

# Tesina\_Daniela Marissa Camargo Trujillo

**5%**  
Textos sospechosos



**1% Similitudes**  
0% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas  
**5% Idiomas no reconocidos**

Nombre del documento: Tesina\_Daniela Marissa Camargo Trujillo.pdf  
ID del documento: f623fcfe170225c57ad21f1d9d5f96f1d7366571  
Tamaño del documento original: 1,27 MB

Depositante: DIEGO ARMANDO ACEVEDO SANCHEZ  
Fecha de depósito: 21/5/2025  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 21/5/2025

Número de palabras: 7271  
Número de caracteres: 55.522

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes de similitudes

### Fuente principal detectada

| N° | Descripciones  | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales                      |
|----|--|-------------|-------------|--|
| 1  | <b>Tesina_Andrea Beatriz Valencia Franke.pdf</b>   Tesina_Andrea Beatriz Val... #1d5eb3<br>El documento proviene de mi biblioteca de referencias | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (23 palabras) |

### Fuentes con similitudes fortuitas

| N° | Descripciones   | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales                      |
|----|---|-------------|-------------|--|
| 1  | <b>scielo.senescyt.gob.ec</b>   Innovación proactiva vs. reactiva: ¿Cuál es el mejor enfo...<br>http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09692024000100163 | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (17 palabras) |
| 2  | <b>Documento de otro usuario</b> #b67298<br>El documento proviene de otro grupo   | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (23 palabras) |
| 3  | <b>Documento de otro usuario</b> #409a6a<br>El documento proviene de otro grupo   | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (12 palabras) |
| 4  | <b>Documento de otro usuario</b> #6509fa<br>El documento proviene de otro grupo   | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (13 palabras) |
| 5  | <b>repository.unad.edu.co</b><br>https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/67405/3/tsochoab.pdf  | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (12 palabras) |

**Fuente ignorada** Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

| N° | Descripciones  | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales                      |
|----|--|-------------|-------------|--|
| 1  | <b>Tesina_Ximena Kimiko Perez Rovai.pdf</b>   Tesina_Ximena Kimiko Perez R... #02c926<br>El documento proviene de mi biblioteca de referencias | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (28 palabras) |

**Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)** Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

|   |   |
|---|---|
| 1 | <a href="https://www.unwomen.org">https://www.unwomen.org</a>   |
| 2 | <a href="https://www.unwomen.org/">https://www.unwomen.org/</a> |

# Puntos de interés

CARRERA PROFESIONAL DE ARTES VISUALES

“PROYECTO A.M. STUDIO: UN HUB CREATIVO PARA LA  
PROFESIONALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DEL ARTE EN  
LIMA”



**Tesina Andrea Beatriz Valencia Franke.pdf** | Tesina\_Andrea Beatriz Valencia Franke

 El documento proviene de mi biblioteca de referencias

TESINA PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN

ARTES VISUALES

AUTOR:

CAMARGO TRUJILLO DANIELA MARISSA

ASESOR:

ACEVEDO SÁNCHEZ, DIEGO ARMANDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:


DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIO


LIMA, PERÚ

2025

2

ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| 1. CAPÍTULO I: RESUMEN EJECUTIVO   | 3  |
| 2. CAPÍTULO II: INTRODUCCIÓN   | 5  |
| 2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA  | 5  |
| 2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA   | 5  |
| 3. CAPÍTULO III: CONTENIDO   | 7  |
| 3.1 ANÁLISIS DE TENDENCIAS   | 7  |
| 3.2 BENCHMARKING   | 7  |
|  3.3 ANÁLISIS FODA | 8  |
| 3.4 RECOLECCIÓN DE DATOS   | 10 |

|  |    |
|--|----|
| 3.5 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN OBTENIDA   | 11 |
| 3.5.1 IDENTIFICACIÓN DE INSIGHTS   | 11 |
| 3.5.2 DEFINICIÓN DE ARQUETIPOS INTERNOS Y EXTERNOS                               | 12 |
| 3.5.3 CONSTRUCCIÓN DE JOURNEY MAP  | 13 |
| 3.5.4 DISEÑO DE EXPERIENCIA IDEAL  | 14 |
| 3.6 PRODUCCIÓN ARTÍSTICA   | 15 |
| 3.6.1 BUSINESS MODEL CANVAS  | 16 |
| 3.   |    |
|  |    |
| 6.2 VALUE PROPOSITION CANVAS   | 17 |
| 3.   |    |
| 6.3 CONSTRUCCIÓN DE PROTOTIPO DE SOLUCIÓN  | 18 |
| 3.7 VALIDACIÓN E ITERACIÓN DE LA SOLUCIÓN  | 20 |
| 3.8 COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS  | 22 |
| 3.9 POSTULACIÓN A FONDOS DE CAPITAL SEMILLA                                      | 24 |
| 4. CAPÍTULO IV: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS                                       | 25 |

3

## CAPÍTULO I

### RESUMEN EJECUTIVO

A.M. Studio es un hub creativo, un espacio físico y simbólico que articula redes de



colaboración entre artistas, gestores, investigadores, empresas y comunidades para

fomentar la innovación cultural, la producción artística y el desarrollo sostenible dentro de la economía creativa (UNESCO, 2022; Howkins, 2001).

Este proyecto ha sido concebido para fortalecer la profesionalización y sostenibilidad de los artistas emergentes en Lima, mediante la innovación, el diseño y la gestión cultural. Su propósito es responder a la falta de espacios adecuados para la creación, formación y colaboración dentro del ecosistema artístico local, a través de un modelo interdisciplinario que integra investigación, producción y difusión artística. Más que un centro de trabajo compartido, A.M. Studio se plantea como un ecosistema cultural vivo que impulsa la circulación de saberes, la creación colaborativa y la generación de valor simbólico y económico mediante procesos participativos y comunitarios. Este enfoque responde a la necesidad urgente de democratizar el acceso al arte y la cultura, promoviendo un entorno equitativo que respete la diversidad, fomente la justicia social y contribuya activamente al empoderamiento femenino dentro del sector creativo (Bourdieu, 1993; Florida, 2002).

La propuesta se estructura en tres pilares fundamentales que dan forma al modelo de

gestión del proyecto: A.M. Lab, orientado a la experimentación y desarrollo metodológico en las artes; A.M. Studio, como espacio central de producción, gestión y aprendizaje colaborativo; y Dimensiones Paralelas, dedicado a la difusión, preservación y circulación del trabajo artístico mediante estrategias digitales y museográficas. Cada uno de estos pilares ha sido concebido desde una perspectiva ética y política, asumiendo un compromiso transversal con la inclusión, la igualdad de género y la justicia social, reconociendo las brechas estructurales que históricamente han afectado a mujeres, disidencias sexo-genéricas, pueblos originarios y comunidades racializadas dentro del campo cultural (hooks, 1995; Kabeer, 1999; Bourdieu, 1993). En este sentido, A.M. Studio no solo ofrece infraestructura y servicios para la producción artística, sino que se constituye como una plataforma transformadora, que promueve activamente el liderazgo femenino, la equidad



interseccional y la legitimación de voces subrepresentadas en el arte contemporáneo.

