



MERCADO DE LAS ARTES DEL SUR

SISTEMA DE EVALUACIÓN, SEGUIMIENTO Y BATERÍA DE INDICADORES
DEL MERCADO DE LAS ARTES DEL SUR

Autores:

Iván David Oliva Ortega – Pasto, Nariño
Aldair Enrique Zamora Ferrer – Galapa, Atlántico

Tutores:

Guillermo Alfonso Forero Medina
Luis Enrique Izquierdo Reyes

Trabajo para obtener el grado académico de:
Magíster en Gestión Cultural

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
MAESTRÍA EN GESTIÓN CULTURAL
BOGOTÁ D.C.

NOTA DE ACEPTACIÓN

Edgar Andrés Avella

Jurado

Johanna Mahuth

Jurado

Observación: Trabajo de grado aprobado con reconocimiento meritorio.

Bogotá D. C., agosto de 2025

DEDICATORIA

Agradezco y dedico este trabajo:

A mi madre que es como la materialización del Dios en el que creo; que ha sido apoyo siempre, que ha sido refugio siempre, y que así, siempre, ha sido la más grande, permanente e importante lección de vida.

A mi esposa, porque su creatividad, inteligencia y determinación han sido inspiradoras, pero su abrazo, su amor y compañía han sido salvadoras (milagrosas). Te amo preciosa.

A mi padre, mi hermano, mi hermana, Juanito, Ana María y Emilita, con el anhelo de honrar nuestro legado.

A Antonia, que encarna la posibilidad de la creatividad, la gracia y el amor construido.

Y sin dudar, a Bernardo, Ruslan, Aclla, Cuba, Ia, Crispeta, Shocko y Princesa, espíritus nobles y poderosos que han acompañado —con ternura y fuerza— los capítulos más memorables de esta vida.

Gracias a los tutores por su orientación, al compañero Aldair y la compañera Valentina por su trabajo para cumplir este objetivo.

Gracias Dios.

Iván David Oliva Ortega

DEDICATORIA

Siendo un niño, mi abuela Carolina me ayudó a sumar dos manzanas y cuatro peras, me dijo, además, que estudiara mucho para ser “alguien en la vida”, ya que ella no había podido ir a una escuela por circunstancias del destino.

Hoy miro mi camino y me doy cuenta que no solo me ayudó a sumar manzanas, me enseñó a sumar momentos, cariños y valores que aún llevo conmigo.

Hoy este título es más de ella que mío, es también de mis padres, Yamile y Álvaro, quienes con su esfuerzo y entrega me han sabido guiar por los mejores caminos para estar aquí.

Hoy este título es también de mis hermanos Alvarito y Santiago, quienes les agradezco por enseñarme tanto incluso sin darse cuenta; es también de Adelita, Miriam, Magalys, mujeres valientes que han marcado mi vida de una manera inmensa. Es un título de toda la familia, amigos y el gran equipo de la Casa de la Cultura de Galapa, que han estado presente y me han dado la mano en momentos necesarios.

Gracias a los docentes –Luís, Guillermo, Rubiela, Johana– por su compromiso y a mis compañeros Iván y Valentina por labrar este camino de la mano.

Hoy le agradezco a Dios por haberme permitido llegar aquí.

Ntd-wa.

Aldair Enrique Zamora Ferrer

CONTENIDO

1. Introducción...	1
2. Justificación...	2
3. Objetivos.....	6
3.1 Objetivo general.....	6
3.2 Objetivos específicos	6
4. Antecedentes	6
4.1 Experiencias nacionales	8
4.1.1 <i>FestiMaría 2024</i>	8
4.1.2 <i>Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez</i>	11
4.2 Mercados musicales	13
4.2.1 <i>BOmm y Circulart</i>	13
4.2.2 <i>Mercado Musical del Pacífico</i>	15
4.3 Experiencias globales.....	15
4.3.1 <i>FiraTàrrega</i>	15
4.3.2 <i>Womex</i>	16
4.3.3 <i>Culturalima: IA aplicada a la gestión y evaluación cultural</i>	17
5. Marco teórico...	19
5.1 Sistema de evaluación y seguimiento en cultura	20
5.2 Indicadores: herramientas para la gestión cultural.....	23
5.3 La IA como herramienta en la gestión cultural.....	26
5.4 Enfoque comunitario y ecosistemas creativos	30
6. Análisis del modelo de gestión <i>Mercado de las Artes del Sur</i>	32
6.1 Análisis de las estrategias del modelo de gestión <i>Mercado de las Artes del Sur</i>	34
6.2 Gestión de riesgo en el modelo de gestión del <i>Mercado de las Artes del Sur</i>	38

6.2.1 <i>Análisis DOFA del modelo de gestión del Mercado de las Artes del Sur</i>	40
6.2.2 <i>Matriz del riesgo por estrategias del Mercado de las Artes del Sur</i>	42
6.3 <i>Alcance del Mercado de las Artes del Sur</i>	44
7. Metodología	46
7.1 Estructura metodológica: un sistema de tres eslabones	48
7.1.1 <i>Eslabón 1: obtención de datos</i>	49
7.1.2 <i>Eslabón 2: Procesamiento de información</i>	50
7.1.3 <i>Eslabón 3: Retroalimentación y divulgación</i>	52
8. Sistema de evaluación y seguimiento... ..	54
8.1 Batería de indicadores.....	55
8.1.1 <i>Dimensión económica</i>	56
8.1.2 <i>Dimensión social</i>	58
8.1.3 <i>Dimensión cultural</i>	59
8.1.4 <i>Dimensión tecnológica</i>	61
9. Conclusiones	62
10. Recomendaciones.....	65
11. Referencias bibliográficas.....	67

TABLAS

1. Tabla 1. Tipología de indicadores para la evaluación cultural desde el enfoque del SESMAS.....	26
2. Tabla 2. Tipología de riesgos en la implementación del <i>Mercado de las Artes del Sur</i>	39
3. Tabla 3. Análisis DOFA del modelo de gestión del <i>Mercado de las Artes del Sur</i>	40
4. Tabla 4. Matriz del riesgo de las estrategias del <i>Mercado de las Artes del Sur</i>	41
5. Tabla 5. Eslabón 1: Obtención de datos para el SESMAS	49
6. Tabla 6. Eslabón 2: Procesamiento de información en el SESMAS.....	51
7. Tabla 7. Dimensiones del análisis de evaluación del proyecto.....	52
8. Tabla 8. Eslabón 3: Retroalimentación y divulgación del SESMAS.....	53
9. Tabla 9. Cuadro resumen del sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores del <i>Mercado de las Artes del Sur</i>	54
10. Tabla 10. Dimensión económica (resumen)	57
11. Tabla 11. Dimensión social (resumen)	58
12. Tabla 12. Dimensión cultural (resumen).....	59
13. Tabla 13. Dimensión tecnológica (resumen)	60

GRÁFICAS

1. Gráfica 1. Enfoque participativo del sistema de evaluación y seguimiento.....	22
2. Gráfica 2. Estrategias del modelo de gestión del Mercado de las Artes del Sur.....	35
3. Gráfica 3. Eslabones propuestos en el SESMAS.....	48

ANEXOS

1. Anexo 1. Batería de indicadores: (completa).....	74
2. Anexo 2. Logotipo Mercado de las Artes del Sur.....	80

COMPRENDER EL SUR

“Sueño el sur
 Inmensa luna, cielo al revés
 Busco el sur
 El tiempo abierto, y su después
 Quiero al sur
 Su buena gente, su dignidad
 Siento el sur
 Como tu cuerpo en la intimidad
 Te quiero, sur
 Sur, te quiero...”

Vuelvo al sur. Piazzola/Solanas

Hablar del sur es, para nosotros, una declaración de afecto y de orientación ética. Venimos de lugares distintos: uno desde las montañas de Nariño, al borde de los Andes y el Pacífico; otro desde la calidez del Caribe atlántico. Sin embargo, compartimos una misma apuesta: la de mirar el país desde sus bordes, desde sus márgenes, desde esos lugares que han sido históricamente silenciados pero que laten con potencia transformadora. El sur, entonces, no es sólo una coordenada geográfica, sino una postura: una manera de entender el mundo, de habitarlo críticamente, de imaginar horizontes distintos.

Con Enrique Dussel, comprendemos el sur como espacio de *exterioridad crítica*, una trinchera intelectual y vital frente al centro dominante. Desde ahí, nos sentimos convocados a pensar de otro modo, a proponer lo inédito viable, a cuestionar las lógicas impuestas por los relatos oficiales del desarrollo. La gestión cultural, cuando nace desde el sur, se vuelve también un acto de resistencia, de construcción de saberes propios, de afirmación de dignidades. Este trabajo se inscribe en ese horizonte. No busca replicar modelos, sino explorar alternativas. Por eso, el sur que proponemos es también una práctica situada, que recoge lo que Arturo Escobar llama “una política de lo local”, con metodologías híbridas y sensibles al territorio.

