

DESCRIPCIÓN ESTRUCTURA DE CUALIFICACIÓN

El estándar de cualificación **7-AVPP-APV-13491-E-007 “Dirección de plataformas comerciales de las artes plásticas y visuales”** es el referente para el diseño de oferta educativa que conduce al título de magister en Dirección de plataformas comerciales de las artes plásticas y visuales que responde a la necesidad de contar con agentes dedicados a fomentar la difusión, circulación y comercialización de obras de las artes plásticas y visuales con capacidad de aportar a la configuración del campo artístico en el territorio atrayendo nuevas audiencias para las artes, fidelizando las existentes y contribuyendo a la sostenibilidad del sector generando oportunidades para que los artistas reciban ingresos por la venta de sus obras y a través de la gestión de espacios con relevancia cultural que permitan dinamizar a la comunidad artística, generar experiencias relevantes en torno a las artes, dar a conocer el trabajo de artistas emergentes y fortalecer la reputación de artistas con experiencia.

Agentes como galeristas, directores de ferias de arte y de casas de subasta asumen la responsabilidad de promocionar el trabajo de los artistas mediante la formulación de criterios con respecto al tipo de obra que circulan, su exposición y difusión. Esta actividad construye un marco de referencia a través del cual el público consume el trabajo del artista y amplía los límites del campo artístico para que se aparte de la academia y se abra al campo económico a través de la formalización del mercado del arte (Serna, 2009). Este tipo de rol es el encargado de entender las necesidades del artista y sus intereses de relacionamiento, y representarlo de acuerdo con unas condiciones acordadas entre las partes para conectar su trabajo con una comunidad que apoye su desarrollo profesional mediante la visibilización, apropiación y compra de sus obras.

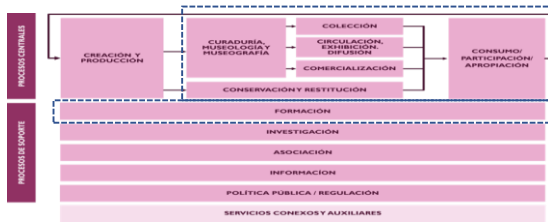
Para este perfil se presentan brechas de cantidad con déficit de programas en educación superior ya que en el país no existen programas de maestría orientados al negocio del arte o a la administración en las artes que puedan formar este perfil. Los galeristas colombianos por lo general se han formado en pregrados en artes plásticas y visuales o bellas artes y han aprendido su labor como galeristas de manera empírica, o tienen estudios en el exterior. Dado que en el país no existen tales programas, quienes ocupan estos cargos en ocasiones provienen de maestrías tales como gestión cultural, la administración de empresas o la gestión de proyectos. Si estos últimos se analizan, hay oferta suficiente de dichos programas en el país, pero no se trata de una oferta formativa específica y mucho del conocimiento requerido para estos cargos se ha obtenido de manera empírica por lo cual se presentan brechas de pertinencia entre la ocupación y los programas relacionados. Al no ser programas de formación específicos al campo de las artes plásticas y visuales, o incluso específicos al sector cultural, no se imparten conocimientos relacionados con características del mercado del arte, tipologías y dinámicas transaccionales o gestión y venta de colecciones, ni se dan herramientas de análisis financiero, seguimiento o análisis de proyectos de circulación artística, por lo cual es pertinente generar un estándar para una oferta formativa relacionada con el cargo. Cabe anotar que la aparición de estos programas en el mundo es relativamente reciente. Su oferta se ubica principalmente en ciudades del mundo consolidadas como los centros de circulación global en las artes plásticas y visuales y paulatinamente se ha venido expandiendo a otras latitudes.

Las primeras galerías de arte en el país surgieron alrededor de los años 40 como espacios de intermediación entre el circuito artístico y el ámbito social en respuesta a una transformación de los lenguajes estéticos y el desarrollo de propuestas artísticas modernas donde los creadores se alejaron de las normas tradicionales de representación para buscar estilos personales en la selección de temas, la ejecución y la interpretación de sus obras. Esta nueva actividad artística trajo el surgimiento de un tipo de institución que focalizara a la población de artistas alrededor de un lugar común, profesionalizando su actividad a través de un programa permanente de contacto con el público y brindando la posibilidad de vender sus obras (Serna, 2009). Desde ese momento, las galerías y otras plataformas de circulación y venta de las artes plásticas y visuales, han jugado un papel muy importante en el sector como conectores entre los artistas y sus públicos.

