



Mercado de las Artes del Sur

Valentina Chaux Herrera - Ibagué, Tolima

Coautoría con estudiantes de la maestría en gestión cultural

Directores:

Rubiela Gómez Gómez

Norma Lucía Bonilla Londoño

Luis Enrique Izquierdo Reyes

Especialización en gerencia y gestión cultural

Escuela de Ciencias Humanas

Universidad del Rosario

Bogotá – Colombia

2025

Mercado de las Artes del Sur

Iván David Oliva Ortega - Pasto, Nariño

Valentina Chaux Herrera - Ibagué, Tolima

Aldair Enrique Zamora Ferrer - Galapa, Atlántico

Coautores

Directores:

Rubiela Gómez Gómez

Norma Lucía Bonilla Londoño

Luis Enrique Izquierdo Reyes

Especialización en gerencia y gestión cultural

Escuela de Ciencias Humanas

Universidad del Rosario

Bogotá – Colombia

2025

Tabla de contenido

Resumen Ejecutivo	4
Descripción del proyecto	5
Problema	5
Justificación	5
Antecedentes	8
Marco teórico	11
Economía Cultural	11
Objetivos	20
Objetivo general	20
Objetivos específicos	20
Marco Referencial: Enfoque Jurídico e Institucional	21
Metodología	24
Modelo de Gestión	27
Estrategias	30
Estructura Financiera	39
Indicadores	41
Conclusiones	42
Bibliografía	44

Resumen Ejecutivo

El Mercado de las Artes del Sur es un proyecto diseñado para fortalecer y dinamizar la economía creativa del departamento de Nariño, a partir de la generación de un espacio estratégico de articulación entre la oferta regional de bienes y servicios culturales y la demanda nacional e internacional. Concebido como un modelo integral de desarrollo cultural, este proyecto combina la generación de oportunidades comerciales con la consolidación de redes de colaboración, formación y visibilización del sector artístico y cultural, promoviendo su sostenibilidad a largo plazo.

Esta iniciativa busca superar las barreras estructurales que limitan la inserción de los creadores y emprendedores culturales nariñenses en circuitos comerciales sostenibles, proporcionando herramientas y espacios que faciliten su profesionalización y fortalecimiento. Su diseño se estructura en torno a tres ejes estratégicos: (i) la creación de una plataforma de comercialización cultural que facilite el acceso a mercados, (ii) la implementación de un programa formativo orientado a la capacitación en gestión, producción y circulación, y (iii) el fortalecimiento de redes de cooperación que favorezcan la articulación del sector.

A través de la metodología propuesta, el Mercado de las Artes del Sur aspira a consolidar a Nariño como un nodo clave dentro de la economía creativa del suroccidente colombiano, generando un impacto económico y social significativo y estableciendo un modelo replicable en otras regiones con características similares.

Descripción del proyecto

Problema

El departamento de Nariño, Colombia, se distingue por una riqueza cultural y artística que abarca múltiples expresiones, como la música, las artes plásticas, la danza, el teatro y la artesanía. No obstante, estas manifestaciones enfrentan serias dificultades para su sostenibilidad debido a la ausencia de estrategias eficaces de promoción, comercialización y articulación con mercados creativos nacionales e internacionales. A pesar del talento y creatividad de los artistas, artesanos y gestores culturales, las oportunidades para visibilizar su trabajo y generar ingresos sostenibles son limitadas, lo que obstaculiza su consolidación como agentes económicos y culturales.

Las problemáticas estructurales incluyen la insuficiencia de infraestructuras culturales, el escaso respaldo institucional y la carencia de plataformas (proyectos estratégicos) que faciliten el encuentro entre la oferta creativa del departamento y la demanda de bienes y servicios culturales en otros ámbitos. Esta situación perpetúa desigualdades económicas y sociales dentro del sector, restringiendo su desarrollo como una industria creativa competitiva y sostenible. En este contexto, se hace imperativo diseñar un mecanismo que posibilite la conexión directa entre la oferta local y la demanda externa, superando las barreras que históricamente han limitado el crecimiento del sector cultural en Nariño.

Justificación

El ecosistema cultural y creativo de Nariño ha evolucionado gracias a la gestión independiente de sus artistas y gestores, quienes han promovido sus proyectos a pesar de las limitaciones estructurales ^[1]. El Mercado de las Artes del Sur surge como una iniciativa clave para fomentar e impulsar (consolidar) este ecosistema, proporcionando un espacio que facilite el encuentro entre la oferta regional de bienes y servicios culturales y la demanda nacional e internacional.

^[1] El plan decenal de cultura de Pasto por ejemplo, capital del departamento de Nariño, al respecto anota: “La actividad artística y artesanal del municipio se realiza durante todo el año, que han posicionado al municipio de Pasto a través de los procesos y proyectos entre ellos el Festival de teatro callejero “La

Máscara del pueblo”, Festival Internacional de Teatro San Juan de Pasto, Festiencuentro con la Infancia, Festival Internacional de Cine de Pasto, Festival Internacional de Música y Danzas Andinas, Festival de Danza Universitaria, Festival de danzas tradición y cultura DANZAR; Festival Interregional de Danzas “Las Guaguas de Pan”; el Festival Internacional de Danza Contemporánea “Cuando la Niebla sube”; El Comunarte Diez Por La Paz y las tomas culturales a

Las industrias culturales y creativas han demostrado que pueden ser motores de desarrollo sostenible, impulsando la generación de empleo, la inclusión social y el fortalecimiento de identidades locales (Towse, 2011; Throsby, 2001). Sin embargo, los artistas y gestores de Nariño enfrentan dificultades significativas en la circulación y comercialización de sus creaciones, lo que limita su competitividad y sostenibilidad económica. En este sentido, el Mercado de las Artes del Sur se presenta como una estrategia esencial para reducir estas brechas, promoviendo la comercialización y el intercambio cultural.

A nivel internacional, la UNESCO (2013) ha destacado la importancia de los mercados culturales en la promoción de la diversidad cultural y el fortalecimiento de las industrias creativas. En Colombia, iniciativas de distinta índole, han sido exitosas en la creación de redes de colaboración, la ampliación de oportunidades de comercialización y el fortalecimiento del sector cultural.

El Mercado de las Artes del Sur responde a estas necesidades y se alinea con políticas culturales nacionales e internacionales, incluyendo el Plan Nacional de Cultura y la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible, particularmente en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 8 y 11, que enfatizan el trabajo decente, el crecimiento económico y la promoción de ciudades sostenibles y resilientes.

Desde la perspectiva local/regional, la administración pública no ha profundizado en la generación de instrumentos idóneos y actualizados desde la perspectiva de la política pública para atender y gestionar demandas del sector cultural (relacionadas con la difusión, promoción y circulación), a la vez que garantice los derechos culturales de las y los ciudadanos del Departamento. Su oferta cultural está compuesta principalmente de eventos antes que de procesos de fomento e impulso del arte musical.

Mocondino, Festival de Danzas de Catambuco, Festival de Narración Oral Galeras Cuenta; Festival de teatro “Chutún”; Salón de Artes San Juan de Pasto; Semana de Patrimonio Cultural, Músicas y danzas de los Andes al pie del Galeras, Feria Artesanal del municipio de Pasto, desarrollada en el marco del onomástico. Encuentro de Mariachis en homenaje a la Virgen de Guadalupe, Celebra la música San Juan de Pasto, en alianza con el Ministerio de Cultura, Festival de Arte y Música independiente background, Ecofest y Festival de nuevas bandas Rey Lagarto. Arcoiris en el Asfalto. Asimismo, se cuenta con festivales y encuentros municipales y con espacios artísticos independientes y galerías privadas con programación continua durante el año. La administración municipal, a través de la Secretaría de Cultura, propende por fomentar el desarrollo cultural, artístico y artesanal del municipio; es así como cuenta con procesos de formación artística a través de la Red de Escuelas de formación musical dirigida a niños y jóvenes con énfasis en cuerda, viento e instrumentos

andinos, para conformar orquestas y coros juveniles; las escuelas de formación integral en Artes y Oficios Tradicionales, focalizados en la zona rural y urbana, con talleres de música, medios audiovisuales, teatro, artes plásticas, danzas, carnaval y saberes tradicionales. Del mismo modo se realiza el Festival de Música Sacra en Semana Santa, el Onomástico de Pasto (24 de junio), el Concurso de Música Campesina, Concurso de Tríos y Galeras Rock organizado conjuntamente con la dirección administrativa de Juventud.

El Festival Galeras Rock de la alcaldía de Pasto es quizás el escenario que mayor impacto ha generado en este sentido, pero atiende a una población específica relacionada con la música alternativa principalmente de Pasto. Además, el ejercicio de la administración pública se ha llevado a cabo con un acento inequitativo en el patrimonio y la identidad cultural relacionada con la memoria, como el Carnaval de Negros y Blancos, fiestas tradicionales y patronales, etc.; que, si bien son escenarios principales de la vida artística y cultural del Departamento, no son los únicos donde la intervención de lo público debe garantizarse.

El territorio en términos de gestión pública cuenta con muy pocos detonantes generadores de desarrollo para el sector artístico, que permitan actualizarlo y cualificarlo y que además posibiliten el impulso y fomento de la dinámica de industria (economía creativa) alrededor del arte y la cultura.

Puntualmente, no hay proyectos estratégicos que permitan el encuentro directo entre la oferta local/regional y la demanda nacional e internacional de bienes y servicios relacionados con las industrias creativas. Esta ausencia o vacío, lesiona el desarrollo del sector en el departamento, toda vez que presupone una debilidad notable en los eslabones generadores de demanda de la cadena de valor; es decir los procesos de difusión, promoción y circulación de la producción artística local son una tarea pendiente. Sin duda entonces, podríamos decir que dentro de las múltiples urgencias que experimenta el sector artístico y cultural del departamento, hay una que tiene que ver con la necesidad de fortalecer las herramientas e instrumentos que permitan gestionar su desarrollo, que permitan generar oportunidades y estrategias de impulso y fomento.

A corto plazo, la creación de este mercado permitirá visibilizar la diversidad y riqueza del arte nariñense, facilitando la circulación de sus productos y la profesionalización del sector. A mediano y largo plazo, busca consolidar una red de trabajo sostenible que impulse el crecimiento del mercado en otros territorios y expanda su impacto más allá del ámbito local.