Arjun Appadurai, invita a concebir la imaginación como una herramienta política que permita trazar mapas nuevos desde lo cotidiano, desde lo afectivo y desde la creatividad territorial. Desde esa perspectiva, el sur (o las regiones periféricas) no es una nostalgia ni una carencia, sino un espacio fértil para imaginar futuros colectivos. En el presente trabajo, la imaginación tecnológica y la imaginación social se entrelazan como formas de ampliar lo posible, de construir puentes entre la cultura y la innovación, entre la memoria y el porvenir.

El sur —este sur múltiple que encarnamos— no es un lugar de derrota, sino de insurgencia creativa. Es nuestro punto de partida, y también nuestra promesa.

1. Introducción

En los últimos años, la gestión cultural ha atravesado transformaciones profundas que obligan a repensar no solo sus prácticas y herramientas, sino también sus fundamentos éticos, políticos y epistemológicos. En un mundo marcado por la expansión de las tecnologías digitales, la necesidad de profesionalizar el campo y los desafíos estructurales que enfrentan los territorios se vuelve urgente imaginar formas más rigurosas, sensibles y contextualizadas de evaluar y proyectar los procesos culturales.

El presente trabajo propone el *Sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores del Mercado de las Artes del Sur* (en adelante, SESMAS), un modelo integral de medición, análisis y mejora continua que permite evaluar el impacto cultural, social, económico y tecnológico de dicho mercado, con el apoyo de herramientas tradicionales y tecnologías emergentes como la inteligencia artificial. Lejos de concebir la evaluación como un mero ejercicio de control o cumplimiento, este trabajo la plantea como una práctica crítica, situada y potenciadora, capaz de producir conocimiento útil, fortalecer capacidades institucionales y contribuir a la sostenibilidad de las iniciativas culturales.

El sistema se construye sobre cuatro dimensiones de análisis —económica, social, cultural y tecnológica— e integra una arquitectura metodológica que combina indicadores de impacto, análisis cualitativo y herramientas de inteligencia artificial. En este sentido, el trabajo abre una discusión necesaria sobre el papel que puede jugar la IA en los procesos de evaluación cultural. Más que una fascinación tecnológica, se trata de explorar cómo estas herramientas pueden aportar a reducir brechas históricas entre los centros y las periferias, democratizar el acceso a la información estructurada, y fortalecer los procesos de toma de decisiones en contextos con alta densidad cultural pero baja capacidad institucional.

Desde una perspectiva crítica, el sistema también recupera las apuestas del pensamiento latinoamericano en torno al territorio como matriz de sentido, al reconocimiento de los derechos culturales como horizonte político, y a la construcción de metodologías que no escindan lo técnico de lo simbólico. El sur de Nariño, Colombia, —afro, indígena, mestizo y resiliente— se presenta aquí no como un contenedor geográfico pasivo, sino como un ecosistema cultural activo, donde se conjugan memorias, saberes y creatividades comunitarias que merecen ser reconocidas, fortalecidas y proyectadas. El sistema de evaluación propuesto no pretende imponerse como una fórmula estandarizada, sino más bien abrir preguntas sobre qué implica medir la cultura, cómo construir indicadores que respeten la diversidad y cómo generar información útil sin vaciar de sentido los procesos culturales. El sur de Nariño, Colombia, profundamente diverso y creativo ofrece aquí un laboratorio vivo para imaginar otras formas de gestión cultural más acordes con las realidades locales. Este trabajo ha sido también un ejercicio de aprendizaje, lleno de desafíos y dudas, que deja abiertas múltiples líneas de indagación. No pretende cerrar un tema, sino más bien aportar a una conversación que apenas comienza: la de una gestión cultural capaz de dialogar con el lenguaje de los datos, sin renunciar a su dimensión humana, política y transformadora.

2. Justificación

El *Mercado de las Artes del Sur* es una iniciativa formulada entre 2024 y 2025 como parte del proceso académico de la especialización en Gerencia y Gestión Cultural de la Universidad del Rosario. Esta propuesta, desarrollada por Chau, Zamora y Oliva (2025), planteó un modelo de gestión que impulsa el desarrollo sostenible del sector artístico y cultural del departamento de Nariño, Colombia. Para ello, se propone la creación de un espacio de encuentro directo entre la oferta local y la demanda nacional e internacional de bienes y servicios artísticos y culturales que permita dinamizar la economía creativa

regional. Este mercado responde a una problemática histórica del sector cultural en Nariño: una producción vasta y diversa de bienes artísticos que, sin embargo, enfrenta barreras estructurales para su promoción, difusión, circulación y sostenibilidad, según el Conpes 4090 del Ministerio de Cultura (2022). En este contexto, el *Mercado de las Artes del Sur* busca potenciar los eslabones generadores de demanda de la cadena de valor de la economía creativa local y también consolidarse en una plataforma de incidencia cultural, social y económica para la región.

El *Mercado de las Artes del Sur*, requiere la formulación de un sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores que permita monitorear, en tiempo real, la implementación y el impacto de este. Este sistema, busca garantizar la mejora continua y la eficiencia en los procesos internos, a la vez que procura generar información confiable para la toma de decisiones estratégicas a corto, mediano y largo plazo; en la línea de Ferrão y Lopes (2020), entendemos que los sistemas de evaluación en la gestión cultural son instrumentos críticos para legitimar la acción pública, garantizar transparencia y fomentar la sostenibilidad de las iniciativas culturales. A partir del análisis del modelo de gestión, y teniendo en cuenta las dinámicas globales que cada vez más miran hacia el uso de la IA, se SESMAS con asistencia de la inteligencia artificial (IA) con lo cual mejora la toma de decisiones, la planificación estratégica y el análisis de impacto en el sector cultural del departamento de Nariño, Colombia. En este sentido, el este sistema aspira identificar patrones, brechas y oportunidades en la promoción, circulación y comercialización de la producción cultural, configurándose como un insumo esencial para fortalecer modelos de negocio, aumentar la sostenibilidad económica de los agentes culturales e incidir en la gestión de la política cultural del territorio.

El SESMAS plantea tres áreas clave de impacto que orientan su enfoque. Esta estructura responde a la necesidad de reconocer la complejidad de los procesos culturales, así como su interrelación entre el valor simbólico, el bienestar colectivo y la sostenibilidad (UNESCO, 2013).

- **Económico:** A través de la medición del valor generado por las transacciones, empleabilidad y dinamización de la cadena de valor, el sistema permitirá evaluar el aporte del mercado a la economía regional. Un informe titulado *Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries* (UNCTAD, 2018) ha señalado el potencial de la economía creativa como motor de crecimiento inclusivo, especialmente en regiones periféricas.
- **Social:** El fortalecimiento del tejido social mediante la articulación de agentes culturales, el acceso a la cultura y la generación de redes colaborativas será evaluado mediante indicadores participativos y cualitativos. De acuerdo con Throsby (2001), el valor cultural y social de la actividad creativa es tan relevante como su valor económico.
- **Cultural e histórico:** Se valorará la incidencia del mercado en la protección, promoción y revitalización del patrimonio cultural de Nariño y el fomento de su economía creativa, reconociendo tanto el rol de la memoria y las expresiones tradicionales como de las manifestaciones contemporáneas del arte local en el desarrollo del ecosistema cultural regional.

Uno de los elementos distintivos del sistema de evaluación propuesto es la incorporación de herramientas de inteligencia artificial (IA) para la optimización de procesos relacionados con la metodología de este sistema. La IA posibilita la recolección,

organización y análisis de grandes volúmenes de datos en tiempo real, identificando patrones, tendencias y escenarios futuros. Sin duda - como afirman Bonet y Donato (2022) - la incorporación de tecnología en la gestión cultural no solo incrementa la eficiencia, sino que también amplía las posibilidades de inclusión, participación y sostenibilidad. El uso de IA permitirá, además, automatizar procesos de evaluación, reducir costos operativos, agregar valor al proyecto y construir modelos predictivos que orienten las estrategias de mediano y largo plazo. Este componente tecnológico sitúa al sistema y posibilita la adaptación y aplicación en otras regiones del país.

El sistema se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promovidos por la UNESCO y la Agenda 2030, contribuyendo a:

- Fin de la pobreza (ODS 1): buscando generar ingresos para artistas y artesanos.
- Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8): fomentando el empleo en el sector cultural.
- Industria, innovación e infraestructura (ODS 9): modernizando el sector mediante tecnología.
- Reducción de desigualdades (ODS 10): promoviendo acceso equitativo a oportunidades comerciales para el sector cultural.
- Ciudades y comunidades sostenibles (ODS 11): integrando la cultura en el desarrollo territorial.
- Producción y consumo responsable (ODS 12): impulsando cadenas sostenibles en el sector.
- Alianzas para lograr los objetivos (ODS 17): articulando actores institucionales y comunitarios.