En la actualidad, la producción nacional en las artes plásticas y visuales es diversa en conceptos, estéticas y técnicas. A pesar de que el sector es relativamente pequeño si se le compara con otros sectores culturales, es uno de los más dinámicos y con mayores posibilidades de desarrollo, tanto en términos creativos por destacarse como vehículo por excelencia de expresión, resignificación y análisis crítico del entorno social, político y cultural a través del pensamiento visual, como por su potencial de crecimiento con la ampliación de la cantidad de personas y organizaciones dedicadas a la difusión del trabajo de los artistas a nivel territorial y su posicionamiento en el exterior. En este contexto, se hace vital el fortalecimiento de agentes especializados que fomenten la circulación y la comercialización de obras, con capacidad para comprender las dinámicas de las artes plásticas y visuales en el entorno local y en el mercado global y con conocimientos suficientes en marketing, finanzas y normativa legal, que les permita desarrollar y gestionar sus plataformas de manera sostenible.

Las artes plásticas y visuales son un sector importante para el campo cultural y creativo del país por su potencial generador de valor simbólico. De acuerdo al modelo de círculos concéntricos de Throsby (2008), la práctica se encuentra en un área nuclear de las artes que tiene como principal función la incorporación de ideas creativas originales al ecosistema cultural. Igualmente, es uno de los sectores de la economía cultural y creativa que pertenece al área de las artes y el patrimonio, lo cual quiere decir que se trata de un campo tradicional de la cultura fuertemente asociado a la creación de patrimonio material e inmaterial con prácticas artísticas ricas en valores simbólicos, estéticos e históricos (Mincultura, 2018). Estas características lo convierten en un potencial generador de alto valor agregado cuando sus productos circulan a través de instancias de difusión y comercialización a nivel nacional e internacional.

El trabajo de los gestores de plataformas de circulación y apropiación en las artes plásticas y visuales se constituye como un factor crítico para el aprovechamiento de las condiciones favorables del entorno y la superación de barreras que impiden un mayor desarrollo sectorial generando un mayor reconocimiento de la producción artística nacional. Este es un elemento indispensable para propiciar un mayor desarrollo de un sector de las artes plásticas y visuales que responda adecuadamente ante los cambios en el consumo cultural, permeados por avance en las tecnologías digitales y nuevas dinámicas de comportamiento y apropiación de la producción visual.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA CUALIFICACIÓN		
1.1 Denominación	Dirección de plataformas comerciales de las artes plásticas y visuales	
1.2 Código de la cualificación	7-AVPP-APV-13491-E-007	Versión: 01 - 2024
1.3 Nivel del MNC	7	
1.4 Área de cualificación	Artes visuales, plásticas y del patrimonio cultural- AVPP	
1.5 Duración (horas-créditos)	Rango sugerido total para este nivel 35-75 créditos	
1.6 Organismo que autoriza la cualificación	-	
1.7 Institución que otorga la cualificación	-	
1.8 Referente de cualificación para:	Título de Magister. Ley 30 DE 1992	
2. PERFIL DE COMPETENCIAS		
2.1 Competencia General	Dirigir plataformas y espacios de comercialización de las artes plásticas y visuales a través de la creación de proyectos curatoriales y la realización de algunas actividades como la representación de artistas, la ejecución de estrategias de relacionamiento, la comercialización de obras de arte en mercados primarios y/o secundarios con el fin de apoyar el desarrollo profesional de los artistas, contribuir a la sostenibilidad del sector de las artes plásticas y visuales y fortalecer la circulación de obras de arte, así como la apropiación de la producción plástica y visual.	
2.2 Ámbito (Productivo, Laboral, Social)	<div><div>Esquema cadena de valor</div><div></div></div> <div>Ecosistema de Valor - Subsector Artes Plásticas y Visuales</div> <div>Sector productivo:</div> <div>Sector de las artes y el patrimonio, subsector de las Artes Plásticas y visuales.</div> <div>Contexto de acción:</div>	

	<p>Trabajan en plataformas de comercialización de creaciones de las artes plásticas y visuales, como galerías, casas de subasta, ferias de arte, plataformas alternativas de comercialización o espacios virtuales de venta. También puede trabajar como intermediarios de instituciones e individuos coleccionistas de arte. Operan como gestores o representantes artísticos que ayudan a construir la trayectoria profesional de los artistas plásticos y visuales y como intermediarios que se dedican a comprar y vender obras de arte.</p> <p>Ocupaciones relacionadas:</p> <p>1349 Directores y gerentes de servicios profesionales no clasificados en otros grupos primarios</p> <p>13491 Directores y gerentes de archivo, biblioteca, museo y galería de arte</p> <p>13491.010 Director de entidad de arte y cultura</p> <p>13491.011 Director de galería de arte</p> <p>13491.018 Gerente de galería de arte</p> <p>Otras denominaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Galerista • Director de feria de arte • Director de casa de subastas • Gerente de plataforma comercial de las artes plásticas y visuales
2.3 Competencias Específicas	CE01-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Definir la estrategia de gestión de la plataforma de acuerdo con la visión comercial y los intereses artísticos
	CE02-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Dirigir la operación de la plataforma comercial según lineamientos estratégicos
	CE03-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Representar artistas de acuerdo con lineamientos conceptuales e intereses comerciales
	CE04-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Promover relaciones teniendo en cuenta objetivos comerciales y lineamientos conceptuales del espacio o plataforma
	CE05-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Generar estrategias de comunicación y mercadeo de acuerdo con tipos de mercado e intereses de los agentes
	CE06-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Comercializar obras de arte teniendo en cuenta nichos de mercado y plataformas de venta
COMPETENCIA ESPECÍFICA	CE01-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Definir la estrategia de gestión de la plataforma de acuerdo con la visión comercial y los intereses artísticos
Elemento de competencia 1: Diseñar las líneas de gestión teniendo en cuenta aspectos conceptuales y objetivos de la plataforma	