Antecedentes

Las industrias culturales y creativas han demostrado ser fundamentales en el desarrollo económico y social global. De acuerdo con la UNESCO (2013), generan ingresos anuales de 2.25 billones de dólares estadounidenses y proporcionan casi 30 millones de empleos en el mundo. En este contexto, los mercados culturales han emergido como plataformas clave para la circulación, comercialización y posicionamiento de bienes y servicios artísticos.

En el caso colombiano, varias iniciativas han sido exitosas en la dinamización del sector cultural. Ejemplos como el **Bogotá Music Market (BOmm)**, **Circularart en Medellín** y el **Mercado Cultural del Caribe** han permitido la profesionalización de los artistas y la promoción de sus producciones en mercados internacionales. Estos modelos han contribuido a la generación de redes de colaboración, el acceso a nuevas oportunidades de comercialización y la consolidación de la economía creativa en el país.

Internacionalmente, experiencias como el Womex (World Music Expo) en Europa, el MAPAS (Mercado de las Artes Performativas del Atlántico Sur) en España o el Edinburgh Festival Fringe en Reino Unido, han evidenciado cómo estos espacios fortalecen la economía cultural de los territorios de origen, fomentando la internacionalización de los artistas y la consolidación de redes de cooperación transnacional.

A nivel latinoamericano, experiencias similares han evidenciado el impacto positivo de los mercados culturales en el fortalecimiento del sector. La Guía REC del Ministerio de Cultura de Argentina, en su capítulo "Ferias y mercados musicales. Espacios clave para la promoción y el desarrollo profesional", señala que los mercados culturales son "espacios de encuentro para los profesionales de un sector en los que se propicia el intercambio, el conocimiento de nuevos artistas y el desarrollo de contrataciones, negocios y proyectos especiales" (Staiff, 2018).

En este marco, el **Mercado de las Artes del Sur** busca posicionarse como una estrategia innovadora que busca integrar a los agentes culturales de Nariño en los circuitos de comercio cultural, fomentando la circulación de sus creaciones y fortaleciendo el

ecosistema cultural del departamento. Su implementación permitirá cerrar las brechas existentes en la comercialización del arte y la cultura, dotando al sector de herramientas y oportunidades concretas para su crecimiento y consolidación en el escenario nacional e internacional.

En las últimas dos décadas, el departamento de Nariño ha visto un crecimiento constante en la escena musical independiente, con eventos que han ido más allá de los conciertos tradicionales para incluir espacios dedicados al intercambio comercial y artístico. Uno de los pioneros en esta evolución es el Festival Galeras Rock^[2], que desde su creación ha tenido un enfoque especial en la música alternativa y ha sido un trampolín para bandas emergentes de Nariño y de otras regiones.

Desde hace algunos años, este festival ha incorporado un componente crucial para la profesionalización de los músicos locales: las ruedas de negocios musicales, donde bandas de la región, como por ejemplo “Bambarabanda” y/o “Las Guaguas de Pank”, han tenido la oportunidad de conectarse con agentes musicales y programadores internacionales, generando intercambios culturales y oportunidades de proyección internacional, como su participación en la Feria Nacional de San Marcos en México en el año 2023.

Estas ruedas de negocios han permitido que los músicos expongan sus trabajos y reciban retroalimentación directa, abriendo puertas a nuevos mercados y colaboraciones.

Otra iniciativa destacada fue el proyecto Ruta Sur^[3], que, desde la articulación entre la Gobernación de Nariño y el ministerio de cultura colombiano, buscó conectar músicos de diferentes géneros, estilos y trayectorias del sur del país. Este evento itinerante ofreció una plataforma para artistas tanto emergentes como consolidados (se realizó solo una vez), favoreciendo el intercambio de experiencias y recursos en distintos escenarios de la región andina, incluyendo Pasto y municipios cercanos. Ruta Sur se destacó por su carácter colaborativo, fomentando redes entre músicos, gestores culturales y promotores independientes.

Además, han surgido pequeños mercados musicales independientes en Pasto y otros municipios de Nariño. Estos mercados han ganado terreno en los últimos años, siendo espacios donde bandas emergentes, productores y gestores independientes pueden

intercambiar bienes y servicios artísticos. Un ejemplo de ello es el mercado independiente “cumbre sónica”, desarrollado por el colectivo Volcán de Ánimas records^[4].

^[2] https://www.facebook.com/GalerasRock/?locale=es_LA

^[3] <https://www.radionacional.co/cultura/narino-un-departamento-que-suena-los-andes-y-al-pacifico>

^[4] <https://www.instagram.com/volcandeanimasrecords/>

Estos espacios han permitido que la música local trascienda fronteras, conectando la oferta regional con demandas nacionales e internacionales, y fortaleciendo el ecosistema cultural y creativo del departamento. La presencia de estos mercados refuerza el papel de Nariño como un referente del movimiento musical en el sur de Colombia.

Reflexiones desde las artesanías

Los procesos formativos en las regiones del país aún son débiles en diversos aspectos. Si nos detenemos por ejemplo en el sector de las artesanías, a través del artículo Economía Naranja y la actividad artesanal en Colombia y Nariño: una breve revisión analítica de Riascos, Acosta y Ortiz (2020), observamos que el proceso formativo de aprendizaje de técnicas y conocimientos en la artesanía en Nariño se desarrolla principalmente en la familia, de manera autodidacta o en talleres de artesanos; estos tres espacios representan el 93% de la forma de capacitación de los artesanos. Si bien, por un lado, ello demuestra un proceso importante de “conservación de conocimientos ancestrales, por medio de la cultura, las costumbres, la técnica y el uso significativo de la mano de obra por encima de la maquinaria, también presupone que lo relacionado con lo formativo se centra y se ha centrado en las técnicas y el quehacer artesanal práctico”.

Asimismo, los tres autores también expresan que el 84.7% de los artesanos en Nariño no logran al mes tener un salario mínimo vigente. Señala incluso que “Nariño tiene la tasa más alta de pobreza monetaria, ubicada en 32%, la cual se acerca a la tasa de pobreza promedio de Colombia 29%”, en relación con el sector artesanal. Si vemos esta información a la luz de una de las expresiones artesanales más importantes de Pasto y Nariño, Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por UNESCO: el barniz de Pasto; podemos notar que como producto tiene un gran valor, pues proviene de un proceso de formación orgánico de tradición oral que data incluso de la época precolombina (Gómez Jurado Garzón, 2017),

que tiene un proceso de producción único en el mundo con un valor estético singular y con un valor histórico fundamental.

Es decir, como producto ha logrado adquirir valor toda vez que su proceso de producción es único y especial. Sin embargo, estos datos nos permiten ver que los procesos de comercialización, difusión y promoción de los bienes y servicios artísticos son débiles, tanto, que sus números son críticos y empujan a las y los artesanos a trabajar en otros oficios que permita el adecuado sostenimiento de sus responsabilidades económicas.

La dinámica relacionada con la comercialización, difusión, promoción de bienes y servicios artísticos y culturales y en general, la realidad contemporánea relacionada con la economía creativa no hace parte de esos procesos orgánicos de aprendizaje. La falta de conocimientos técnicos en este sentido se convierte poco a poco – entre otros elementos – en una debilidad que lesiona el desarrollo y fortalecimiento de la cadena de valor de la economía creativa en Nariño. El reporte de Economía cultural, creativa y de saberes del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (2023), en cuanto a los programas de EDTH que forman para las categorías de las industrias creativas y culturales por subsector, no menciona a las artesanías. (siguiendo el ejemplo mencionado), es decir, no registra programas o procesos formativos para este gremio.

Marco teórico

La creación de un mercado de las artes en el departamento de Nariño requiere un enfoque interdisciplinario que involucra áreas como la economía cultural, el capital humano, la sociología y la antropología del arte, la gestión cultural y las políticas públicas. Este marco teórico tiene como objetivo sentar las bases conceptuales, que se operacionalicen en el proceso de implementación, para desarrollar un mercado sostenible, inclusivo y que impulse el desarrollo cultural y económico de la región.

Economía Cultural

La economía cultural examina la intersección entre la cultura y la economía, destacando cómo las actividades culturales pueden ser motores del desarrollo económico. En este sentido, cobra relevancia el concepto de “economía creativa”, que abarca sectores como la

música, las artes plásticas, la danza, la artesanía, y su impacto en la generación de empleo y riqueza. Nariño, con su rica herencia artística y cultural, tiene un enorme potencial para activar su economía local a través de estos sectores.

De acuerdo con David Throsby (2001), las artes y la cultura no solo tienen un valor económico directo, sino que también poseen un valor simbólico que puede influir en otros sectores económicos. En Nariño, por ejemplo, la tradición musical, representada por géneros como la música andina, la música alternativa o el jazz, y la artesanía, como las técnicas patrimoniales del barniz de pasto o la talla en madera, no solo generan ingresos, sino que también forman parte de la identidad cultural del departamento. Al concebir la producción creativa como un bien con valor económico, se abre la puerta a desarrollar un ecosistema creativo que contribuya tanto a la sostenibilidad de estas expresiones, como a su proyección a mercados nacionales e internacionales.

Los mercados de las artes, tal como los define Ruth Towse (2010), son instrumentos clave para activar la economía cultural de un territorio. Aunque los productos culturales presentan características únicas que los diferencian de otros bienes —como las tradiciones a las que responden, la subjetividad en su valoración o la fluctuación de la demanda—, los mercados culturales permiten articular la oferta artística con la demanda nacional e internacional. En el caso de Nariño, un mercado de las artes permitiría conectar a músicos locales, con programadores de eventos internacionales, o a artesanos tradicionales con compradores especializados que valoren su trabajo.

Por su parte, la idea de emprendimiento cultural, abordada por Allen Scott (2006), destaca la capacidad de los artistas y gestores culturales para generar nuevas oportunidades económicas a partir de la innovación y la creatividad. En Nariño, los artistas y artesanos (emprendedores culturales) ya han empezado a transformar sus tradiciones en productos comerciales con alto valor agregado. Ejemplos de esto incluyen las agrupaciones musicales que han logrado consolidar sus propuestas con procesos de creación, producción y circulación sólidos, o los artesanos que incorporan técnicas innovadoras en sus productos. Estos emprendedores, al ser apoyados por plataformas de comercialización como el "Mercado de las Artes del Sur", no solo diversificarían sus ingresos, sino que también dinamizarían la economía local.