Este enfoque se fortalece en un contexto donde la economía creativa y la digitalización del arte abren nuevas oportunidades para los artistas emergentes.

Según la UNESCO (2022), la economía creativa representa una vía para el desarrollo sostenible, al promover la diversidad cultural y la inclusión. Howkins (2001) plantea que la creatividad, además de ser un recurso económico, es un agente transformador de las estructuras sociales. Por su parte, Throsby (2001) destaca el valor simbólico del arte como factor clave para la cohesión y representación cultural, particularmente relevante cuando se priorizan narrativas diversas e históricamente marginadas. A.M.



Studio, al integrar estas perspectivas, busca consolidarse como un agente de cambio

que impulse prácticas más igualitarias e inclusivas en el ámbito de la gestión cultural.

4

La formulación del proyecto se sustentó en una metodología mixta que incluyó el análisis de tendencias, benchmarking de hubs creativos internacionales, diagnóstico FODA, y recolección de datos primarios a través de entrevistas, encuestas y focus groups. Estas herramientas permitieron identificar arquetipos clave dentro del ecosistema artístico limeño y diseñar experiencias acordes con sus necesidades reales. A lo largo del proceso, se priorizó la participación activa de mujeres y comunidades subrepresentadas, asegurando un enfoque inclusivo



Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

en la toma de

decisiones y en el diseño de

servicios (Jenkins, 2006; Lippard, 1997).

El modelo de negocio de A.M. Studio combina estrategias de financiamiento mixto, autogestión y colaboración intersectorial. Se basa en la postulación a fondos de capital semilla, programas de formación con matrículas escalonadas y alianzas con empresas e instituciones comprometidas con la responsabilidad cultural. Este enfoque busca no solo la viabilidad económica del hub, sino también garantizar la justicia cultural y el acceso igualitario a oportunidades. El concepto de capital simbólico de Bourdieu (1993) resulta esencial para comprender cómo A.M. Studio contribuye a la legitimación del arte emergente en espacios institucionales, especialmente el creado por mujeres y disidencias que históricamente han sido invisibilizadas.

Desde esta mirada, A.M. Studio se consolida como un espacio de resistencia y creación colectiva, donde se desafían las jerarquías tradicionales del sistema cultural y se promueven modelos horizontales de gestión, pedagogías críticas, alianzas solidarias y prácticas artísticas orientadas al bien común (Beuys,



1982; Kester, 2004). Como hub

creativo, se posiciona no solo como una plataforma de producción y profesionalización, sino también como una herramienta de empoderamiento simbólico, democratización del acceso a la cultura y transformación social, en coherencia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 5, 10 y 16). En síntesis, A.M. Studio no solo aspira a convertirse en un referente en el ecosistema cultural limeño, sino también en un modelo replicable en otros contextos urbanos con sectores creativos emergentes, gracias a su enfoque integral basado en la innovación, la equidad, la sostenibilidad y la justicia social. Su propuesta transformadora impulsa una producción artística contemporánea más diversa, inclusiva y comprometida con el fortalecimiento de los derechos culturales.

emergentes enfrentan numerosos desafíos para formalizar sus carreras. La falta de infraestructura adecuada para la creación, exhibición y comercialización de obras limita significativamente su crecimiento y sostenibilidad. A ello se suma la alta informalidad laboral en el sector cultural,



que dificulta el acceso a financiamiento, seguridad social

y estabilidad económica, reduciendo así las oportunidades de profesionalización y expansión del mercado artístico (Throsby, 2001). Esta precariedad afecta de manera especialmente grave a mujeres y disidencias de género, quienes enfrentan barreras



estructurales adicionales vinculadas a la discriminación, la falta de representación

simbólica y la escasa legitimación institucional (Bourdieu, 1993; ONU Mujeres, 2021).

En este contexto de desigualdad, la economía creativa ha sido reconocida por organismos internacionales como la UNESCO y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) como un motor clave para el desarrollo económico, social y cultural. Florida (2002) destaca que la denominada clase creativa impulsa la innovación y el crecimiento urbano, consolidando a las ciudades como polos de atracción para el talento artístico. No obstante, en Lima el sector creativo carece aún de una estructura organizativa



sólida que permita la integración efectiva de los artistas en un mercado sostenible,

inclusivo y justo, donde se garantice el respeto a la diversidad cultural, étnica, de género y sexo-genérica. Las iniciativas institucionales existentes han sido insuficientes, especialmente en lo que respecta al acceso equitativo de mujeres, pueblos originarios, disidencias y comunidades racializadas a oportunidades de formación, visibilidad, financiamiento y legitimación.

En respuesta a estas problemáticas, A.M. Studio surge como una propuesta integral que no solo busca fortalecer la profesionalización artística mediante un modelo interdisciplinario, sino que también incorpora de forma transversal un enfoque de equidad, diversidad y justicia social. El proyecto asume un compromiso activo con la igualdad de género y el empoderamiento femenino, promoviendo espacios seguros, horizontales y colaborativos que reconozcan la pluralidad de voces dentro del arte contemporáneo (ONU Mujeres, 2021; Jenkins, 2006). A través de programas formativos, residencias, redes de colaboración y estrategias de visibilización cultural, A.M. Studio se propone contribuir a la reducción de las brechas estructurales que históricamente han excluido a sectores subrepresentados del circuito artístico formal.

## 2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La problemática central de esta investigación se enfoca en la ausencia de

mecanismos efectivos para la profesionalización y sostenibilidad de los artistas emergentes en Lima, en un contexto donde, a pesar de su riqueza cultural, persisten múltiples barreras de acceso a oportunidades de desarrollo, formación, producción y comercialización de obra. Esta situación se ve agravada por un campo artístico

6

dominado por estructuras patriarcales y lógicas de exclusión que han limitado históricamente la participación plena y equitativa de mujeres, personas LGBTQ+, pueblos indígenas y otras identidades culturales disidentes (Bourdieu, 1993; Lippard, 1997).

La falta de políticas culturales orientadas hacia la inclusión económica y simbólica, así como la escasa articulación entre actores del sector creativo, ha restringido el crecimiento del ecosistema artístico limeño, impactando negativamente no solo a sus creadores, sino también a la diversidad cultural y la cohesión social de la ciudad. Frente a este escenario, surge la necesidad de explorar modelos alternativos que respondan a estas brechas desde un enfoque integral, participativo y justo.

Desde esta perspectiva, la investigación plantea la siguiente pregunta central: ¿Cómo contribuye A.M. Studio a la profesionalización de los artistas emergentes, la sostenibilidad del ecosistema creativo en Lima y la promoción de la igualdad, diversidad y empoderamiento de mujeres y disidencias en el arte?

Para responder a esta interrogante, el estudio analizará la efectividad del modelo de A.M. Studio en la generación de oportunidades laborales, la creación de redes de colaboración, la implementación de estrategias de financiamiento sostenibles y la incorporación de enfoques interseccionales en su diseño y gestión cultural. Asimismo, se evaluará el potencial de este modelo como experiencia replicable en otros contextos urbanos con características similares, contribuyendo no solo al fortalecimiento de la economía creativa, sino también al desarrollo de una cultura más equitativa, plural y representativa (Howkins, 2001; ONU Mujeres, 2021).