<p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> La definición del modelo operativo corresponde con la visión artística y comercial La delimitación de las líneas de gestión está acorde con objetivos de crecimiento a corto, mediano y largo plazo La proyección de actividades corresponde con objetivos de desarrollo profesional de los artistas representados <p>La formulación de las metas de gestión e impacto corresponde con actividades y objetivos estratégicos</p>
<p>Elemento de competencia 2: Desarrollar nuevos proyectos curatoriales teniendo en cuenta lineamientos estratégicos y grupos de interés</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> La definición de los objetivos del proyecto está acorde con visión artística y conceptual del espacio o plataforma La selección de artistas corresponde con parámetros de las líneas expositivas de la plataforma La formulación de las propuestas corresponde con aportes a la escena artística local y ampliación de redes dentro del ecosistema creativo <p>La conceptualización del proyecto está acorde con características de públicos objetivo y objetivos comerciales o relacionales</p>
<p>Elemento de competencia 3: Formular estrategias de financiación de acuerdo con necesidades operativas de la plataforma</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> La proyección de las necesidades de financiación está acorde con actividades y recursos El cálculo de costos está acorde con estructura organizacional y factores de producción <p>El diseño de la estrategia de financiación está acorde con proyecciones de venta y objetivos de crecimiento</p>
<p>Contexto de la competencia</p> <ul style="list-style-type: none"> Recursos utilizados: equipos de cómputo con programas de oficina y conectividad, elementos de papelería, documentación sobre obras de arte, material de archivo en físico y en digital Productos y resultados (evidencias): <ul style="list-style-type: none"> Manifiesto o declaración con definición de principios, visión y objetivos de la plataforma Propuestas curatoriales Plan estratégico de gestión Estrategia de financiación Presupuesto general de operación Información requerida (Referentes): <ul style="list-style-type: none"> Guías/referentes/documentos de técnicas de investigación en las artes Guías/referentes/documentos de parámetros de escritura y normas de citación Guías/referentes/documentos de metodologías de trabajo en campo e investigación cualitativa Guías/referentes/documentos de teoría e historia del arte Documentación especializada en curaduría, gestión en las artes, comercialización de obras de arte y afines Portafolios de artistas

Estudios/referentes/consultas de públicos en las artes	
COMPETENCIA ESPECÍFICA	CE02-7-AVPP-APV-13491-E-007– Dirigir la operación de la plataforma comercial según lineamientos estratégicos
<p>Elemento de competencia 1: Diseñar el plan de trabajo anual de acuerdo con orientaciones estratégicas y recursos financieros existentes</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La proyección del presupuesto de funcionamiento anual está acorde con recursos financieros ● La utilización de formatos presupuestales corresponde con requerimientos de documentación de la información de la organización o las instituciones aliadas ● La definición del equipo de trabajo está acorde con las necesidades operativas 	
<p>Elemento de competencia 2: Realizar la producción de las exposiciones de acuerdo con líneas expositivas e intereses comerciales</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La preparación de la exposición cumple con requerimientos de los artistas y necesidades del personal técnico ● La coordinación de la producción cumple con cronogramas de trabajo y presupuestos ● El tratamiento de las obras cumple con condiciones adecuadas de manipulación y necesidades de preservación 	
<p>Elemento de competencia 3: Coordinar equipos de personas de acuerdo con lineamientos misionales y necesidades operativas</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La contratación del equipo de trabajo está acorde con requerimientos de capital humano y desarrollo de actividades ● El entrenamiento del equipo de trabajo está acorde con responsabilidades y funciones ● El acompañamiento al equipo de trabajo corresponde con parámetros de planeación estratégica y requerimientos de la gestión 	
<p>Elemento de competencia 4: Monitorear la gestión administrativa, financiera y logística teniendo en cuenta parámetros de eficiencia y cumplimiento</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> ● El trámite de aspectos impositivos corresponde con obligaciones y normativa vigente ● La ejecución del gasto está acorde con el presupuesto ● La evaluación de indicadores financieros está acorde con parámetros de sostenibilidad <p>La revisión de proveedores cumple con parámetros de calidad en el servicio</p>	
<p>Elemento de competencia 5: Evaluar la operación según cumplimiento de metas y análisis cualitativos</p> <p>Criterios de desempeño</p>	

