, articular promover y fortalecer a las organizaciones cuya labor, desde el arte y la cultura, tienen incidencia comunitaria e impacto positivo en la ciudadanía (El Peruano, 2016).

Del mismo modo, de acuerdo con el Decreto Supremo N° 011-2018-MC que aprueba el Reglamento de la Ley N° 30487, Ley de promoción de los puntos de cultura, las organizaciones con más de un año de reconocimiento desde la emisión de la Resolución Directoral correspondiente, tienen la obligación de presentar el Informe anual de gestión.

En ese sentido, con el propósito de fortalecer y promover el mecanismo de monitoreo y acompañamiento, se solicitó a las organizaciones reconocidas como punto de cultura en el 2019, la presentación del Informe anual de gestión conforme a la estructura aprobada mediante Resolución Directoral N° 000040-2021-DGIA/MC.

Asimismo, conforme a lo señalado en el Artículo 23 de la Reglamento de la Ley N° 30487, Ley de promoción de los puntos de cultura, el objetivo del Informe anual de gestión de los puntos de cultura, consiste en evaluar la gestión y el impacto de los mecanismos impulsados desde el Ministerio de Cultura para la promoción de los puntos de cultura. Asimismo, se busca generar indicadores por medio de la sistematización de la información brindada por las organizaciones reconocidas.

Cabe mencionar que, a comienzos del 2020, durante el mes de marzo, se declaró el Estado de Emergencia Nacional, como consecuencia de la pandemia por la COVID-19. Ante ello, los resultados expresados por las organizaciones reflejan modificaciones, cambios y adaptaciones a la nueva forma de actividad, así como la continuidad del cumplimiento con las obligaciones que tienen como puntos de cultura.

En ese contexto, la utilización de recursos y herramientas digitales permitió adaptar y mejorar el Sistema Virtual de Puntos de Cultura, para la recolección de información, lo cual fue fundamental para atender los procedimientos dirigidos a administrados y a la ciudadanía en general. Por ello, los Informes anuales de gestión se presentaron a través de este sistema alojado en esta página web: www.puntosdecultura.pe.

Por último, la información que entregan los puntos de cultura demuestra la capacidad de resiliencia de las organizaciones culturales comunitarias y su compromiso con la promoción de una cultura ciudadana y la generación de una vida en bienestar en comunidad. De esta manera, su adaptación frente a problemáticas sociales y coyunturales permitió generar alternativas para el fortalecimiento de la organización y las acciones que desarrollan. Por todo ello, desde el Ministerio de Cultura, saludamos y expresamos nuestro reconocimiento por su labor comprometida con el desarrollo del país.

Resultados del Informe anual de gestión de los puntos de cultura





Sobre la presentación del Informe anual de gestión

1

Sobre la presentación del Informe anual de gestión

El proceso de recepción del Informe anual de gestión inició con la elaboración y el envío de una carta que informó, a 204 puntos de cultura reconocidos durante el 2019, sobre el cumplimiento de esta obligación estipulada en el artículo 10º de la Ley N° 30487, Ley de promoción de los puntos de cultura.

Además, se realizaron capacitaciones para el llenado de información, y los pasos para la entrega de la documentación, por medio de la plataforma virtual Puntos de Cultura (www.puntosdecultura.pe). Asimismo, se realizó el seguimiento correspondiente a cada organización para que complete y presente su información, dentro del plazo establecido. Luego se realizó la revisión y evaluación de los Informes anuales de gestión por parte de la Dirección de Artes.

En caso de haber observaciones, se les comunicó a los puntos de cultura para los subsanen dentro del plazo establecido. Para ello, se continuó con el acompañamiento y seguimiento a cada organización con que culmine este proceso satisfactoriamente.

Finalmente, de acuerdo con la información recibida, se procedió a la organización, la sistematización y el análisis de los resultados.

a) Distribución Macro Región de las organizaciones que debían cumplir con la presentación del Informe anual de gestión

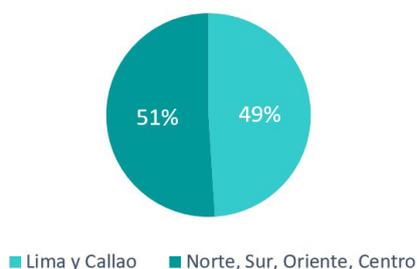
El total de organizaciones reconocidas durante el 2019 con Resolución Directoral, fue de 204 puntos de cultura de 22 regiones del país: Ayacucho, Ica, Junín, Pasco, Áncash, La Libertad, Lambayeque, Piura, Tumbes, Amazonas, Loreto, San Martín, Ucayali, Apurímac, Arequipa, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno, Tacna, Lima y Callao. Cabe mencionar que, en la Región Lima, 80 son de Lima Metropolitana y 8 son de Lima Provincias.

Tabla 1
Distribución por Macro Región y Región a nivel nacional
de los puntos de cultura reconocidos en el 2019

Macro Región	Cantidad por Macro Región	Región		Cantidad por Región
Norte	40	La Libertad		15
		Áncash		8
		Lambayeque		8
		Piura		8
		Tumbes		1
Sur	28	Arequipa		8
		Puno		6
		Tacna		6
		Cusco		3
		Apurímac		2
		Moquegua		2
		Madre de Dios		1
Oriente	20	San Martín		16
		Amazonas		2
		Loreto		1
		Ucayali		1
Centro	16	Ica		7
		Ayacucho		3
		Junín		3
		Pasco		3
Lima y Callao	100	Lima	Lima Metropolitana	80
			Lima Provincias	8
		Callao		12

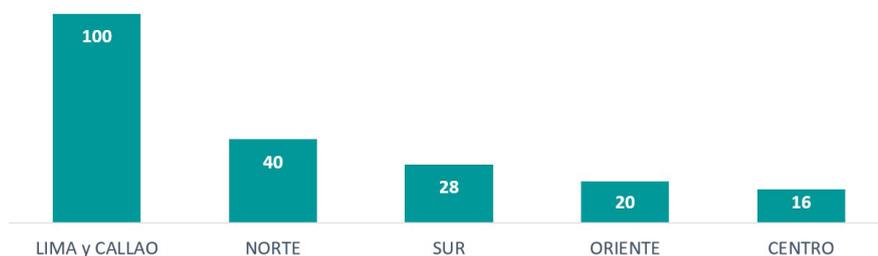
En ese sentido, el 51% con un total de 104 organizaciones, ubican su principal lugar de actividad en las Macro Regiones Norte, Sur, Oriente y Centro. De este modo, tienen la mayor cantidad de puntos de cultura en las regiones. Frente a esto, el 49% con un total de 100 organizaciones realizan actividades en la Macro Región Lima y Callao.

Figura 1
Distribución Macro Regional



Asimismo, se tuvo en cuenta la cantidad de los puntos de cultura reconocidos durante el año 2019 que debían presentar el Informe anual de gestión. En este caso, las organizaciones responsables de entregar sus resultados en Lima y Callao equivalen a 100 puntos de cultura; en la Macro Región Norte, a 40 puntos de cultura; en la Macro Región Sur, a 28 puntos de cultura; en la Macro Región Oriente, a 20 puntos de cultura; y en la Macro Región Centro, a 16 puntos de cultura.

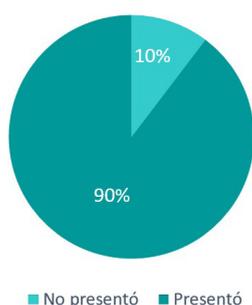
Figura 2
Total de Puntos de Cultura en el 2019



b) Presentación del Informe anual de gestión

Los puntos de cultura que cumplieron con la entrega del Informe anual de gestión corresponden a 183 organizaciones. Es decir, el 90% de organizaciones reconocidas como punto de cultura cumplió con presentar el Informe anual de gestión. En este sentido, el 10% equivalente a 21 organizaciones no presentó la información solicitada.

Figura 3
Presentación del Informe anual de gestión



Cumplimiento de presentación del Informe anual de gestión por Macro Región

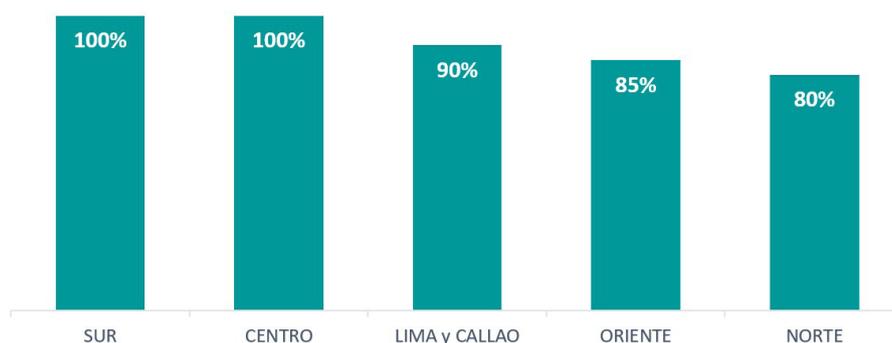
Acerca de la presentación del Informe anual de gestión, se observa que el 100% de los puntos de cultura de la Macro Región Sur y Centro presentaron su información. Además, el 90% de los puntos de cultura Macro Región Lima y Callao expusieron sus datos. Asimismo, el 85% de los puntos de cultura de la Macro Región Oriente plantearon sus resultados. Finalmente, el 80% de los puntos de cultura de la Macro Región Norte plantearon su información.

Tabla 2
Cumplimiento y presentación del Informe anual de gestión por Macro Región de los puntos de cultura reconocidos en el 2019

Macro Región	Total de puntos de cultura	Puntos de cultura que presentaron	Porcentaje que presentó	Porcentaje que no presentó	Cantidad de puntos de cultura que no presentó
Sur	28	28	100%	-	-
Centro	16	16	100%	-	-
Lima y Callao	100	90	90%	10%	10
Oriente	20	17	85%	15%	3
Norte	40	32	80%	20%	8
Total	204	183	100%		21

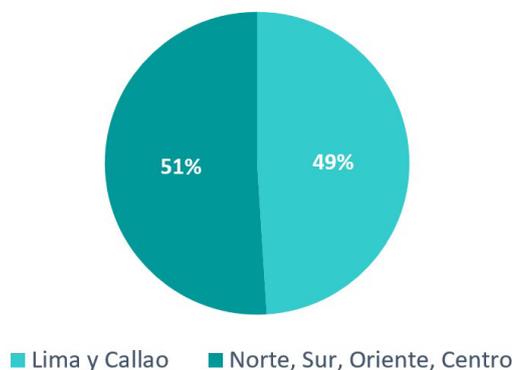
En su mayoría, las organizaciones lograron presentar los informes anuales de gestión. De este modo, se obtuvo más del 80% del cumplimiento por Macro Región.

Figura 4
Porcentaje de presentación del Informe anual de gestión por Macro Región



Cabe mencionar que se mantiene la distribución según la principal ubicación de su trabajo. En este sentido, el 51% corresponde a 93 organizaciones que cumplieron con presentar el Informe anual de gestión, provenientes de las Macro Regiones Norte, Sur, Oriente y Centro, mientras que las de Lima y Callao representan al 49% con 90 organizaciones.

Figura 5
Cantidad de cumplimiento de información a nivel nacional



Distribución Macro Regional y regional de los 183 puntos de cultura que cumplieron con la presentación

De acuerdo con la información recibida, la Macro Región Norte, conformada por La Libertad (14), Áncash (7), Lambayeque (7), Piura (3) y Tumbes (1), presentó su documentación con un total de 32 organizaciones.

Asimismo, la Macro Región Sur, conformada por Arequipa (8), Puno (6), Tacna (6), Cusco (3), Moquegua (2) y Madre de Dios (1), presentó su documentación con un total de 28 organizaciones.

En cuanto a la Macro Región Oriente conformada por San Martín (13), Amazonas (2), Loreto (1) y Ucayali (1), presentó su documentación con un total de 17 organizaciones.

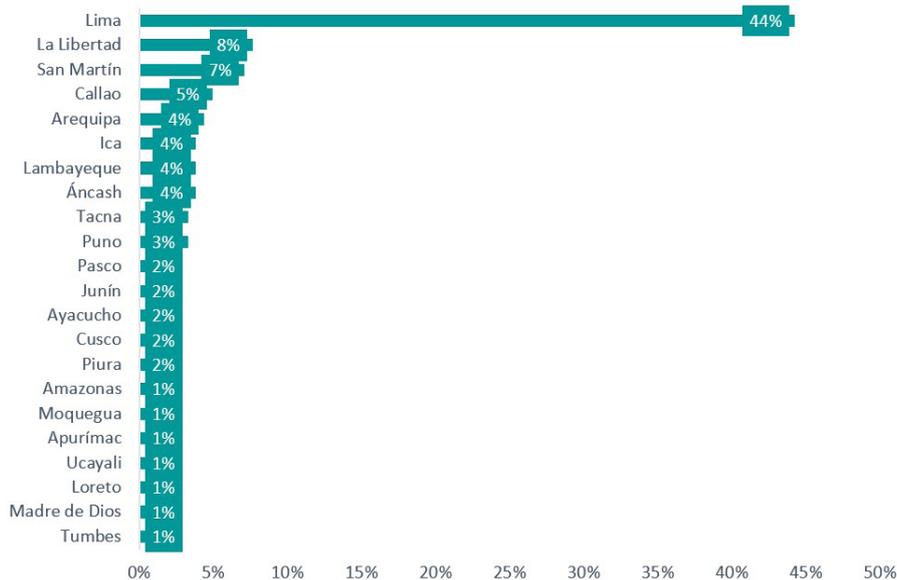
De la misma manera, la Macro Región Centro, conformada por Ica (7), Ayacucho (3), Junín (3) y Pasco (3), presentó su documentación con un total de 16 organizaciones.

Por último, desde la Macro Región Lima y Callao conformada por Lima Metropolitana (73), Lima Provincias (8) y Callao (9), presentó su documentación con un total de 90 organizaciones.

Tabla 3
Cantidad y porcentaje por Macro Región y región de los 183 puntos de cultura que cumplieron con la presentación

Macro Región	Cantidad por Macro Región	Porcentaje por Macro Región	Región	Cantidad por Región	Porcentaje por Región	
Norte	32	18%	La Libertad	14	8%	
			Áncash	7	4%	
			Lambayeque	7	4%	
			Piura	3	2%	
			Tumbes	1	1%	
Sur	28	15%	Arequipa	8	4%	
			Puno	6	3%	
			Tacna	6	3%	
			Cusco	3	2%	
			Moquegua	2	1%	
			Apurímac	2	1%	
			Madre de Dios	1	1%	
Oriente	17	9%	San Martín	13	7%	
			Amazonas	2	1%	
			Loreto	1	1%	
			Ucayali	1	1%	
Centro	16	9%	Ica	7	4%	
			Ayacucho	3	2%	
			Junín	3	2%	
			Pasco	3	2%	
Lima y Callao	90	49%	Lima	Lima Metropolitana	73	40%
				Lima Provincias	8	4%
			Callao	9	5%	
Total Macro Región	183	100%	Total Región	183	100%	

Figura 6
Porcentaje del cumplimiento a nivel regional



Distribución Macro Regional y Regional de los 21 puntos de cultura que no cumplieron con la presentación

Cabe mencionar que las organizaciones que no cumplieron con la presentación del Informe anual de gestión son de la Macro Región Norte conformada por La Libertad (1), Áncash (1), Lambayeque (1) y Piura (5); de la Macro Región Oriente, constituida por San Martín (3); y la Macro Región de Lima y Callao integrada por Lima Metropolitana (7) y Callao (3).