Además, la creación de un mercado cultural formal puede permitir a los artistas de Nariño acceder a nuevas fuentes de financiación, alianzas estratégicas y visibilidad mediática, consolidando su rol dentro del ecosistema de la economía creativa. Esto contribuiría a mejorar su sostenibilidad financiera a largo plazo y a consolidar a Nariño como un territorio creativo en el panorama nacional e internacional.

Las ciencias humanas en la construcción del Mercado de las Artes del Sur

El desarrollo de un mercado de las artes en Nariño requiere una comprensión interdisciplinaria que incorpore las perspectivas de las ciencias humanas y sociales, fundamentales para interpretar las dinámicas culturales desde una mirada integral. Estas disciplinas permiten desentrañar los entramados de poder, historia y economía que configuran la producción y circulación de bienes culturales, ofreciendo herramientas analíticas que posibilitan la estructuración de un ecosistema artístico más equitativo, sostenible y con mayor incidencia en el desarrollo territorial.

Desde la sociología de la cultura, Pierre Bourdieu (1986, 1993) introduce los conceptos de campo cultural y capital cultural, elementos esenciales para comprender la configuración de las prácticas artísticas en un territorio como Nariño. El campo cultural se define como un espacio de relaciones donde los distintos agentes disputan legitimidad y reconocimiento, lo que resulta clave para entender cómo las expresiones artísticas locales pueden insertarse en circuitos nacionales e internacionales sin perder su identidad ni ser relegadas a los márgenes de la industria cultural hegemónica. En este sentido, el Mercado de las Artes del Sur no solo debe actuar como un espacio de exhibición y comercialización, sino también como un dispositivo de legitimación de las prácticas artísticas de la región, generando dinámicas que reconfiguren las jerarquías culturales establecidas y permitan una mayor equidad en la distribución de oportunidades.

El concepto de capital cultural, también desarrollado por Bourdieu, permite analizar las condiciones que favorecen o limitan la participación de los artistas en este ecosistema. En Nariño, el capital cultural se expresa en el conocimiento ancestral de técnicas artesanales, en la tradición musical y en los lenguajes artísticos propios de la región. Sin embargo, su valorización en el mercado depende de la capacidad de los creadores para articular estas expresiones con los lenguajes contemporáneos y con las dinámicas del sector cultural

global. Para ello, es indispensable promover estrategias de fortalecimiento de capacidades que incluyan formación en gestión, comercialización y apropiación de tecnologías, facilitando así la integración de los artistas en mercados más amplios sin desdibujar su identidad.

Desde la sociología del arte, Howard Becker (1982) plantea que la producción artística no es un fenómeno aislado, sino el resultado de redes colaborativas en las que intervienen diversos actores. Su noción de mundos del arte enfatiza la importancia de la cooperación entre creadores, gestores, públicos y mediadores culturales para la consolidación de circuitos de circulación. En este sentido, el Mercado de las Artes del Sur debe entenderse no solo como un espacio transaccional, sino como una plataforma de articulación de redes que fortalezcan la infraestructura cultural local y amplíen las posibilidades de los artistas en mercados regionales, nacionales e internacionales. La creación de estos vínculos, además de dinamizar la oferta cultural, contribuye a la sostenibilidad del sector, promoviendo sinergias entre la producción artística y otras industrias creativas.

Desde la economía del desarrollo, Amartya Sen (2000) y Martha Nussbaum (2012) aportan una visión centrada en el fortalecimiento de capacidades como eje del bienestar social y económico. Para Sen, el desarrollo no se mide únicamente en términos de crecimiento económico, sino en la expansión de libertades y oportunidades que permitan a los individuos llevar vidas plenas y significativas. Aplicado al contexto cultural, esto implica que un mercado de las artes no debe reducirse a la generación de ingresos, sino que debe propiciar condiciones para que los creadores puedan ejercer su labor en un entorno que respete su autonomía y dignifique su trabajo.

Por su parte, Nussbaum enfatiza que el desarrollo debe garantizar que las personas posean las capacidades necesarias para florecer en todas las dimensiones de su vida, incluyendo la artística y cultural. En este sentido, el Mercado de las Artes del Sur no solo debe facilitar la comercialización de bienes culturales, sino también proveer espacios de formación, reflexión y experimentación que permitan a los artistas expandir sus horizontes creativos. Esto supone una estructura que no se limite a la transacción económica, sino que contemple modelos de acompañamiento que potencien la sostenibilidad de los proyectos artísticos y la profesionalización del sector.

Desde esta perspectiva, el Mercado de las Artes del Sur se configura como un instrumento para la dinamización de la economía cultural en Nariño, pero también como una plataforma que promueve la agencia de los creadores, favoreciendo su integración en redes colaborativas y su fortalecimiento profesional. La intersección entre las ciencias humanas y la gestión cultural permite construir un modelo que trascienda la lógica comercial y asuma un enfoque integral, en el que la cultura no solo sea un bien de intercambio, sino un motor de transformación social y territorial.

Reflexiones desde la gestión cultural

La gestión cultural, entendida como un campo interdisciplinario en constante evolución, se centra en el diseño, implementación y evaluación de estrategias que permitan el desarrollo sostenible del sector cultural. En este sentido, la planificación de un Mercado de las Artes del Sur en Nariño exige no solo la articulación de actores y recursos, sino también la construcción de un modelo de gobernanza que reconozca la diversidad del ecosistema cultural y responda a sus necesidades específicas. La gestión cultural, más allá de ser un conjunto de técnicas de administración, debe concebirse como un espacio de mediación entre políticas públicas, prácticas artísticas y dinámicas comunitarias, promoviendo un equilibrio entre la institucionalidad y la autonomía creativa.

Uno de los ejes fundamentales en este proceso es el diseño de políticas culturales que permitan estructurar un mercado de las artes con criterios de equidad, sostenibilidad y pertinencia territorial. Mulcahy (2006) plantea que las políticas culturales deben orientarse no solo a la preservación del patrimonio y las expresiones artísticas, sino también a la consolidación de condiciones que faciliten la producción, circulación y consumo de bienes culturales. En el caso de Nariño, la implementación de un mercado de las artes demanda un enfoque de política pública que garantice el acceso a oportunidades para los creadores locales y, al mismo tiempo, fomente la participación de nuevos públicos en el consumo cultural. Esto implica el desarrollo de estrategias de financiamiento, incentivos fiscales y mecanismos de fortalecimiento institucional que permitan la sostenibilidad del ecosistema artístico en el tiempo.

Por su parte, la noción de sostenibilidad cultural, desarrollada por Hawkes (2001), cobra especial relevancia en la planificación del Mercado de las Artes del Sur. Hawkes argumenta

que la cultura debe ser entendida como el cuarto pilar del desarrollo sostenible, en tanto su impacto es tan significativo como el económico, el social o el ambiental. En este sentido, la sostenibilidad cultural no se limita a la preservación de prácticas artísticas tradicionales, sino que exige la generación de condiciones que permitan la adaptación y evolución de las expresiones creativas en diálogo con los desafíos contemporáneos. En este sentido, es imprescindible diseñar modelos de gestión que aseguren la viabilidad económica de los proyectos culturales sin comprometer su identidad ni su autonomía creativa. Esto requiere la implementación de estrategias de diversificación de ingresos, la creación de redes de colaboración entre el sector público y privado, y el fortalecimiento de capacidades en los artistas y gestores culturales para que puedan desarrollar modelos de autogestión eficaces.

Otro aspecto clave en la consolidación del Mercado de las Artes del Sur es la selección y adaptación de modelos de gestión que permitan una estructura organizativa flexible, incluyente y participativa. La gestión cultural contemporánea ha transitado de modelos centralizados hacia esquemas más horizontales y colaborativos, en los que los propios actores culturales desempeñan un rol activo en la toma de decisiones. En el contexto de Nariño, la implementación de un mercado de las artes no puede reproducir esquemas tradicionales de administración que excluyan a los creadores del proceso de gestión. Por el contrario, se requiere un modelo de gobernanza basado en la participación comunitaria, la corresponsabilidad y la concertación entre los distintos agentes del ecosistema cultural, desde artistas y colectivos hasta entidades gubernamentales y organizaciones internacionales.

Para ello, es fundamental que el mercado de las artes funcione no solo como un espacio de transacción económica, sino como un “*laboratorio*” de innovación cultural en el que se experimenten nuevas formas de difusión, promoción y circulación de bienes y servicios artísticos. Esto supone la incorporación de herramientas digitales para la comercialización de productos culturales, la implementación de programas de formación en gestión y emprendimiento cultural, y la articulación de redes que faciliten la movilidad de los creadores en circuitos locales, nacionales e internacionales.

En síntesis, la gestión cultural ofrece el marco metodológico y conceptual para estructurar un mercado de las artes en Nariño que no solo dinamice la economía creativa

del territorio, sino que también garantice la sostenibilidad del sector a largo plazo. La integración de políticas culturales inclusivas, estrategias de sostenibilidad y modelos de gestión participativa permitirá que este proyecto se constituya en un referente de desarrollo cultural en la región, fortaleciendo el papel del arte y la cultura como motores de transformación social y económica.

El Enfoque de las Políticas Culturales en la Construcción del Mercado de las Artes del Sur

El desarrollo de un mercado de las artes en Nariño requiere de un marco conceptual sólido que permita comprender las dinámicas de producción, circulación y consumo de bienes culturales en el territorio. En este sentido, las políticas culturales constituyen un eje fundamental para la estructuración de un modelo que garantice no solo el fortalecimiento del sector artístico y creativo, sino también su integración en un esquema más amplio de desarrollo sostenible. Leñero (2008) plantea que las políticas culturales no deben concebirse únicamente como un conjunto de regulaciones o programas estatales, sino como un sistema de relaciones entre actores públicos, privados y comunitarios que intervienen en la configuración de los ecosistemas culturales. Desde esta perspectiva, el Mercado de las Artes del Sur se inscribe en un proceso de articulación entre estos actores, en el que la política cultural opera como un dispositivo de estructuración del campo cultural y de generación de condiciones para su consolidación.