- La valoración del ejercicio anual cumple con análisis de impacto en el campo de las artes plásticas y visuales
 - La revisión de la operación está acorde con indicadores de gestión e indicadores de impacto
- El examen de desempeño está acorde con objetivos de fortalecimiento e identificación de oportunidades de gestión

Contexto de la competencia

- **Recursos utilizados:** equipos de cómputo con programas de oficina y conectividad, elementos de papelería, obras de arte, equipos de captura de imagen y video, espacio expositivo físico o virtual
- **Productos y resultados (evidencias):**
 - Plan de trabajo anual
 - Presupuesto anual
 - Perfiles del equipo de trabajo
 - Fichas de las obras
 - Exposición física o virtual
 - Catálogos de exposiciones
 - Registros en imagen y video de las exposiciones
- **Información requerida (Referentes):**
 - Información contable
 - Formatos presupuestales
 - Portafolios de artistas
 - Documentación especializada en curaduría, gestión en las artes y afines
 - Documentos de políticas culturales e instrumentos públicos de fomento a las artes
 - Directorio de proveedores (montajistas, transportadores, etc.)

COMPETENCIA ESPECÍFICA	CE03-7-AVPP-APV-13491-E-007– Representar artistas de acuerdo con lineamientos conceptuales e intereses comerciales
-------------------------------	---

Elemento de competencia 1: Establecer condiciones de la representación y las ventas teniendo en cuenta necesidades del artista e intereses de relacionamiento

Criterios de desempeño

- La selección de artistas está acorde con lineamientos conceptuales y comerciales del espacio o plataforma
 - La negociación de las condiciones de colaboración está acorde con principios de la organización y condiciones de comercio justo
 - El acuerdo con el artista está acorde con actividades y la negociación de comisiones
 - La estructuración de los términos de los contratos de representación o los contratos de vinculación, corresponden con la identificación de responsabilidades de las partes y condiciones de explotación de las obras
- La redacción del contenido de los documentos de consignación corresponde con condiciones de venta y términos del manejo de la obra

Elemento de competencia 2: Atender necesidades de los artistas y su obra de acuerdo con procesos de creación y proyección de actividades con la organización

Criterios de desempeño <ul style="list-style-type: none"> El acompañamiento al artista corresponde con definición de objetivos de desarrollo profesional La gestión de las obras corresponde con posicionamiento en colecciones públicas y privadas La custodia de las obras corresponde con la preservación de su estado original <p>El manejo de los espacios de circulación cumple con condiciones de exhibición</p>	
Elemento de competencia 3: Trabajar con artistas plásticos y visuales teniendo en cuenta la gestión estratégica del talento y el comportamiento ético de las partes	
Criterios de desempeño <ul style="list-style-type: none"> El diálogo con los artistas corresponde con la definición de objetivos comunes La retroalimentación del artista está acorde con la evaluación de desempeño comercial y los propósitos de crecimiento <p>La rendición de cuentas de la gestión de comercialización de las obras corresponde con informes de realización de operaciones y resultados de venta</p>	
Contexto de la competencia <ul style="list-style-type: none"> Recursos utilizados: equipos de cómputo con programas de oficina y conectividad, elementos de papelería, obras de arte Productos y resultados (evidencias): <ul style="list-style-type: none"> Contratos de representación Informe de gestión/ventas Contratos de vinculación del artista a la plataforma Documentos de consignación de las obras Facturas de venta Transacciones bancarias Información requerida (Referentes): <ul style="list-style-type: none"> Portafolios/biografías/información online de los artistas 	
COMPETENCIA ESPECÍFICA	CE04-7-AVPP-APV-13491-E-007– Promover relaciones teniendo en cuenta objetivos comerciales y lineamientos conceptuales del espacio o plataforma
Elemento de competencia 1: Identificar agentes teniendo en cuenta beneficios del relacionamiento e intereses comerciales	
Criterios de desempeño <ul style="list-style-type: none"> La selección de agentes está acorde con afinidad en orientaciones conceptuales del espacio o plataforma La definición de intereses de relacionamiento corresponde con características del agente y capacidad de influencia <p>La caracterización de agentes sectoriales cumple con criterios de identificación y definición de intereses de relacionamiento</p>	

Elemento de competencia 2: Gestionar alianzas y estrategias de cooperación con organizaciones pares, instituciones públicas y agentes privados de acuerdo con intereses comunes

Criterios de desempeño

- El relacionamiento con aliados estratégicos corresponde con objetivos de impacto y beneficios de las partes
- La definición de los términos de las alianzas corresponde con identificación de responsabilidades y beneficios de las partes
- La proposición de alianzas está acorde con parámetros normativos y políticas vigentes
- La contribución a la formulación de políticas públicas e instrumentos de fomento está acorde con intereses comunes de espacios y plataformas de comercialización