## CAPÍTULO III: CONTENIDO

### 3.1. ANÁLISIS DE TENDENCIAS

El auge de la economía creativa y la digitalización del arte han generado nuevas oportunidades para artistas emergentes, revelando también la necesidad de transformar las estructuras de acceso y sostenibilidad cultural. Según la UNESCO (2022), este sector promueve no solo el desarrollo económico, sino también la diversidad cultural y la inclusión. A.M. Studio adopta este enfoque, integrando transversalmente la equidad de género, la justicia social y la representación de comunidades diversas como ejes de su sostenibilidad.

En América Latina, el BID (2021) reconoce la relevancia económica de la economía naranja, aunque advierte sobre problemáticas estructurales como la informalidad y la exclusión de mujeres y disidencias. Frente a ello, A.M. Studio se plantea como una propuesta que democratiza el acceso a la producción artística y fomenta el empoderamiento a través de formación interseccional, mentorías y redes colaborativas.

La digitalización y tecnologías emergentes han facilitado espacios de expresión para artistas históricamente marginados. Jenkins (2006) señala que la cultura participativa permite amplificar estas voces y renovar las formas de circulación cultural. En este contexto, A.M. Studio emplea herramientas digitales para expandir audiencias y fortalecer liderazgos diversos.

Finalmente, la sostenibilidad en el arte abarca no solo lo ecológico, sino también lo social y simbólico. Throsby (2001) destaca el valor cultural del arte en modelos económicos responsables. Por ello, A.M. Studio asume un enfoque de sostenibilidad cultural basado en la equidad, diversidad y justicia social como principios de desarrollo a largo plazo.

### 3.2. BENCHMARKING

A.M. Studio fue comparado con hubs creativos como el Centro de las Artes de San Luis Potosí (México) y Factory Berlin (Alemania), reconocidos por integrar producción, formación y colaboración. A diferencia de estos modelos, A.M. Studio incorpora de forma central la equidad de género y la inclusión de mujeres y disidencias en el arte (ONU Mujeres, 2021).

Mientras que San Luis Potosí promueve lo comunitario y Factory Berlin la innovación tecnológica, A.M. Studio adopta un enfoque transformador con políticas paritarias y

representación diversa. El benchmarking reveló brechas en infraestructura y membresías, frente a las cuales A.M. Studio propone estrategias SMART orientadas a garantizar acceso equitativo y justicia cultural (Bourdieu, 1993; Lippard, 1997).

8

#### Cuadro de Puntuación por Atributo

##### Atributo

Centro de las Artes de

San Luis Potosí

Factory Berlin A.M. Studio

##### Infraestructura

Edificio histórico restaurado

con talleres y salas de

exposición (8/10)

Espacio moderno con

coworking y tecnología

avanzada (10/10)

Espacio de producción y

experimentación artística

(7/10)

##### Financiamiento

Fondos públicos

y privados (9/10)

##### Membresías y patrocinios

privados (8/10)

Fondos mixtos y alianzas

estratégicas (7/10)

##### Impacto

##### Comunitario

Programas educativos y

de inclusión social (9/10)

Red global de networking y

colaboración (8/10)

Residencias y capacitaciones

para comunidades

locales (8/10)

Accesibilidad Becas y acceso público (9/10)

Exclusivo para miembros y

eventos privados (7/10)

Mixto: abierto a la

comunidad con opciones

de membresía (8/10)

Brechas Identificadas:

1. Infraestructura: Ausencia de tecnología avanzada y espacios de coworking.

2. Financiamiento: Dependencia de alianzas sin un sistema de membresías

sostenible.

Estrategias SMART para cerrar brechas:

Para fortalecer la sostenibilidad de A.M. Studio y responder a estas brechas, se proponen estrategias SMART con enfoque en igualdad, diversidad y empoderamiento femenino. En infraestructura, se plantea implementar una sala de producción tecnológica con al menos cinco estaciones de trabajo digital durante el primer año, gestionadas a través de fondos culturales internacionales con enfoque inclusivo (ONU Mujeres, 2021).

En cuanto al financiamiento, se diseñará un sistema de membresías escalables con acceso a capacitaciones, mentorías y exposiciones, buscando incorporar 50 miembros en seis meses. Esta estrategia apunta a reducir la dependencia financiera y promover la participación activa de mujeres, personas LGBTQ+ y comunidades marginadas, reconociendo su rol en la construcción cultural (Bourdieu, 1993; Throsby, 2001).

Estas acciones buscan construir un ecosistema artístico equitativo, donde el acceso se



base en el potencial creativo y no en condiciones socioeconómicas o redes de poder,

reafirmando al arte como motor de transformación social (Howkins, 2001; Florida,

2002)

. Así, A.M. Studio se consolida como un espacio inclusivo, sostenible y replicable.

### 3.3. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA de A.M. Studio permite visualizar sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en torno a su objetivo de profesionalizar y

9

diversificar el campo artístico en Lima desde un enfoque inclusivo. Como fortaleza principal, resalta su modelo interdisciplinario, que articula arte, tecnología y gestión cultural bajo principios de sostenibilidad, equidad y diversidad, abordando asimetrías



históricas en el acceso al arte con una mirada interseccional (Bourdieu, 1993; Throsby,

2001).

Entre sus debilidades destacan la escasa consolidación digital y las dificultades para atraer audiencias diversas, lo que exige reforzar estrategias de comunicación inclusiva.

La dependencia de fondos externos también representa un desafío, y demanda

avanzar hacia modelos sostenibles que redistribuyan recursos y fomenten la

autonomía de colectivos independientes (Howkins, 2001).

En cuanto a oportunidades, el crecimiento del arte digital y el interés internacional por

propuestas con enfoque de género ofrecen condiciones favorables para visibilizar

nuevas narrativas y consolidar alianzas estratégicas. Sin embargo, persisten

amenazas como la falta de políticas culturales con enfoque de género, la competencia

con espacios tradicionales que reproducen jerarquías patriarcales, y el acceso limitado

a infraestructura (Debord, 1995; ONU Mujeres, 2021).

Este análisis reafirma que A.M. Studio no solo responde a una necesidad estructural

del sector, sino que se proyecta como un agente de cambio comprometido con un

ecosistema artístico más justo y representativo.

Factor Aspecto Descripción

Fortalezas

Modelo interdisciplinario

e innovador

A.M. Studio combina arte, tecnología y gestión cultural

para potenciar el desarrollo de artistas emergentes.

Este enfoque está alineado con la estética relacional de

Bourriaud (1998).

Integración de

metodologías de diseño

y sostenibilidad

Se incorporan estrategias de diseño sostenible en la

producción artística, en línea con los principios de

sostenibilidad cultural de Throsby (2001).

Vinculación con redes

artísticas internacionales

A.M. Studio ha establecido alianzas con hubs creativos

globales, promoviendo la movilidad de artistas y el

acceso a financiamiento, un aspecto clave en la teoría

de la clase creativa de Florida (2002).

Debilidades

Falta de consolidación

digital

La participación digital es crucial para la sostenibilidad

de proyectos creativos, según Jenkins (2006). A.M.