El diseño e implementación del SESMAS representa una apuesta estratégica en la gestión cultural del sur de Colombia; más allá del instrumento técnico, pensamos en la posibilidad de crear una plataforma de conocimiento, acción y transformación territorial que permita fortalecer la economía cultural de Nariño y posicionar al departamento como un referente nacional en la articulación entre cultura, tecnología y desarrollo sostenible.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

- Diseñar un sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores a partir de las estrategias del modelo de gestión del *Mercado de las Artes del Sur* para optimizar los resultados permitiendo una retroalimentación continua sobre su impacto, eficiencia y sostenibilidad.

3.2 Objetivos específicos

- Analizar las estrategias planteadas en el modelo de gestión del *Mercado de las Artes del Sur*.
- Establecer una metodología de recolección, análisis y seguimiento de los datos obtenidos a partir de la batería de indicadores.
- Proporcionar datos claves para la retroalimentación continua en las estrategias del modelo de gestión del *Mercado de las Artes del Sur* a través del sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores asistido por IA.

4. Antecedentes

En el campo de la gestión cultural contemporánea, la implementación de sistemas de evaluación y seguimiento se ha convertido en un componente estratégico indispensable

para garantizar la pertinencia, sostenibilidad e impacto de los proyectos culturales.

Canclini (2006) sostiene que:

“Evaluar en cultura no es solamente medir resultados; es aprender de los procesos, de las estrategias que funcionaron o fracasaron, y de cómo se pueden reorientar las políticas para que tengan mayor impacto y equidad. Evaluar sirve para saber qué hicimos, pero sobre todo para pensar qué podemos hacer mejor.”

Los procesos de evaluación en el marco del desarrollo de proyectos culturales permiten conocer resultados, pero además posibilitan el aprendizaje institucional y el ajuste estratégico de las iniciativas, especialmente en contextos donde la gestión cultural busca incidir en dinámicas de desarrollo territorial. Desde esta perspectiva, el SESMAS se inscribe en una tendencia global de profesionalización de la gestión cultural basada en evidencia, en línea con los enfoques que promueven una mayor sistematización, medición de impacto y uso de tecnologías emergentes para la toma de decisiones (UNESCO, 2022; García Canclini, 2015). La relevancia de diseñar instrumentos de seguimiento cultural ha sido ampliamente desarrollada por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), en su documento *Cómo evaluar proyectos de cultura para el desarrollo: una aproximación metodológica a la construcción de indicadores* (2009). Este texto constituye uno de los referentes metodológicos más robustos para la formulación de indicadores aplicables a proyectos culturales con enfoque de desarrollo. Desde una perspectiva integral, el documento subraya que los procesos de evaluación no pueden limitarse a mediciones de producto, sino que deben incorporar dimensiones cualitativas y de proceso, tales como la apropiación comunitaria, la construcción de ciudadanía cultural, el fortalecimiento de capacidades y la incidencia en la cohesión social. En ese sentido, la evaluación cultural debe entenderse como un proceso continuo, participativo, y transversal,

que contribuya tanto a la mejora de los proyectos como a la democratización de las políticas culturales (AECID, 2009, pp. 11-18).

4.1 Experiencias nacionales: Diversas experiencias culturales en Colombia ofrecen referentes significativos para sustentar la pertinencia, viabilidad e impacto de una iniciativa como el *Mercado de las Artes del Sur*. Estos casos permiten analizar cómo diferentes territorios han desarrollado modelos de gestión cultural que articulan expresiones artísticas, participación comunitaria, sostenibilidad económica y apropiación social del patrimonio, al tiempo que generan efectos concretos en la cohesión territorial, el fortalecimiento del ecosistema cultural y la dinamización de las economías creativas.

En particular, resulta valioso examinar el caso de festivales y mercados culturales que han logrado posicionarse como plataformas de circulación, formación y visibilidad de artistas locales y regionales. Estos eventos no solo cumplen funciones de exhibición, sino que se consolidan como espacios de mediación entre saberes tradicionales y contemporáneos, entre lo local y lo global, y entre la economía y la identidad. A continuación, se presentan algunos ejemplos nacionales cuya trayectoria y modelo de gestión pueden servir como insumos comparativos y fuentes de inspiración para el desarrollo tanto para el sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores del *Mercado de las Artes del Sur*, como para el mismo mercado como tal.

4.1.1 FestiMaría 2024

En el Caribe colombiano, el *FestiMaría 2024*, evento cultural realizado en el municipio de María La Baja, Bolívar, cuyo impacto fue evaluado a través de un informe de medición elaborado por el Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar (ICULTUR, 2024), incorpora una batería de indicadores aplicados mediante encuestas a asistentes y negocios locales,

permitiendo medir: i) el impacto económico (incremento de ventas, ocupación hotelera, inversiones locales), ii) los perfiles socioculturales de los participantes y iii) las transformaciones simbólicas asociadas al evento. Este modelo es una referencia de evaluación integral con enfoque mixto.

En materia económica, el *FestiMaría 2024* generó dinámicas relevantes para el municipio de María La Baja, Bolívar. Según el informe, la feria cultural contó con la participación de 12 unidades productivas locales que reportaron ventas por un total de \$7.091.500 en dos días. Además, se contrataron servicios turísticos y de hospitalidad por más de \$30 millones, distribuidos en operadores turísticos (\$20.100.000), hoteles (\$10.450.000) y restaurantes locales (\$9.570.030). Por su parte, la ocupación hotelera alcanzó el 100%, frente al promedio habitual del 50% (ICULTUR, 2024).

Desde una perspectiva social, el festival logró una alta participación ciudadana con aproximadamente 4.000 asistentes a los conciertos y una destacada presencia en otras actividades como la proyección de la película *La Suprema* (900 asistentes) y el conversatorio *Los Montes de María, Territorio Ancestral de Paz y Esperanza* (60 asistentes). El 98,7% de los encuestados manifestó su disposición a asistir nuevamente al festival, y más del 70% expresó satisfacción con la seguridad, la promoción cultural y la programación artística.

En el ámbito cultural, *FestiMaría* promovió expresiones artísticas del Caribe colombiano, con la participación de más de 250 artistas en tarima, incluyendo agrupaciones locales como *Los Hijos del Bullerengue de María La Baja* y *Pabla Flores*. La inversión total en servicios artísticos fue de \$256.082.487. El evento fortaleció el sentido de identidad cultural en la región, y el 78% de los negocios locales valoraron su contribución a la promoción cultural del municipio (ICULTUR, 2024).

A nivel de comunicaciones, la estrategia de difusión digital fue fundamental. Las redes sociales representaron el principal canal de conocimiento del evento (61,89%). Se reportó un incremento del 321,6% en el alcance en Facebook y del 99,3% en Instagram, sumando más de 1.200 nuevos seguidores entre ambas plataformas.

A partir de la experiencia del *FestiMaría* 2024, uno de los aspectos más relevantes para los antecedentes del presente sistema, es su enfoque metodológico para medir el impacto económico territorial derivado de eventos culturales. El informe elaborado por ICULTUR constituye un referente práctico y replicable para entender cómo un evento cultural puede activar simultáneamente la economía creativa —a través de la contratación de artistas, servicios culturales y unidades productivas locales— y la economía de bienes y servicios en el entorno donde se desarrolla, como el turismo, la gastronomía y la hotelería.

La capacidad del *FestiMaría* para generar datos concretos sobre ventas, ocupación hotelera, inversión en servicios artísticos y percepción ciudadana evidencia la importancia de construir una batería de indicadores económicos y sociales que reflejen la incidencia real del proyecto en el tejido económico local. Esta perspectiva es clave para el *Mercado de las Artes del Sur*, en tanto el objetivo de su sistema de evaluación, además de medir resultados internos del proyecto, es también demostrar su capacidad de dinamización de la economía creativa local, de cohesión social y fortalecimiento del ecosistema creativo, promoviendo – como hemos anotado - una visión integral del desarrollo cultural con base en evidencia. Esta expresión alude a una tendencia en la gestión cultural que busca fundamentar decisiones y valoraciones sobre proyectos culturales en información verificable, sistematizada y medible, con el fin de optimizar su impacto y sostenibilidad (Bonet y Négrier, 2018; UNESCO, 2022). En este sentido, la evaluación no se limita a un ejercicio técnico, sino que se convierte en una herramienta de aprendizaje institucional, de

rendición de cuenta y de legitimación frente a distintos a distintos actores del ecosistema cultural. La experiencia del Caribe colombiano refuerza además la necesidad de incorporar metodologías mixtas y estrategias de comunicación digital como componentes esenciales del seguimiento a proyectos culturales en nuestra época.