La noción de política cultural ha evolucionado desde enfoques centrados en la protección y promoción de la cultura nacional hasta modelos que reconocen la diversidad cultural y la participación ciudadana como principios fundamentales. En este tránsito, autores como García Canclini (1995) destacan la importancia de comprender las culturas no como sistemas cerrados y homogéneos, sino como procesos en constante transformación, atravesados por flujos económicos, políticos y tecnológicos. Esta visión es clave para la formulación de estrategias que permitan que el mercado de las artes en Nariño se inserte en redes nacionales e internacionales sin perder su identidad territorial. La política cultural, en este sentido, no se limita a la regulación del sector, sino que actúa como un mecanismo de activación de la creatividad y la innovación, asegurando que las

comunidades artísticas no solo sean receptoras de políticas, sino también agentes activos en su diseño e implementación.

Uno de los principales desafíos en la formulación de políticas culturales para un mercado de las artes radica en la construcción de modelos de gobernanza que equilibren la intervención estatal con la autonomía de los agentes culturales. Bonet y Négrier (2011) proponen un enfoque en el que las políticas culturales no sean impuestas desde una lógica vertical, sino que emerjan de procesos participativos en los que los actores locales desempeñen un papel central en la toma de decisiones. En este sentido, el diseño del Mercado de las Artes del Sur requiere de un modelo de gestión en el que la política cultural funcione como un espacio de concertación entre creadores, gestores, instituciones y públicos, garantizando que las dinámicas del mercado no se reduzcan a la mercantilización de las expresiones artísticas, sino que integren principios de equidad, accesibilidad y sostenibilidad.

Otro aspecto fundamental en la articulación de políticas culturales en el contexto de un mercado de las artes es el reconocimiento de la cultura como un motor de desarrollo. Amartya Sen (1999) - como anotamos atrás – argumenta que el desarrollo debe entenderse no solo en términos económicos, sino como la ampliación de las libertades y capacidades de las personas. Aplicado al campo cultural, esto implica que las políticas diseñadas para el mercado de las artes no solo deben centrarse en la generación de ingresos, sino también en la creación de oportunidades para que los artistas y gestores puedan fortalecer su formación, acceder a nuevos circuitos y consolidar sus trayectorias profesionales. Desde esta óptica, un mercado de las artes bien estructurado no es únicamente un espacio de intercambio comercial, sino un escenario de ampliación de capacidades, donde la política cultural opera como un mecanismo para garantizar que el acceso a los recursos y oportunidades sea equitativo y sostenible en el tiempo.

El enfoque de las políticas culturales ofrece un marco conceptual y metodológico indispensable para la construcción del Mercado de las Artes del Sur. Su función no se limita a la regulación del sector, sino que se extiende a la generación de condiciones para la creación, circulación y consumo de bienes culturales, en un modelo que prioriza la participación, la diversidad y la sostenibilidad.

Contexto local y Regional

El contexto local y regional no solo es un elemento de referencia para la implementación de Mercado de las Artes del Sur, es también un componente estructural de su marco teórico, dado que las dinámicas culturales, económicas y sociales del contexto (Nariño) condicionan su viabilidad y proyección. Entendemos que, en los procesos de gestión cultural, la territorialidad no puede ser entendida únicamente como un espacio físico donde se desarrollan las prácticas artísticas, sino como un entramado de significados, relaciones de poder y flujos económicos que inciden directamente en la configuración de un proyecto como el mercado de las artes.

Como hemos dicho, el departamento de Nariño se caracteriza por una diversidad cultural que lo convierte en un escenario complejo y, a la vez, propicio para el fortalecimiento de la economía creativa. Su población está conformada por comunidades indígenas, afrodescendientes y mestizas, cuyos sistemas de producción simbólica han sido históricamente marginados de los circuitos de comercialización cultural convencionales. En este sentido, cualquier iniciativa que busque articular un mercado de las artes en la región debe partir de un reconocimiento de estas expresiones, no solo desde una perspectiva patrimonialista, sino desde una lógica de circulación y sostenibilidad económica que les permita integrarse a dinámicas de producción contemporáneas sin perder su identidad ni su autonomía creativa.

El desarrollo socioeconómico del departamento también juega un papel determinante en la consolidación de un ecosistema cultural sostenible. La conectividad, la infraestructura y el acceso a mercados son factores estructurales que condicionan las posibilidades de expansión de las industrias culturales y creativas en Nariño. A diferencia de los grandes centros urbanos, donde existen circuitos establecidos de distribución y comercialización artística, en regiones periféricas como Nariño es necesario diseñar estrategias que mitiguen las brechas de acceso y potencien la circulación de bienes y servicios culturales más allá del ámbito local. Esto implica, por un lado, la necesidad de construir redes de cooperación entre artistas, gestores e instituciones y, por otro, la implementación de modelos de gestión que integren tecnología, innovación y estrategias de comercialización adaptadas a las condiciones específicas del territorio.

Asimismo, la identidad cultural y el patrimonio de Nariño representan un eje fundamental en la estructuración de Mercado de las Artes del Sur. Si bien el reconocimiento y protección del patrimonio tangible e intangible han sido tradicionalmente abordados desde enfoques de conservación, es necesario repensarlos en clave de sostenibilidad y desarrollo. El reto no es solo preservar las manifestaciones culturales de la región, sino generar condiciones para que estas sean dinamizadas, revalorizadas y proyectadas en escenarios nacionales e internacionales. Esto supone entender el patrimonio no como un vestigio del pasado, sino como un recurso vivo, en constante transformación, que puede y debe ser activado como un motor de la economía creativa.

Desde esta perspectiva, el contexto local y regional no es un elemento accesorio dentro del marco teórico, sino un fundamento esencial que define los desafíos y oportunidades del proyecto. La construcción de un mercado de las artes en Nariño exige un enfoque que trascienda la simple implementación de plataformas comerciales y se inscriba en un proceso más amplio de fortalecimiento de las capacidades locales, promoción de la diversidad cultural y articulación de nuevas economías creativas que respondan a la realidad del territorio.

Objetivos

Objetivo general

Impulsar el desarrollo sostenible del sector artístico y cultural del departamento de Nariño a través de la creación del proyecto estratégico denominado 'Mercado de las Artes del Sur'.

Objetivos específicos

- Generar un espacio creativo y dinámico en pro de oportunidades comerciales sostenibles para los bienes y servicios artísticos y culturales del departamento de Nariño.
- Desarrollar un instrumento para la selección de oferentes y compradores invitados que asegure la calidad y relevancia de la oferta y demanda cultural.

- Gestionar eficientemente la financiación mediante la cooperación de instituciones públicas y privadas.

Marco Referencial: Enfoque Jurídico e Institucional

El marco normativo que rige la gestión cultural en Colombia ha sido un factor determinante en la estructuración de políticas y estrategias dirigidas a la promoción, preservación y desarrollo del sector artístico y cultural. En este sentido, la Ley 397 de 1997, también conocida como la Ley General de Cultura, establece un punto de partida fundamental al reconocer la cultura como un eje estructural del desarrollo del Estado. Esta normativa define la cultura en términos amplios, incorporando no solo las artes y el patrimonio, sino también los sistemas de valores, las tradiciones y las expresiones identitarias de las comunidades. Así, la cultura se inscribe en una dimensión transversal, donde su preservación y estímulo son considerados responsabilidades del Estado.

Uno de los principios fundamentales de la Ley 397, consignado en su artículo 8, establece que “el desarrollo económico y social deberá articularse estrechamente con el desarrollo cultural, científico y tecnológico”. Este precepto subraya el papel de la cultura en el crecimiento económico y la cohesión social, planteando la necesidad de estructurar políticas que integren los procesos creativos dentro de dinámicas productivas sostenibles. En esta línea, la creación del Ministerio de Cultura marcó un hito en la institucionalización de la gestión cultural en Colombia, permitiendo la formulación de políticas públicas sectoriales con una visión más estructurada y de largo plazo.

En el contexto de la promoción de la economía creativa, la Ley 1834 de 2017, conocida como Ley Naranja, introdujo un enfoque contemporáneo para la gestión de la cultura, enfatizando su carácter productivo y su capacidad para generar valor económico. Esta legislación define la economía creativa a partir de tres pilares: (i) la creatividad, el arte y la cultura como materia prima, (ii) la relación con los derechos de propiedad intelectual y los derechos de autor, y (iii) su inserción en la cadena de valor de la industria creativa (Camacho & Gaitán, 2022).

Desde la promulgación de esta ley, el gobierno nacional implementó diversos mecanismos jurídicos para incentivar la participación del sector privado en proyectos culturales, incluyendo exenciones tributarias para la inversión en industrias creativas (Decreto 697 de 2020). Como resultado, se han generado transformaciones significativas en la gestión cultural, favoreciendo la consolidación de la cultura como un sector estratégico dentro de la economía nacional. De acuerdo con datos de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja del DANE, entre 2018 y 2022 las industrias culturales y creativas representaron aproximadamente el 3% del PIB y generaron más de 522.000 empleos (Mayolo, 2022).

En cuanto al diseño de estrategias específicas para el fomento del sector, el documento CONPES 3659 – Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia formuló un diagnóstico sobre los principales desafíos en la circulación y comercialización de bienes y servicios culturales. Entre los problemas identificados destacan:

- Altos costos de comercialización y distribución, lo que limita la competitividad del sector.
- Insuficiente presencia de canales especializados para la circulación de productos culturales.
- Falta de articulación institucional entre entidades públicas y privadas en la promoción del sector.
- Débil formación y experiencia de los agentes encargados de la distribución y gestión cultural.
- Restricciones en el acceso a medios de comunicación, lo que afecta la difusión de contenidos culturales.
- Escasa oferta de servicios culturales en ciertas regiones, afectando la descentralización del acceso a la cultura.

Estos desafíos evidencian la necesidad de iniciativas orientadas a fortalecer la circulación de bienes y servicios culturales en el país. En este sentido, el Mercado de las Artes del Sur

se erige como una propuesta pertinente para el desarrollo del sector artístico y cultural en el departamento de Nariño.

El Mercado de las Artes del Sur en el Contexto Normativo Actual

El diseño y ejecución del Mercado de las Artes del Sur coincide con un momento crucial en la evolución del marco normativo cultural en Colombia, con la discusión y formulación de una nueva Ley General de Cultura. Esta reforma busca actualizar los principios rectores de la política cultural nacional, incorporando una perspectiva más integral sobre la relación entre cultura, desarrollo y sostenibilidad.