Studio debe fortalecer su presencia en plataformas digitales.

Retos en la captación de

audiencias diversas

La teoría del campo cultural de Bourdieu (1993) indica que las estructuras simbólicas pueden limitar el acceso de ciertos actores al sistema del arte.

Dependencia de

financiamiento externo

Howkins (2001) argumenta que los proyectos creativos

deben diversificar sus fuentes de ingresos para

garantizar su autonomía económica.

10

Oportunidades

Crecimiento del arte

digital y experiencias

inmersivas

La estetización del mundo, según Lipovetsky y Serroy (2015), expande las posibilidades del arte en la vida cotidiana, abriendo nuevos mercados.

Acceso a financiamiento

internacional

Throsby (2001) destaca que las industrias creativas

requieren un equilibrio entre el valor económico y

cultural, lo que subraya la importancia del

financiamiento externo.

Expansión de la cultura

colaborativa en el arte

La cultura participativa y el arte dialógico, según Kester

(2004), favorecen la innovación y la inclusión en

espacios creativos.

Amenazas

Falta de apoyo estatal

para la cultura

Bhabha (1994) plantea que la cultura está en constante

negociación con las estructuras de poder, lo que puede

afectar la estabilidad de iniciativas independientes.

Competencia con

espacios artísticos

tradicionales

Debord (1995) advierte que el arte en la sociedad del

espectáculo puede ser cooptado por la lógica

comercial, limitando su autonomía.

Limitado acceso a

infraestructura de

calidad

Kwon (2002) señala que el arte site-specific requiere

infraestructura adecuada para garantizar su impacto y

relevancia.

### 3.4. RECOLECCIÓN DE DATOS

Para evaluar el impacto de A.M. Studio en la profesionalización y sostenibilidad de

artistas emergentes en Lima, se implementaron metodologías cualitativas y

cuantitativas que permitieron relevar necesidades, oportunidades y desafíos del sector

cultural, con enfoque transversal en igualdad de género, diversidad e inclusión.

La investigación incluyó entrevistas a gestores culturales, artistas y especialistas en

economía creativa, encuestas aplicadas a 100 artistas emergentes y tres focus groups

con actores clave. Se priorizó la participación de mujeres, personas LGBTIQ+ y

comunidades excluidas, siguiendo criterios de interseccionalidad (ONU Mujeres,

2021).

El análisis reveló desigualdades en el acceso a formación, financiamiento y

legitimación, lo que refuerza la necesidad de políticas culturales más inclusivas y

estructuras que reconozcan el valor simbólico y económico del trabajo de artistas

diversos (Bourdieu, 1993; Throsby, 2001).

#### Metodología Descripción Objetivo

Entrevistas en

profundidad

Se realizaron entrevistas

semiestructuradas con gestores

culturales, artistas, curadores y

expertos en economía creativa

Identificar percepciones sobre barreras,

oportunidades y estrategias efectivas en

la profesionalización artística.

Encuestas a

artistas

emergentes

Se aplicaron encuestas estructuradas

a una muestra de 100 artistas en

Lima.

Obtener datos cuantificables sobre

acceso a espacios de creación,

financiamiento, redes artísticas y

necesidades de formación.

Focus Groups

Se llevaron a cabo tres sesiones con artistas emergentes, gestores

culturales, curadores e instituciones

privadas.

Identificar insights clave para mejorar la

oferta de servicios y estrategias de

vinculación del hub.

### 3.5. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN OBTENIDA

#### 3.5.1 IDENTIFICACIÓN DE INSIGHTS PRINCIPALES

Del análisis de los datos recopilados, emergieron seis insights clave que orientan el diseño de las estrategias de A.M. Studio. Primero, se identificó la necesidad urgente de formación en gestión cultural, herramientas digitales y modelos de financiamiento sostenible, especialmente en grupos históricamente excluidos del acceso a educación formal e institucionalización artística (Throsby, 2001). En segundo lugar, las barreras económicas representan un obstáculo constante para la generación de ingresos sostenibles, afectando con mayor fuerza a mujeres artistas y colectivos disidentes (Howkins, 2001; ONU Mujeres, 2021).

Otro hallazgo relevante es el potencial transformador de los modelos colaborativos, que fomentan la construcción de redes entre artistas, gestores y



comunidades, lo que facilita la redistribución del capital simbólico (Bourdieu, 1993).

Asimismo, se evidenció una fuerte demanda por espacios seguros y accesibles para la producción y experimentación artística, tanto físicos como digitales. La digitalización, entendida desde la perspectiva de la convergencia mediática (Jenkins, 2006), se convierte en una herramienta fundamental para democratizar el acceso y ampliar la visibilidad de los artistas emergentes.

Finalmente, el reconocimiento simbólico en espacios institucionales y mediáticos se reafirma como un componente esencial para la sostenibilidad del arte periférico y

diverso, posicionando a A.M. Studio como plataforma de legitimación cultural.

Insight

Principal

Descripción

Necesidades de

formación

Falta de capacitación en gestión cultural, financiamiento y tecnologías digitales

aplicadas al arte (Throsby, 2001).

Barreras

económicas

Acceso limitado a financiamiento, dependencia de subsidios y escasas

oportunidades para generar ingresos sostenibles (Howkins, 2001).

Modelos de

colaboración

La creación de redes de trabajo entre artistas y gestores culturales fomenta

oportunidades de desarrollo y visibilidad (Florida, 2002).

12

Demanda de

espacios

accesibles

Necesidad de espacios híbridos que combinen investigación, producción y

difusión artística (Lippard, 1997).

Digitalización

del arte

Integración de plataformas digitales para expandir audiencias y generar nuevos

modelos de monetización (Jenkins, 2006).

Capital

simbólico y

legitimación

La validación del arte emergente en espacios institucionales y mediáticos es

clave para su sostenibilidad (Bourdieu, 1993).

### 3.5.2. DEFINICIÓN DE ARQUETIPOS

Con el objetivo de comprender mejor las expectativas, necesidades e interacciones

dentro del ecosistema de A.M.



Studio, se definieron seis arquetipos clave:  
artista

emergente multidisciplinario, gestor cultural, artista residente, empresa con RSE,

investigador cultural y coordinador de proyectos. Estos perfiles no solo reflejan

diferentes roles funcionales dentro del hub, sino también la diversidad de trayectorias,

géneros y formas de participación que enriquecen el campo artístico. La construcción de los arquetipos se basó en las teorías de la clase creativa (Florida, 2002), la economía cultural (Throsby, 2001) y el capital simbólico (Bourdieu, 1993), incorporando además principios de equidad e interseccionalidad en su caracterización.

En particular, se visibilizaron trayectorias femeninas y disidentes que, pese a la falta de reconocimiento institucional, han impulsado iniciativas comunitarias, prácticas colaborativas y estrategias de autogestión cultural que transforman el sentido tradicional del arte. A.M. Studio integra estos perfiles no como excepciones, sino como protagonistas del cambio estructural que propone, asegurando representación diversa en sus programas y espacios de decisión.