4.1.2 Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez

El *Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez* (en adelante el *Petronio*), que se lleva a cabo anualmente en la ciudad de Cali, Colombia, y que es desarrollado por la alcaldía de dicha ciudad, constituye un referente fundamental para la formulación de sistemas de evaluación y seguimiento de proyectos culturales en Colombia, especialmente por su enfoque metodológico de triple impacto: económico, social y cultural. Esta perspectiva, adoptada en el informe de evaluación de impacto del festival impulsado por la OIM y USAID (2018), demuestra cómo la cultura puede y “debe” medirse desde múltiples dimensiones/enfoques para captar la complejidad de sus efectos en el territorio.

Desde el punto de vista económico, el festival generó un impacto aproximado de 50.343 millones de pesos y 1.739 puestos de trabajo, lo que evidencia la relevancia de los eventos culturales como dinamizadores del empleo y la inversión local. El informe destaca además que el 94,3% de los asistentes percibió que el Festival contribuye a la generación de ingresos y empleo, lo que refuerza la legitimidad del evento como motor de desarrollo (OIM y USAID, 2018). Esta medición se realizó mediante modelos insumo-producto, encuestas cara a cara con asistentes y expositores, y análisis del gasto dentro y fuera de la ciudadela del festival, logrando establecer una metodología robusta y susceptible de ser replicada.

En términos sociales, el 95,8% de los encuestados reconoció al festival como un espacio que promueve la integración de comunidades afrodescendientes con otras poblaciones urbanas, y un 98,2% valoró su contribución a posicionar a Cali, Colombia, como una ciudad culturalmente diversa. Estos datos se recogen estadísticamente como evidencia de transformación en el tejido social, mediante el fortalecimiento del diálogo intercultural y la cohesión comunitaria (OIM y USAID, 2018).

Finalmente, en su dimensión cultural, el 97,7% de los asistentes aseguró haber experimentado un enriquecimiento cultural al participar en el evento, y un 96,4% consideró que el festival promueve la conservación de las expresiones tradicionales del Pacífico colombiano (OIM y USAID, 2018). Esta valoración positiva se alinea con el principio del patrimonio cultural inmaterial definido por la UNESCO (2003), y da cuenta del valor simbólico y formativo del evento, al tiempo que justifica la inversión pública sostenida que se realiza para su sostenibilidad.

El aprendizaje clave que extraemos de la experiencia del *Petronio* para el proyecto *Mercado de las Artes del Sur* radica en el diseño metodológico de evaluación a partir de una batería de indicadores de impacto en tres niveles: económico, social y cultural. Esta tríada permite una comprensión holística del fenómeno cultural y reivindica su papel dentro de las políticas públicas de desarrollo sostenible, toda vez que permite comprender el rol estructurante del festival en la economía creativa del Pacífico colombiano. Además, el uso de diversas técnicas para la recolección de información, la construcción de modelos econométricos y la articulación con actores del territorio, constituyen prácticas referentes para el diseño del SESMAS. Throsby (2001), plantea el valor cultural es relevante en su contexto económico y social, y debe abordarse en su complejidad para diseñar políticas efectivas y sostenibles. Por tanto, el *Petronio* representa un antecedente importante no solo

por su escala e impacto, sino también por su apuesta metodológica y conceptual de evaluar lo cultural más allá de lo artístico, integrando lo simbólico, lo social y lo productivo como ejes fundamentales del desarrollo territorial.

4.2 Mercados musicales en Colombia

4.2.1 Bogotá Music Market (Bomm) y Circulart

Tanto el *Bogotá Music Market (BOmm)*, desarrollado por la Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia, desde 2013, como *Circulart*, plataforma de circulación e industria musical independiente con sede en Medellín, Colombia, que organiza la Fundación Gilberto Alzate Avendaño, se han consolidado como referentes fundamentales en el ecosistema de los mercados culturales y musicales de América Latina (BID, 2018; CCB, 2021; MinCultura, 2020). Más allá de su relevancia para la profesionalización del sector artístico, estos mercados también han avanzado en el desarrollo de metodologías de seguimiento y evaluación que permiten comprender su impacto económico, social y cultural.

En el caso del *BOmm*, la medición de impacto ha sido una constante en sus informes anuales, que incluyen indicadores como número de citas agendadas, volumen de negocios potenciales, participación de artistas por región, asistencia internacional, y encuestas de satisfacción tanto para oferentes como para compradores.

La implementación de estas métricas ha facilitado la toma de decisiones estratégicas y el fortalecimiento de la cadena de valor musical en Bogotá y en alguna medida de Colombia. Uno de sus principales aportes ha sido visibilizar el potencial económico del sector musical independiente, pero también poner en evidencia las brechas en términos de acceso, territorialidad y profesionalización (CCB, 2021).

Por su parte, *Circularart* ha desarrollado una estrategia de evaluación con enfoque regional y latinoamericano, incorporando métricas cualitativas y cuantitativas sobre internacionalización, redes colaborativas y sostenibilidad de los proyectos. Su sistema de monitoreo incluye el análisis del número de ruedas de negocios efectivas, alianzas generadas, presencia de mujeres en escena, y diversidad geográfica de los participantes. De forma creciente, *Circularart* ha asumido una perspectiva que reconoce el impacto comercial del mercado y su capacidad para fomentar el intercambio simbólico y la circulación de narrativas identitarias en clave intercultural (BID, 2018).

Estas dos experiencias aportan lecciones clave para el *Mercado de las Artes del Sur*, especialmente en lo que respecta a la necesidad de construir sistemas de evaluación que articulen la dimensión económica con las dimensiones simbólicas y sociales del quehacer artístico. Puntualmente la medición alrededor de número de ruedas de negocio, proyección económica de negocios realizados, número de participantes, etc., son un bloque de indicadores relevantes para el presente sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores.

Por otro lado, ambos casos refuerzan la pertinencia de diseñar indicadores que vayan más allá del número de asistentes o de transacciones comerciales, incorporando la medición del fortalecimiento de redes, la transformación de capacidades y la apropiación territorial de las iniciativas culturales. Así, el mercado cultural que se plantea desde Nariño, Colombia, puede nutrirse de estas metodologías para adaptar un modelo contextualizado y de base territorial que permita la rendición de cuentas, el aprendizaje estratégico y la proyección a largo plazo de acciones de fomento sostenibles para el sector creativo.

4.2.2 Mercado Musical del Pacífico

Finalmente, el *Mercado Musical del Pacífico*, desarrollado por la Corporación Tecnocentro Cultural Somos Pacífico, ha empezado a sistematizar algunos aprendizajes en sus últimas ediciones, a pesar de carecer de un sistema robusto de evaluación. No obstante, la creciente articulación entre actores institucionales, productores y artistas del Pacífico ha generado un entorno propicio para la adopción de indicadores que midan impactos en circulación, formación, redes y participación territorial. Este escenario cultural, enfocado en fortalecer el sector musical del Pacífico colombiano, opera mediante ruedas de negocios, showcases, agendas académicas y redes de networking, generando espacios clave de circulación, formación y articulación entre artistas y agentes del mercado cultural regional.

A través de esta plataforma, se ha propiciado un entorno propicio para que los actores locales participen activamente en agendas académicas, ruedas de negocio y presentaciones orientadas al fortalecimiento de sus capacidades y oportunidades de visibilidad (Corporación Tecnocentro Cultural Somos Pacífico, 2022).

4.3 Experiencias globales

4.3.1 FiraTàrrega

En el ámbito global, *FiraTàrrega*, evento que se lleva a cabo en Cataluña, España, por la fundación Fira Tàrrega, se ha consolidado como un referente internacional en las artes escénicas, especialmente en el ámbito de las artes de calle. Su enfoque innovador se manifiesta en la implementación de programas como “Suport a la Creació”, que, a partir de 2025, se centra exclusivamente en propuestas de artes de calle, seleccionando cinco compañías anualmente y otorgándoles una dotación económica de 10.000 euros cada una. Este programa busca fomentar la coproducción con otros agentes y garantizar una mayor

sostenibilidad económica de las propuestas, alimentando el mercado con piezas innovadoras y sólidas, y fomentando su contratación tanto nacional como internacional (Segre, 2024).