Uno de los aspectos más innovadores de esta nueva legislación es su énfasis en la economía creativa como un motor para el desarrollo sostenible, lo que representa una oportunidad estratégica para la consolidación del Mercado de las Artes del Sur. Es previsible que la nueva ley contemple mecanismos que favorezcan el acceso a financiamiento, incentivos fiscales y estrategias para la formalización del sector cultural, aspectos fundamentales para la sostenibilidad de este proyecto.

Asimismo, la futura legislación refuerza la importancia de la participación comunitaria en la gestión cultural, lo que converge con los principios del Mercado de las Artes del Sur al promover un modelo de gobernanza participativa. De este modo, el proyecto no solo busca dinamizar la economía creativa del sur de Colombia, sino que también pretende consolidarse como una plataforma de fortalecimiento del tejido social y cultural del departamento de Nariño.

En este sentido, el Mercado de las Artes del Sur se inscribe en una coyuntura normativa que le otorga un respaldo institucional sólido y que potencia su viabilidad a largo plazo. Su alineación con los principios de la política cultural vigente y con las perspectivas de la nueva Ley General de Cultura le confiere legitimidad y pertinencia dentro del ecosistema de la economía creativa en Colombia. Además, su enfoque en la circulación y comercialización de bienes y servicios culturales responde a una necesidad identificada en los diagnósticos previos del sector, permitiendo que los artistas, artesanos y gestores culturales accedan a mejores oportunidades de mercado y fortaleciendo la posición de Nariño dentro del circuito nacional e internacional de las industrias culturales.

Este marco normativo, lejos de ser una mera referencia contextual, se convierte en un pilar estructural para la implementación y sostenibilidad del Mercado de las Artes del Sur, asegurando que la cultura y la creatividad sean entendidas no solo como expresiones de identidad y patrimonio, sino como factores clave en el desarrollo territorial y económico de la región. Esto le connota un sentido de innovación al proyecto, en el contexto de Nariño.

Metodología

El desarrollo del Mercado de las Artes del Sur se fundamenta en un modelo metodológico híbrido que integra el enfoque heurístico con la metodología de marco lógico. Esta combinación responde a la necesidad de articular un proceso de investigación y construcción colectiva del conocimiento con una estructura operativa eficiente que garantice la viabilidad del proyecto. La heurística permite capturar las dinámicas culturales y económicas desde una perspectiva participativa y situada, mientras que el marco lógico proporciona una herramienta de planificación, ejecución y evaluación alineada con estándares internacionales de gestión de proyectos culturales.

Desde la heurística, el conocimiento emerge de la interacción entre los actores y su contexto, permitiendo que la identificación de problemas, oportunidades y estrategias provenga directamente de la experiencia de los agentes culturales de Nariño. Este enfoque resulta clave en territorios donde las dinámicas del sector artístico han sido históricamente marginalizadas dentro de los circuitos nacionales e internacionales de economía creativa. En complemento, la metodología de marco lógico aporta una estructura operativa que permite transformar este conocimiento situado en estrategias concretas, medibles y replicables, asegurando que el proyecto no solo responda a las necesidades locales, sino que también cumpla con los criterios de viabilidad y sostenibilidad requeridos para su consolidación en el mediano y largo plazo.

Fases Metodológicas

El desarrollo metodológico del Mercado de las Artes del Sur se estructura en cinco fases, cada una de ellas diseñada para garantizar un proceso de gestión eficiente, con altos niveles

de participación y un enfoque estratégico que asegure la permanencia del proyecto en el ecosistema cultural y comercial de la región.

Fase de Diseño del Proyecto (Consultoría y Enfoque Heurístico)

La primera fase del proyecto, evoca el ejercicio de la consultoría en materia de gestión cultural, ya que implica un proceso de análisis situacional en el que se identifican los desafíos, oportunidades y potencialidades del sector artístico en Nariño. A través de entrevistas semiestructuradas, grupos focales y análisis documental, se recoge la voz de los actores culturales, permitiendo construir un diagnóstico participativo que oriente la formulación del proyecto.

Esta fase es crucial para garantizar que la propuesta de mercado artístico no sea impuesta desde una lógica exógena, sino que emerja de las necesidades y dinámicas del territorio. En este sentido, el diseño del proyecto no solo responde a la estructuración operativa del Mercado de las Artes del Sur, sino que también aporta insumos valiosos para el desarrollo de políticas culturales y estrategias de fortalecimiento del sector en la región.

Definición de Objetivos, Resultados e Indicadores (Enfoque de Marco Lógico)

A partir del diagnóstico construido en la fase anterior, se establecen los objetivos específicos del proyecto, así como los resultados esperados y los indicadores de medición de impacto. En esta etapa, el marco lógico permite estructurar el proyecto de manera clara y operativa, asegurando que cada acción responda a un objetivo estratégico y que su impacto pueda ser medido con precisión.

Dentro de esta fase, se incluyen procesos clave como:

- La elaboración del plan de acción, que define el cronograma, presupuesto y responsabilidades de cada actividad.
- La identificación de compradores estratégicos y oportunidades de mercado a través de inteligencia de mercado.
- La construcción de una justificación conceptual que sustente la relevancia del mercado como plataforma de desarrollo cultural y económico para la región.

La estructuración metodológica en esta etapa garantiza la viabilidad y sostenibilidad del proyecto, alineándolo con estándares de gestión cultural reconocidos a nivel nacional e internacional.

Estrategia de Gestión (Enfoque de Marco Lógico)

Para asegurar la operatividad y sostenibilidad del Mercado de las Artes del Sur, se diseña una estrategia de gestión basada en tres ejes: en primer lugar, el plan de financiación que hace referencia a la Identificación de fuentes de financiamiento provenientes de entidades públicas, privadas y cooperación internacional. Segundo, la gestión de alianzas estratégicas; es decir, la construcción de redes de colaboración con organismos gubernamentales, sector privado y entidades culturales que faciliten la consolidación del mercado como un nodo de intercambio comercial y artístico. Finalmente, la gestión administrativa; es decir, la definición de la estructura organizativa del proyecto, incluyendo roles, funciones y mecanismos de coordinación que permitan un funcionamiento eficiente

Esta fase resulta esencial para la sostenibilidad del proyecto, ya que permite establecer mecanismos de financiamiento y colaboración que aseguren su continuidad en el tiempo.

Estrategia de Implementación (Enfoque de Marco Lógico)

La implementación del Mercado de las Artes del Sur se lleva a cabo mediante un plan de acción detallado, basado en los principios del marco lógico y alineado con los objetivos estratégicos definidos previamente. Entre las acciones clave de esta etapa se incluyen:

- La organización del evento, que contempla la logística, la curaduría artística y la comunicación estratégica.
- La gestión de la participación de artistas y compradores, asegurando que la oferta artística represente la diversidad cultural de Nariño y que los compradores seleccionados sean actores relevantes en el mercado de bienes y servicios culturales.
- La implementación de estrategias de visibilización y marketing cultural, orientadas a posicionar el mercado en circuitos nacionales e internacionales.

La ejecución del proyecto responde a una lógica de eficiencia operativa, en la que cada acción es monitoreada y ajustada en función de los resultados obtenidos en tiempo real.

Estrategia de Monitoreo y Evaluación

Para garantizar la mejora continua del proyecto, se establece un sistema de monitoreo y evaluación que permite medir su impacto y generar aprendizajes para futuras ediciones. Esta fase se basa en:

- La creación de indicadores cualitativos y cuantitativos, que permitan evaluar el impacto del mercado en términos de participación, transacciones comerciales y consolidación de redes de trabajo.
- La supervisión del proceso de implementación, asegurando que las acciones planificadas se ejecuten de acuerdo con los objetivos estratégicos.
- La evaluación y sistematización del proyecto, con el fin de documentar los aprendizajes y formular recomendaciones para su fortalecimiento en ediciones futuras.

La metodología empleada en el Mercado de las Artes del Sur responde a una lógica integral, que articula la participación de los actores culturales con una estructura operativa sólida y flexible. Esta combinación metodológica permite no solo garantizar la pertinencia y viabilidad del proyecto, sino también generar un modelo replicable que pueda ser implementado en otros contextos con características similares.

El Mercado de las Artes del Sur no solo constituye un esfuerzo por dinamizar la economía creativa en Nariño, sino que también representa una propuesta metodológica innovadora en la gestión cultural, en la que la heurística y el marco lógico se combinan para generar un modelo sostenible, participativo y de alto impacto en la circulación y comercialización del arte regional.

Modelo de Gestión

Hacia una gestión cultural transformadora desde los territorios

El Mercado de las Artes del Sur se inscribe en una lógica de proceso cultural que trasciende la mera organización de un evento, para convertirse en un proyecto que dinamiza la

relación entre cultura, territorio y desarrollo. Desde la perspectiva de Alfons Martinell y su enfoque de proyectos socioculturales en el Manual Atalaya, este proyecto es un ejemplo del potencial de la cultura para generar impactos sostenibles en la sociedad, integrando dimensiones económicas, sociales, tecnológicas, políticas y culturales.