Tabla 4
Distribución de cantidad de puntos de cultura por Macro Región y región que no cumplieron con la presentación

Macro Región	Región	Total de Puntos de cultura	Presentó	No presentó	Porcentaje de presentación	Porcentaje de no presentación	
Norte	La Libertad	15	14	1	93%	7%	
	Áncash	8	7	1	88%	13%	
	Lambayeque	8	7	1	88%	13%	
	Piura	8	3	5	38%	63%	
Oriente	San Martín	16	13	3	81%	19%	
Lima y Callao	Lima	Lima Metropolitana	88	81	7	92%	8%
	Callao		12	9	3	75%	25%



RESISTENCIA

A teal circular graphic element, partially cut off on the left side, containing the number 2.

2 Análisis de la información

2

Análisis de la información

El Informe consta de seis secciones que evidencian los cambios o las modificaciones al interior de la organización, así como su accionar. Además, presenta la participación en otros espacios, los mecanismos y las herramientas para la realización de sus actividades, así como las circunstancias que afectaron la realización de sus actividades. Por último, destaca la relación con las actividades propuestas y desarrolladas por el programa Puntos de Cultura.

Resultados en función de la información presentada por 183 puntos de cultura

a) Sección 1: datos generales de la persona representante de la organización

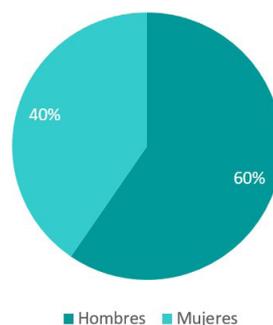
Sobre el sexo de las personas representantes

Se evidencia que la mayoría de las personas representantes de las organizaciones que cumplieron con la entrega del Informe anual de gestión son hombres.

Tabla 5
Cantidad y porcentaje de las personas representantes de los puntos de cultura por sexo

Sexo	Cantidad	Porcentaje
Hombres	109	60%
Mujeres	74	40%
Total	183	100%

Figura 7
Porcentaje de la división por sexo de los representantes de los puntos de cultura



Sobre la autoidentificación étnica de las personas representantes

Los resultados obtenidos son de gran relevancia, porque, por primera vez, contaremos con información sobre la cantidad de la población indígena y afroperuana que lidera los equipos de los puntos de cultura.

De acuerdo con lo presentado por los puntos de cultura, un 63% de las personas representantes se identifican como mestizos, lo que equivale a 115 representantes; un 16% como quechuas, esto es a 30 representantes; un 8% como afroperuanos, es decir, a 14 representantes; un 4% como otro, lo que implica a 8 representantes, otro 4% como aimaras, igual a 7 representantes; un 2% como blancos, lo que alude a 4 representantes; otro 2% como nativos o indígenas de la amazonia, lo que se traduce en 4 representantes. Por último, un 1% pertenece a otro pueblo indígena u originario, lo que equivale a 1 representante.

Tabla 6
Identificación étnica de las personas representantes

Identificación Étnica	Cantidad	Porcentaje
Mestizo	115	63%
Quechua	30	16%
Afroperuano	14	8%
Otro	8	4%
Aimara	7	4%
Blanco	4	2%
Nativo o indígena de la amazonia	4	2%
Perteneciente o parte de otro pueblo indígena u originario	1	1%
Total	183	100%

De lo que se desprende que más del 30% de las personas con el cargo más alto en los equipos de los 183 puntos de cultura se siente o considera parte de un pueblo indígena u originario o de la población afrodescendiente. Esta información permitirá tomar acciones para el fortalecimiento del diálogo intercultural en los espacios de participación para el fortalecimiento de la política pública Puntos de Cultura.

b) Sección 2: Datos generales de la organización reconocida como punto de cultura

Sobre la cantidad de años de la organización

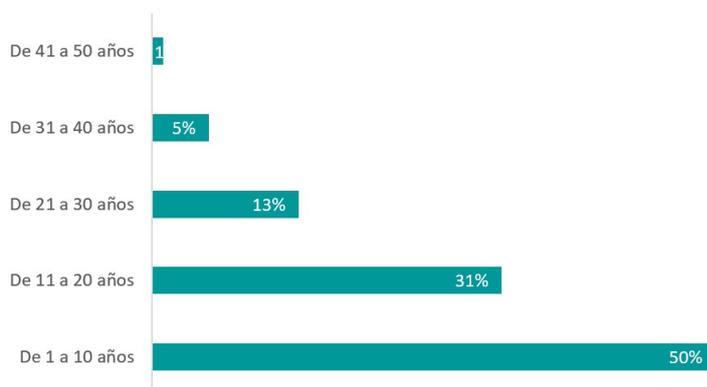
De acuerdo con el Informe anual de gestión presentado por los puntos de cultura, el 50% de las organizaciones tiene entre 2 a 10 de años de trabajo desde su fundación, lo que equivale a un total de 91 organizaciones; el 31%, tiene entre 11 y 20 años, esto es un total de 57 organizaciones; el 13%, tiene entre 21 y 30 años, es decir, un total de 24 organizaciones; el 5%, tiene entre 31 a 40 años, es decir, total de 10 organizaciones y un 1%, tiene entre 41 a 50 años de trabajo, lo que se traduce en un total de 1 organización.

En ese sentido, se puede observar que más del 80% de las organizaciones reconocidas que sostienen actividades que promueven la participación e incidencia comunitaria, han sido fundadas en los últimos 20 años.

Tabla 7
Cantidad de años de los puntos de cultura

Rango de cantidad de años	Cantidad de puntos de cultura	Porcentaje
De 2 a 10 años	91	50%
De 11 a 20 años	57	31%
De 21 a 30 años	25	13%
De 31 a 40 años	9	5%
De 41 a 50 años	1	1%
Total	183	100%

Figura 8
Cantidad de años de los puntos de cultura



Cantidad de años de los puntos de cultura por Macro Región y Región

De acuerdo con la información brindada por los puntos de cultura, la mayor cantidad de organizaciones se fundaron en los últimos 20 años. Cabe destacar que, en los rangos propuestos de acuerdo con la cantidad de años, la mayoría de las organizaciones realiza sus actividades en las regiones, a excepción de Lima.

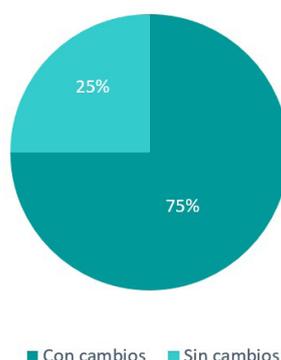
Tabla 8
Cantidad de años y distribución geográfica de las organizaciones

Macro Región	Región Entre 2 y 10 años		Cantidad de años de la organización				
			De 11 a 20 años	De 21 a 30 años	De 31 a 40 años	De 41 a 50 años	
Lima y Callao	Lima	Lima Metropolitana	35	24	10	3	1
		Lima Provincias	-	4	3	1	-
		Callao	6	3	-	-	-
Centro		Pasco	2	-	1	-	-
		Junín	2	-	1	-	-
		Ica	4	2	1	-	-
		Ayacucho	2	1	-	-	-
Sur		Cusco	2	1	-	-	-
		Puno	5	1	-	-	-
		Apurímac	1	1	-	-	-
		Madre de Dios	-	1	-	-	-
		Arequipa	6	1	1	-	-
		Moquegua	1	1		-	-
		Tacna	2	1	2	2	-
Oriente		San Martín	5	4	2		-
		Loreto	1		-	-	-
		Ucayali	-	1	-	-	-
		Amazonas	1	1	-	-	-
Norte		La Libertad	7	5	1	1	-
		Áncash	4	1	1	1	-
		Piura	2	1	-	-	-
		Tumbes	-	1	-	-	-
		Lambayeque	3	2	2	1	-
	Total		91	57	25	9	1

Cambios en la organización

De acuerdo con lo expresado por los puntos de cultura, un 75% registra tener cambios en la organización durante el 2020, mientras que un 25% manifiesta no haber realizado ningún cambio. Esto puede deberse a que dichas organizaciones posiblemente prefirieron esperar a la reanudación de actividades ante la propagación de la COVID-19 o no contaron con los recursos y las herramientas suficientes para generar cambios al interior de la organización.

Figura 9
Cambios en la organización



De una lista de diez opciones de selección múltiple, las organizaciones manifestaron haber realizado cambios. Un 34% habilitó nuevas redes sociales o medios de comunicación para la difusión y ejecución de sus actividades. Además, un 17% cambió su lugar principal de trabajo: en algunos casos, dejaron el espacio físico que solían alquilar para actividades presenciales; otros migraron del ámbito presencial a las plataformas digitales. Asimismo, un 13% cambió las manifestaciones culturales que solían promover. También, un 11% se formalizó al constituirse como persona jurídica ante la SUNARP.

Con respecto a los cambios al interior de las organizaciones, un 15% inscribió nuevas juntas directivas en SUNARP; un 16% cambió miembros en sus equipos de toma de decisión; un 7% designó a otra persona como representante de la organización, lo cual propició la actualización y modificación de los datos de las y los miembros, así como los datos de contacto para posteriores comunicaciones.

Tabla 9
Cambios en la organización

Tipo de cambios en la organización	Cantidad	Porcentaje
Nuevas redes sociales o nuevos medios de comunicación (web, radio, otro)	62	34%
Principal lugar de trabajo	32	17%
Inscripción del RUC ante SUNAT	32	17%
Equipo coordinador o la junta directiva	30	16%
Inscripción de una nueva junta directiva en SUNARP	27	15%

Tipo de cambios en la organización	Cantidad	Porcentaje
Manifestaciones artísticas culturales	24	13%
Formalización y ahora cuenta con personería jurídica	21	11%
Datos de contacto de la organización (celular, correo electrónico, redes sociales)	19	10%
Datos de contacto de la persona representante (celular, correo electrónico)	14	8%
Designación a otra persona como representante del punto de cultura	12	7%

Figura 10
Cambios en la organización



Cambios en la actividad cultural comunitaria

De acuerdo con lo expresado por los puntos de cultura, un 84% señala que ha realizado cambios en sus actividades culturales comunitarias y un 16% no registra haber tenido cambios en la actividad cultural de la organización.

Figura 11
Cambios en la actividad cultural comunitaria



De una lista de siete opciones de selección múltiple, las organizaciones manifestaron que realizaron cambios en su actividad cultural comunitaria. El 62% generó nuevas formas de relacionarse; el 30% estableció vínculos de trabajo con nuevas organizaciones; el 25% produjo nuevas formas de autogestión; el 23% adaptó las actividades que solía realizar; el 20% disminuyó los miembros en la organización mientras que el 16% los aumentó. Finalmente, el 7% realizó otros cambios.

Tabla 10
Cambios en la actividad cultural comunitaria

Tipo de cambio en la actividad	Cantidad	Porcentaje
Nuevas formas de relacionarse con la comunidad	114	62%
Nuevos vínculos de trabajo con nuevas organizaciones	55	30%
Nuevas formas de autogestión	46	25%
Tipo de actividades que solía realizar	42	23%
Disminución de la cantidad de personas en su equipo de trabajo	44	20%
Aumentó la cantidad de personas en su equipo de trabajo	29	16%
Otros cambios	12	7%

Figura 12
Cambios en la actividad comunitaria



Con respecto a los otros cambios, las organizaciones mencionaron que se trató de lo siguiente: trataron de reestructuración de proyectos, generación de nuevas actividades, la migración al espacio virtual y la priorización de actividades de asistencia a otras organizaciones.

Tabla 11
Otros cambios en la actividad cultural comunitaria

Otros cambios
Reestructuración de proyectos
Generación de nuevas actividades o cursos
Digitalización de las actividades y migración al espacio virtual
Priorización de actividades de apoyo a organizaciones en situación de vulnerabilidad como consecuencia de la pandemia

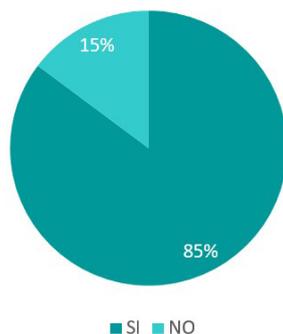
Realización de actividades durante el 2020

El 85% de las organizaciones realizó actividades durante el 2020. Por su parte, el 15%, no logró realizar actividades.

Tabla 12
Cuadro de realización de actividades durante el año 2020

	Cantidad	Porcentaje
Sí	156	85%
No	27	15%
Total	183	100%

Figura 13
Realización de actividades durante el año 2020



Motivos de la paralización de actividades

De una lista de seis opciones de selección múltiple, las 27 organizaciones que no ejecutaron actividades durante el 2020 manifestaron los motivos por los que paralizaron su accionar: el 15% se vio afectado a consecuencia de la declaración de emergencia sanitaria, el 9% no contó con el presupuesto necesario, el 8% no dispuso del equipamiento necesario, el 6% no poseía las herramientas para realizar nuevas actividades, el 3% tuvo problemas con las organizaciones aliadas de quienes dependían la realización de actividades, y el 2% sufrió una reestructuración en el equipo de toma de decisiones.

Figura 14
Motivos de paralización de actividades

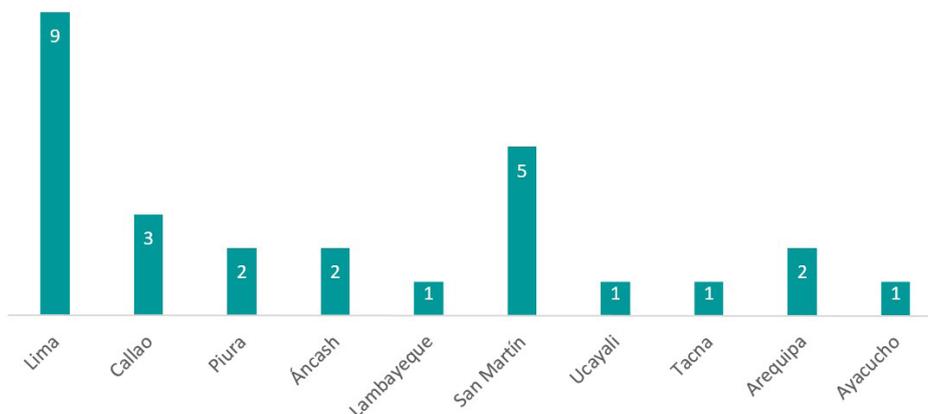


Los puntos de cultura que paralizaron sus actividades, provienen de los siguientes lugares, 12 de la Macro Región Lima y Callao; 6 de la Macro Región Oriente; 5 de la Macro Región Norte; 3 de la Macro Región Sur; y 1 de la Macro Región Centro.

Tabla 13
Organizaciones que no realizaron actividad por Macro Región y Región

Macro Región	Cantidad	Región	Cantidad	
Lima y Callao	12	Callao	3	
		Lima	Lima Provincias	3
			Lima Metropolitana	6
Oriente	6	San Martín	5	
		Ucayali	1	
Norte	5	Áncash	2	
		Lambayeque	1	
		Piura	2	
Sur	3	Arequipa	2	
		Tacna	1	
Centro	1	Ayacucho	1	

Figura 15
Puntos de Cultura que paralizaron actividades por región



Resultados en función a la información presentada por 156 puntos de cultura que realizaron actividades durante el 2020

c) Sección 3: actividades realizadas durante el año pasado

En esta sección, profundizaremos sobre las características de las actividades que realizaron las 156 organizaciones que señalaron que ejecutaron acciones durante el año 2020.

Tipo de actividad

De una lista de cinco opciones de selección múltiple, las organizaciones manifestaron qué tipo de actividades ejecutaron durante el 2020. Según 105 organizaciones, realizaron de forma mayoritaria, las acciones formativas que comprenden el desarrollo de talleres, capacitaciones, visitas, excursiones pedagógicas u otros. Luego, 86 realizaron acciones de creación o difusión vinculadas a las artes o las culturas, como presentaciones o muestras artísticas, conciertos, exposiciones, muralizaciones, proyecciones, pasacalles, *performance* u otros. Por su parte, 56 realizaron acciones de debate o articulación como seminarios, conversatorios, foros, encuentros, congresos u otros. Asimismo, 54 protagonizaron acciones de impulso a espacios de promoción cultural como festivales, festividades, jornadas comunitarias, rituales, ceremonias u otros. Finalmente, 34 efectuaron acciones de investigación como recolección de información, sistematización, publicación u otro.