Además, *FiraTàrrega* ha adaptado su espacio de encuentro profesional, “La Llotja”, al entorno digital, creando una plataforma permanente que ofrece servicios a los profesionales de las artes escénicas acreditados más allá de los días de la feria. Esta plataforma incluye actividades como pitchings, mesas de trabajo y presentaciones de proyectos, facilitando la visibilidad, conexión y aprendizaje entre los agentes del sector (FiraTàrrega, 2020; Segre, 2020). Estas prácticas permiten la promoción de la creación artística y también la generación de redes de colaboración y la sostenibilidad económica de los proyectos culturales (FiraTàrrega, 2020). Este evento cultural ejemplifica cómo un festival de titularidad municipal puede convertirse en un motor de innovación en la gestión cultural, integrando la creación, exhibición y formación en un modelo de mercado que responde a las necesidades contemporáneas del sector (Bonet, 2021). Su experiencia proporciona un marco de referencia para el desarrollo de sistemas de evaluación y seguimiento que promuevan la innovación, la sostenibilidad y la internacionalización en los proyectos culturales.

4.3.2 WOMEX – World Music Expo

WOMEX es una feria internacional que se celebra anualmente en diversas ciudades europeas desde 1994. Organizada por la empresa alemana Piranha Arts, esta exposición combina una feria comercial, showcases, conferencias, proyecciones de documentales y sesiones de networking, convirtiéndose en un punto de encuentro clave para la industria de la música global. En su edición de 2022, celebrada en Lisboa, Portugal, *WOMEX* reunió a más de 3.100 profesionales de la música de 113 países, incluyendo 280 artistas en

showcases, 676 empresas expositoras y 111 conferencistas. Estos datos evidencian la magnitud y diversidad del evento, así como su capacidad para generar oportunidades de negocio y colaboración internacional (WOMEX, s.f.). La metodología de evaluación de WOMEX se basa en indicadores cuantitativos y cualitativos que permiten medir el impacto económico, social y cultural del evento. Entre estos se incluyen el número de participantes, la diversidad geográfica, la cantidad de acuerdos comerciales generados, y la retroalimentación de los asistentes y expositores.

Además, WOMEX ha implementado plataformas digitales como virtual WOMEX, que facilitan el seguimiento y la evaluación continua de sus actividades, esta información se obtuvo de apartados de la página web de dicho evento, ya que no se encuentra un documento evaluativo publicado. La experiencia de WOMEX, como las experiencias subrayadas previamente, también permite ver la importancia de generar sistemas de evaluación integrales que consideren las dimensiones económica, social y cultural del proyecto y su contexto. La recopilación sistemática de datos, la diversidad de indicadores y la adaptación a plataformas digitales son también prácticas que pueden ser replicadas y adaptadas al contexto local.

4.3.3 Culturalima: IA aplicada a la gestión y evaluación cultural

En el marco de los antecedentes relevantes para la implementación de sistemas de evaluación y seguimiento asistidos por inteligencia artificial en el ámbito cultural, el caso de *Culturalima* (Casa Ida, s.f.) destaca como una experiencia pionera en América Latina. Esta iniciativa fue desarrollada por la Municipalidad de Lima, Perú, el cual consistía en una serie de laboratorios y medialab que se llevaron a cabo entre 2006 y 2014, y se consolidó como una plataforma digital de mapeo, monitoreo y análisis del ecosistema cultural local integrando tecnologías de georreferenciación, minería de datos y algoritmos

de inteligencia artificial para recolectar y procesar información proveniente de instituciones, eventos, agentes culturales y redes sociales (Casa Ida, s.f.).

El propósito de *Culturalima* fue construir un sistema abierto, dinámico y participativo que permitiera visibilizar la diversidad cultural limeña y generar indicadores útiles para la planificación cultural. Esta plataforma ofrecía una lectura en tiempo real del comportamiento del ecosistema cultural urbano, a través del análisis automatizado de datos culturales y su representación geográfica. Uno de los aspectos más innovadores del proyecto fue su capacidad para combinar la automatización con la participación comunitaria, permitiendo que actores culturales y ciudadanos contribuyeran con la carga, edición y validación de la información (Casa Ida, s.f.). Esta lógica de código abierto y colaboración descentralizada fortaleció el enfoque territorial del sistema, al tiempo que impulsó el derecho a la información cultural y el acceso equitativo al conocimiento (Casa Ida, s.f.).

Desde el punto de vista tecnológico, *Culturalima* empleó herramientas de inteligencia artificial para clasificar eventos, analizar patrones de comportamiento y enriquecer metadatos, generando así una base de datos compleja, interoperable y visualizable. Los datos generados alimentaron indicadores tanto cuantitativos (frecuencia de eventos, volumen de actividad por distrito, etc.) como cualitativos (temáticas predominantes, relaciones interinstitucionales), aportando evidencia para la toma de decisiones de organismos públicos, gestores y ciudadanía (Casa Ida, s.f.).

Según la información encontrada a través del portal web del Ministerio de Cultura de Perú con relación a este proyecto, el impacto fue significativo en varios niveles:

- Mapeo cultural activo de más de 140 instituciones culturales en la ciudad de Lima.

- Creación de una interfaz accesible para el monitoreo ciudadano de la actividad cultural.
- Producción automatizada de información útil para políticas públicas culturales.
- Promoción de una cultura de datos abiertos y gestión descentralizada de la información.

La experiencia de *Culturalima* demuestra que es posible articular la inteligencia artificial con las agendas de gestión cultural, sin perder de vista la complejidad simbólica y territorial del fenómeno cultural. Para el caso del *Mercado de las Artes del Sur*, esta referencia es particularmente valiosa, ya que permite visualizar cómo una infraestructura tecnológica flexible y situada puede fortalecer la evaluación, el seguimiento y la planificación cultural en territorios periféricos, al tiempo que promueve la participación activa de los actores locales.

Estos antecedentes permiten argumentar que el *Mercado de las Artes del Sur* se posiciona en un momento clave para innovar en el diseño de un sistema de evaluación cultural que mida su propia eficacia y que también se proyecte como una herramienta para la comprensión dinámica del ecosistema creativo del departamento de Nariño, Colombia, ya que al incorporar tecnologías como la inteligencia artificial permitirá avanzar hacia una gestión cultural basada en datos, conectada con estándares internacionales y alineada con los ODS, en especial con los objetivos 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), 9 (Industria, innovación e infraestructura) y 17 (Alianzas para lograr los objetivos).

5. Marco teórico

El presente sistema se fundamenta en una visión contemporánea de la gestión cultural, que implica una mirada integral e interdisciplinaria incorpora elementos de planificación,

evaluación, sostenibilidad, participación comunitaria y uso de tecnologías, todo ello orientado a generar impactos duraderos y equitativos en las comunidades donde se desarrolle un proyecto cultural (Bonet & Négrier, 2018).

En este sentido, el diseño de un sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores asistido por inteligencia artificial del *Mercado de las Artes del Sur* se configura como una innovación metodológica que busca fortalecer las capacidades de planeación, análisis y sostenibilidad de parte del ecosistema creativo - en constante construcción - del departamento de Nariño, Colombia.

Desde el pensamiento crítico latinoamericano, autores como García Canclini (2006) han subrayado que los procesos culturales deben ser comprendidos como campos de disputa simbólica, donde la evaluación no se reduce a la medición de resultados, sino que debe permitir la visibilidad de procesos, aprendizajes y valores intangibles. En ese marco, evaluar desde la gestión cultural implica superar las lógicas cuantitativas tradicionales, abriendo paso a sistemas que integren indicadores híbridos —económicos, simbólicos, sociales y participativos— que respondan a las especificidades del campo cultural.

5.1 Sistema de evaluación y seguimiento en cultura

La evaluación y el seguimiento en los proyectos culturales constituyen herramientas estratégicas para la medición de resultados y también para la transformación crítica de los procesos de gestión. Lejos de concebirse como actos meramente técnicos o administrativos, estas prácticas deben entenderse como instancias éticas, participativas y contextualizadas que permiten analizar de forma integral la pertinencia, eficacia y sostenibilidad de las intervenciones en estos proyectos (Roselló Cerezuela, 2019).

Octavio Getino (2001) propone una concepción ampliada de la evaluación cultural, en la que no basta con medir productos o indicadores de eficiencia, sino que se torna necesario interrogar la coherencia entre las estrategias implementadas y el contexto sociocultural en que se inscriben. Para el autor, “evaluar un proyecto cultural no es simplemente medir sus productos, sino analizar la coherencia de sus estrategias con las necesidades, aspiraciones y posibilidades del contexto en que se inscribe” (p. 85). Esta perspectiva pone de relieve que toda práctica evaluativa en el ámbito cultural es, en última instancia, una operación política, pues implica decisiones sobre qué valorar, cómo valorarlo y desde qué criterios normativos o simbólicos se emite el juicio de valor.

A lo anterior, se le suma un enfoque participativo es desarrollado por Hugo Quintanilla (2011), sostiene que el sistema de evaluación y seguimiento en cultura debe integrar la medición de avances con la comprensión de los sentidos que los actores atribuyen al proceso, de manera que se convierta en una herramienta de gestión sensible al contexto social y moldeable al ajuste de estrategias.