Elemento de competencia 3: Desarrollar relaciones con clientes teniendo en cuenta estrategias de acercamiento y fidelización

Criterios de desempeño

- La relación con los clientes corresponde con transmisión de valores e intereses artísticos comunes
- La comunicación con los clientes está acorde con transmisión de información sobre obras y actividades de interés
- El seguimiento a coleccionistas corresponde con relacionamientos periódicos y exploración de intereses de compra
- La identificación de clientes en eventos artísticos o comerciales corresponde con clientes potenciales y parámetros de relacionamiento

Elemento de competencia 4: Realizar actividades de internacionalización de acuerdo con el potencial de circulación de los artistas asociados al espacio o plataforma e intereses comerciales

Criterios de desempeño

- La generación de espacios de alianza regional o global corresponde con actividades de cooperación horizontal
 - La participación en circuitos y eventos internacionales de arte corresponde con líneas conceptuales y principios de la organización
- El fomento de redes internacionales de trabajo cumple con intercambio de conocimientos y difusión de artistas

Contexto de la competencia

- **Recursos utilizados:** equipos de cómputo con programas de oficina y conectividad, elementos de papelería, obras de arte
- **Productos y resultados (evidencias):**
Acuerdos de colaboración entre agentes e instituciones del sector
Directorios de clientes
Directorio de aliados/socios comerciales
Certificados/afiliaciones a asociaciones y espacios de gestión sectorial
- **Información requerida (Referentes):**

Directorios sectoriales Agenda sectorial	
COMPETENCIA ESPECÍFICA	CE05-7-AVPP-APV-13491-E-007– Generar estrategias de comunicación y mercadeo de acuerdo con tipos de mercado e intereses de los agentes
<p>Elemento de competencia 1: Gestionar las comunicaciones del espacio o plataforma teniendo en cuenta públicos de interés y objetivos comunicativos</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> • La difusión de las actividades de la organización está acorde con canales de comunicación • El diseño de piezas de comunicación corresponde con la unificación de lenguaje y línea gráfica. • La estructuración de la estrategia tiene en cuenta clientes objetivo y sus preferencias • La comunicación está acorde con valores y objetivos estratégicos de la organización <p>La construcción de mensajes institucionales está acorde con estrategias de familiarización con las artes plásticas y visuales</p>	
<p>Elemento de competencia 2: Realizar estrategias de mercadeo de acuerdo con el perfil de los clientes y características de los mercados</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> • La definición de canales de venta corresponde con tendencias de mercado y clientes potenciales • La determinación de estrategias de mercadeo está acorde con la categoría de cliente. • La promoción del trabajo de los artistas corresponde con criterios de visibilización en el mercado. <p>La gestión de la imagen de la plataforma corresponde con visibilización de valores organizacionales y objetivos de largo plazo</p>	
<p>Elemento de competencia 3: Visibilizar a los artistas y gestores vinculados a la organización teniendo en cuenta fortalezas y características de su trabajo</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> • La difusión de la información sobre los artistas corresponde con características de su trayectoria y la obra en venta. • La comunicación de las actividades del espacio o plataforma cumple con la visibilización de la propuesta conceptual y curatorial • La divulgación pública de las obras corresponde con acuerdos de consentimiento del autor <p>La gestión online de los artistas está acorde con criterios de manejo de redes y de la base de seguidores de la plataforma</p>	
<p>Contexto de la competencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos utilizados: equipos de cómputo con programas de oficina y conectividad, elementos de papelería, software de diseño gráfico y edición • Productos y resultados (evidencias) Estrategia de relaciones públicas Estrategia de comunicación 	