Tabla 14
Tipo de Actividades ejecutadas en el año 2020

Tipo de actividad	Cantidad de puntos de cultura
Acción formativa	105
Creación o difusión vinculada a las artes o las culturas	86
Acción de debate o articulación	56
Impulso a espacios de promoción cultural	54
Investigación	34

Figura 16
Tipo de Actividades ejecutadas en el año 2020



Cantidad de actividades al año

Las organizaciones indicaron, a partir de una lista de selección múltiple, que realizaron acciones predominantemente en el rango de 1 a 3 por año en los cinco tipos de actividades planteadas.

Tabla 15
Cantidad de puntos de cultura que realizaron actividades por frecuencia y por tipo

Tipo de actividad	Cantidad de puntos de cultura	Frecuencia de realización por punto de cultura			
		1 a 3	4 a 5	6 a 10	Más de 10
Acción formativa	105	47	17	16	25
Creación o difusión vinculada a las artes o las culturas	86	47	9	12	18
Acción de debate o articulación	56	32	5	8	11
Impulso a espacios de promoción cultural	54	38	7	3	6
Investigación	34	24	4	3	3

Figura 17
Cantidad de actividades por frecuencia y por tipo



Realización de actividades por mes

Basado en la información de los 156 puntos de cultura que lograron realizar actividades durante el 2020, se evidencia que se inicia el año con un incremento en la cantidad de organizaciones que empiezan a realizar actividades. Sin embargo, hacia los meses de marzo y abril, se observa un descenso, que en mayo, empieza a subir y se ve un incremento gradual hasta diciembre.

Tabla 16
Cantidad de puntos de cultura que realizaron actividades por mes

Meses	Cantidad de puntos de cultura	Porcentaje
Enero	70	45%
Febrero	82	53%
Marzo	64	41%
Abril	49	31%
Mayo	65	42%
Junio	76	49%
Julio	80	51%
Agosto	79	51%
Septiembre	87	56%
Octubre	83	53%
Noviembre	91	58%
Diciembre	92	59%

Figura 18
Cantidad y porcentaje de puntos de cultura que realizaron actividades por mes

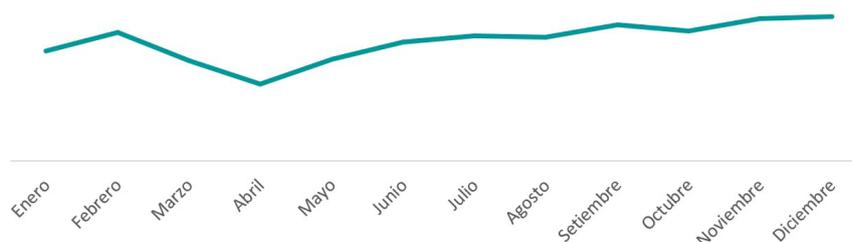


Los 156 puntos de cultura señalan que al menos han realizado 1303 actividades en el último año. Los meses de mayor actividad fueron de junio a septiembre mientras que los de menos actividad fueron los meses de marzo a abril. Por el contexto de emergencia sanitaria, se puede interpretar que los meses más bajos coinciden con el inicio de la pandemia y los meses de mayores contagios.

Tabla 17
Distribución mínima de actividades realizadas por mes

Meses	Cantidad de puntos de cultura	Cantidad mínima de actividad realizada
Enero	70	87
Febrero	82	104
Marzo	64	89
Abril	49	62
Mayo	65	87
Junio	76	105
Julio	80	121
Agosto	79	118
Septiembre	87	125
Octubre	83	127
Noviembre	91	140
Diciembre	92	138
Total	156	1 303

Figura 19
Distribución mínima de actividades por mes



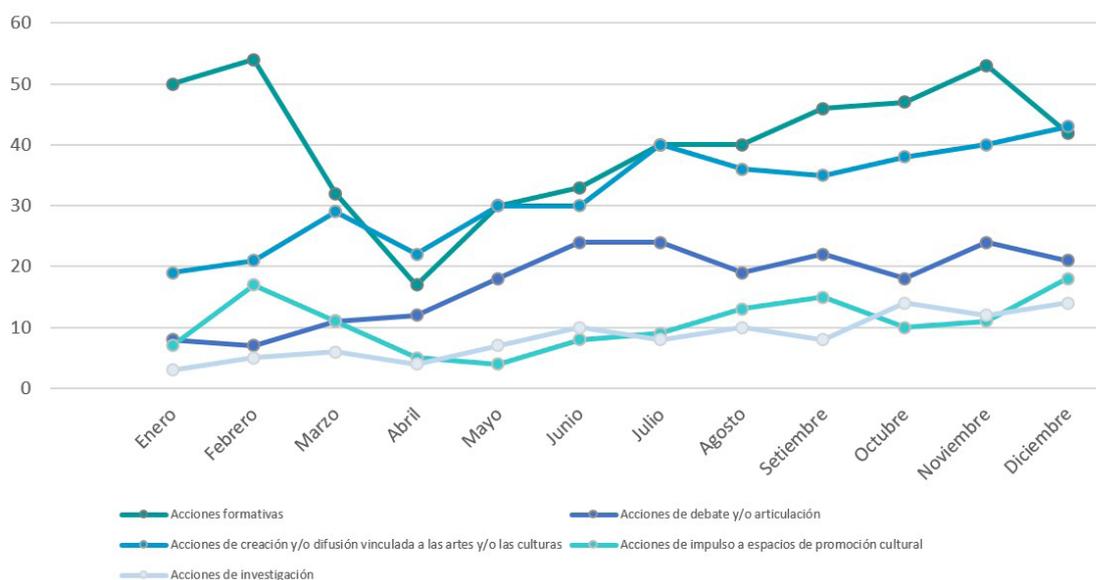
Análisis comparativo de los tipos de actividades por cantidad mínima y mes de realización

Los meses de mayores acciones formativas se desarrollaron al inicio del año y éstas fueron descendiendo en los meses de marzo a abril. Posteriormente tuvieron un incremento paulatino hacia el final de año, sin alcanzar el punto máximo de verano. Sin embargo, se puede ver que las acciones de creación o difusión vinculadas a las artes o las culturas que ascendían en marzo fueron decreciendo en abril para remontar en los meses posteriores. Así, lograron más acciones que al inicio del año. Por su parte, las acciones de debate o articulación fueron incrementando poco a lo largo de los meses, lo que evidenció un descenso en los meses de agosto y octubre pero volvió a recuperar el aumento en noviembre.

Tabla 18
Distribución mínima por tipo de actividad realizada por mes

Meses	Tipos de actividades				
	Acciones formativas	Acciones de debate o articulación	Acciones de creación o difusión vinculada a las artes o las culturas	Acciones de impulso a espacios de promoción cultural	Acciones de investigación
Enero	50	8	19	7	3
Febrero	54	7	21	17	5
Marzo	32	11	29	11	6
Abril	17	12	22	5	4
Mayo	30	18	30	4	7
Junio	33	24	30	8	10
Julio	40	24	40	9	8
Agosto	40	19	36	13	10
Septiembre	46	22	35	15	8
Octubre	47	18	38	10	14
Noviembre	53	24	40	11	12
Diciembre	42	21	43	18	14

Gráfico N° 20. Distribución mínima comparativa por tipo de actividades realizadas por mes



Sobre las actividades más representativas

Al solicitar que ampliaran la información de una a tres actividades más representativas del total de las actividades realizadas durante el año, los 156 puntos de cultura sostuvieron que desarrollaron a profundidad 270 actividades.

De lo expuesto se, desprende que del total de actividades más representativas descritas (270), el 36% fue del tipo de acciones formativas, un 26 % fue de acciones de creación o difusión vinculada a las artes o las culturas, un 20 % de acciones de impulso a espacios de promoción cultural, un 12 % de acciones de debate o articulación y un 6% de investigación.

Tabla 19
Cantidad de actividades más representativas por tipo realizadas por los 156 puntos de cultura

Tipo de actividad más representativa	Cantidad de puntos de cultura	Cantidad de actividades	Porcentaje de actividades
Acciones formativas	80	96	36%
Creación o difusión vinculada a las artes o las culturas	58	71	26%
Impulso a espacios de promoción cultural	46	54	20%
Acciones de debate o articulación	28	32	12%
Investigación	17	17	6%
Total		270	100%

Figura 21
Análisis comparativo de cantidad de actividades por tipo y cantidad de puntos de cultura



Resultados en función de las 270 actividades más representativas presentadas por 156 puntos de cultura

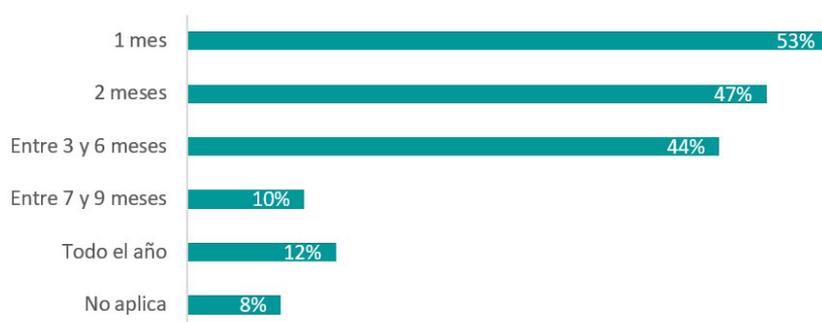
Planificación de las actividades más representativas

Se identificó que un 53% de las actividades fue planificado con 1 mes de anticipación; un 47 % con 2 meses de anticipación; un 44 % entre 3 a 6 meses; un 10 % entre 7 y 9 meses; un 12 % durante todo el año y un 8 % no consigna dicha información.

Tabla 20
Tiempo de Planificación de las actividades

Tiempo de planificación	Cantidad de actividades	Porcentaje
1 mes	82	53%
2 meses	74	47%
Entre 3 y 6 meses	68	44%
Entre 7 y 9 meses	15	10%
Todo el año	19	12%
No aplica	12	8%
Total	270	100%

Figura 22
Planificación de actividades de los puntos de cultura



Análisis de tipo de actividad y tiempo de planificación de las actividades más representativas

De acuerdo con el análisis realizado, el tiempo de planificación para la mayor cantidad de acciones formativas (30), de creación artística (39), y de debate o articulación (11) fue de un mes. Por su parte, la mayor cantidad de acciones de impulso a espacios de promoción cultural (23) y de investigación (7) destinó entre 3 y 6 meses.

Tabla 21
Tipo de actividad y planificación de los puntos de cultura en el año 2020

Tiempo de planificación	Cantidad de puntos de cultura	Acciones formativas	Creación o difusión vinculada a las artes o las culturas	Impulso a espacios de promoción cultural	Acciones de debate o articulación	Investigación	Total de cantidad de actividades
1 mes	51	30	30	8	11	3	82
2 meses	59	28	17	16	9	4	74
Entre 3 y 6 meses	55	20	13	23	5	7	68
Entre 7 y 9 meses	13	6	3	4	2	0	15
Todo el año	16	7	4	2	4	2	19
No aplica	10	5	4	1	1	1	12
Total							270

Figura 23
Cantidad de puntos de cultura por tipo de actividad y planificación



Periodicidad de la ejecución de las actividades más representativas

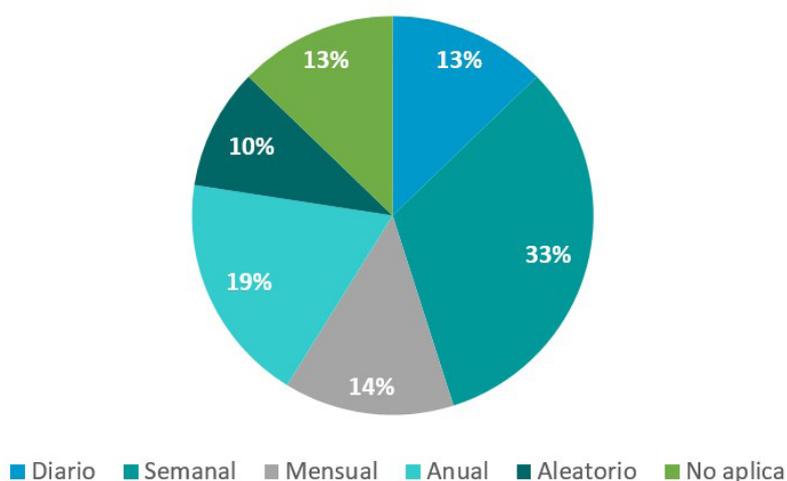
La periodicidad para la realización de las actividades de un 33% es semanal, de un 19% es anual, de un 14% es mensual, de un 13% es diaria.

Por otro lado, un 13% no aplica una periodicidad para la realización de sus actividades, y un 10% tiene periodicidad aleatoria, es decir, actividades que realizan de forma dispersa durante el año.

Tabla 22
Periodicidad en la ejecución de las actividades

Periodicidad	Cantidad de puntos de cultura	Cantidad de actividades	Porcentaje de actividades
Diario	29	34	13%
Semanal	68	88	33%
Mensual	29	37	14%
Anual	41	50	19%
Aleatorio	22	26	10%
No aplica	25	35	13%
Total		270	100%

Figura 24
Periodicidad en la ejecución de las actividades



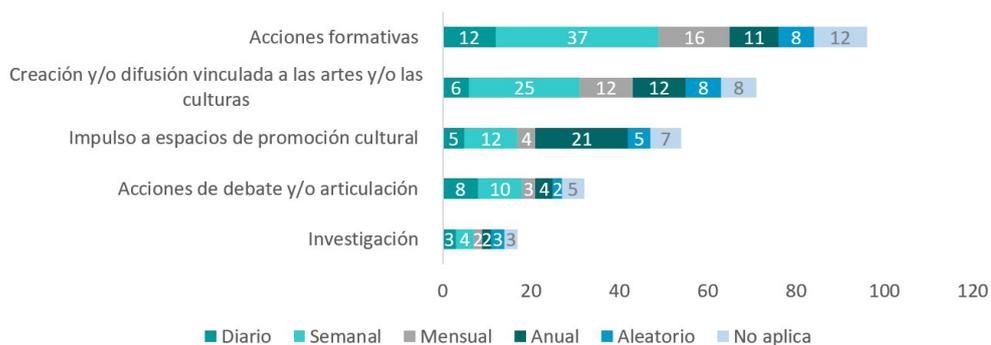
Análisis del tipo de actividad y periodicidad de ejecución de las actividades más representativas

En cuanto a la frecuencia en la realización de actividades, la mayor cantidad de acciones formativas (37), de creación o difusión vinculada a las artes o las culturas (25), de acciones de debate o articulación (10), e investigación (4) son semanales. Por su parte, las acciones de impulso a espacios de promoción cultural son anuales.