Cliente Interno:

13

Cliente externo:

### 3.5.3. JOURNEY MAP POR CADA ARQUETIPO

Los journey maps elaborados permiten visualizar cómo cada arquetipo se relaciona con los servicios, valores y metodologías de A.M. Studio.

El artista emergente accede al hub a través de redes sociales o eventos culturales, participando luego en talleres, residencias y espacios de exhibición. Este recorrido se desarrolla en un entorno seguro, colaborativo e inclusivo, que promueve la

14

participación de mujeres, disidencias sexo-genéricas y comunidades racializadas (Jenkins, 2006).

El gestor cultural se vincula mediante alianzas institucionales, contribuyendo a proyectos con enfoque interseccional. A su vez, las empresas con responsabilidad social encuentran en A.M. Studio un aliado alineado con principios de diversidad e innovación, participando a través de patrocinios y colaboraciones técnicas.

El artista residente se incorpora a programas intensivos que legitiman su práctica desde una perspectiva crítica. El investigador cultural aporta desde la documentación y reflexión teórica, mientras que el coordinador de proyectos articula todas estas experiencias, liderando desde una visión transformadora del arte como herramienta de justicia social.

En conjunto, estos recorridos configuran un ecosistema cultural plural, accesible y

comprometido con la redistribución simbólica del poder en el arte.

#### 3.5.4. DISEÑO DE EXPERIENCIA IDEAL

A partir del análisis de los arquetipos y sus recorridos, se diseñó una experiencia ideal basada en accesibilidad, equidad y participación diversa. Esta propuesta responde tanto a necesidades funcionales como al compromiso estructural de A.M. Studio con la igualdad de género, la justicia social y la democratización cultural.

Inspirado en la educación continua (Throsby, 2001), se plantea un programa formativo flexible, adaptado a distintas etapas profesionales, con énfasis en mujeres, disidencias y colectivos históricamente excluidos. Se proponen mentorías personalizadas que fortalezcan la profesionalización artística, reconociendo el valor del capital simbólico (Bourdieu, 1993).

15

Además, se proyecta una plataforma digital inclusiva para la gestión colaborativa de proyectos, promoviendo redes horizontales de saberes (Jenkins, 2006). Esta propuesta se complementa con alianzas estratégicas para ampliar oportunidades de visibilidad y financiamiento, en línea con los principios de la economía creativa y la sostenibilidad cultural (Howkins, 2001; ONU Mujeres, 2021).

- Talleres accesibles y escalonados: Siguiendo la idea de educación continua (Throsby, 2001), se plantea una formación flexible que responda a las distintas etapas de desarrollo artístico.
- Mentorías personalizadas: Basadas en el capital simbólico (Bourdieu, 1993), estas mentorías facilitarán acceso a redes, exhibiciones y crecimiento profesional.
- Plataforma digital colaborativa: En línea con la convergencia mediática (Jenkins, 2006), permitirá gestionar proyectos, conectar agentes culturales y acceder a financiamiento.
- Alianzas estratégicas: Inspiradas en la economía creativa (Howkins, 2001), buscarán fondos, espacios expositivos y proyección internacional.

Tabla: Diseño de Experiencia Ideal

Mejora Propuesta Fundamento Teórico Objetivo

Accesibilidad formativa

flexible  
Throsby (2001)

Formación adaptada a

trayectorias diversas

Mentorías personalizadas Bourdieu (1993)  
Fortalecer redes y visibilidad

profesional

Plataforma digital

colaborativa  
Jenkins (2006)

Fomentar interacción y acceso a

recursos

Alianzas para

visibilización y

financiamiento

Howkins (2001), ONU

Mujeres (2021)

Internacionalización y

sostenibilidad cultural

### 3.6. PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

La fase de producción artística en A.M. Studio se concibe como un espacio integrador de práctica creativa, reflexión crítica y justicia social, donde el arte se vincula directamente con procesos de transformación cultural. Inspirado en la estética



relacional de Bourriaud (1998) y en experiencias internacionales de hubs creativos,

este programa piloto incluyó residencias, talleres, exhibiciones experimentales y una plataforma digital, ofreciendo un marco de profesionalización centrado en la inclusión, la equidad y el empoderamiento simbólico.

Durante las residencias, se promovió el trabajo colaborativo en un entorno que reconoce la pluralidad de experiencias. Mujeres y disidencias encontraron en A.M. Studio un espacio para crear desde sus propias narrativas, con acompañamiento crítico, visibilidad institucional y validación de sus trayectorias (Bourdieu, 1993). Los talleres abordaron temas de gestión cultural, autogestión y sostenibilidad, conectando la economía creativa con perspectivas interseccionales (Howkins, 2001). Por su parte,

16

las exhibiciones funcionaron como laboratorios abiertos de validación colectiva, desafiando estructuras jerárquicas tradicionales de legitimación artística.

La plataforma digital, concebida desde la lógica de convergencia mediática (Jenkins, 2006), permitió documentar, difundir y monetizar procesos creativos, ampliando el acceso y la visibilidad para artistas emergentes, especialmente aquellos sin redes institucionales consolidadas. Esta fase reafirma el rol de A.M. Studio como un espacio cultural innovador, inclusivo y feminista, comprometido con la transformación simbólica del ecosistema artístico.

#### 3.6.1 BUSINESS MODEL CANVAS

El modelo de negocio de A.M. Studio, basado en el Business Model Canvas y el Lean

Canvas,



integra dimensiones económicas, culturales y sociales para garantizar

sostenibilidad sin perder su enfoque ético, centrado en la justicia cultural y la equidad estructural.

Su segmento de clientes abarca artistas emergentes, gestores, instituciones educativas y empresas con responsabilidad social, priorizando alianzas con actores comprometidos con la diversidad y el desarrollo sostenible (Florida, 2002). La propuesta de valor ofrece un espacio de creación, formación y visibilización para poblaciones subrepresentadas (ONU Mujeres, 2021).

La difusión se realiza mediante exposiciones, redes digitales, alianzas y una plataforma propia. Los ingresos se generan a través de residencias, talleres, servicios creativos, membresías y patrocinios, bajo un modelo híbrido y autogestionado. Los costos incluyen operación, honorarios profesionales y políticas de accesibilidad y cuidado.

17

Este modelo busca equilibrar el valor económico con el simbólico (Throsby, 2001), posicionando a A.M. Studio como una iniciativa referente en sostenibilidad e innovación dentro de la economía creativa.

En conjunto, el modelo se orienta a equilibrar valor económico y valor simbólico (Throsby, 2001), posicionando a A.M. Studio como un referente regional en innovación,



sostenibilidad y equidad en la economía creativa.

### 3.6.2 VALUE PROPOSITION CANVAS

El Value Proposition Canvas alinea la propuesta de A.M. Studio con las necesidades de dos perfiles clave: el usuario (artista o gestor cultural que participa en los servicios del hub) y el cliente externo (institución, empresa o curador que financia o contrata los servicios). En ambos casos, se articula una oferta que combina impacto cultural, sostenibilidad económica e inclusión social (Throsby, 2001; ONU Mujeres, 2021).