<p>Piezas gráficas, escritas y audiovisuales de difusión</p> <p>Página web</p> <p>Catálogos online</p> <p>Redes sociales de la plataforma</p> <p>Parrilla de programación en redes</p> <p>Plan de mercadeo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Información requerida (Referentes): <p>Directorios sectoriales</p> <p>Agenda sectorial</p> <p>Guías/referentes/documentos de mercadeo en las artes y gestión cultural</p> 	
COMPETENCIA ESPECÍFICA	CE06-7-AVPP-APV-13491-E-007– Comercializar obras de arte teniendo en cuenta nichos de mercado y plataformas de venta
<p>Elemento de competencia 1: Definir mercados objetivo teniendo en cuenta posibilidades de venta y afinidad con la orientación artística y conceptual del espacio o plataforma</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La investigación de mercados potenciales está acorde con nichos de interés y objetivos comerciales ● La selección de mercados estratégicos corresponde con potencial de venta y factibilidad de inserción ● El seguimiento del comportamiento del mercado del arte está acorde con desarrollo del sector y tendencias comerciales ● La participación en el mercado está acorde con identidad del espacio o plataforma y su modelo operativo <p>El intercambio de información con pares corresponde con intereses comunes y beneficios mutuos</p>	
<p>Elemento de competencia 2: Establecer precios de las obras de acuerdo con trayectoria del artista y características físicas y visuales de la obra</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La determinación de las variables que influyen en el precio está acorde con valoración de obras similares y mercados objetivo ● La valoración de la obra corresponde con precios históricos de venta del artista <p>La fijación del precio está acorde con el perfil de los compradores y valoración de la obra</p>	
<p>Elemento de competencia 3: Participar en ferias nacionales e internacionales de acuerdo con intereses comerciales y afinidad conceptual</p> <p>Criterios de desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La configuración del circuito de participación en ferias está acorde con afinidad con las propuestas conceptuales de las ferias ● La gestión en el evento cumple con acercamientos a nuevas audiencias y coleccionistas ● La venta de obras corresponde con proyecciones de comercialización <p>La presentación en la feria cumple con objetivos reputacionales y de visibilidad de la plataforma</p>	

Elemento de competencia 4: Administrar canales de venta físicos y digitales según mercados objetivo y preferencias del cliente

Criterios de desempeño

- La gestión de ventas en espacios físicos corresponde con parámetros de calidad de atención al cliente
- La operación de los canales digitales de venta corresponde con comportamientos online y preferencias de públicos objetivo
- La información de las condiciones de compra corresponde con parámetros de transparencia en las políticas de venta
- La coordinación del personal de ventas está acorde con objetivos de desempeño y parámetros de ética comercial

Contexto de la competencia

- **Recursos utilizados:** equipos de cómputo con programas de oficina y conectividad, elementos de papelería, obras de arte, fichas de obra, certificados de autenticidad
- **Productos y resultados (evidencias):**
Listados de precios de obras
Definición de circuito ferial
Evidencias de transacciones de venta/facturas
Información de clientes y aliados potenciales
Registros en imagen y video de participación en ferias
- **Información requerida (Referentes):**
Guías/referentes/documentos de investigaciones del mercado del arte
Guías/referentes/documentos de investigaciones de precios de la obra de artista y referentes
Guías/referentes/documentos de estudios de públicos en las artes

2.4 Competencias Clave (Básicas y transversales)	Competencias Básicas	
	Competencia Comunicación (oral y escrita en lengua materna y una segunda lengua)	Duración
	<ul style="list-style-type: none"> • Producción de textos argumentativos de investigación y conceptualización en las artes • Lectura y comprensión crítica de textos de teoría e historia del arte • Análisis de contenidos escritos y visuales provenientes de diversas disciplinas del conocimiento • Semiología de la imagen • Búsqueda y escogencia de información en diferentes fuentes • Interpretación crítica de la información difundida a través de medios de comunicación 	3 créditos

Comentado [DMMC1]: Por favor tener en cuenta competencias básicas y transversales de acuerdo con el nivel.

	<ul style="list-style-type: none"> Respeto por la diversidad cultural y social en la creación y comunicación del proyecto artístico Comunicación empática y respetuosa con integrantes de la comunidad artística 	
	Competencias en matemáticas	Duración
	<ul style="list-style-type: none"> Comparación, interpretación y análisis crítico de datos provenientes de diversas fuentes de información Utilización de procedimientos aritméticos utilizando relaciones y propiedades de las operaciones Resolución de problemas a partir de un conjunto de datos provenientes de observaciones y consultas Descripción de tendencias que se observan en conjuntos de variables relacionadas. 	3 créditos
	Competencias en ciencias sociales y ciencias naturales	Duración
	<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento y relacionamiento de la creación artística con la historia y la cultura Identificación de postulados ideológicos de diversas corrientes de pensamiento Comprensión y aplicación de desarrollos industriales y tecnológicos Comprensión y análisis de relaciones económicas, políticas y sociales Reconocimiento del impacto de la globalización sobre la creación artística Comprensión y análisis crítico de las relaciones entre ética y política Mención de las fuentes de información utilizadas en documentos escritos y reconocimiento a los derechos morales de autor Identificación de las características sociales, políticas y económicas de diferentes períodos históricos a partir de sus manifestaciones artísticas. 	3 créditos
	Competencias ciudadanas	Duración
	<ul style="list-style-type: none"> Comprensión sobre la capacidad de incidencia en la creación y transformación de la política pública Conocimiento, respeto y ejercicio de los derechos humanos Conocimiento y aplicación de la legislación cultural Análisis crítico de hechos locales, nacionales e internacionales y su impacto en la persona y en la comunidad Construcción de una postura crítica desde las artes frente a la discriminación y la exclusión social Reconocimiento de la diversidad de valores de diferentes culturas y grupos sociales 	2 créditos