Tabla 23
Tipo de actividad y planificación de los puntos de cultura en el año 2020

Periodicidad	Cantidad de puntos de cultura	Acciones formativas	Creación o difusión vinculada a las artes o las culturas	Impulso a espacios de promoción cultural	Acciones de debate o articulación	Investigación	Total de cantidad de actividades
Diario	29	12	6	5	8	3	34
Semanal	68	37	25	12	10	4	88
Mensual	29	16	12	4	3	2	37
Anual	41	11	12	21	4	2	50
Aleatorio	22	8	8	5	2	3	26
No aplica	25	12	8	7	5	3	35
Total							270

Figura 25
Actividades más representativa por tipo y periodicidad



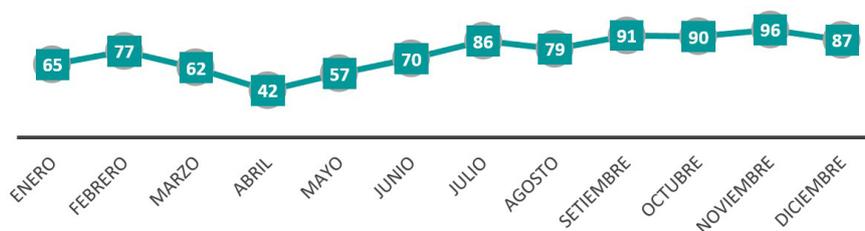
Realización de actividades más representativas

Los puntos de cultura que realizaron 270 actividades representativas durante el 2020, muestran un incremento al inicio del año. Sin embargo, desde marzo, se presentan un descenso debido al Estado de Emergencia Nacional. En este sentido, los puntos de cultura tuvieron que reorientar las actividades que estaban previstas y planificadas con la finalidad de evitar la propagación de la COVID-19. Por ello, desde junio, las organizaciones remontaron la cantidad de actividades más representativas.

Tabla 24
Cantidad de actividades más representativas distribuidas por mes

Mes de realización	Cantidad de actividades	Porcentaje
Enero	65	24%
Febrero	77	29%
Marzo	62	23%
Abril	42	16%
Mayo	57	21%
Junio	70	26%
Julio	86	32%
Agosto	79	29%
Septiembre	91	34%
Octubre	90	33%
Noviembre	96	36%
Diciembre	87	32%

Figura 26
Fluctuación de las actividades más representativas durante el año 2020



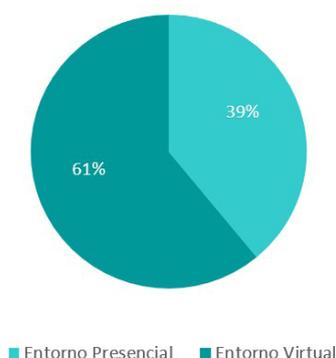
Entorno de realización de las actividades más representativas

Del total de actividades más representativas, el 61% se realizó en el entorno virtual y el 39% se ejecutó en el ámbito presencial.

Tabla 25
Entorno de realización de actividades más representativas

Entorno	Cantidad	Porcentaje
Presencial	104	39%
Virtual	166	61%
Total	270	100%

Figura 27
Entorno de las actividades más representativas



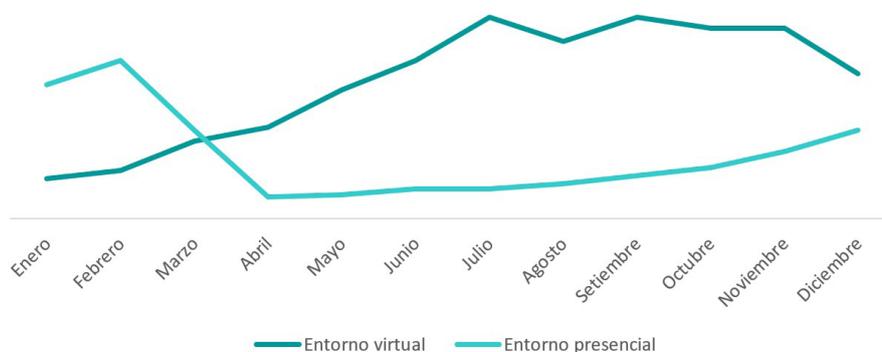
En cuanto a la distribución por mes, la mayor cantidad de actividades en el entorno presencial se realizó al inicio del año. Sin embargo, se fueron reduciendo a partir de marzo. Al estar en confinamiento por la propagación de la COVID-19, las actividades virtuales que se venían realizando, tomaron mayor importancia a partir del mes de marzo, pues aumentaron progresivamente.

Tabla 26
Distribución de actividades más representativas de acuerdo al entorno por mes

Meses	Entorno virtual		Entorno Presencial	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Enero	15	6%	50	19%
Febrero	18	7%	59	22%
Marzo	29	11%	33	12%
Abril	34	13%	8	3%
Mayo	48	18%	9	3%
Junio	59	22%	11	4%
Julio	75	28%	11	4%
Agosto	66	24%	13	5%
Septiembre	75	28%	16	6%
Octubre	71	26%	19	7%
Noviembre	71	26%	25	9%
Diciembre	54	20%	33	12%

Figura 28

Fluctuación de las actividades más representativas de acuerdo con el entorno por mes



Tipo de lugar de realización de actividades presenciales más representativas

De las 104 actividades presenciales, un 38% se realizó en el espacio público, un 23% en los locales culturales de otra organización, un 16% en los locales propios, un 10% en espacios de instituciones aliadas como comisaría, institución educativa, mercado, parroquia, posta médica u otro, un 5% en ecosistemas naturales, un 2% en sitios arqueológicos, un 2% en espacio o local comunal y un 15% en otro tipo de espacio o infraestructura.

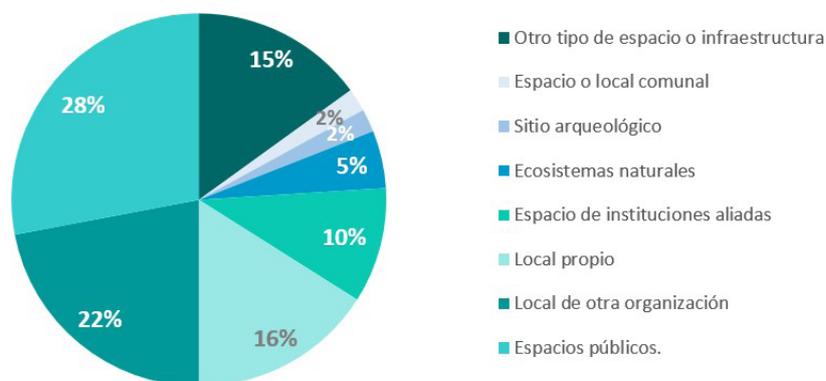
Tabla 27

Tipo de lugar de realización de actividades presenciales

Tipo de Lugar de realización	Cantidad	Porcentaje
Calle, loza deportiva, parque, paradero u otros espacios públicos	29	28%
Local de otra organización: auditorio, biblioteca, centro cultural, sala de cine o de teatro, museo u otra infraestructura cultural similar	23	22%
Local propio: auditorio, biblioteca, centro cultural, sala de cine o de teatro, museo u otra infraestructura cultural similar	17	16%
Comisaría, institución educativa, mercado, parroquia, posta médica u otro espacio de otras instituciones	10	10%
Ecosistemas naturales: bosque, lago, laguna, playa, río u otro	5	5%
Sitio arqueológico	2	2%
Espacio o local comunal	2	2%
Otro tipo de espacio o infraestructura	16	15%
Total	104	100%

Figura 29

Porcentaje de tipos de lugar para la realización de actividades presenciales



Tipo de plataforma usada para el desarrollo de las actividades virtuales más representativas

De las 166 actividades virtuales, un 54% se transmitió a través de Facebook Live, un 20% por Zoom, un 11% por Google Meet, un 3% por Youtube Live, un 3% por Instagram Live, un 1% por Microsoft Teams y un 1% por Jitsi. Además, un 9% de las actividades se realizó en otro tipo de plataformas para comunicarse en tiempo real y de forma asincrónica.

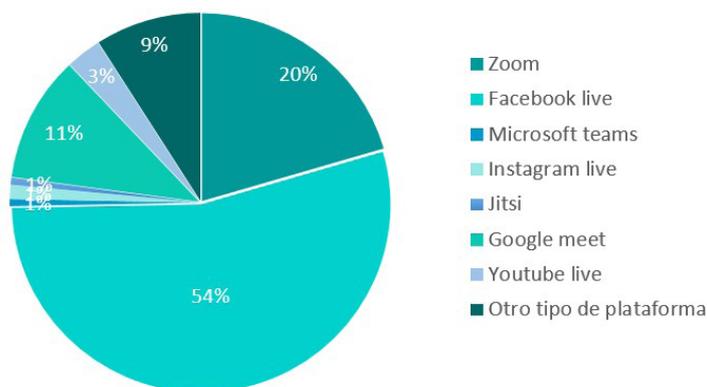
Tabla 28

Tipo de plataforma de realización de actividades virtuales

Tipo de Lugar de realización	Cantidad	Porcentaje
Facebook Live	90	54%
Zoom	34	20%
Google meet	18	11%
Youtube Live	5	3%
Instagram Live	2	1%
Microsoft Teams	1	1%
Jitsi	1	1%
Otro tipo de plataforma	15	9%
Total	166	100%

Figura 30

Porcentaje de tipos de lugar para la realización de actividades presenciales



Medios de difusión para la realización de las actividades más representativas de los puntos de cultura

De una lista de opciones de selección múltiple, las organizaciones manifestaron que los medios de difusión que emplearon mayoritariamente para propiciar el desarrollo de sus actividades fueron los mensajes por la red social Facebook, la aplicación de WhatsApp, seguido de las llamadas telefónicas y el correo electrónico.

Figura 31

Medio de difusión más efectivo



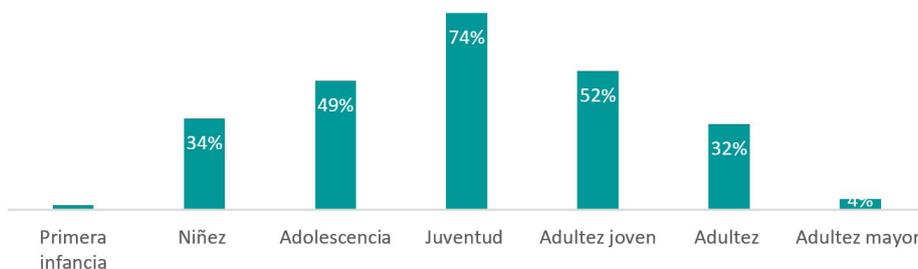
Público objetivo como parte de las actividades más representativas

De una lista de opciones de selección múltiple sobre el tipo de público objetivo, un 74% de las actividades más representativas estuvo orientado al público joven, un 52% al público adulto joven y un 49% al público adolescente. Por último, hay una menor cantidad de actividades dirigidas a la primera infancia, adultez y adultez mayor.

Tabla 29
Cantidad de actividades por tipo de público objetivo

Público objetivo	Cantidad	Porcentaje
Primera infancia (0 a 3 años)	5	2%
Niñez (4 a 11 años)	93	34%
Adolescencia (12 a 14 años)	131	49%
Juventud (15 a 29 años)	200	74%
Adultez joven (30 a 44 años)	141	52%
Adultez (45 a 64 años)	87	32%
Adultez mayor (De 65 años a más)	11	4%

Figura 32
Actividades orientadas al público objetivo



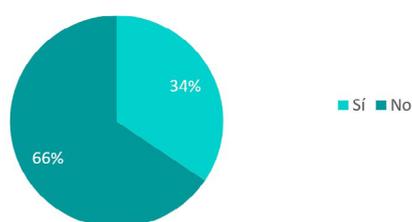
Público específico de las actividades más representativas

El 34% de las actividades principales más representativas ha sido dirigido a un público específico que forma parte de los grupos de especial protección definidos en el Plan Nacional de Derechos Humanos, mientras que el 66% no fue dirigido a un público específico.

Tabla 30
Actividades dirigidas a público específico

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	93	34%
No	177	66%
Total	270	100%

Figura 33
Actividades dirigidas a público específico



De una lista de opciones de selección múltiple sobre el tipo de público específico, las organizaciones indicaron que un 18% de las actividades más representativas estuvo orientado a mujeres, un 15% a población indígena u originaria, un 9% a población afroperuana, un 5% a población que posee como lengua materna las lenguas indígenas u originarias y un 4% a mujeres víctimas de violencia.

Además, un 3% estuvo dirigido a personas con discapacidad, un 3% a población en condición de migración, un 3% a la población LGBTQ+, y un 1% a familiares de desaparecidos y desaparecidas.

Tabla 31
Cantidad de actividades por tipo de público específico

Público específico	Cantidad	Porcentaje
Mujeres	48	18%
Población indígena u originaria	41	15%
Población afroperuana	25	9%
Población que posee como lengua materna lenguas indígenas u originarias	14	5%
Mujeres víctimas de violencias	10	4%
Personas con discapacidad	9	3%
Población LGBTQ+	9	3%

Público específico	Cantidad	Porcentaje
Población en condición de migración o refugio	9	3%
Familiares de desaparecidos y desaparecidas	3	1%
Población hospitalizada o institucionalizada	1	0%
Personas privadas de la libertad	0	0%

Figura 34

Público específico en las actividades más representativas



Personas involucradas en la ejecución de actividades más representativas.

Las organizaciones han indicado que para la realización de las 270 actividades involucraron a un total de 4688 personas. De las cuales, 2586 son integrantes de la organización y 2101 son personas voluntarias.

Por ello, se desprende que un punto de cultura moviliza a 18 personas en promedio en la realización de una actividad.

Tabla 32

Personas involucradas en la realización de las actividades más representativas

	Cantidad	Promedio
Personas integrantes de la organización	2586	10
Personas voluntarias	2102	8
Total	4688	18

Teniendo en cuenta los rangos en la cantidad de personas de la organización, se evidencia que, en el 50% de actividades, se involucró de 1 a 5 integrantes y, en el 27%, se involucró de 6 a 10 personas.

Tabla 33
Cantidad de actividades por rango de cantidad de personas de la organización involucradas

Rango de cantidad de personas	Cantidad de actividades	Porcentaje
De 1 a 5	134	50%
De 6 a 10	74	27%
De 11 a 20	41	15%
De 21 a 50	17	6%
De 51 a 100	4	1%
Total	270	100%

Con respecto a las personas voluntarias involucradas, las organizaciones señalaron que, en el 80% de las actividades, involucraron voluntariado, mientras que, en un 20%, no lo hicieron. De esta información resalta que, en el 40% de las mismas, se involucró de 1 a 5 personas y, en el 22%, de 6 a 10 personas.

Tabla 34
Cantidad de actividades por rango de cantidad de personas voluntarias involucradas

Rango de cantidad de personas	Cantidad de actividades	Porcentaje
0	53	20%
De 1 a 5	108	40%
De 6 a 10	60	22%
De 11 a 20	32	12%
De 21 a 50	14	5%
De 51 a 100	3	1%
Total	270	100%

Figura 35
Personas involucradas en las actividades más representativas



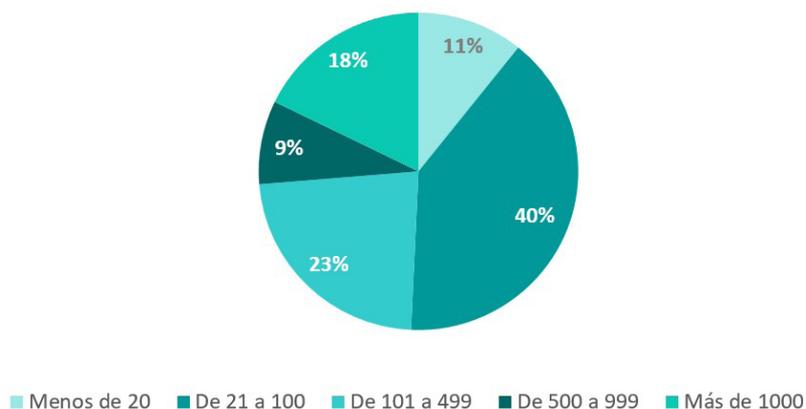
Alcance de las actividades más representativas

El 40% de las actividades más representativas tuvo un alcance de 21 a 100 personas; el 23 %, de 101 a 499; el 18 %, de más de 1000. Asimismo, en menor medida, el 11% tuvo un alcance menor de 20 personas y el 9% se dirigió de 500 a 999 individuos.