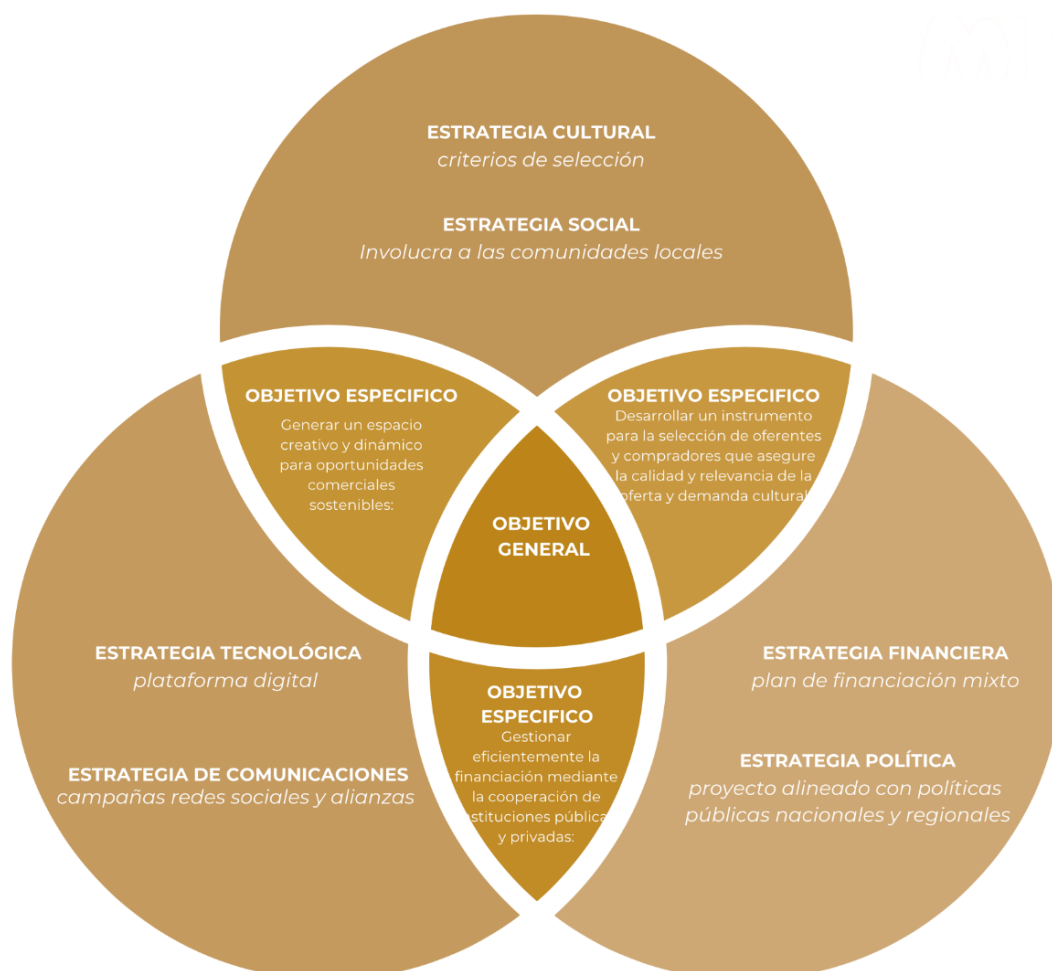
Martinell (2009) señala que un proyecto cultural debe entenderse como una herramienta de cambio, capaz de conectar las necesidades y demandas de una comunidad con estrategias que las conviertan en procesos sostenibles. El Mercado de las Artes del Sur no sólo responde a esta visión, sino que también incorpora premisas clave del enfoque propuesto por Martinell:

- La centralidad de la comunidad y el territorio: Este mercado prioriza la participación de las comunidades locales, destacando la diversidad cultural y el potencial creativo del departamento de Nariño. Desde su estrategia social, se busca garantizar que los grupos históricamente excluidos se conviertan en protagonistas del desarrollo cultural.
- La articulación entre lo local y lo global: A través de estrategias tecnológicas y de comunicación, el mercado posiciona a Nariño como un referente cultural en escenarios internacionales, generando oportunidades que vinculan lo local con las dinámicas globales de la economía creativa.
- La interdisciplinariedad en la gestión cultural: Como sugiere Martinell, un proyecto sociocultural requiere de la integración de diversas áreas de conocimiento. En este caso, el proyecto incorpora estrategias financieras, tecnológicas, comunicativas y políticas que permiten abordar los retos del sector cultural de manera integral.
- El impacto sostenible como horizonte: Más allá de la ejecución puntual del mercado, el proyecto se plantea como un modelo replicable y sostenible, que puede ser un referente para otras iniciativas en el sur de Colombia y en la región andina.

En este marco, el Mercado de las Artes del Sur se posiciona como un laboratorio de innovación cultural, donde convergen tradiciones, innovación tecnológica y nuevas narrativas de desarrollo. Este enfoque responde no solo a las políticas públicas vigentes,

sino también a las demandas de una ciudadanía que ve en la cultura una herramienta transformadora.

Desde la perspectiva de Martinell, el Mercado de las Artes del Sur encarna el espíritu de los proyectos socioculturales contemporáneos, al articular con sensibilidad las demandas del territorio con una visión estratégica. Este proyecto no solamente busca resultados inmediatos, como la visibilización, el reconocimiento y comercialización de productos culturales, sino que también plantea un horizonte de transformación profunda del ecosistema creativo de Nariño, consolidándose como un ejemplo paradigmático de cómo la gestión cultural puede impactar en múltiples dimensiones de la vida social.



Estrategias

Estrategia de Comunicaciones:

El Mercado de las Artes del Sur busca posicionarse como un evento emblemático en el ecosistema cultural y económico de Nariño. La estrategia de comunicaciones tiene como objetivo principal incrementar la visibilidad del proyecto y sus participantes, incentivando la participación masiva de compradores, visitantes y aliados estratégicos locales e internacionales.

Líneas de acción	actividades
Campaña de comunicación integral	+ Diseñar una estrategia que combine medios tradicionales y plataformas digitales + Crear mensajes segmentados dirigidos a públicos específicos
Colaboración con influenciadores y medios especializados	+ Establecer alianzas con influenciadores locales y nacionales + Involucrar medios especializados en arte y cultura para la difusión del evento
Interacción en redes sociales	+ presencia activa en plataformas clave (Instagram, TikTok, Facebook, entre otras) + promover actividades participativas como concursos, encuestas y eventos en línea
Diseño de instrumento tecnológico	Generar un entorno digital que impulse el trabajo en red y la difusión, promoción y circulación de productos artísticos locales

Indicadores:

- Alcance digital: cantidad de interacciones, visualizaciones y menciones en redes sociales.
- Participación en el evento: número de asistentes, compradores y artistas inscritos.
- Repercusión mediática: cobertura en medios nacionales e internacionales.

Esta estrategia no está pensada solamente para la promoción del evento, sino que también busca construir una narrativa que posicione al Mercado de las Artes del Sur como un motor transformador de la economía creativa de Nariño, integrando sus tradiciones culturales con la innovación tecnológica y comercial.

Estrategia Social:

La estrategia social del Mercado de las Artes del Sur está diseñada para generar un impacto significativo en el ecosistema creativo regional, promoviendo la difusión, promoción y circulación de la producción artística local. Además, busca fortalecer el tejido social e incluir a comunidades históricamente marginadas, fomentando su participación activa en el mercado y facilitando el acceso a nuevas oportunidades económicas y culturales.

Líneas de acción	Actividades
Inclusión y participación comunitaria	+ Comunidades locales en procesos de planificación, ejecución y evaluación + Talleres participativos para definir criterios de selección, actividades y dinámicas del evento.
Enfoque en diversidad e inclusión	+ Garantizar la participación de comunidades indígenas, afrodescendientes y otros grupos históricamente excluidos. + Incorporar enfoque de género, asegurando representación equitativa
Fomento del ecosistema creativo regional	+ Establecer mecanismos para la circulación de la producción cultural local, conectando artistas con compradores e inversionistas. + Facilitar el acceso a oportunidades de financiamiento colaborativo (crowdfunding) y promover alianzas con inversionistas privados.

Empoderamiento social y cultural	+ espacio de aprendizaje colectivo y colaboración, donde las comunidades y artistas locales puedan fortalecer sus capacidades en gestión cultural y estrategias comerciales. + Mercado como motor de desarrollo local sostenible.
----------------------------------	--

Indicadores:

- Nivel de participación de comunidades indígenas, afrodescendientes y mujeres.
- Número de talleres realizados y participantes empoderados.
- Alianzas establecidas con financiadores e inversionistas privados.
- Producción artística local circulada y comercializada a través del mercado.

La estrategia social, al integrar estas acciones, busca posicionar al Mercado de las Artes del Sur como un modelo de innovación cultural y cohesión social, catalizando un cambio estructural en el ecosistema creativo de Nariño.

Estrategia Tecnológica:

La estrategia tecnológica del Mercado de las Artes del Sur tiene como eje central la creación de una aplicación digital que potencie la comercialización, difusión y circulación de los productos culturales de Nariño. Esta apuesta tecnológica busca llevar la estrategia del mercado al ámbito digital, ampliando su alcance y consolidando su impacto a nivel regional, nacional y global.

Componentes	Actividades
Desarrollo de la App del mercado de las artes del sur	+ Aplicación móvil y web como vitrina digital interactiva de productos culturales + Contacto digital directo entre oferentes y demandantes, promoviendo transacciones en tiempo real, ampliando oportunidades de negocio.

	+ Incorporar herramientas como pasarelas de pago seguro, traducción automática y/o sistemas de logística integrada para envíos nacionales e internacionales
Sistema de inteligencia de mercado	+ sistema de analítica avanzada que identifique tendencias de consumo, compradores potenciales y nichos de mercado específico. + Reportes personalizados para usuarios sobre el rendimiento de sus productos.
Experiencias inmersivas y herramientas innovadoras	+ realidad aumentada y virtual para presentar productos culturales, permitiendo a los compradores explorar detalles, texturas o sonidos en un formato inmersivo. + funciones de streaming en vivo para conciertos, exposiciones y talleres, buscando conectar a artistas con audiencias globales en tiempo real.
Ecosistema digital integrado	+ Integración con redes sociales y plataformas como Instagram, Facebook y tiktok. + Colaboraciones con marketplaces globales

Indicadores:

- Incrementar la visibilidad global de los productos culturales del sur de Colombia.
- Generar nuevas oportunidades de ingresos para artistas y artesanos mediante el acceso a mercados internacionales.
- Posicionar al Mercado de las Artes del Sur como un modelo de innovación tecnológica en el sector cultural, alineado con los principios de sostenibilidad y creatividad digital.

Con esta estrategia tecnológica, el Mercado de las Artes del Sur se convierte en un puente que conecta la riqueza cultural de Nariño con el mundo, revolucionando la manera en que la creatividad local se valora y comercializa.

Estrategia Financiera:

La estrategia financiera del Mercado de las Artes del Sur se centra en garantizar la sostenibilidad económica del proyecto, no solo para su realización inmediata, sino también para su continuidad y crecimiento a mediano y largo plazo. Esta estrategia busca diversificar fuentes de ingresos y fomentar la formación de los participantes para una gestión eficiente de recursos.