Desde una perspectiva interseccional, se abordan las desigualdades estructurales que afectan el acceso, la representación y la legitimación cultural de mujeres, personas LGBTIQ+, pueblos originarios y comunidades racializadas. La propuesta de A.M. Studio no solo busca resultados tangibles, sino transformación estructural, integrando prácticas culturales éticas, pedagógicas y empoderadoras (Bourdieu, 1993; Florida, 2002).

Perfil Actividades del Cliente Ganancias Esperadas Dolores Principales

Usuario

Participa en talleres,  
residencias y exhibiciones;  
utiliza el espacio para producir  
obra; accede a mentorías.

Profesionalizarse, acceder  
a redes, obtener visibilidad  
institucional, conectar con  
otros agentes culturales.

Falta de acceso a recursos de  
producción, discriminación por  
género o identidad, baja  
legitimación cultural.

Cliente

Externo

Contrata servicios culturales,  
programas de formación,  
residencias o curaduría para  
su institución o proyecto.

Alinear sus proyectos a  
valores de diversidad,  
responsabilidad social,  
innovación y sostenibilidad.

Poca oferta cultural con  
perspectiva inclusiva y  
enfoque de género; baja  
innovación en propuestas  
culturales.

Categoría Elementos

Generadores

de

Ganancias

- Talleres y residencias con enfoque en justicia de género e inclusión.
- Red profesional y espacio colaborativo diverso.
- Visibilización de obras en plataformas físicas y digitales.
- Producción artística con asesoría especializada en temas de interseccionalidad y sostenibilidad.

Aliviadores

de

Dificultades

- Becas o tarifas escalonadas para poblaciones vulnerables.
- Acompañamiento crítico que legitima nuevas narrativas.
- Metodologías flexibles que responden a las realidades de mujeres y disidencias.
- Políticas de cuidado y espacios seguros para creación.

Productos o

Servicios

- Residencias artísticas, exposiciones, talleres formativos.
- Asistencia curatorial y metodológica.
- Plataforma digital para circulación y archivo.

18

Categoría Elementos

- Programas especializados para artistas mujeres, colectivos LGBTQ+ y comunidades racializadas.

Sección

Usuario (Artista o Gestor Cultural

que usa el servicio)

Cliente Externo (Empresa, institución o

curador que paga por el servicio)

Actividades del

Cliente

Producción artística

- Participación en talleres y

residencias- Desarrollo de redes y

portafolio

Contratación de servicios artísticos inclusivos

- Co-producción de proyectos culturales con

perspectiva social

Ganancias

Esperadas

Visibilidad institucional

- Formación profesional- Validación

simbólica de su obra-

Empoderamiento creativo

Reconocimiento institucional

- Alineación con valores de RSE

- Participación en proyectos culturales

innovadores e inclusivos

Dolores

Principales

Discriminación de género

- Falta de recursos- Invisibilización

en espacios culturales

Falta de oferta cultural con perspectiva

interseccional

- Escasez de proyectos creativos con

impacto social

Generadores de

Ganancias

Residencias con enfoque de género

- Mentorías y formación inclusiva-

Redes diversas

Servicios alineados a ODS, igualdad de

género y cultura sostenible

- Programas personalizados y colaborativos

Aliviadores de

Dificultades

Becas y tarifas escalonadas-

Enfoque interseccional

- Espacios seguros para creación

Acompañamiento curatorial con enfoque en

diversidad

- Diagnóstico participativo para cada

proyecto

Productos o

Servicios

- Residencias, talleres, mentorías,

exhibiciones, archivo digital

- Curaduría colaborativa, residencias

externas, asesoría en innovación cultural,

branding cultural con propósito

### 3.6.3 CONSTRUCCIÓN DE PROTOTIPO DE SOLUCIÓN

Como resultado de los análisis previos, se desarrolló un prototipo de solución

integral que articula formación, producción, circulación y visibilización artística desde

un enfoque interseccional. Esta propuesta busca profesionalizar a los artistas

emergentes y, al mismo tiempo, posicionarlos como agentes culturales capaces de

incidir en la transformación social a través del arte.

El prototipo responde tanto al usuario interno (artista, gestor, colectivo cultural) como

al cliente externo (empresa, institución, curador), integrando un enfoque de derechos

humanos, diversidad y participación ciudadana. El diseño incorpora principios como

horizontalidad, cuidado, pedagogía crítica y respeto por la diferencia,



en línea con

Beuys (1982), Kester (2004), hooks (1995) y Nussbaum (2006).

Además de ofrecer residencias, mentorías, talleres, exhibiciones experimentales y una plataforma digital, el prototipo promueve espacios seguros y democráticos donde artistas históricamente silenciados puedan producir, liderar y ser reconocidos. Como plantea Kabeer (1999), el empoderamiento va más allá del acceso: implica transformar las estructuras que perpetúan la desigualdad.

19

A.M. Studio se concibe no solo como un espacio para la profesionalización artística, sino también como una plataforma de transformación social a través de la cultura. Este hub creativo asume un compromiso explícito con la igualdad de género, la inclusión de disidencias sexo-genéricas y culturales, y la promoción de principios éticos, morales y de justicia social como pilares fundamentales de su funcionamiento. Esta orientación



se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, en

especial el ODS 5: Igualdad de Género, el ODS 10: Reducción de las Desigualdades

y el ODS 16: Paz, Justicia e Instituciones Sólidas (ONU, 2015).

A lo largo de la historia, el arte ha replicado estructuras de exclusión hacia mujeres, disidencias y sujetos subalternizados, limitando su acceso a espacios de creación y representación (Pollock,



1988; hooks, 1995). Frente a esta realidad, A.M. Studio busca

ser un espacio seguro, horizontal y participativo, donde las personas históricamente marginadas no solo puedan desarrollar su obra artística, sino también liderar procesos de transformación cultural y comunitaria.

Inspirados en el pensamiento de bell hooks (1995), se entiende el arte como un medio de pedagogía radical capaz de subvertir relaciones de opresión y de construir nuevas formas de subjetividad y resistencia. En este sentido, A.M. Studio promoverá programas de empoderamiento femenino y de disidencias sexuales, basados en el fortalecimiento de la autoestima, el acceso equitativo a recursos creativos y la generación de redes de apoyo y mentoría. Como plantea Naila Kabeer (1999), el empoderamiento de las mujeres implica no solo aumentar sus capacidades individuales, sino transformar las estructuras sociales que perpetúan la desigualdad.

El modelo de gestión del hub se inspira en principios de liderazgo horizontal, a partir

de los conceptos de escultura social de Joseph Beuys (1982) y de comunidad dialógica de Grant Kester (2004), donde la creatividad colectiva tiene el potencial de reconstruir los tejidos sociales y culturales. Así, se fomentará la toma de decisiones democrática, la construcción de alianzas basadas en la equidad, y la participación activa de mujeres y disidencias en todos los niveles de gestión y programación.

Desde una perspectiva ética, A.M. Studio promoverá una cultura institucional fundamentada en el respeto, la justicia y la empatía, en sintonía con la propuesta de Martha Nussbaum (2006) sobre el desarrollo humano integral y la importancia de crear entornos que reconozcan la dignidad y la agencia de todas las personas.