Tabla 35
Cantidad de actividades por rango de participantes

Rango de participantes	Cantidad de actividades	Porcentaje
Menos de 20	29	11%
De 21 a 100	108	40%
De 101 a 499	62	23%
De 500 a 999	23	9%
Más de 1000	48	18%
Total	270	100%

Figura 36
Porcentaje de actividades por rango de participantes



Teniendo en cuenta el tipo de actividades las organizaciones indicaron que la mayor cantidad de las acciones formativas, las de debate o articulación, las de creación o difusión vinculada a las artes o las culturales y las de impulso a espacios de promoción cultural, se dirigieron al rango de 21 a 100 personas.

Tabla 36
Cantidad de actividades por rango de participantes y por tipo de actividades

Tipo de actividad	Menos de 20	De 21 a 100	De 101 a 499	De 500 a 999	Más de 1000
Acciones formativas	15	49	20	5	7
Acciones de debate o articulación	2	10	8	3	9
Creación o difusión vinculada a las artes o las culturas	8	23	17	8	15
Impulso a espacios de promoción cultural	0	24	11	5	14
Investigación	4	2	6	2	3

Figura 37
Cantidad de actividades por rango de participantes y por tipo de actividades



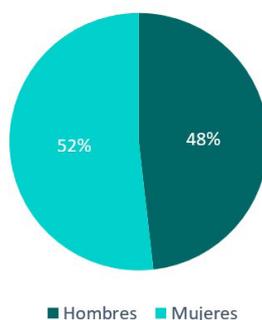
Participación en las actividades más representativas según sexo

En cuanto a la participación de las personas de las comunidades según sexo, se observa que 210 285 mujeres han participado o se han visto beneficiadas de las actividades de las organizaciones. Ocurre lo mismo con 195 669 hombres. Es decir, las organizaciones perciben que la mayoría de personas que participan de sus actividades más representativas son mujeres.

Tabla 37
Cantidad aproximada de participantes

Sexo	Cantidad	Porcentaje
Hombres	195669	48%
Mujeres	210285	52%

Figura 38
Porcentaje de personas participantes o beneficiarias por sexo



Participación de mujeres y hombres relacionada al tipo de actividad

De acuerdo con lo manifestado por las organizaciones, si bien hay una mayor participación de las mujeres en las actividades, cabe mencionar que ellas participan mayoritariamente en acciones de creación o difusión vinculada a las artes o las culturas y de impulso a espacios de promoción cultural. En la misma medida, participan mujeres y hombres en acciones de debate o articulación.

Cabe mencionar que, si bien hay un mayor porcentaje de participación de hombres en las acciones formativas y en las de investigación, la diferencia es de menos del 20% entre ambos sexos.

Por tanto, la participación de las mujeres en las actividades promovidas por las organizaciones reconocidas como puntos de cultura, es constante y alta.

Tabla 38
Participación de mujeres y hombres por tipo de actividad

Tipo de actividad	Cantidad de actividades	Mujeres		Hombres	
		Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Acciones formativas	96	12 317	42%	16 724	58%
Acciones de debate o articulación	32	79 040	50%	79 368	50%
Creación o difusión vinculada a las artes o las culturas	71	32 620	52%	30 304	48%
Impulso a espacios de promoción cultural	54	83 134	56%	65 450	44%
Investigación	17	3174	45%	3823	55%

Figura 39
Participación de mujeres y hombres por tipo de actividad



Aliados de las actividades más representativas

Las organizaciones señalaron que para la realización de las 270 actividades más representativas consiguieron el apoyo de 1065 instituciones como aliadas.

Podemos observar que las instituciones aliadas, en un 49 % de actividades, son otras organizaciones culturales; en un 30 %, son instituciones educativas, en un 22 % son organizaciones sociales; en un 21 %, son empresas; y en un 19 %, son otros puntos de cultura.

Tabla 39
Cantidad y porcentaje por tipo de aliado

Tipo de Aliado	Cantidad	Porcentaje
Otras organizaciones culturales	131	49%
Otros puntos de cultura	52	19%
Organizaciones sociales de base	60	22%
Instituciones educativas, universidades o institutos	82	30%
Empresas	56	21%
Gobiernos locales o provinciales	51	19%
Gobiernos regionales	15	6%
Sede Central del Ministerio de Cultura	28	10%
Dirección Desconcentrada de Cultura del Ministerio de Cultura	29	11%
Otras instituciones del Estado	39	14%

Figura 40
Tipo de Aliados



Resultados de la realización de las actividades más representativas

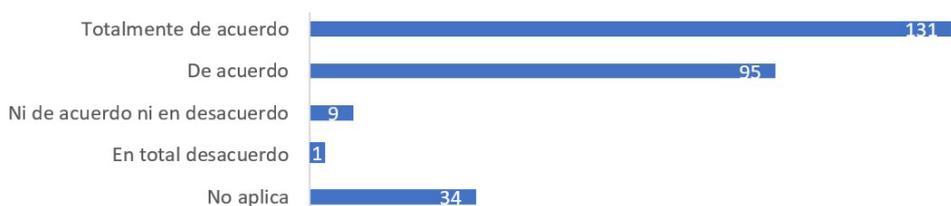
La mayoría de los puntos de cultura señalan que están totalmente de acuerdo con las siguientes afirmaciones como resultados alcanzados de las actividades que han realizaron durante el 2020.

Señalan que están totalmente de acuerdo con el hecho de que, a través de 131 actividades, las personas participantes o beneficiarias de la actividad mostraron cambios positivos.

Tabla 40
Cambios positivos

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	131	49%
De acuerdo	95	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	3%
En total desacuerdo	1	0%
No aplica	34	13%
Total	270	100%

Figura 41
Cambios positivos

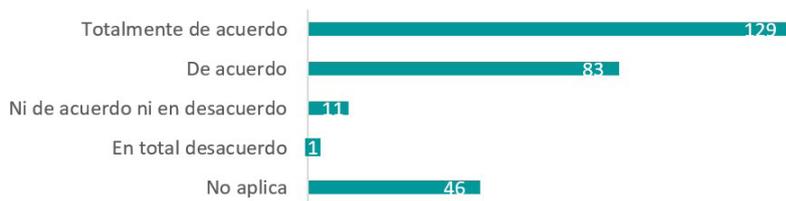


Asimismo, indican que están totalmente de acuerdo que, por medio de 129 actividades realizadas, las personas participantes o beneficiarias aprendieron nuevas destrezas físicas.

Tabla 41
Nuevas destrezas

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	129	48%
De acuerdo	83	31%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	4%
En total desacuerdo	1	0%
No aplica	46	17%
Total	270	100%

Figura 42
Nuevas destrezas

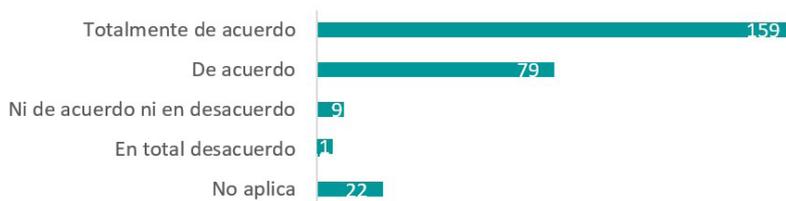


También, mencionan que están totalmente de acuerdo que, por medio de 159 actividades realizadas, las personas participantes o beneficiarias ejercieron sus derechos culturales.

Tabla 42
Ejercicio de Derechos Culturales

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	159	59%
De acuerdo	79	29%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	3%
En total desacuerdo	1	0%
No aplica	22	8%
Total	270	100%

Figura 43
Ejercicio de derechos culturales

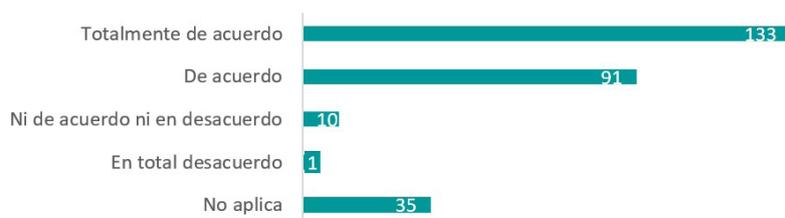


Además, apuntan que están totalmente de acuerdo que, por medio de 133 actividades realizadas, la comunidad adquirió y desarrolló prácticas positivas o saludables.

Tabla 43
Prácticas positivas o saludables

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	133	49%
De acuerdo	91	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	4%
En total desacuerdo	1	0%
No aplica	35	13%
Total	270	100%

Figura 44
Prácticas positivas o saludables

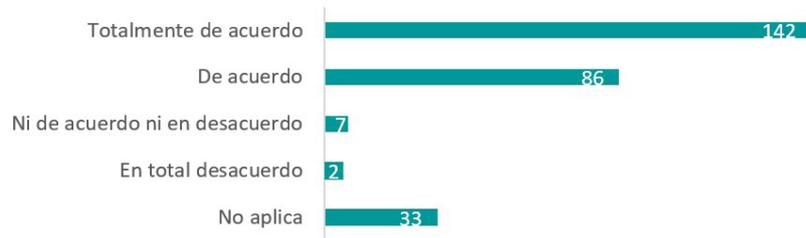


Por último, manifiestan que están totalmente de acuerdo que, por medio de 142 actividades desarrolladas, la comunidad ha mejorado la relación con la organización reconocida como punto de cultura.

Tabla 44
Mejor relación comunitaria

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	142	53%
De acuerdo	86	32%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	3%
En total desacuerdo	2	1%
No aplica	33	12%
Total	270	100%

Figura 45
Mejor relación comunitaria



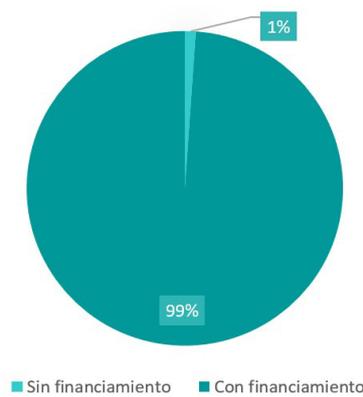
Financiamiento de las actividades más representativas

De acuerdo con lo expresado por los puntos de cultura, el 99% de sus actividades cuentan con diversas fuentes de financiamiento para su realización, tanto internas como externas.

Tabla 45
Financiamiento

Financiamiento	Cantidad	Porcentaje
Sin financiamiento	3	1%
Con financiamiento	267	99%
Total	270	100%

Figura 46
Financiamiento



En cuanto al financiamiento interno, el 27% de actividades fue solventado por cuotas de miembros que conforman el equipo de la organización, el 24% fue por las ventas de bienes y servicios que las organizaciones promueven, y un 19% fue por el pago por parte de las personas participantes o beneficiarias que realizan por participar en las actividades.

Por otro lado, en cuanto al financiamiento externo, un 13% fue por parte de fuentes privadas nacionales, un 10% fue por los Estímulos Económicos de la Cultura impulsados por el Ministerio de Cultura, y un 7% fue por la cooperación internacional. Finalmente, un 4% fue financiado por la Convocatoria a Concursos de Puntos de Cultura.

Tabla 46
Financiamiento de las actividades más representativas

Tipo de financiamiento		Actividades	Porcentaje
Financiamiento interno	Cuotas de miembros del equipo de la organización	74	27%
	Ventas de bienes o servicios de la organización	65	24%
	Pago de parte de las personas participantes o beneficiarias	52	19%
Financiamiento externo	Financiamiento de fuentes privadas nacionales	34	13%
	Estímulos Económicos de la Cultura	28	10%
	Financiamiento de cooperación internacional	18	7%
	Financiamiento a través de la Convocatoria a Concursos de Puntos de Cultura	11	4%
	Otras fuentes de financiamiento	85	31%

Figura 47
Porcentaje de financiamiento



Montos aproximados del valor de las actividades más representativas

Cabe mencionar que los puntos de cultura calcularon aproximadamente que, en 270 actividades más representativas, realizadas durante el 2020, invirtieron S/. 3' 433 603.00 (tres millones cuatrocientos treinta y tres mil seiscientos tres nuevos soles) en alquiler de equipos o infraestructura, pago de honorarios, pago de servicios, entre otros. Cabe mencionar que, el promedio monetario invertido por actividad realizada equivale a S/. 12 717.00 (doce mil setecientos diecisiete nuevos soles).

Por su parte, el monto total del valor no monetario aproximado utilizado en la realización de las actividades equivale a S/. 1' 628 629.00 (un millón seiscientos veintiocho mil seiscientos veintinueve nuevos soles). Este monto ha sido calculado a través de la monetización de los recursos físicos (materiales, equipos o infraestructura, préstamo de local, etc.), recursos humanos (horas del personal voluntario, etc.), entre otros con los que cuenta la organización. Cabe mencionar que, el promedio no monetario invertido por actividad realizada equivale a S/ 6 032.00 (seis mil treinta y dos nuevos soles).

Por último, el ingreso obtenido por el desarrollo de las actividades, es mucho menor de lo invertido. Cabe mencionar que, el promedio de ingreso aproximado equivale a S/. 1 661.00 (mil seiscientos sesenta y un nuevos soles).

Es decir, un punto de cultura invierte aproximadamente S/. 12 000.00 (doce mil nuevos soles) en valor monetario, S/. 6 000.00 (seis mil nuevos soles) en valor no monetario y obtiene S/. 1 000.00 (mil nuevos soles) como ingresos en la realización de una actividad.

Tabla 47

Montos aproximados para la realización de actividades

Tipo de valores	Cantidad Total	Promedio
Valor monetario aproximado invertido en la realización de la actividad	S/. 3' 433 603.00	S/. 12717.00
Valor no monetario aproximado invertido en la realización de la actividad	S/. 1' 628 629.00	S/. 6032.00
Ingresos obtenidos por ventas	S/. 448 410.848	S/. 1661.00

En ese sentido, se podría decir que hay un 68% de inversión de valor monetario, mientras que un 32% de valor no monetario. Ante ello, los ingresos que obtiene los puntos de cultura no superan un 9% de lo invertido.

Figura 48
Inversión de los puntos de cultura



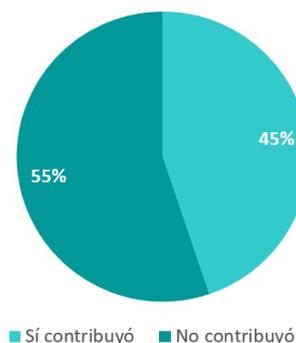
Contribución del programa Puntos de Cultura en las actividades principales de los puntos de cultura

De acuerdo con lo expresado por las 156 organizaciones que realizaron actividades durante el año 2020, el programa ha contribuido en el 45% de las actividades a través de los diferentes mecanismos que se ofrecen.