En este marco, el seguimiento se convierte en un proceso continuo de diálogo entre la planificación y la realidad, y la evaluación se transforma en un instrumento para el aprendizaje institucional y la mejora permanente. A partir de esta lectura crítica, se ha venido consolidando una corriente que reivindica la evaluación como un proceso colectivo de construcción de sentido, en el que participan múltiples actores —instituciones, comunidades, gestores, artistas, públicos— con el fin de interpretar los efectos culturales, sociales y simbólicos de las acciones emprendidas.

Gráfica 1.

Enfoque participativo del sistema de evaluación y seguimiento.



Fuente: Quintanilla (2011), adaptado por autores.

Desde una perspectiva más operativa, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID, 2009) ha propuesto una metodología para la evaluación de proyectos culturales con enfoque de desarrollo, que reconoce la necesidad de incorporar tanto indicadores cuantitativos como cualitativos, así como criterios de apropiación comunitaria, construcción de ciudadanía y cohesión social. El documento *Cómo evaluar proyectos de cultura para el desarrollo* señala que “los procesos de evaluación no pueden limitarse a mediciones de producto, sino que deben incorporar dimensiones cualitativas y de proceso, tales como la apropiación comunitaria, el fortalecimiento de capacidades y la incidencia en la cohesión social” (AECID, 2009, p. 14). Esta aproximación reconoce que la cultura, en tanto fenómeno simbólico y relacional, no puede ser reducida a cifras o datos numéricos, y requiere enfoques metodológicos que capten su complejidad y diversidad.

En este contexto, el seguimiento se configura como un proceso sistemático de observación y análisis que acompaña las distintas fases del proyecto cultural, desde su diseño hasta su impacto. A diferencia del control, que se limita a verificar el cumplimiento de metas, el seguimiento interpretativo permite leer las dinámicas territoriales, las tensiones emergentes y las oportunidades no previstas, facilitando el ajuste oportuno de las estrategias.

5.2 Indicadores: herramientas para la gestión cultural

En la gestión cultural, los indicadores se han consolidado como herramientas fundamentales para orientar los procesos de evaluación, toma de decisiones estratégicas y mejora continua de los proyectos. Más allá de ser simples instrumentos técnicos, los indicadores constituyen construcciones sociales que permiten traducir en datos las dinámicas complejas del quehacer cultural, facilitando su análisis, seguimiento y retroalimentación (Quintero, 2001)

Ernesto Cohen (2006), uno de los referentes latinoamericanos en el campo, sostiene que “los indicadores deben ser concebidos como herramientas que permiten orientar el seguimiento, la evaluación y la toma de decisiones, siempre que se construyan colectivamente y guarden coherencia con los objetivos y valores del proyecto” (p. 19).

Desde esta perspectiva, los indicadores no deben imponerse como marcos externos, sino construirse en diálogo con los actores del territorio, reconociendo sus lenguajes, prioridades y formas de habitar la cultura. El valor de un indicador no reside únicamente en su capacidad para medir, sino también en su potencial para generar reflexión, aprendizaje y transformación (Cohen, 2006).

Uno de los debates más relevantes en torno al uso de indicadores culturales es el que distingue entre indicadores cuantitativos y cualitativos. Los primeros hacen referencia a

datos numéricos y observables, como el número de asistentes a un evento, las ventas generadas o los empleos creados. Su principal ventaja es la facilidad para sistematizar, comparar y proyectar resultados. Sin embargo, su enfoque puede resultar insuficiente para capturar la riqueza simbólica, relacional o identitaria de la cultura. Es por esto que, es fundamental complementar esta dimensión con indicadores cualitativos, que permiten interpretar aspectos como la apropiación comunitaria, el sentido de pertenencia, la percepción del cambio o el fortalecimiento de capacidades (Cohen, 2006).

Estos indicadores, aunque más complejos de sistematizar, ofrecen una comprensión más profunda de los impactos culturales y sociales. La UNESCO (2015), en su informe *Re/pensar las políticas culturales*, enfatiza que la medición en cultura debe integrar múltiples dimensiones, combinando indicadores objetivos y subjetivos, cuantitativos y cualitativos, para dar cuenta de la complejidad del sector.

En un contexto más local, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), junto al Ministerio de Cultura, ha desarrollado la Cuenta Satélite de Cultura y diversas herramientas de medición que permiten observar el comportamiento económico del sector cultural y creativo. Sin embargo, como señalan investigadores como Néstor García Canclini (1990) y Jesús Martín-Barbero (1987), la evaluación de la cultura no puede reducirse únicamente a métricas económicas o cuantitativas, sino que debe integrar dimensiones simbólicas, sociales y comunitarias. En esta línea, distintos investigadores y gestores han propuesto metodologías que integran la construcción colectiva de indicadores, entendida como un proceso participativo en el que las comunidades y agentes culturales definen qué debe ser valorado y cómo debe ser medido. Este enfoque, respaldado por trabajos como los de Guillermo Martín (2014) y Ana Rosas Mantecón (2012), responde a la necesidad de construir indicadores pertinentes al contexto, sensibles a las realidades

locales y coherentes con los sentidos culturales de los territorios. En el caso de un mercado cultural como el *Mercado de las Artes del Sur*, los indicadores no deben limitarse a medir ingresos o afluencia, sino también aspectos como el fortalecimiento del tejido creativo, la circulación de saberes, la revitalización del patrimonio y la generación de redes de colaboración. Como lo destaca García Canclini (1990) en su análisis de las culturas híbridas, los procesos culturales son dinámicos y requieren de indicadores que capturen la interacción entre lo tradicional y lo contemporáneo, así como la participación de las comunidades en la definición de sus propias métricas.

Por su parte, Martín-Barbero (1987) enfatiza la importancia de las mediaciones culturales, es decir, cómo las prácticas cotidianas y las narrativas locales pueden ser integradas en los sistemas de evaluación para garantizar que los indicadores reflejen las realidades y aspiraciones de los territorios.

En cuanto a las baterías de indicadores culturales, diversos organismos internacionales y nacionales han promovido su diseño con un enfoque multidimensional. La UNESCO, en sus *Indicadores de Cultura para el Desarrollo* (2014), plantea cuatro grandes dimensiones: **económica, social, simbólica y de gobernanza.**

Desde el SESMAS que proponemos, queremos sumar a lo ya planteado por la UNESCO (2022), la dimensión tecnológica, cada vez más relevante en los procesos culturales contemporáneos, especialmente ante la incorporación de herramientas digitales e inteligencia artificial en la gestión.

Tabla 1.

Tipología de indicadores para la evaluación cultural desde el enfoque del SESMAS.

Dimensión de indicadores	Descripción	Propósito
Económicos	Miden ingresos generados, empleos creados, inversión pública o privada, encadenamientos productivos y participación del sector en el PIB.	Visibilizar la contribución económica del sector cultural y facilitar el diálogo con actores económicos e institucionales.
Sociales	Evalúan el impacto en la cohesión comunitaria, inclusión, participación ciudadana, diversidad y equidad.	Reconocer la cultura como un componente estructurante del desarrollo humano y del tejido social.
Culturales o identitarios	Consideran la preservación del patrimonio, revitalización de lenguajes, apropiación del espacio público y memoria colectiva.	Valorar los elementos intangibles de la cultura y su rol en la transformación simbólica y representacional.
Tecnológicos	Miden la incorporación de herramientas digitales, plataformas, automatización, inteligencia artificial y capacidades digitales del sector.	Evaluar la innovación, transformación digital y adaptabilidad del ecosistema cultural.

Fuente: UNESCO (2002) y elaboración propia.

5.3 La IA como herramienta en la gestión cultural

La transformación digital que caracteriza al siglo XXI ha generado cambios significativos en múltiples campos de la vida social, y la gestión cultural no ha sido ajena a este proceso.

La inteligencia artificial (IA) se posiciona como una herramienta emergente con un potencial transformador para el diseño, implementación, seguimiento y evaluación de políticas, programas y proyectos culturales. Como señalan Brynjolfsson y McAfee (2014) en *The Second Machine Age*, las tecnologías disruptivas como la IA están redefiniendo la forma en que se gestionan los recursos y se toman decisiones en diversos sectores, incluyendo el cultural. Su incorporación en los sistemas de gestión ofrece nuevas posibilidades para el análisis de información, la automatización de procesos y la generación de conocimiento en tiempo real, configurando un nuevo escenario para el sector

cultural. En este sentido, la IA no solo optimiza procesos administrativos, sino que también abre caminos para la innovación en la creación y divulgación cultural. Mazzone y Elgammal (2019), en su artículo *Art, Creativity, and the Potential of Artificial Intelligence*, destacan cómo las herramientas de IA están siendo utilizadas para potenciar la creatividad y la producción artística, al tiempo que facilitan la gestión de proyectos culturales a través de análisis predictivos y personalización de contenidos.