Componentes	Actividades
Plan de financiación mixto	+ recursos públicos: vía programas gubernamentales locales, nacionales e internacionales enfocados en el apoyo a la economía creativa. + Creación de alianzas estratégicas con el sector privado a través de responsabilidad social corporativa (RSC) + Campaña de crowdfunding
Atracción de inversionistas y patrocinadores	+ Desarrollo de portafolio atractivo que presente al mercado como un proyecto innovador con alto impacto cultural y social, destacando su potencial como motor de la economía creativa regional
Educación financiera para artistas y artesanos	+ Talleres formativos en gestión financiera + Asesorías personalizadas en el uso de herramientas digitales + Creación de fondos rotativos en articulación con entidades públicas y privadas para el financiamiento de emprendimientos artísticos y culturales.

Indicadores:

- Garantizar los recursos necesarios para la ejecución del proyecto de manera sostenible.
- Fortalecer la autonomía económica de los artistas y artesanos locales.

- Posicionar al Mercado de las Artes del Sur como un referente en la gestión financiera de proyectos culturales, conectando el arte con oportunidades económicas tangibles.

Con esta estrategia, se busca no solo realizar el mercado como evento, sino también consolidarlo como un modelo replicable de sostenibilidad y crecimiento para el ecosistema creativo de Nariño.

Estrategia Política:

El proyecto Mercado de las Artes del Sur se alinea directamente con objetivos y metas establecidos tanto en el Plan de Desarrollo Nacional (PDN) 2022-2026 “Colombia Potencia Mundial de la Vida” como en el Plan de Desarrollo Departamental (PDD) de Nariño 2020-2023. Estos planes proveen un marco de políticas públicas que viabilizan la implementación del proyecto y permiten la gestión de recursos públicos al responder a prioridades estratégicas de desarrollo regional y nacional.

Componentes	Actividades
Alineación con el Plan de Desarrollo Nacional	<p>+ Transformación Productiva e Internacionalización: Este eje promueve el fortalecimiento de economías creativas y culturales en regiones históricamente marginadas, como Nariño, con énfasis en la generación de oportunidades para productores locales de bienes y servicios culturales. El proyecto se conecta con estas políticas al fomentar el acceso a mercados internacionales para artistas locales mediante un enfoque de sostenibilidad y equidad.</p> <p>+ Convergencia Regional: El PND prioriza inversiones y acciones para cerrar brechas entre regiones a través de proyectos que impulsen la competitividad territorial y el desarrollo económico con justicia social. En este marco, el</p>

	<p>Mercado de las Artes del Sur resalta como una herramienta para la redistribución de recursos y el fortalecimiento de capacidades locales en sectores culturales.</p> <p>+ Diálogos Regionales Vinculantes: Este proyecto refleja las necesidades expresadas por comunidades locales durante los diálogos vinculantes, integrándose como una respuesta a la demanda ciudadana de mayor acceso a las economías creativas y apoyo a iniciativas culturales que preserven el patrimonio y generen ingresos sostenibles.</p>
<p>Alineación con el Plan de Desarrollo Departamental de Nariño</p>	<p>+ Eje de Cultura y Patrimonio: El PDD de Nariño destaca la importancia de la economía creativa como motor de desarrollo y la necesidad de fortalecer las capacidades de artistas, artesanos y gestores culturales para consolidar mercados regionales sostenibles. El Mercado de las Artes del Sur contribuye directamente a estos objetivos al posicionar a Nariño como un referente en oferta cultural del sur de Colombia.</p> <p>+ Fortalecimiento Institucional: En el contexto de la descentralización, este proyecto responde al compromiso del departamento de articular esfuerzos con el nivel nacional para garantizar financiamiento, formación y la implementación de políticas culturales incluyentes.</p>
<p>Potencial de Gestión de Recursos</p>	<p>+ Acceso a fondos del Sistema General de Regalías y el Sistema General de Participaciones, específicamente en líneas de inversión para desarrollo cultural y economía creativa.</p>

	+ Articulación con el Plan Plurianual de Inversiones 2023-2026, que prioriza proyectos culturales como herramientas de reconciliación y desarrollo económico
--	--

Indicadores:

1. Número de oportunidades generadas para productores locales en mercados nacionales e internacionales.
2. Número de capacitaciones realizadas para fortalecer capacidades locales en sectores culturales.
3. Porcentaje de participación comunitaria en las actividades culturales del proyecto.
4. Número de alianzas estratégicas con entidades nacionales y regionales.
5. Cantidad de fuentes de financiamiento diversificadas para la sostenibilidad del proyecto.

Este enfoque político garantiza que el proyecto no solo se sustente en políticas públicas vigentes, sino que también aborde desafíos específicos de Nariño, promoviendo una economía cultural inclusiva y resiliente.

Estrategia cultural

Potenciar el ecosistema cultural y creativo en el departamento de Nariño, buscando promover la circulación, visibilidad y comercialización de productos culturales, fortaleciendo tanto la economía creativa como el tejido social y cultural del territorio. Además, busca también promover y preservar la riqueza cultural de Nariño, posicionando al departamento como un referente de economía creativa y cultural a nivel nacional e internacional

FASE	NOMBRE	ACCIONES
1	Identificación del ecosistema cultural	Artistas y creadores
		Demandantes
		Aliados estratégicos

	Infraestructura cultural	Espacios físicos
		Espacios digitales
	Problemáticas del ecosistema	Problemáticas ya identificadas en el desarrollo del proyecto
2 – Diseño de estrategias específicas	Circulación y comercialización	Realización del mercado físico
		Mercado digital
	Financiamiento e inversión	Crowdfunding
		Gestión con inversionistas privados
3 – impacto	Circulación y visibilidad	Productos nariñenses en mercados nacionales e internacionales
	Fortalecimiento economía creativa	Negocios generados y generación de empleo
	Indicadores de éxito	Número de artistas y productos comercializados
		Recursos captados a través de crowdfunding e inversionistas privados
		Audiencias alcanzadas

Indicadores:

- Número de negocios generados a partir del mercado cultural.
- Cantidad de empleos creados en el sector creativo y cultural.
- Crecimiento en ingresos de artistas y gestores culturales vinculados al proyecto

Esta estrategia cultural consolida al Mercado de las Artes del Sur como un proyecto transformador, que integra las dimensiones física y digital para revalorizar y posicionar la riqueza cultural de Nariño.

Estructura Financiera

La estrategia financiera del Mercado de las Artes del Sur se basa en garantizar la sostenibilidad económica del proyecto, asegurando su viabilidad a corto plazo y su crecimiento a futuro. Se ha estructurado en tres fases principales, cada una con una asignación de recursos estratégicamente definida para maximizar su impacto en el desarrollo del sector artístico y cultural de Nariño.

ESTRUCTURA FINANCIERA MERCADO DE LAS ARTES DEL SUR			Análisis vertical
Fase 1: La fase de gestión garantizará la operatividad del mercado y su inserción en circuitos nacionales e internacionales de economía creativa.			42%
Gestión	Gestión administrativa: Definición de estructura organizativa, roles y mecanismos de coordinación.	\$ 107.400.000	
	Servicios legales para la constitución del proyecto, contratos y acuerdos.	\$ 4.000.000	
	Servicios de consultores para el diseño del modelo de gestión financiera y la búsqueda de recursos	\$ 4.000.000	
Total		\$ 115.400.000	
Fase 2: La fase de implementación permitirá alinear cada una de estas acciones con los objetivos y resultados planteados.			51%
Implementación	Gastos de pauta publicitaria para redes sociales, diseño de línea gráfica y visual del evento, página web y tienda en línea, radio y televisión	\$ 8.000.000	
	Alquiler de equipos de audio, video, pantallas, luces. Incluye backline y sistema de P. A,	\$ 15.000.000	
	Montaje/fabricación de stands para Feria artesanal "Mercado de las Artesanias del sur" - tres días de	\$ 15.000.000	

	duración, con la participación de 15 emprendedores		
	Alquiler de espacios para showcases de teatro y Danza	\$ 12.000.000	
	Apoyo logístico para producción técnica	\$ 5.000.000	
	Jurados de convocatoria y curadores de talento local en las áreas participantes del evento	\$ 8.000.000	
	10 compradores nacionales en las áreas de música, artes plásticas, teatro y danza, artesanía	\$ 15.500.000	
	6 compradores internacionales en las áreas de música, artes plásticas, teatro y danza, artesanía	\$ 33.000.000	
	Acto inaugural del mercado, Refrigerio e hidratación, Papelería, branding, souvenirs, merchandising	\$ 22.000.000	
	Desarrollo y mantenimiento de plataforma digital	\$ 4.000.000	
Total		\$ 137.500.000	
Fase 3: El uso de indicadores cuantitativos y cualitativos permitirá valorar el impacto del mercado y su contribución a la dinamización del sector artístico en Nariño.			
Monitoreo y Evaluación	Recolección de datos, Evaluación de impacto, Sistematización y socialización de resultados	\$ 19.000.000	7%
Total Mercado de las Artes del Sur		\$ 271.900.000	100%

Financian necesidades operativas generales y fortalecen la continuidad del proyecto en el tiempo.		
Ingresos Transversales	Gestión de alianzas estratégicas: Construcción de redes de colaboración con entidades gubernamentales, Vía gestión cultural y vía recursos en convocatoria pública	\$ 250.000.000
	Gestión de alianzas estratégicas: Construcción de redes de colaboración sector privado y organizaciones culturales.	\$ 80.000.000
	Actividades ordinarias: ENTRADAS (15,000 X 2,000 VISITANTES), PATROCINIO/ACTIVACIONES DE MARCA, PRODUCTOS EXCLUSIVOS (Merch evento), ZONA GASTRONÓMICA X 15 STAND	\$ 130.000.000
	Total Ingresos	
utilidad		\$ 188.100.000

La estructura financiera del Mercado de las Artes del Sur se apoya en un plan de financiación mixto que combina recursos públicos y privados. Se contemplan fuentes de financiamiento como el Plan de Desarrollo Municipal y el Plan de Desarrollo Regional de Nariño, los cuales destinan rubros específicos para la circulación cultural. Además, se fomenta la diversificación de ingresos mediante patrocinios, activaciones de marca, crowdfunding y la comercialización de productos exclusivos del evento.

Con esta distribución financiera, el Mercado de las Artes del Sur no solo logra su ejecución inmediata, sino que sienta las bases para su consolidación como un modelo sostenible y replicable para el sector creativo de la región.