Tabla 48
Contribución del programa Puntos de Cultura

Contribución	Cantidad	Porcentaje
Sí contribuyó	121	45%
No contribuyó	149	55%
Total	270	100%

Figura 49
Contribución del programa Puntos de Cultura en el desarrollo de actividades

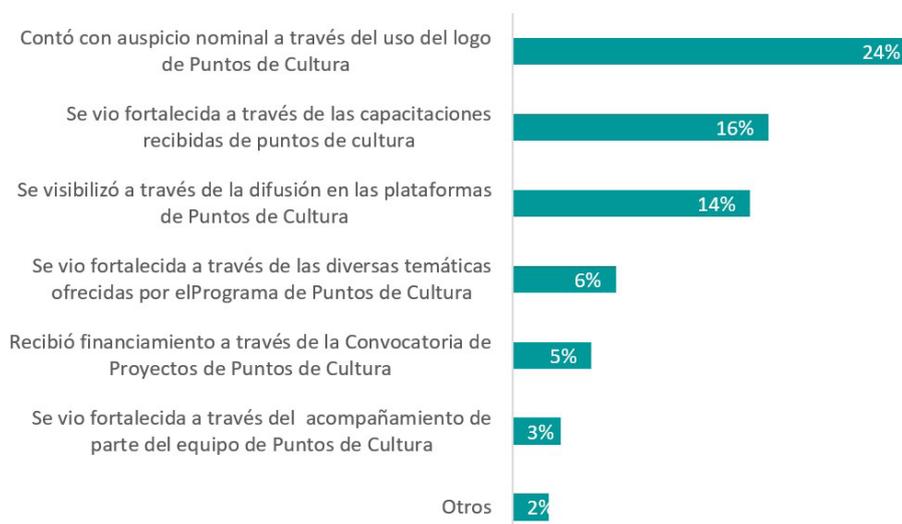


En ese sentido, de una lista de siete opciones de selección múltiple, las organizaciones manifestaron que el programa Puntos de Cultura contribuyó en el 24% de las actividades a través del auspicio nominal del uso del logo; en el 16% a través de las capacitaciones brindadas; en el 14% se vieron visibilizados a través de la difusión en las plataformas del programa. Asimismo, pero en menor medida, se vieron fortalecidas por temáticas ofrecidas por el programa, el otorgamiento de financiamientos a través de convocatorias de proyectos y el acompañamiento brindado por parte del equipo del programa Puntos de Cultura.

Tabla 49
Tipo de contribución del programa Puntos de Cultura en las actividades de los puntos de cultura

Tipo de contribución del programa Puntos de Cultura	Cantidad	Porcentaje
Contó con auspicio nominal a través del uso del logo de Puntos de Cultura	66	24%
Se vio fortalecida a través de las capacitaciones recibidas de Puntos de Cultura	42	16%
Se visibilizó a través de la difusión en las plataformas de Puntos de Cultura	39	14%
Se vio fortalecida a través de las diversas temáticas ofrecidas por el programa de Puntos de Cultura	17	6%
Recibió financiamiento a través de la Convocatoria de Proyectos de Puntos de Cultura	13	5%
Se vio fortalecida a través del acompañamiento de parte del equipo de Puntos de Cultura	8	3%
Otros	6	2%

Figura 50
Tipo de contribución del programa de Puntos de Cultura



Resultados en función a la información presentada por 183 puntos de cultura

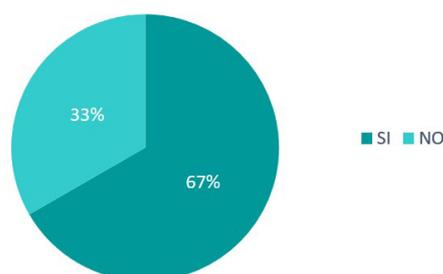
d) Sección 4: actividades donde participaron los puntos de cultura en el 2020.

Según lo presentado por los 183 puntos de cultura, hay un 67% de organizaciones que lograron participar en las actividades de otras organizaciones, durante el 2020. Por su parte un 33% no pudo participar de este tipo de invitaciones.

Tabla 50
Participación de los puntos de cultura en otras actividades de otras organizaciones

	Cantidad de organizaciones	Porcentaje
Sí	122	67%
No	61	33%
Total	183	100%

Figura 51
Participación de los puntos de cultura en otras actividades



Resultados en función a la información presentada por 122 puntos de cultura que participaron de actividades de otras organizaciones

Participación de los puntos de cultura en actividades de otras organizaciones

De una lista de cinco opciones de selección múltiple, las 122 organizaciones manifestaron en qué tipo de actividades externas participaron durante el 2020. De acuerdo con esto, 60 organizaciones participaron en acciones de debate o articulación, como seminarios, conversatorios, foros, encuentros, congresos u otros. Luego, 50 en acciones de creación o difusión vinculadas a las artes o las culturas, como presentaciones o muestras artísticas, conciertos, exposiciones, muralizaciones, proyecciones, pasacalles, *performance* u otros. Asimismo, 48 participaron en acciones formativas como talleres, capacitaciones, visitas, excursiones pedagógicas. Además, 48 en acciones de impulso a espacios de promoción cultural, como festivales, festividades, jornadas comunitarias, rituales, ceremonias u otros. Finalmente, 11 participaron en acciones de investigación, como recolección de información, sistematización, publicación u otro.

Tabla 51
Participación de puntos de cultura por tipo de actividad

Tipo de Actividad	Cantidad de puntos de cultura
Acciones de debate o articulación	60
Creación o difusión vinculada a las artes o las culturas	50
Acciones formativas	48
Impulso a espacios de promoción cultural	48
Investigación	11

Figura 52
Participación de puntos por tipo de actividad



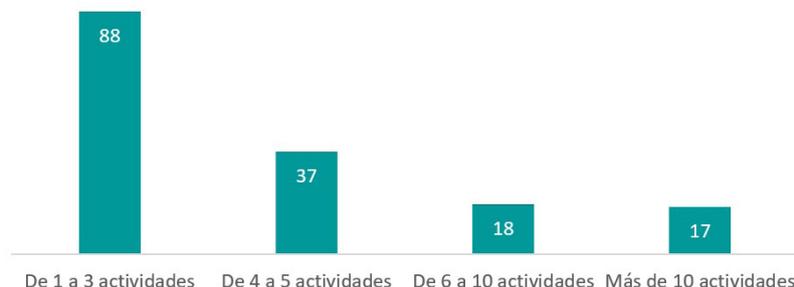
Cantidad de participación de los puntos de cultura en actividades de otras organizaciones

Las organizaciones indicaron, sobre una lista de selección múltiple, que participaron predominantemente en el rango de 1 a 3 actividades en el año.

Tabla 52
Cantidad de puntos de cultura participantes en actividades externas por frecuencia

Frecuencia de realización de la actividad	Cantidad de puntos de cultura
De 1 a 3 actividades	88
De 4 a 5 actividades	37
De 6 a 10 actividades	18
Más de 10 actividades	17

Figura 53
Cantidad aproximada de actividades donde participó durante el año pasado



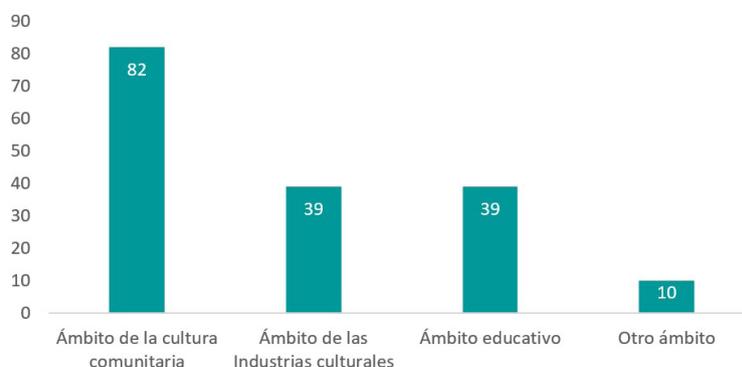
Ámbito de las actividades donde los puntos de cultura participaron

De una lista de cuatro opciones de selección múltiple, las organizaciones manifestaron el ámbito de las actividades donde participaron durante el 2020. Por lo que 82 organizaciones participaron en actividades del ámbito de la cultura comunitaria, 39 se involucraron en actividades del ámbito de las industrias culturales, 39 intervinieron del ámbito educativo y 10 de otro ámbito.

Tabla 53
Cantidad de puntos de cultura por el ámbito de participación

Tipo de ámbito	Cantidad de puntos de cultura
Ámbito de la cultura comunitaria	82
Ámbito de las industrias culturales	39
Ámbito educativo	39
Otro ámbito	10

Figura 54
Cantidad de puntos de cultura por el ámbito de participación



Instituciones organizadoras de las actividades donde los puntos de cultura participaron

Principalmente, los puntos de cultura participan en actividades que promueven otras organizaciones culturales y puntos de cultura. Luego, en menor medida, intervienen en actividades convocadas por instituciones educativas, organizaciones sociales de base e instituciones del Estado.

Tabla 54
Participación de los puntos de cultura en otras instituciones

Institución organizadora	Cantidad mínima de actividades	Cantidad de puntos de cultura participantes
Otras organizaciones culturales	137	91
Otros puntos de cultura	53	47
Instituciones educativas, universidades o institutos	42	27
Gobiernos locales o provinciales	37	31
Otras instituciones del Estado	37	27
Organizaciones sociales de base	33	26
Sede Central del Ministerio de Cultura	27	21
Empresas	19	14
Dirección Desconcentrada de Cultura del Ministerio de Cultura	18	17
Gobiernos regionales	9	8

Figura 55
Instituciones organizadoras



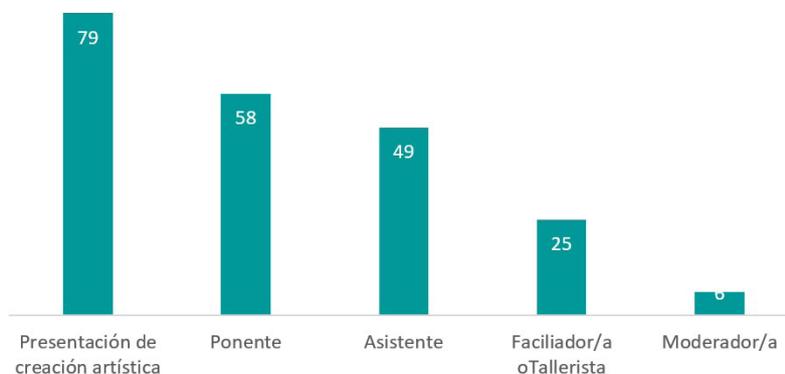
Tipo de participación de los puntos de cultura en otras actividades

En las actividades externas, los puntos de cultura han participado con una creación artística de forma mayoritaria. Luego, han intervenido como ponente, asistente y, en menor medida, como facilitadores, talleristas y moderadores.

Tabla 55
Tipo de participación de los puntos de cultura

Tipo de participación	Participación en actividades	Puntos de cultura participantes
Presentación de creación artística	79	65
Ponente	58	56
Asistente	49	36
Facilitador/a o tallerista	25	22
Moderador/a	6	5

Figura 56
Tipo de participación de los puntos de cultura



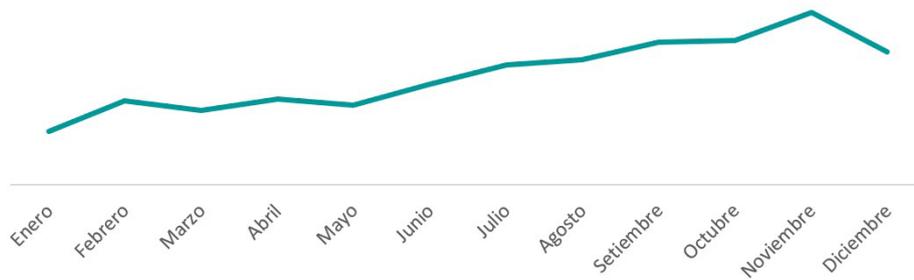
Participación en actividades por mes

Los 122 puntos de cultura señalan que al menos han participado en 692 actividades en el último año. Los meses de mayor participación fueron de junio a noviembre, mientras que los de menos participación fueron los meses de enero a mayo.

Tabla 56
Distribución mínima de actividades realizadas por mes

Meses	Cantidad mínima de actividad realizada
Enero	28
Febrero	44
Marzo	39
Abril	45
Mayo	42
Junio	53
Julio	63
Agosto	66
Septiembre	75
Octubre	76
Noviembre	91
Diciembre	70
Total	692

Figura 57
Meses de mayor participación



Resultados en función a la información presentada por 183 puntos de cultura

e) Sección 5: evaluación de la gestión de puntos de cultura

En esta sección, se muestran los resultados medidos acerca de la evaluación de la gestión de Puntos de Cultura, en dos aspectos: evaluación general y evaluación de los mecanismos de promoción de los puntos de cultura. Por un lado, la evaluación general mide la satisfacción acerca del trato recibido y la disposición para resolver y atender consultas de la Sede Central y de la Dirección Desconcentrada de Cultura. Por otro lado, la evaluación de promoción de puntos de cultura evalúa el diálogo y la participación, las acciones para el protagonismos y la visibilidad, los concursos de proyectos para puntos de cultura, las acciones acciones para fomentar el fortalecimiento de capacidades y generación de conocimientos, y acciones para el monitoreo y acompañamiento.

Evaluación General

Esta sección mide la evaluación general acerca de la satisfacción sobre la promoción de los puntos de cultura, la cual evalúa el trato y la disposición para atender y absolver consultas desde el Ministerio de Cultura.

La mayoría de las organizaciones indican que se sienten satisfechas y muy satisfechas con las disposiciones sobre la atención y absolución de consultas.

Tabla 57
Evaluación general del programa de puntos de cultura

Rubro	Muy Insatisfactorio	Insatisfactorio	Ni insatisfactorio/ ni satisfactorio	Satisfactorio	Muy satisfactorio
El trato recibido por el equipo operativo del programa Puntos de Cultura de la Sede Central	12	4	27	47	90
La disposición para resolver y atender las consultas por parte del equipo operativo del programa Puntos de Cultura de la Sede Central	9	6	25	52	88
El trato recibido por el equipo de la Dirección Desconcentrada de Cultura	26	13	32	30	58
La disposición para resolver y atender las consultas por parte del equipo de la Dirección Desconcentrada de Cultura	30	10	29	34	56

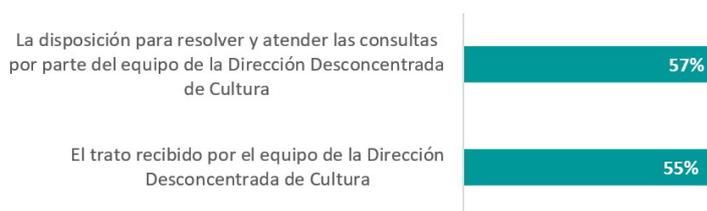
La evaluación general acerca de la disposición para resolver y atender consultas, y del trato recibido por el equipo operativo de Puntos de Cultura de la Sede Central, indica una satisfacción del 78% y el 76%, respectivamente.

Figura 58
Evaluación general de la Sede Central



La evaluación general acerca de la disposición para resolver y atender consultas, y del trato recibido por el equipo de la Dirección Desconcentrada de Cultura de su región, indica una satisfacción del 57% y el 55%, respectivamente.

Figura 59
Evaluación general de las Direcciones Desconcentradas de Cultura



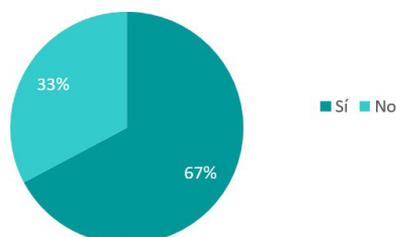
Del Diálogo y Participación

De acuerdo a las organizaciones (67%) asistieron a los espacios de diálogo y participación. Por su parte, 60 (33%) no lo hicieron.

Tabla 58
Puntos de cultura en los espacios de dialogo y participación

	Cantidad de puntos de cultura	Porcentaje
Sí	123	67%
No	60	33%
Total	183	100%

Figura 60
Diálogo y participación



En ese sentido, las reuniones regionales fueron el espacio que tuvo más participación con un 37% de respuesta de los puntos de cultura, las plenarias de monitoreo tuvieron una participación del 30%, los espacios de trabajo conjunto un 21%, y los encuentros un 19%.

Tabla 59
Participación de los puntos de cultura en espacios de diálogo y participación

Espacios de diálogo y participación	Cantidad	Porcentaje
Reuniones regionales	67	37%
Plenarias de monitoreo	54	30%
Espacios de trabajo conjunto	38	21%
Encuentros	35	19%

Figura 61
Espacios de participación de los puntos de cultura



En cuanto a la evaluación sobre los espacios de diálogo y participación, la mayoría de las organizaciones indican que están de acuerdo con las proposiciones planteadas.