Además, como lo plantea Manovich (2020) en *Cultural Analytics*, el uso de IA en la gestión cultural permite un análisis profundo de grandes volúmenes de datos, lo que facilita la toma de decisiones basada en evidencia y la identificación de tendencias culturales emergentes.

Durante el Foro CILAC 2021, organizado por la UNESCO y otras instituciones, se destacó el potencial de la inteligencia artificial (IA) como una herramienta clave para democratizar el acceso al conocimiento cultural y fortalecer el análisis en tiempo real.

En este marco, expertos y participantes del foro señalaron que la IA puede permitir una mayor precisión y rapidez en la toma de decisiones dentro del sector cultural (UNESCO, 2021). Esta perspectiva no se limita a mejorar la eficiencia operativa, sino que también puede contribuir a reducir las brechas en el acceso a la información cultural, mejorar la interacción entre públicos y creadores, y expandir las capacidades de análisis institucional de los gestores y responsables de políticas culturales. Como lo mencionaron los participantes del foro, la IA tiene el potencial de transformar la gestión cultural al facilitar la recopilación y el análisis de datos, lo que permite a las instituciones culturales tomar decisiones más informadas y estratégicas. Además, herramientas basadas en IA, como sistemas de recomendación personalizada y plataformas de interacción, pueden acercar a

los públicos a los contenidos culturales de manera más efectiva, promoviendo una mayor inclusión y participación.

El salto hacia la implementación de tecnologías inteligentes plantea un giro metodológico de gran relevancia. La inteligencia artificial (IA), definida como la capacidad de los sistemas informáticos para aprender, razonar y procesar información de forma autónoma (Russell & Norvig, 2020), permite desarrollar sistemas inteligentes de monitoreo y evaluación que recojan, procesen y analicen grandes volúmenes de datos en tiempo real, facilitando la toma de decisiones informadas. Schiuma (2017) señala que la IA puede transformar la gestión cultural al permitir modelos predictivos, análisis de patrones y personalización de estrategias, ampliando la capacidad de adaptación de los proyectos culturales a contextos cambiantes. Desde la perspectiva de la innovación pública, autores como Mulgan (2014) argumentan que los sistemas de datos e inteligencia artificial en el sector público permiten desarrollar políticas más efectivas, focalizadas y participativas.

En el campo cultural, experiencias como el *Arts Data Impact* del Reino Unido o el *Data Thèque del Québec* han demostrado que la integración de sistemas inteligentes puede mejorar la planeación cultural, fortalecer los ecosistemas creativos y visibilizar sectores históricamente marginados. En Colombia, aunque el uso de la IA en la gestión cultural aún está en desarrollo, existen iniciativas que apuntan hacia la integración de sistemas inteligentes. Por ejemplo, los observatorios de cultura del Ministerio de Cultura han avanzado en la recopilación y análisis de datos culturales, lo que podría sentar las bases para la implementación de sistemas territoriales inteligentes de seguimiento (Ministerio de Cultura, 2020). Asimismo, las plataformas del DANE, como la Cuenta Satélite de Cultura, ofrecen herramientas que, al ser integradas con tecnologías de IA, podrían mejorar la planeación y evaluación de políticas culturales (DANE, 2021). Estas iniciativas, aunque

incipientes, representan un paso importante hacia la modernización de la gestión cultural en el país y podrían inspirar la creación de sistemas más robustos y participativos.

Es importante anotar que el presente trabajo se inscribe en los postulados del desarrollo endógeno (Boisier, 2004), al priorizar la valorización de los recursos locales —materiales e inmateriales— como motor de transformación. Un sistema de evaluación inteligente contribuirá a mapear el comportamiento del ecosistema creativo, identificar brechas, fortalecer la toma de decisiones basada en evidencia y consolidar al *Mercado de las Artes del Sur* como una plataforma de articulación multiescalar, capaz de incidir en las políticas públicas culturales, sociales y económicas del departamento.

Bonet y Donato (2022) sostienen que “la incorporación de tecnología en la gestión cultural no solo incrementa la eficiencia, sino que también amplía las posibilidades de inclusión, participación y sostenibilidad” (p. 4). Así, lejos de ser una herramienta excluyente o puramente técnica, la IA puede convertirse en un aliado para mejorar la calidad de la información, optimizar los recursos y fortalecer los procesos participativos en la toma de decisiones. En el caso del *Mercado de las Artes del Sur*, la incorporación de inteligencia artificial en su sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores representa una apuesta innovadora y estratégica, siempre que se garantice un uso inclusivo, ético y contextualizado.

Según Hernández y Vega (2002), la IA puede facilitar la sistematización de la información producida por los agentes culturales, generar visualizaciones que apoyen la toma de decisiones en tiempo real, identificar oportunidades de mejora y anticipar escenarios futuros. No obstante, su implementación debe articularse con procesos de construcción colectiva, apropiación comunitaria y fortalecimiento institucional, de modo que no

sustituya, sino que complemente y potencie, el trabajo humano y el enfoque territorial que caracteriza a la gestión cultural contemporánea.

5.4 Enfoque comunitario y ecosistemas creativos

El diseño de un sistema de evaluación y seguimiento para proyectos culturales territoriales, como el *Mercado de las Artes del Sur*, requiere una comprensión crítica del territorio y de la cultura como dimensiones interdependientes. En este sentido, el modelo evaluativo propuesto se fundamenta en una concepción comunitaria de la gestión cultural; como sostienen Escobar (2008) y Haesbaert (2013), el territorio no es un espacio físico neutro, sino una construcción social, histórica y cultural, donde se entrelazan memorias, saberes, relaciones y afectos. Desde la gestión cultural, esta visión permite articular procesos culturales arraigados en las comunidades, como señalan García Canclini (1999) y Cabrera (2011), reconociendo el territorio como un entramado simbólico que estructura las prácticas y sentidos colectivos.

Desde esta perspectiva, el sistema de evaluación no se limita a la cuantificación de resultados, sino que busca capturar el valor simbólico, social y político de las acciones culturales. Tal como plantea Throsby (2010), la cultura debe entenderse no solo como producto económico, sino como proceso participativo de construcción de identidades y sentidos colectivos. Esta noción obliga a que el seguimiento de un proyecto cultural integre indicadores que reconozcan tanto el rendimiento económico como los impactos subjetivos y comunitarios. En consonancia con el *Marco de Indicadores de Cultura para el Desarrollo de la UNESCO* (UNESCO, 2009), este enfoque aboga por una evaluación multidimensional, que articule indicadores económicos, sociales, simbólicos, institucionales y medioambientales. Estos indicadores deben ser construidos con y desde

las comunidades involucradas, reconociendo su rol no solo como beneficiarias del proyecto, sino como agentes activos en la formulación de criterios de éxito, pertinencia y sostenibilidad.

Germán Rey (2010) aporta una dimensión clave al entender los mercados culturales como espacios de intercambio simbólico, negociación de sentidos y ejercicio de ciudadanía cultural. Esta visión resalta que el sistema de evaluación debe capturar no solo métricas de comercialización o asistencia, sino también transformaciones en el reconocimiento, la participación y los derechos culturales. En territorios marcados por conflictos, desigualdades o exclusión, la cultura puede convertirse en un catalizador de procesos de reconciliación, dignificación y empoderamiento comunitario (UNESCO, 2013).

En este sentido, los indicadores deben poder reflejar cómo el *Mercado de las Artes del Sur* actúa como un catalizador para la visibilización de expresiones culturales locales y el fortalecimiento del ecosistema creativo regional. El objetivo va más allá de facilitar intercambios económicos: contribuye a visibilizar expresiones culturales propias del sur de Nariño, a fortalecer las capacidades de los agentes culturales, a fomentar redes de colaboración entre artistas y comunidades, y a posicionar la cultura como un eje transversal del desarrollo territorial. El mercado se convierte, así, en un espacio de mediación entre saberes tradicionales y contemporáneos, entre lo local y lo global, entre la economía y la identidad (Canclini, 1995).

Asimismo, la noción de ecosistema creativo —entendido como una red dinámica de actores culturales, instituciones, públicos y tecnologías interconectadas— resulta clave para estructurar el sistema de seguimiento. Tal como lo propone Throsby (2001), la evaluación de estos ecosistemas no puede centrarse únicamente en su productividad

económica, sino que debe valorar su contribución a la cohesión social, la innovación cultural, la sostenibilidad ambiental y la construcción de confianza colectiva. De ahí la necesidad de incluir indicadores cualitativos, participativos y contextualmente situados, que capten la vitalidad, diversidad y resiliencia de las redes culturales territoriales.