	Competencias Transversales		
	Cultura emprendedora y empresarial		
	Módulo	Referente para el aprendizaje	Duración
	Proponer ideas y buscar oportunidades	RA1: Monitorea tendencias relevantes analizando las oportunidades y amenazas para generar valor y transforma las ideas en soluciones que aportan valor.	3 créditos
	Manejar recursos	RA2: Diseña estrategias de desarrollo profesional para el equipo y la organización basado en una comprensión clara de las fortalezas y debilidades, en relación con las oportunidades actuales y las futuras para crear valor.	
	Educación financiera y económica	RA3: Evalúa la salud financiera de una actividad de creación de valor y emite concepto sobre flujo de fondos de una organización utilizando indicadores financieros	
	Pasar a la acción	RA4: Involucra e inspira a otras personas, consiguiendo que se integren en el equipo del proyecto a desarrollar y diseña un plan de acción detallado teniendo en cuenta circunstancias cambiantes y al logro de los objetivos.	
	Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo	RA5: Evalúa el riesgo al que la empresa está expuesta a medida que cambian las condiciones.	
	Capacidad de innovación e investigación		
	Módulo	Referente para el aprendizaje	Duración
	Investigación aplicada	RA1: Demuestra conocimiento amplio de la teoría y práctica de un campo profesional especializado en contextos multidisciplinarios.	2 créditos
RA2: Aborda desde una visión sistémica los problemas o dificultades, planteando soluciones y alternativas			
	RA3: Formula soluciones innovadoras a partir de la resolución de problemas		

		<p>complejos mediante la investigación y valoración de información avanzada</p> <p>RA4: Genera ambientes de innovación y herramientas que promueven el desarrollo de nuevas ideas.</p> <p>RA5: Evalúa la viabilidad, factibilidad y sostenibilidad de soluciones innovadoras, priorizando según las capacidades y recursos asignados</p>	
--	--	--	--

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CE01-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Definir la estrategia de gestión de la plataforma de acuerdo con la visión comercial y los intereses artísticos	
Duración créditos: 10 créditos	Duración en horas:
Resultado de aprendizaje 1. Determinar los objetivos de la plataforma con fundamento en la teoría de la práctica curatorial y herramientas de gestión en las artes	
Resultado de aprendizaje 2. Estructurar las líneas de gestión y el modelo operativo en correspondencia con la visión artística y pautas de gestión comercial	
Resultado de aprendizaje 3. Establecer el papel de la plataforma con fundamento en estrategias de mediación cultural	
Resultado de aprendizaje 4. Crear proyectos curatoriales con fundamento en la teoría del arte y herramientas de organización de exhibiciones	
Resultado de aprendizaje 5. Identificar las necesidades financieras de la plataforma de acuerdo con parámetros de análisis de la operación y aplicación de herramientas de proyección de crecimiento	
Resultado de aprendizaje 6. Construir los indicadores de gestión e impacto en correspondencia con parámetros de formulación de indicadores cualitativos y cuantitativos	
Resultado de aprendizaje 7. Contribuir al fortalecimiento del ecosistema sectorial con base en estrategias de circulación y apropiación de la producción artística	
CE02-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Dirigir la operación de la plataforma comercial según lineamientos estratégicos	
Duración créditos: 9 créditos	Duración en horas:
Resultado de aprendizaje 1. Definir las actividades de la plataforma con base en parámetros de gestión y lineamientos de buenas prácticas de circulación en las artes	

Resultado de aprendizaje 2. Diseñar el plan de operaciones de acuerdo con herramientas de planeación y de gestión financiera	
Resultado de aprendizaje 3. Producir exposiciones con base en metodologías y técnicas de exhibición	
Resultado de aprendizaje 4. Implementar normas de tratamiento de las obras de arte con base en protocolos de manipulación y parámetros de preservación	
Resultado de aprendizaje 5. Seleccionar el equipo de trabajo de conformidad con capacidades y funciones de los cargos	
Resultado de aprendizaje 6. Dirigir el equipo de trabajo de conformidad con métodos y herramientas de gestión del talento humano	
Resultado de aprendizaje 7. Valorar el relacionamiento con los integrantes del equipo teniendo en cuenta un tratamiento respetuoso e instancias de retroalimentación	
Resultado de aprendizaje 8. Evaluar el resultado de la gestión con fundamento en herramientas de análisis cualitativas y cuantitativas	
CE03-7-AVPP-APV-13491-E-007– Representar artistas de acuerdo con lineamientos conceptuales e intereses comerciales	
Duración créditos: 7 créditos	Duración en horas:
Resultado de aprendizaje 1. Evaluar portafolios de artistas de acuerdo con parámetros de calidad y conocimientos en teoría del arte	
Resultado de aprendizaje 2. Validar la trayectoria de los artistas con base en protocolos de verificación de la información e indagaciones en redes de trabajo	
Resultado de aprendizaje 3. Conformar el catálogo de artistas representados en coherencia con las premisas conceptuales y el proyecto curatorial de la plataforma	
Resultado de aprendizaje 4. Formalizar acuerdos de representación o vinculación con fundamento en parámetros contractuales y de gestión de la propiedad intelectual	
Resultado de aprendizaje 5. Establecer relaciones entre el artista y los compradores teniendo en cuenta las características de su trabajo y su afinidad estética con el cliente potencial	
Resultado de aprendizaje 6. Establecer espacios de evaluación y retroalimentación con fundamento en elementos de análisis de posicionamiento del artista y herramientas de evaluación de resultados de la venta de obras	
Resultado de aprendizaje 7. Relacionarse con los artistas de conformidad con herramientas de comunicación asertiva y parámetros de comportamiento ético	