Indicadores

Componente	Producto	Actividad	Medición cuantitativa	Medición cualitativa
Diseño y gestión	Gestión de alianzas	Acuerdos con entidades culturales, empresas y patrocinadores	Número de alianzas estratégicas firmadas: 5	Número de compromisos formales cumplidos por aliados
Implementación	Ejecución del mercado	Montaje, ruedas de negocios, showcases y exhibiciones artesanales	Número total de eventos realizados: - 250 ruedas de negocio - 15 showcases de música, teatro y danza - Feria de emprendimiento con 20 participantes	Registro de cumplimiento, porcentaje de actividades realizadas según la programación inicial.
Participación y Alcance	Dinamización del ecosistema cultural	Convocatoria para selección de oferentes e inteligencia de mercado para	Número de compradores invitados: 30 Número de	Encuesta digital post-evento, porcentaje de compradores que mostraron interés

		selección de compradores	artistas participantes del mercado: 120 Número de asistentes al evento: 2.000	en futuras ediciones
Impacto económico y comercial	Generación de ingresos	Espacio de exhibición y comercialización	Monto total de ventas generadas: \$130.000.000	Número de transacciones registradas por oferente
Calidad y percepción	Satisfacción de los participantes	Evaluación de artistas, artesanos y compradores	80% de satisfacción general de participantes (artistas, artesanos y compradores)	Valoración promedio de encuesta de satisfacción en una escala de 1 a 5

Conclusiones

A partir del trabajo desarrollado, proponemos las siguientes reflexiones a manera de conclusiones del proyecto “Mercado de las artes del sur”.

1. Desde la perspectiva de la gestión cultural, el presente proyecto se plantea como una estrategia innovadora que responde a las dinámicas de la economía creativa y la economía cultural, alineándose con enfoques de desarrollo humano y capacidades, como los propuestos por Amartya Sen y Martha Nussbaum, que se revisaron en el marco teórico del trabajo. Al articular a los distintos actores de la cadena de valor del sector cultural, este proyecto dinamiza la circulación de bienes y servicios artísticos en Nariño, y también contribuye a su sostenibilidad mediante la creación de oportunidades comerciales, la profesionalización del talento local y su visibilización ante programadores de escenarios nacionales e internacionales. Su enfoque estructural permite fortalecer el ecosistema cultural del departamento, generando impactos a largo plazo en términos de acceso a mercados, consolidación de redes de cooperación y mejora de la competitividad del sector.

Asimismo, el Mercado de las Artes del Sur representa un hito en la gestión cultural de Nariño, dado que no existe una iniciativa similar impulsada desde el ámbito público o privado. Su carácter innovador radica – como hemos dicho – en la combinación de estrategias de comercialización directa, cualificación de los oferentes y fortalecimiento del tejido creativo local, lo que lo convierte en un modelo propio. En este sentido, el proyecto no solo responde a las necesidades inmediatas de los agentes culturales, sino que sienta las bases para una política sostenible de fomento a la economía creativa, contribuyendo al reconocimiento de Nariño como un nodo estratégico dentro del circuito cultural del suroccidente colombiano.

2. El Mercado de las Artes del Sur se proyecta como una estrategia para transformar múltiples barreras estructurales que han limitado la difusión, promoción, circulación y comercialización de bienes y servicios culturales en Nariño; la falta de infraestructura o la escasez de proyectos estratégicos en la materia reflejan esta problemática cultural.

En este sentido, al conectar de manera eficaz la oferta local con la demanda nacional e internacional, el proyecto impulsa la sostenibilidad del sector, y en esa misma medida, contribuye y fortalece el desarrollo humano de los agentes culturales, generando oportunidades reales para su profesionalización y crecimiento económico. Así mismo, el Mercado de las Artes del Sur se alinea con las políticas culturales nacionales y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, procurando contribuir a la promoción del trabajo decente, la reducción de desigualdades y el fortalecimiento de comunidades creativas resilientes. Este enfoque propuesto, que combina formación, difusión, promoción, circulación y comercialización, es susceptible de concebirse como un modelo replicable para otras regiones con desafíos similares.

3. El Mercado de las Artes del Sur se proyecta como un catalizador del desarrollo económico y social en el territorio, al generar oportunidades directas de comercialización para artistas y emprendedores culturales mediante ruedas de negocios y espacios de intercambio comercial. Sin embargo, su impacto va más allá del ámbito cultural, ya que su realización dinamiza sectores estratégicos como el

turismo cultural, la gastronomía y/o el comercio local, fortaleciendo la economía creativa en su conjunto. Al integrar estas dimensiones, el proyecto contribuye a la consolidación de un ecosistema en el que la cultura, además de ser valorada y comprendida como expresión identitaria, también sea entendida como un motor de desarrollo sostenible y bienestar para el departamento de Nariño. En este sentido, esta iniciativa no solamente apunta a transformar esas barreras estructurales que hemos mencionado en distintos momentos del texto, sino que también propone un enfoque y una visión que potencie la cultura como un eje transversal del desarrollo regional, tanto en lo relacionado con la generación de oportunidades para el sector, sino también en materia de garantía de derechos culturales para la población de la región.

4. Finalmente, desde una perspectiva integral que combina gestión cultural, planeación y formulación de proyectos, el Mercado de las Artes del Sur plantea un modelo de desarrollo cultural sostenible, fundamentado en la diversificación de fuentes de financiamiento, la formación de alianzas estratégicas y el fortalecimiento de capacidades locales. Su éxito dependerá de la continuidad de las estrategias de formación, comercialización y cooperación interinstitucional, garantizando su consolidación como un referente regional y nacional en la economía creativa.

Bibliografía

Becker, H. S. (1982). *Art Worlds*. University of California Press.

Benítez González, C. A., Córdoba Segovia, C. M., & García Velasco, I. C. (2022). Análisis de política pública del turismo cultural de la ciudad de Pasto mediante el enfoque de redes. *Tendencias*, 23(2), 1–29. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.198>

Bonet, L., & Négrier, E. (2011). *La política cultural en la era de la globalización: Un enfoque comparado*. Ariel.

Bourdieu, P. (1986). Las formas del capital. En J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Greenwood.

Bourdieu, P. (1993). El campo de la producción cultural: Ensayos sobre arte y literatura. Columbia University Press.

Caf.com; CAF. Recuperado el 19 de junio de 2024, de <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2023/12/economias-culturales-y-creativas-clave-para-el-desarrollo-sostenible/>

Cárdenas, Á. (s/f). Economías culturales y creativas, clave para el desarrollo sostenible.

Caves, R. E. (2000). Industrias creativas: Contratos entre arte y comercio. Harvard University Press.

CONPES. POLÍTICA NACIONAL DE ECONOMÍA NARANJA: ESTRATEGIAS PARA IMPULSAR LA ECONOMÍA DE LA CULTURA Y LA CREATIVIDAD.

de la Nación, M. de la C. P. (s/f). GUÍA REC CLAVES Y HERRAMIENTAS PARA DESCRIFRAR EL ECOSISTEMA ACTUAL DE LA MÚSICA.

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2017). Guía para la formulación de proyectos con enfoque de marco lógico. Bogotá, Colombia.

Echeverri, Silvia. 2022. “Las industrias creativas representan 3% del PIB y lograron generar 522.000 empleos” (2022, mayo 28). Diario La República.

García Canclini, N. (1995). Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización. Grijalbo.

Gómezjurado Garzón, Á. J. (2017). El barniz de Pasto: Testimonio del mestizaje cultural en el suroccidente colombiano, 1542-1777. Ministerio de Cultura; Fundación Mundo Espiral.

Hawkes, J. (2001). El cuarto pilar de la sostenibilidad: El papel esencial de la cultura en la planificación pública. Common Ground Publishing Pty Ltd.

https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/10-ferias-y-mercados-musicales_guia-rec.pdf

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-economia-cultural-y-creativa-csecc-2020p-2022pr>

<https://www.larepublica.co/economia/industrias-creativas-representan-3-del-pib-que-logran-generar-522-000-empleos-3372319>

<https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-misionales/desarrollo-empresarial/documento-conpes/10-conpes-industrias-culturales.aspx>

Leñero, J. (2008). Políticas culturales y gestión pública de la cultura. Siglo XXI Editores.
Mariana, R. T. (s. f.). Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa (CSECC) 2020p - 2022pr. Gov.co. Recuperado 22 de abril de 2024, de

Ministerio de cultura Ministerio de comercio, industria y Turismo Departamento Nacional de Planeación-DDE- DDS. (26 de abril de 2010). Documento conpes, Política nacional para la promoción de la cultura en Colombia.

Mulcahy, K. V. (2006). Políticas culturales: Definiciones y enfoques teóricos. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 35(4), 319-330.

Nota de prensa Mincultura. Recuperado 22 de abril de 2024, de <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/gracias-al-recaudo-de-espectaculos-publicos-en-2022-el-ministerio-de-cultura-entregara-mas-de-60-mil-millones-para-proyecto.aspx>

Nussbaum, M. C. (2012). *Crear capacidades: propuesta para el desarrollo humano*. Paidós.

Polya, G. (1945). *How to Solve It: A New Aspect of Mathematical Method*. Princeton University Press.

Recuperado el 20 de junio de 2024, de https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor_files/4090.pdf

Riascos, J. C., Acosta, L. F., & Ortiz, M. I. (2020). Economía naranja y la actividad artesanal en Colombia y Nariño: una breve revisión analítica. *Tendencias*, 21(2), 218–

Scott, A. J. (2006). Emprendimiento, innovación y desarrollo industrial: Geografía y el campo creativo revisitado. *Small Business Economics*, 26(1), 1-24.

Sen, A. (1999). *Desarrollo y libertad*. Planeta.

- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Planeta
- Staiff, M. (2018). *Ferias y mercados musicales. Espacios clave para la promoción y el desarrollo profesional*. Guía REC, Ministerio de Cultura de Argentina.
- Throsby, D. (2001). *Economía y cultura*. Cambridge University Press. Towse, R. (2010). *Manual de economía cultural*. Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
- Towse, R. (2011). *A Handbook of Cultural Economics*. Edward Elgar Publishing.
- UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
- Varios. (2022). *Mobilización ciudadana en Colombia: elementos para el análisis*. U. Externado.
- Yúdice, G. (2003). *El recurso de la cultura: Usos de la cultura en la era global*. Gedisa.