Tabla 60
Evaluación del diálogo y participación

Proposiciones	En total des-acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
A partir de su participación, el programa Puntos de Cultura escuchó las ideas propuestas en las reuniones	27	3	1	69	17
A partir de su participación, el programa Puntos de Cultura concretó los acuerdos establecidos en las reuniones.	1	6	35	66	9
A partir de su participación, la organización cuenta con disposición positiva para dialogar con el programa Puntos de Cultura.	1	1	16	57	41

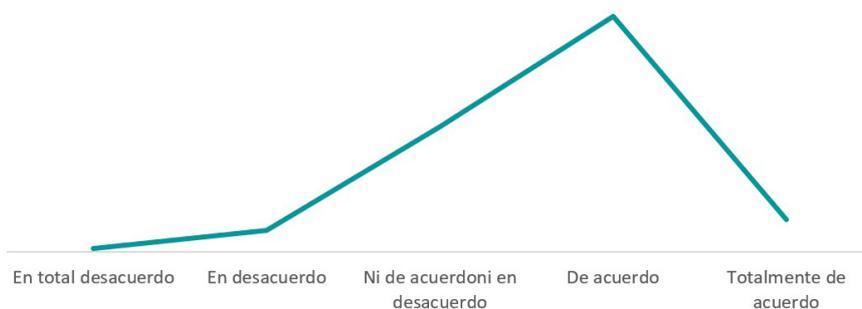
En ese sentido, la mayoría está de acuerdo que, a partir de su participación, las propuestas brindadas fueron escuchadas y tomadas en cuenta por parte del programa de puntos de cultura.

Figura 62
A partir de su participación, el programa Puntos de Cultura escuchó las ideas propuestas en las reuniones



Asimismo, están de acuerdo con el hecho de que se concretaron los acuerdos establecidos en las reuniones.

Figura 63
A partir de su participación, el programa Puntos de Cultura concretó los acuerdos establecidos en las reuniones



Por último, consideran que las organizaciones cuentan con disposición positiva para entablar el diálogo con el programa Puntos de Cultura.

Figura 64
A partir de su participación, la organización cuenta con disposición positiva para dialogar con el programa Puntos de Cultura



Acciones para el protagonismo y la visibilidad

En este apartado, los puntos de cultura comentan sobre el uso del logo de puntos de cultura, la difusión de su contenido, las plataformas frecuentadas, y el medio más útil para recibir información como puntos de cultura.

Uso de Logo

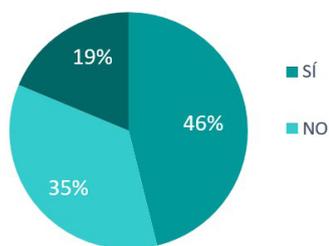
De acuerdo a la respuesta de 123 organizaciones (67%) asistieron a los espacios de diálogo y participación. Mientras que, 60 (33%) no lo hicieron.

De acuerdo a la respuesta, un 46% de los puntos de cultura utiliza el logo, un 35% no lo usa y un 19% no sabía que podía contar con este beneficio para los puntos de cultura.

Tabla 61
Uso del logo de Puntos de Cultura

Uso del Logo	Cantidad	Porcentaje
Sí	84	46%
No	64	35%
No sabía que podía usarlo	34	19%
Total	183	100%

Figura 65
Uso del Logo de Puntos de Cultura



En cuanto a la evaluación sobre el uso del logo, la mayoría de las organizaciones que utilizaron el logo indican que están de acuerdo porque les brinda mayor visibilidad a sus actividades.

Tabla 62
Evaluación del auspicio nominal

Proposición	En total desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
A partir del auspicio nominal (uso del logo), la organización consiguió mayor visibilidad	1	3	20	36	24

Figura 66
Mayor visibilidad por uso del Logo



Difusión de las actividades

De acuerdo a las respuestas, un 26% de las organizaciones compartieron su información para su difundirlas en las plataformas del programa. Sin embargo, un 62% de los puntos de cultura, no lo hizo, mientras que un 13% no sabían que podían enviar sus actividades.

Tabla 63
Difusión de las actividades

Difusión	Cantidad	Porcentaje
Sí	47	26%
No	113	62%
No sabía que podía hacerlo	23	13%
Total	183	100%

Figura 67
Difusión de actividades



En cuanto a la evaluación sobre los resultados obtenidos a partir de la difusión en las plataformas del programa, la mayoría de las organizaciones indican que están de acuerdo en que consiguieron mayor presencia en medios.

Tabla 64
Evaluación de la difusión

Proposición	En total desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
A partir de esta difusión, la organización consiguió mayor presencia en medios de comunicación tradicionales	4	8	15	16	3
A partir de esta difusión, la organización consiguió mayor presencia en prensa web, redes sociales u otros medios.	1	11	10	21	3

Asimismo, 16 organizaciones indicaron estar de acuerdo con que, a través de la difusión, lograron mayor presencia en medios tradicionales.

Figura 68
Mayor presencia en medios de comunicación tradicionales



Además, 21 organizaciones consiguieron mayor presencia en las redes sociales, plataformas web o herramientas de difusión virtual.

Figura 69
Mayor presencia en prensa web, redes sociales u otros medios



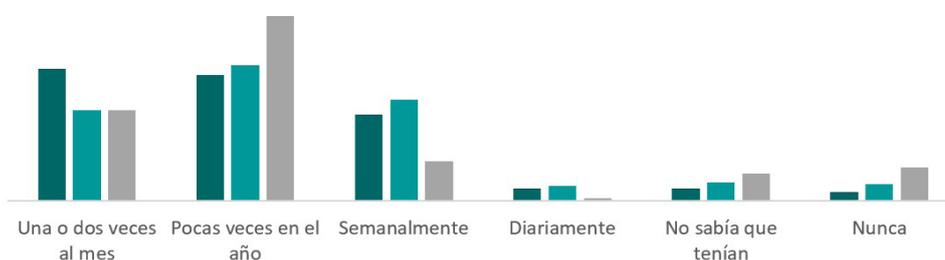
Plataformas de Puntos de Cultura

De acuerdo con las respuestas brindadas, la red social de Facebook, es visitada mayormente una o dos veces al mes. Asimismo, el grupo cerrado de Facebook, es visitado semanalmente. Por último, la página web de Puntos de Cultura, es visitada pocas veces en el año.

Tabla 65
Difusión de las actividades

Frecuencia	Facebook de Puntos de Cultura	Grupo cerrado de Facebook de Puntos de Cultura	Página web de Puntos de Cultura
Una o dos veces al mes	64	44	44
Pocas veces en el año	61	66	90
Semanalmente	42	49	19
Diariamente	6	7	1
No sabía que tenían	6	9	13
Nunca	4	8	16
Total	183	183	183

Figura 70
Plataformas del programa de puntos de cultura



Medio para recibir información

El 22% de las organizaciones indicó que el medio más efectivo para recibir información de Puntos de Cultura, es a través de mensajes de texto y para el 17% de las organizaciones es a través de las plenarios.

Tabla 66
Medio de comunicación para recibir información

Medio	Cantidad	Porcentaje
Mensajes de texto	41	22%
Plenarias	32	17%
Correo electrónico	17	9%
Grupo cerrado de Facebook de Puntos de Cultura	17	9%
Fan page de Puntos de Cultura	12	7%
Llamadas telefónicas	8	4%
Mensajes de Whatsapp	5	3%

Figura 71
Medios para recibir información



Evaluación sobre los concursos de Puntos de Cultura

Evaluación de los servicios relacionados a la Convocatoria a los Concursos de Proyectos para Puntos de Cultura durante el 2020

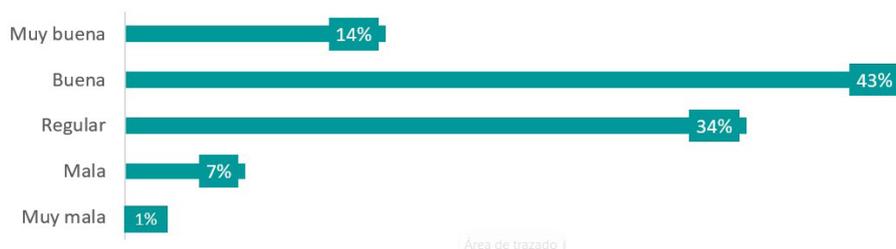
La mayoría de las organizaciones considera buenos los servicios relacionados a los concursos dirigidos a puntos de cultura como las categorías, las bases, el cronograma, las charlas de capacitación, las asesorías virtuales, la plataforma virtual y el proceso de levantamiento de observaciones.

Tabla 67
Evaluación sobre los servicios relacionados a la Convocatoria a Concursos

Evaluación	Categorías de los concursos		Bases de los concursos		Cronograma de postulación		Charlas de capacitación		Asesorías virtuales		Plataforma virtual de postulación		Proceso para levantar observaciones	
	C	P	C	P	C	P	C	P	C	P	C	P	C	P
Muy buena	26	14%	22	12%	22	12%	34	19%	32	17%	21	11%	17	9%
Buena	78	43%	78	43%	89	49%	89	49%	81	44%	86	47%	77	42%
Regular	62	34%	66	36%	59	32%	47	26%	55	30%	58	32%	69	38%
Mala	12	7%	11	6%	7	4%	8	4%	9	5%	10	5%	12	7%
Muy mala	2	1%	3	2%	3	2%	2	1%	3	2%	5	3%	5	3%

En ese sentido, un 43% de los puntos de cultura califica como buenas las categorías de los concursos.

Figura 72
Categoría de los concursos de puntos de cultura



Asimismo, un 43% califica como buenas las bases de los concursos.

Figura 73
Bases de los concursos de puntos de cultura



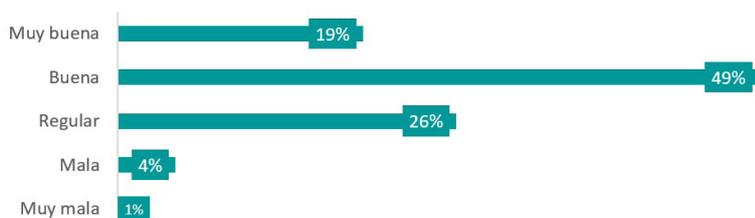
Cabe mencionar que un 49% califica como bueno el cronograma de los concursos.

Figura 74
Cronograma de los concursos de puntos de cultura



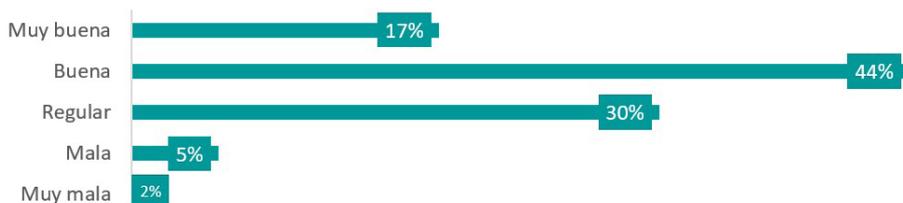
De igual modo, un 49% califica como buenas las charlas de capacitación que se realizan para difundir la convocatoria a los concursos.

Figura 75
Charlas y capacitación para los concursos de puntos de cultura



Además, un 44% califica como buenas las asesorías virtuales que se realizan para responder a las consultas sobre el proceso de convocatoria a los concursos.

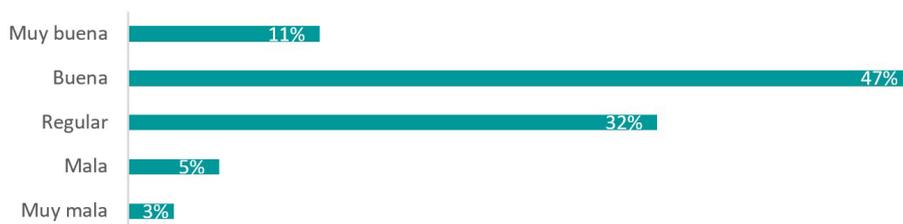
Figura 76
Asesorías virtuales sobre los concursos de los puntos de cultura



También, un 47% califica como buena la plataforma virtual donde se alojan los formularios de postulación.

Figura 77

Plataforma virtual para los puntos de cultura



Finalmente, un 42% califica como bueno el proceso de levantamiento de observaciones que se realizan para los concursos.

Figura 78

Levantamiento de observaciones para los concursos de puntos de cultura



Categoría de proyectos

De una lista de ocho opciones de selección múltiple, el 71% de las organizaciones indicaron que la categoría para los proyectos más necesaria que se debe fomentar en las siguientes ediciones de las convocatorias es la de equipamiento e infraestructura. En menor medida, se encuentran las siguientes categorías: acciones formativas, fortalecimiento institucional, investigación y sistematización, acciones públicas, proyectos intersectoriales o intergubernamentales, articulación, y circulación y movilidad.

Tabla 68
Categoría de proyectos

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Equipamiento e infraestructura	130	71%
Acciones formativas	80	44%
Fortalecimiento institucional	70	38%
Investigación y sistematización	65	36%
Acciones públicas	64	35%
Proyectos intersectoriales o intergubernamentales	38	21%
Articulación	34	19%
Circulación y movilidad	32	17%

Figura 79
Categoría de proyectos



Fomentar del fortalecimiento de capacidades y la generación de conocimientos

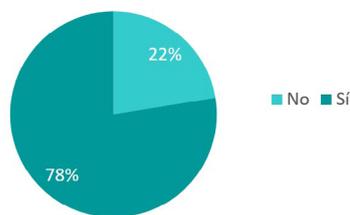
Participación en acciones de fortalecimiento de capacidades

De acuerdo con las respuestas, un 78% de las organizaciones participaron en las acciones del fortalecimiento del programa, mientras que un 22% de los puntos de cultura, no lo hizo.

Tabla 69
Participación en las acciones de fortalecimiento

Participación	Cantidad	Porcentaje
Sí	142	78%
No	41	22%
Total	183	100%

Figura 80
Difusión de actividades



Asimismo, un 53% de las organizaciones participaron en talleres, un 43% en charlas y un 37% en cursos.

Tabla 70
Participación en las acciones de fortalecimiento por tipo

Acciones	Cantidad	Porcentaje
Talleres	97	53%
Charlas	79	43%
Cursos	67	37%

Figura 81
Participación en acciones de fortalecimiento de capacidades por tipo



Evaluación del fortalecimiento de la organización

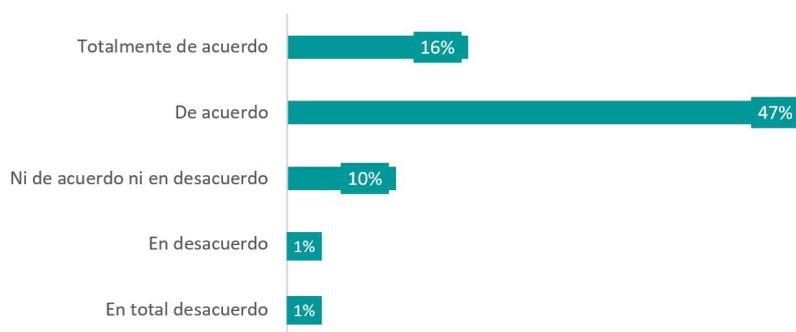
En cuanto a la evaluación sobre los resultados obtenidos a partir de la participación en las acciones de fortalecimiento, la mayoría de las organizaciones indican que están de acuerdo con que, a través de este mecanismo, han accedido a nuevos conocimientos que han sido de utilidad, lo que ha permitido que los apliquen en sus actividades.