Resultado de aprendizaje 8. Apoyar el fortalecimiento de la escena artística local en función de estrategias de valoración del trabajo de los artistas y reconocimiento de su obra	
CE04-7-AVPP-APV-13491-E-006- Liderar el relacionamiento institucional teniendo en cuenta categorías de los socios y alcance de la gestión	
Duración créditos: 6 créditos	Duración en horas:
Resultado de aprendizaje 1. Definir la estrategia de relacionamiento de acuerdo con pautas posicionamiento institucional	
Resultado de aprendizaje 2. Interactuar con agentes del sector con fundamento en tácticas de relaciones públicas y tipología de los agentes	
Resultado de aprendizaje 3. Fortalecer la presencia en el ecosistema sectorial en función de objetivos comunes y estrategias de colaboración con pares	
Resultado de aprendizaje 4. Crear una red de trabajo con coleccionistas y clientes potenciales con base en estrategias de asesoramiento y conocimiento de las colecciones	
Resultado de aprendizaje 5. Participar en redes internacionales de circulación en coherencia con los análisis de las dinámicas del mercado global del arte	
Resultado de aprendizaje 6. Contribuir al discurso contemporáneo del arte con fundamento en análisis críticos y evaluación del trabajo artístico	
CE05-7-AVPP-APV-13491-E-007- Generar estrategias de comunicación y mercadeo de acuerdo con tipos de mercado e intereses de los agentes	
Duración créditos: 6 créditos	Duración en horas:
Resultado de aprendizaje 1. Formular estrategias de comunicación en las artes a partir de herramientas de comunicación creativa de arte contemporáneo	
Resultado de aprendizaje 2. Diseñar el plan de mercadeo de la plataforma con base en métodos de mercadeo cultural	
Resultado de aprendizaje 3. Seleccionar canales de comunicación en medios físicos y digitales con base en la caracterización de los públicos objetivo	
Resultado de aprendizaje 4. Supervisar la ejecución del plan de comunicaciones con fundamento en herramientas de seguimiento a tiempos y presupuestos	
Resultado de aprendizaje 5. Visibilizar las actividades de la plataforma con fundamento en estrategias de posicionamiento y atracción de audiencias	
Resultado de aprendizaje 6. Valorar la difusión de mensajes en coherencia con parámetros de comunicación ética y transparencia en la información	
Resultado de aprendizaje 7. Evaluar los resultados de la estrategia de comunicaciones de acuerdo con objetivos de posicionamiento de la plataforma y los artistas	

CE06-7-AVPP-APV-13491-E-007 – Comercializar obras de arte teniendo en cuenta nichos de mercado y plataformas de venta	
Duración créditos: 8 créditos	Duración en horas:
Resultado de aprendizaje 1. Definir mercados objetivo con base en metodologías de análisis del entorno y de investigación de mercados	
Resultado de aprendizaje 2. Identificar mercados emergentes con base en análisis de datos y metodologías de investigación de mercados	
Resultado de aprendizaje 3. Fijar el precio de las obras de arte teniendo en cuenta métodos de valoración y determinantes de precio	
Resultado de aprendizaje 4. Negociar precios de las obras con base en elementos de análisis de las tendencias del mercado y conocimiento del ecosistema sectorial	
Resultado de aprendizaje 5. Instaurar procesos de comercialización en coherencia con conductas éticas y parámetros de comercio justo	
Resultado de aprendizaje 6. Comprender la legislación y las regulaciones vigentes asociadas al sector cultural y el comercio en las artes plásticas y visuales	

4. PARÁMETROS DE CALIDAD	
4.1. Requisitos de ingreso o acceso	Profesional universitario con título correspondiente a las áreas relacionadas con el campo de estudio.
4.2. Regulación de la Profesión	Realizada la revisión legal, sobre la regulación del desempeño en este perfil ocupacional, no se encontró ninguna ley o norma que aplique para la implementación de esta cualificación.