De esta manera, A.M. Studio se posiciona no solo como un espacio de profesionalización artística, sino también como un agente de cambio social que contribuye activamente al fortalecimiento de una cultura más equitativa, plural y comprometida con los derechos humanos y el empoderamiento de las voces históricamente silenciadas.

A.M. Studio, como prototipo de innovación cultural, representa una respuesta concreta y replicable para construir un ecosistema artístico más equitativo, colaborativo y transformador.

20

Eje Usuario (Artista/Gestor) Cliente Externo (Empresa/Institución)

Necesidades

clave

Profesionalización, visibilidad, acceso a recursos, espacios seguros, legitimación de identidades culturales y disidentes.

Servicios creativos con valor simbólico y

social; alineación a políticas de RSE y

ODS.

Componentes

del prototipo

Residencias inclusivas, talleres con

enfoque de género, mentorías críticas,

red de apoyo, plataforma digital, archivo

de obra diversa.

Curaduría colaborativa, co-producción de

exhibiciones con enfoque interseccional,

asesoría en impacto cultural sostenible.

Principios de

diseño

Horizontalidad, cuidado, accesibilidad,

participación activa, pedagogía crítica,

respeto por la diferencia.



Transparencia, colaboración, impacto

social medible,  
diversidad cultural y de

género en la ejecución de proyectos.

Resultados

esperados

Empoderamiento artístico y social,

acceso a nuevas redes, fortalecimiento

de capacidades, visibilidad institucional.

Posicionamiento institucional con

impacto social, contenido cultural con

valor simbólico, cumplimiento de

objetivos éticos.

Enfoque ético

y político

Inspirado en hooks (1995),



Beuys

(1982), Kester (2004) y Nussbaum

(2006):  
arte como transformación social,

no solo estética.

Integración de políticas culturales con

justicia social, equidad de género y

compromiso con la comunidad artística

diversa.

Diagrama: Construcción de Prototipo de Solución

Elemento Descripción Referencia

Residencias

Creativas

Espacios de trabajo con asesoría especializada

para el desarrollo de proyectos artísticos. Florida (2002)

Talleres de

Formación

Capacitaciones en gestión cultural, innovación en el

arte y financiamiento de proyectos.

Howkins (2001),

Throsby (2001)

Exhibiciones

Experimentales

Presentación de obras en proceso para recibir

retroalimentación antes de su exhibición final. Bourriaud (1998)

Plataforma Digital

Archivo online para documentar procesos creativos

y facilitar colaboraciones internacionales. Jenkins (2006)

Recopilación de

Datos

Evaluación del impacto mediante entrevistas y

encuestas. Bourdieu (1993)

### 3.7. VALIDACIÓN E ITERACIÓN DE LA SOLUCIÓN

Con el fin de garantizar la efectividad del modelo propuesto por A.M. Studio, se implementaron pruebas piloto y talleres experimentales con participación activa de artistas emergentes, gestores culturales y especialistas en economía creativa. Este proceso de validación se llevó a cabo mediante un enfoque mixto, que combinó herramientas cualitativas y cuantitativas para evaluar los componentes centrales del hub y permitir ajustes estratégicos en cada fase (Throsby, 2001).

21

Las metodologías aplicadas incluyeron:

1. Talleres de co-creación, donde se testearon los recursos del hub y se evaluó su accesibilidad, funcionalidad y pertinencia;
2. Pruebas piloto de programas de formación en gestión cultural y diseño de proyectos artísticos;
3. Medición de impacto económico y profesional sobre oportunidades laborales y capacidades de autogestión adquiridas;
4. Mapeo de redes de colaboración, que analizó las sinergias generadas dentro del ecosistema cultural (Bourdieu, 1993; Jenkins, 2006; Florida, 2002; Howkins, 2001).

Resultados y aprendizajes clave:

- Se mejoró la infraestructura técnica, optimizando el uso de herramientas en proyectos colaborativos.
- Se ajustaron las metodologías formativas incorporando enfoques experienciales centrados en la práctica.
- Se fortalecieron los vínculos con instituciones y empresas, adoptando estrategias de financiamiento híbrido.
- Se potenció la plataforma digital, integrando herramientas interactivas para difundir procesos creativos.

Iteración del modelo:

A partir de estos hallazgos, A.M. Studio adoptó un modelo iterativo de diseño ágil

que permite:

- Ajustar continuamente los programas según las necesidades del ecosistema;
- Refinar estrategias de financiamiento;
- Fortalecer la comunidad creativa y las redes colaborativas.

Estos procesos de validación han contribuido a consolidar a A.M. Studio como un modelo replicable, adaptable y sostenible.

#### Diagrama de Validación e Iteración de la Solución

Fase Acciones Implementadas Resultados

Talleres de

Co-creación

Evaluación de herramientas de formación,

acceso a espacios y redes de apoyo.

Mejora en la aplicabilidad de recursos

y fortalecimiento de la red artística.

Pruebas

Piloto

Implementación de programas en gestión

cultural y financiamiento.

Mayor satisfacción y aplicabilidad en

proyectos artísticos.

Medición de

Impacto

Encuestas y entrevistas sobre

oportunidades laborales y autogestión.

Incremento en la comercialización de

obras y mejora en capacidades

profesionales.

22

Mapeo de

Redes

Análisis de colaboraciones

interdisciplinarias y conexiones entre

agentes culturales.

Identificación de sinergias y

fortalecimiento del ecosistema cultural.

Iteración del

Modelo

Ajuste continuo de programas, estrategias

de financiamiento y comunidad creativa.

A.M. Studio consolidado como modelo

replicable y sostenible.

### 3.8. COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS

Para posicionar a A.M. Studio en el ecosistema cultural limeño, se diseñó una estrategia de comunicación integral que combina medios digitales, eventos presenciales y alianzas institucionales, con el objetivo de fortalecer su identidad, atraer públicos diversos y generar vínculos estratégicos.

#### Comunicación digital:

Siguiendo el enfoque de convergencia mediática (Jenkins, 2006), se desarrolló una campaña en redes sociales con contenido audiovisual, publicaciones interactivas, colaboraciones con influencers culturales y videos documentales sobre los procesos creativos del hub.

#### Eventos y Activaciones Presenciales

El lanzamiento incluyó exposiciones, paneles, talleres y presentaciones en vivo, concebidos como espacios pedagógicos que fortalecen la conexión entre artistas, públicos y aliados (Florida, 2002).

#### Alianzas y Redes de Difusión

Se establecieron convenios con universidades, festivales y colectivos que facilitaron la difusión en medios especializados, participación en ferias culturales y programas internacionales de formación (Throsby, 2001).

#### Evaluación del impacto:

A través del análisis de redes sociales y encuestas post-evento, se midió el alcance digital, la asistencia presencial y la captación de nuevos usuarios (Howkins, 2001).