Tabla 71
Evaluación de las acciones de fortalecimiento

Proposición	En total des-acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
A partir de esta participación, la organización accedió a nuevos conocimientos, competencias y actitudes.	1	1	18	86	30
A partir de esta participación, la organización considera que los contenidos han sido de utilidad para fortalecer sus actividades y proyectos.	1	3	25	79	28
A partir de esta participación, la organización ha aplicado los aprendizajes adquiridos en sus actividades y proyectos realizados.	1	3	29	75	28

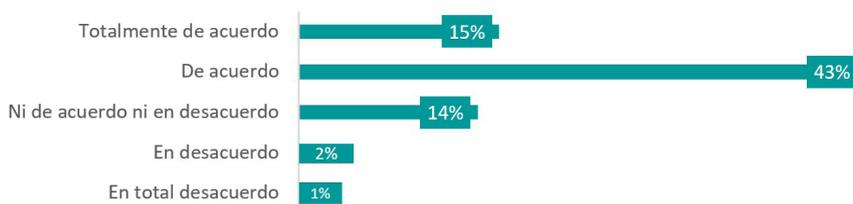
En ese sentido, un 47% de los puntos de cultura está de acuerdo con el acceso a nuevos conocimientos, competencias y actitudes.

Figura 82
Nuevos conocimientos, competencias y actitudes



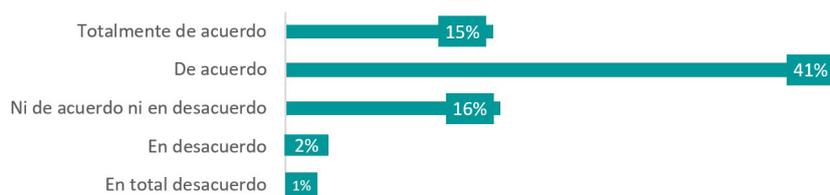
Asimismo, un 43% está de acuerdo con que los contenidos han sido de utilidad para fortalecer sus actividades y proyectos.

Figura 83
Contenidos de utilidad para las actividades y proyectos



Un 41% está de acuerdo con lo práctico que resulta aplicar los aprendizajes adquiridos en sus actividades y proyectos realizados.

Figura 84
Aplicación de aprendizajes



Contenidos considerados por los puntos de cultura para las próximas ediciones

Las organizaciones proponen, como tema o contenido necesario para su abordaje en las próximas ediciones, el diseño de proyectos culturales comunitarios en primer lugar.

Luego estrategias de comunicación a través de recursos digitales, la autogestión de recursos y el financiamiento de una organización, las pedagogías para el trabajo cultural comunitario, la orientación legal para organizaciones culturales comunitarias, la innovación social, entre otras.

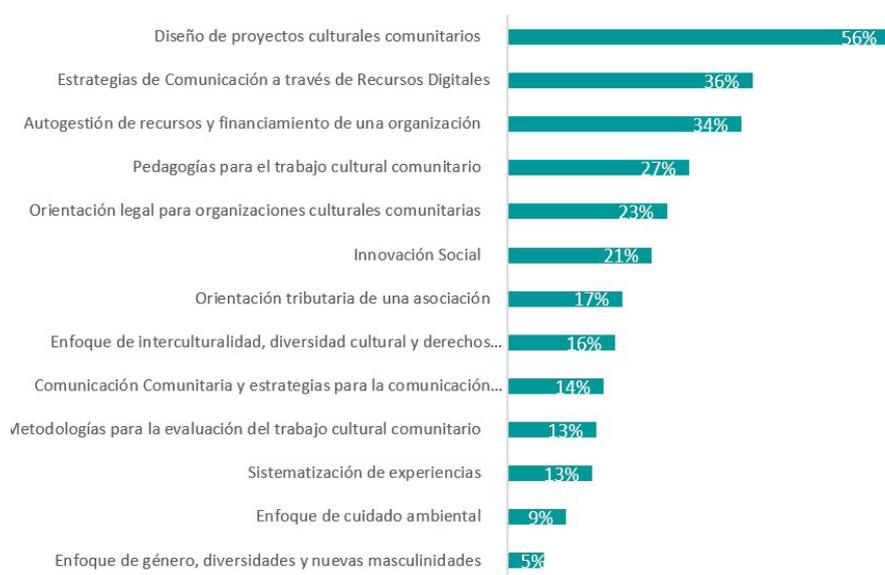
Tabla 72
Contenido para las próximas ediciones

Contenidos	Cantidad	Porcentaje
Diseño de proyectos culturales comunitarios	103	56%
Estrategias de comunicación a través de recursos digitales	66	36%
Autogestión de recursos y financiamiento de una organización	63	34%
Pedagogías para el trabajo cultural comunitario	49	27%
Orientación legal para organizaciones culturales comunitarias	43	23%

Contenidos	Cantidad	Porcentaje
Innovación social	39	21%
Orientación tributaria de una asociación	31	17%
Enfoque de interculturalidad, diversidad cultural y derechos culturales	29	16%
Comunicación comunitaria y estrategias para la comunicación institucional	26	14%
Metodologías para la evaluación del trabajo cultural comunitario	24	13%
Sistematización de experiencias	23	13%
Enfoque de cuidado ambiental	16	9%
Enfoque de género, diversidades y nuevas masculinidades	10	5%

Figura 85

Contenidos considerados necesarios para fortalecer la organización



Asimismo, tomando en cuenta anteriores resultados, como la participación mayoritaria de mujeres en las actividades, sería importante impulsar espacios de formación relacionados al enfoque de género, las diversidades y las nuevas masculinidades, entre otros.

Figura 86
Temas de fortalecimiento para los puntos de cultura



Monitoreo y acompañamiento

En cuanto a la evaluación sobre el impacto de la Red Nacional de Puntos de Cultura en el desarrollo de las organizaciones, la mayoría indican que están de acuerdo que, a partir del reconocimiento como punto de cultura, formen parte de la política pública cultural, manteniendo su autonomía y protagonismo. Esto, les ha permitido generar nuevas articulaciones y les ha brindado mayor visibilidad.

Tabla 73
Evaluación del Impacto de la Red Nacional de Puntos de Cultura

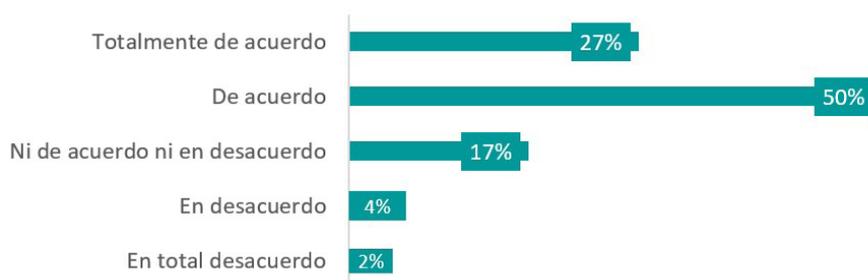
Proposición	En total desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
A partir del reconocimiento como punto de cultura, la organización forma parte de la política pública cultural.	3	7	31	92	50
A partir del reconocimiento como punto de cultura, la organización mantiene su autonomía y es protagonista.	3	10	29	93	48

Proposición	En total desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
A partir del reconocimiento como punto de cultura, la organización ha generado nuevas articulaciones	10	25	54	68	26
A partir del reconocimiento como Punto de Cultura, la organización cuenta con mayor visibilidad ante la ciudadanía y el sector cultural.	7	20	58	71	27

En ese sentido, un 50% de los puntos de cultura está de acuerdo con que la organización forme parte de la política pública cultural Puntos de Cultura.

Figura 87

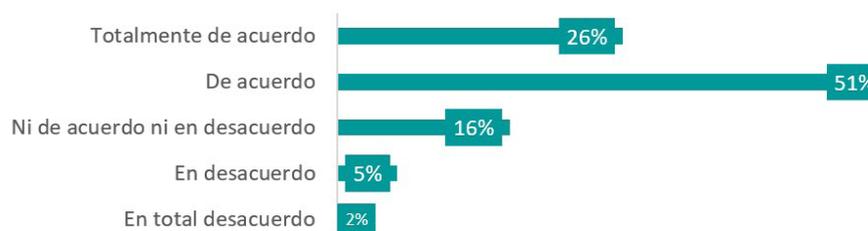
Formar parte de la política pública



Asimismo, un 51% señala que está de acuerdo en que mantiene su autonomía y es protagonista de la Red Nacional de Puntos de Cultura.

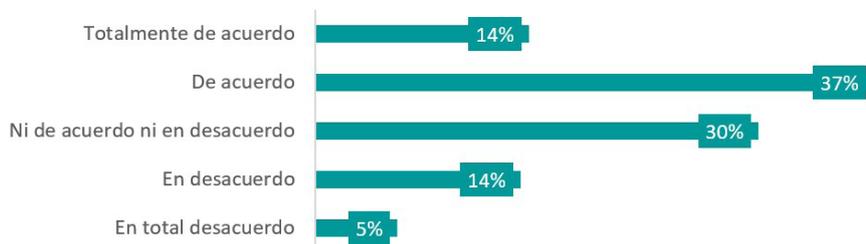
Figura 88

Autonomía y protagonismo



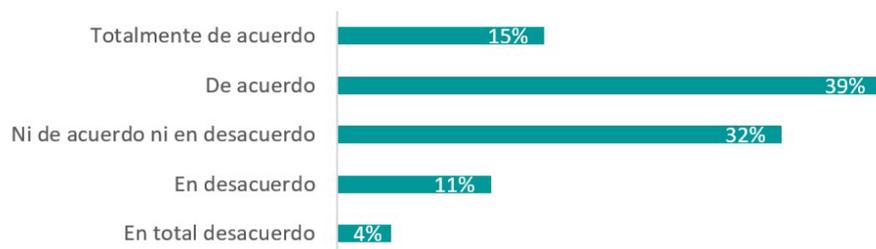
También, un 37% indica que está de acuerdo con que ser parte de la Red Nacional de Puntos de Cultura le ha permitido generar nuevas articulaciones.

Figura 89
Nuevas articulaciones



Finalmente, un 39% indica que está de acuerdo con que ser parte de la Red Nacional de Puntos de Cultura le ha permitido contar con mayor visibilidad ante la ciudadanía y el sector cultural.

Figura 90
Visibilización ante la ciudadanía y el sector cultural







3 Resultados finales

3

Resultados finales

- Según lo presentado, el 90% de las organizaciones reconocidas como puntos de cultura cumplieron con la presentación del Informe anual de gestión.
- Durante el 2020, los puntos de cultura realizaron diversas modificaciones en cuanto a la conformación del equipo, el lugar de ejecución de actividades, así como los materiales y las herramientas para llevar a cabo su accionar.
- Conforme a lo presentado, la mayoría de estos cambios fueron orientados a la creación de contenido digital y virtual. Sin embargo, hubo una minoría que no logró ejecutar acciones.
- En consecuencia, a partir de la crisis sanitaria generada por la COVID-19, los puntos de cultura, reestructuraron los equipos que los conformaban. Además, migraron las acciones que realizaban presencialmente a la virtualidad. Esto, les motivó a generar nuevas plataformas para el desarrollo de sus actividades, con el fin de afianzar los lazos con sus participantes y para forjar nuevos vínculos, al interior de la comunidad.
- De los 183 puntos de cultura, 156 Puntos de Cultura realizaron actividades durante el 2020.
- Estas 156 organizaciones realizaron al menos 1303 actividades a lo largo del 2020. A nivel de frecuencia, las actividades oscilaron mayoritariamente entre 1 a 3 en el año. Un 65% de las organizaciones realizó acciones formativas que comprenden talleres, capacitaciones, visitas, excursiones pedagógicas u otros. Un 55% ejecutó acciones de creación o difusión vinculadas a las artes o las culturas, como presentaciones o muestras artísticas, conciertos, exposiciones, muralizaciones, proyecciones, pasacalles, *performance* u otros. Por su parte, un 36% protagonizó acciones de debate o articulación, como seminarios, conversatorios, foros, encuentros, congresos u otros. Un 35%, acciones de impulso a espacios de promoción cultural, como festivales, festividades, jornadas comunitarias, rituales, ceremonias u otros. Finalmente, un 22% ejecutó acciones de investigación, como recolección de información, sistematización, publicación u otro.
- Un 61% fueron actividades virtuales, y un 39%, actividades presenciales. Se evidencia el descenso de las presenciales y el incremento de las virtuales a lo largo del 2020.

- En promedio, en cada actividad realizada por punto de cultura, se alcanzó entre 21 a 100 personas beneficiadas y participantes. Entre ellas, mayormente, se observó el público objetivo adolescente (12 a 14 años), joven (15 a 29 años) y adulto joven (30 a 44 años). Incluso, se registró una mayor participación por parte de las mujeres como público específico.
- En promedio, en cada actividad, se involucra a 18 personas en la realización de la misma. De esta, el 56% (10) forma parte del equipo de la organización y el 44% (8) es personal voluntario que apoya en las funciones que se le asignen.
- En promedio, las principales instituciones aliadas en las actividades de los puntos de cultura, son otras organizaciones culturales.
- La principal fuente de financiamiento de las actividades de los puntos de cultura son los aportes de las y los miembros de la organización.
- La organización en promedio invierte S/. 12 000.00 (doce mil soles) como valor monetario para el desarrollo de su actividad. En cuanto al valor no monetario, la organización invierte un promedio de S/. 6 000.00 (seis mil soles) para el desarrollo de la actividad a través de equipamiento, mobiliario, espacios, horas de trabajo voluntario o no remunerado, entre otros. Además, si bien las organizaciones, en su mayoría, no manifiestan ingresos económicos en sus actividades, para quienes manifiestan que cuentan con un ingreso, este no supera lo invertido y equivale a S/. 1 000 (mil soles).
- También, la participación de los puntos de cultura en otros espacios generados por otras organizaciones, descendió. Sin embargo, hubo una minoría que intervino en estas actividades externas, a través de la presentación de alguna creación artística, como ponente o como asistente. Estas actividades, mayormente, fueron del ámbito de la cultura comunitaria y se desarrollaron virtualmente, por lo que generó un mayor alcance de participación de otras personas, fuera del rango con el que trabajaban usualmente.
- En cuanto a la evaluación de la gestión de Puntos de Cultura, el 70% de organizaciones que participó en los espacios de diálogo está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que, las propuestas brindadas fueron escuchadas y tomadas en cuenta por parte del programa puntos de cultura.
- El 51% de organizaciones que compartieron su información para difundirlas en las plataformas de Puntos de Cultura indica que está totalmente de acuerdo o de acuerdo en que consiguieron mayor presencia en prensa web, redes sociales u otros medios.
- El 59% de organizaciones evalúa como muy buenos o buenos los servicios relacionados a los concursos dirigidos a puntos de cultura, como las categorías, las bases, el cronograma, las charlas de capacitación, las asesorías virtuales, la plataforma virtual y el proceso de levantamiento de observaciones.

- El 59% de organizaciones que participaron en las acciones de fortalecimiento, evalúa que está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que, a través de este mecanismo, han accedido a nuevos conocimientos que han sido de utilidad, lo que ha permitido que los apliquen en sus actividades.
- El 77% de organizaciones está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la organización forma parte de la política pública cultural Puntos de Cultura.
- El 77% de organizaciones señala que está totalmente de acuerdo o de acuerdo en que mantiene su autonomía y es protagonista de la Red Nacional de Puntos de Cultura.
- El 51% de organizaciones indica que está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que ser parte de la Red Nacional de Puntos de Cultura le ha permitido generar nuevas articulaciones.
- El 54% de organizaciones indica que está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que ser parte de la Red Nacional de Puntos de Cultura le ha permitido contar con mayor visibilidad ante la ciudadanía y el sector cultural.



www.gob.pe/cultura
Av. Javier Prado Este 2465, San Borja
Lima 41, Perú

ISBN: 978-612-4391-67-5