#### Cuadro Resumen: Estrategia de Comunicación y Difusión

| Estrategia             | Acciones implementadas                                      | Referencia     |
|------------------------|---|----------------|
| Comunicación Digital   | Redes sociales, influencers, contenido audiovisual          | Jenkins (2006) |
| Eventos presenciales   | Exposiciones, paneles, talleres, networking                 | Florida (2002) |
| Alianzas Estratégicas  | Convenios, festivales, residencias internacionales          | Throsby (2001) |
| Evaluación del Impacto | Métricas digitales, encuestas, captación de nuevos públicos | Howkins (2001) |

En conjunto, esta estrategia ha reforzado el posicionamiento de A.M. Studio como actor



relevante en el arte contemporáneo local e internacional, incrementando su visibilidad y valor simbólico.

### 3.9. POSTULACIÓN A FONDOS DE CAPITAL SEMILLA

Para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento de A.M. Studio, se ha diseñado una estrategia de financiamiento centrada en la postulación a fondos de capital semilla. Estos recursos permiten fortalecer infraestructura, ampliar programas y consolidar el impacto cultural del hub (Throsby, 2001). Desde la economía creativa, Howkins (2001) resalta el valor económico de la creatividad, siempre que existan mecanismos adecuados de inversión. Por ello, se han identificado diversas fuentes de financiamiento nacionales e internacionales, junto con un plan de seguimiento y evaluación que asegure el uso ético y estratégico de los recursos (Florida, 2002).

#### 3.9.1 IDENTIFICACIÓN DE FONDOS DISPONIBLES

Se priorizaron convocatorias que se alinean con la misión de A.M. Studio. Entre ellas:

Cuadro Resumen: Fondos de Capital Semilla Identificados

Fondo Entidad Objetivo Cobertura

Fondo Nacional de

Cultura  
Gobierno de Perú

Apoyo a proyectos artísticos

de impacto local y nacional  
Nacional

Fondo IBERESCENA  
Programa

IBERESCENA

Producción y coproducción

de artes escénicas  
Iberoamérica

Fondo Internacional para

la Diversidad Cultural  
UNESCO

Promoción de diversidad

cultural y economía creativa  
Internacional

Laboratorio BID BID  
Innovación en industrias

culturales

América Latina y el

Caribe

Fondos de Cooperación

Cultural  
Unión Europea

Apoyo a colaboración

cultural transnacional

### 3.9.2 ESTRATEGIA DE APLICACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

La estrategia de aplicación se organiza en cinco ejes:

1. Investigación de requisitos: Análisis detallado de criterios de elegibilidad (Throsby, 2001).
2. Propuestas sólidas: Enfoque en impacto social y simbólico (Bourdieu, 1993).
3. Alianzas estratégicas: Convenios con universidades y actores públicos/privados (Florida, 2002).
4. Plan de sostenibilidad: Autogestión y monetización digital (Jenkins, 2006).
5. Evaluación y monitoreo: Medición de impacto para futuras postulaciones (Bourriaud, 1998).

24

#### Cuadro Resumen: Estrategia de Aplicación y Sostenibilidad

| Estrategia | Acciones implementadas | Referencias |
|------------|------------------------|-------------|
|------------|------------------------|-------------|

|                             |  |  |
|-----------------------------|--|--|
| Investigación y Análisis de |  |  |
|-----------------------------|--|--|

|            |   |                |
|------------|---|----------------|
| Requisitos | Identificación de fondos y criterios de elegibilidad. | Throsby (2001) |
|------------|---|----------------|

|                           |  |  |
|---------------------------|--|--|
| Elaboración de Propuestas |  |  |
|---------------------------|--|--|

|         |   |  |
|---------|---|--|
| Sólidas | Creación de documentos detallados con impacto |  |
|---------|---|--|

|                    |  |  |
|--------------------|--|--|
| social y cultural. |  |  |
| Bourdieu           |  |  |

|        |  |  |
|--------|--|--|
| (1993) |  |  |
|--------|--|--|

|                       |   |  |
|-----------------------|---|--|
| Alianzas Estratégicas | Colaboración con universidades, entidades |  |
|-----------------------|---|--|

|                             |  |                |
|-----------------------------|--|----------------|
| gubernamentales y privadas. |  | Florida (2002) |
|-----------------------------|--|----------------|

|                        |  |                |
|------------------------|--|----------------|
| Plan de Sostenibilidad | Estrategias de autogestión y monetización digital. | Jenkins (2006) |
|------------------------|--|----------------|

|                          |  |  |
|--------------------------|--|--|
| Evaluación y seguimiento | Implementación de monitoreo de impacto y |  |
|--------------------------|--|--|

|                         |  |  |
|-------------------------|--|--|
| generación de informes. |  |  |
| Bourriaud               |  |  |

|        |  |  |
|--------|--|--|
| (1998) |  |  |
|--------|--|--|

### 3.9.3 BENEFICIOS DEL FINANCIAMIENTO

El financiamiento externo permite mejorar la infraestructura, diversificar programas y fortalecer la autonomía económica del hub. Se contempla:

- Tecnología y equipamiento artístico.
- Residencias con metodologías innovadoras.
- Difusión a través de plataformas digitales y experiencias museográficas (Jenkins,

2006).

- Modelos sostenibles y autogestionados (Howkins, 2001).
- Proyección internacional y fortalecimiento del ecosistema cultural limeño.

Como plantea Lippard (1997), el arte no solo representa comunidades, sino que también las constituye. Bajo esta premisa, el financiamiento se convierte en una herramienta clave para la transformación social desde la cultura.

25

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bhabha,



H. K. (1994). *The Location of Culture*. Routledge.

- Bourdieu, P. (1993).

El campo de la producción cultural: Ensayos sobre arte y literatura. Polity Press.

- Bourriaud, N. (1998). *Estética relacional*. Les presses du réel.
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Editorial Anagrama.
- Florida, R. (2002). *El auge de la clase creativa*. Editorial Paidós.

- hooks, b.



(1995). *Teaching to transgress: Education as the practice of freedom*.

Routledge.

- Howkins, J. (2001).

La economía creativa: Cómo la gente gana dinero con sus ideas.



Penguin.



#### Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New

York University Press.

• Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the

measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435-

464.

• Kester, G. H. (2004). *Conversation pieces: Community and communication in*

modern art. University of California Press.

.



#### Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

Kwon, M. (2002). *One place after another: Site-specific art and locational identity*.

The MIT Press.

• Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo: Vivir en la era del*

capitalismo artístico. Editorial Anagrama.

capitalismo artístico. Editorial Anagrama.

• Lippard,



L. R. (1997). *The lure of the local: Senses of place in a multicentered*

society. The New Press.

• Nussbaum, M.

C. (2006). *Las fronteras de la justicia: Consideraciones sobre la*

exclusión. Paidós.

• ONU Mujeres. (2021). *Manual para incorporar la perspectiva de género en políticas*

públicas culturales. <https://www.unwomen.org>



.



#### scielo.senescyt.gob.ec | Innovación proactiva vs. reactiva: ¿Cuál es el mejor enfoque para las micro y pequeñas empresas?

[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=52588-09692024000100163](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=52588-09692024000100163)

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for*

visionaries, game changers, and challengers.

Wiley.

• Throsby, D. (2001). *Economía y cultura*. Cambridge University Press.

• UNESCO. (2022). *Re | Pensar las p*

olíticas para la creatividad: Informe mundial

2022.



#### Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la

Cultura.

<https://www.unwomen.org/>