6. Análisis del modelo de gestión Mercado de las Artes del Sur

El *Mercado de las Artes del Sur* se configura como una apuesta estratégica por la articulación entre cultura, territorio y desarrollo, conceptos que se entretajan para producir una noción de transformación social centrada en los valores culturales, los saberes locales y el fortalecimiento de las capacidades colectivas. Esta perspectiva se alinea con el planteamiento de Jordi Pascual (2007), quien sostiene que “la cultura debe ser reconocida como una dimensión clave del desarrollo sostenible, en tanto que estructura los vínculos sociales, permite la apropiación del territorio y fortalece la capacidad de las comunidades para definir su futuro”. En este sentido, el modelo de gestión que proponen Oliva, Chaux y Zamora (2025), se inscribe en la perspectiva del desarrollo territorial con base cultural, que plantea una ruptura con los enfoques tradicionales centrados exclusivamente en la acumulación de capital y crecimiento económico lineal, para incorporar la cultura como vector fundamental de sostenibilidad, equidad y pertinencia social (Boisier, 2004; Yúdice, 2002).

Por su parte, autores como George Yúdice (2002) han argumentado que la cultura hoy es un bien simbólico y un recurso instrumental para el desarrollo, especialmente cuando se le reconoce como motor de economías creativas con arraigo territorial. Este mercado se alinea también - como hemos anotado previamente - con las propuestas de Amartya Sen (1999) y Martha Nussbaum (2012), que, desde el enfoque de las capacidades, subrayan la

importancia de crear condiciones para que las personas puedan vivir una vida plena, libre y significativa. En ese sentido, la cultura aparece como un espacio desde el cual se expanden libertades, se afirman identidades y se generan oportunidades económicas y sociales.

Desde la perspectiva de la gestión cultural transformadora, el modelo se articula con las ideas de Lluís Bonet (2010), quien propone concebir la gestión cultural no como una tarea meramente administrativa o técnica, sino como una práctica política, ética y creativa, capaz de articular derechos culturales, equidad territorial y sostenibilidad social. En ese sentido, la apuesta del *Mercado de las Artes del Sur* se construye como un proyecto de intervención estructural que reconoce a los agentes culturales como sujetos activos de transformación y no solo como beneficiarios pasivos de acciones y/o políticas sectoriales (Chaux, Oliva, Zamora, 2025).

A nivel epistemológico, la noción de territorio que sustenta este modelo se aleja de su entendimiento como espacio físico o contenedor geográfico, para abordarlo como un constructo social (Haesbaert, 2013), cargado de sentidos, prácticas, memorias, conflictos e identidades. Así, el departamento de Nariño, Colombia, no puede ser entendido como un simple contenedor geográfico donde se implementa un mercado, sino como un ecosistema cultural diverso, complejo y dinámico, atravesado por expresiones afrodescendientes, indígenas y mestizas, y sostenido por una larga tradición de resistencia simbólica y creatividad comunitaria (Walsh, 2009; Rivera Cusicanqui, 2015; Rey, 2010). Esta comprensión coincide con el enfoque de la UNESCO (2013), que reconoce a los territorios como matrices vivas de significados, prácticas culturales y memoria colectiva.

En esta dirección, el *Mercado de las Artes del Sur* se propone dinamizar la cadena de valor de la economía cultural del departamento de Nariño, Colombia, fortaleciendo

especialmente los eslabones de circulación, promoción y comercialización — históricamente los más frágiles en contextos culturales periféricos como el sur de Colombia—. Diversos estudios han señalado que, mientras la creación y la producción artística suelen gozar de vitalidad, los mecanismos de visibilización, acceso a mercados y distribución son limitados, tanto por ausencia de plataformas como por falta de articulación institucional (Ministerio de Cultura, 2020; CEPAL, 2020; UNESCO, 2009). Al generar un espacio de encuentro directo entre la oferta local y la demanda nacional e internacional, el proyecto activa un circuito de retroalimentación entre el talento local, las oportunidades de mercado y la proyección cultural de Nariño como territorio creativo.

El modelo de gestión de dicho mercado articula una visión compleja e interdisciplinaria que reconoce la cultura como activo económico, derecho ciudadano y práctica simbólica. Esta visión está profundamente enraizada en las condiciones locales del territorio nariñense, pero con una clara vocación de conexión con mercados, redes y comunidades de valor nacionales e internacionales. Con ello, el SESMAS se plantea como un laboratorio de innovación sociocultural, replicable, escalable y pertinente para otros territorios periféricos que buscan consolidar modelos de desarrollo centrados en la cultura.

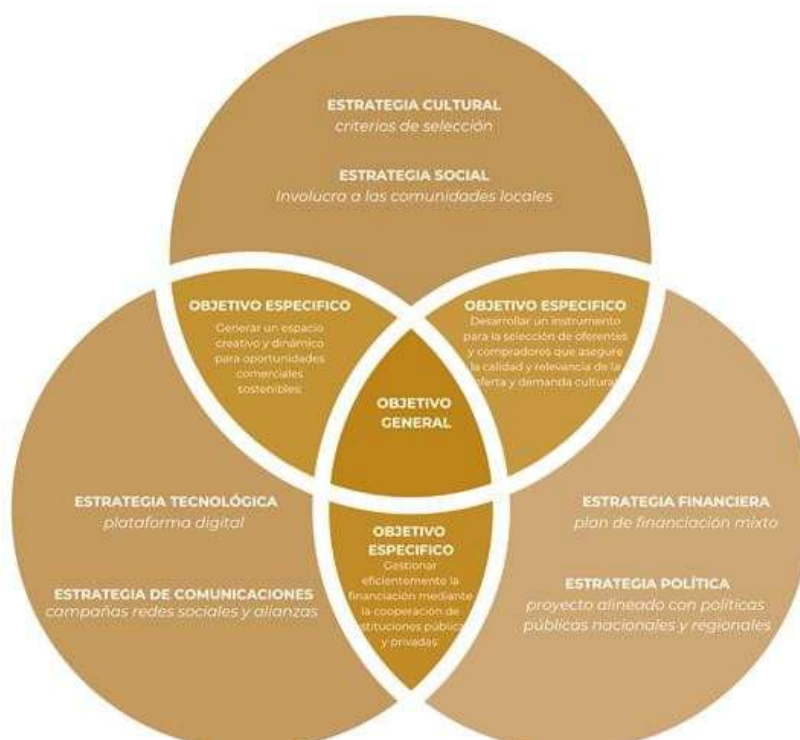
6.1 Análisis de las estrategias del modelo de gestión del Mercado de las Artes del Sur

El modelo de gestión del *Mercado de las Artes del Sur* (Chaux, Oliva y Zamora, 2025), plantea la intención de articular un conjunto de estrategias complementarias orientadas a garantizar el cumplimiento de sus objetivos, tanto en términos de impacto cultural y social como de sostenibilidad económica y proyección territorial. Estas estrategias, lejos de operar como compartimentos aislados, configuran un entramado dinámico que permite abordar de manera integral la complejidad del ecosistema creativo del departamento de

Nariño, Colombia. En esta sección se analizan dichas estrategias desde la perspectiva de la construcción de un sistema de evaluación y seguimiento basado en indicadores, que permita medir y retroalimentar la eficacia, eficiencia y pertinencia del proyecto.

Gráfica 2.

Estrategias del modelo de gestión del Mercado de las Artes del Sur.



Fuente: Chau, Oliva y Zamora (2025).

En primer lugar, la estrategia financiera tiene como objetivo central asegurar la sostenibilidad económica del proyecto a corto, mediano y largo plazo, mediante la diversificación de fuentes de ingreso y la promoción de una cultura de gestión eficiente de los recursos. En este marco, se hace necesaria la construcción de indicadores que permitan monitorear el nivel de autosuficiencia financiera del proyecto, el volumen de recursos captados por vía pública, privada y comunitaria, así como la capacidad de artistas y gestores culturales para acceder a oportunidades de financiación. Esta estrategia puede

leerse a la luz de la *Teoría del valor compartido* (Porter & Kramer, 2011), que propone una integración sinérgica entre valor económico y valor social, siendo particularmente útil en entornos donde los proyectos culturales pueden actuar como catalizadores de desarrollo inclusivo.

Por su parte, la estrategia cultural se orienta a concebir las acciones desde la necesidad de fortalecer el ecosistema creativo regional, promoviendo la circulación, visibilidad y comercialización de productos culturales, con un énfasis en la valorización de la diversidad cultural de Nariño. Para ello, es necesario contar con indicadores que midan la participación de los agentes culturales locales, el alcance territorial de las producciones artísticas, el grado de apropiación comunitaria y el impacto simbólico del mercado en términos de construcción de identidad. Desde un punto de vista teórico, esta estrategia dialoga con el concepto de capital cultural de Pierre Bourdieu (1986), entendiendo que la acumulación de saberes, técnicas y legitimidades sociales también constituye una forma de poder simbólico y de acceso a oportunidades.

La estrategia social, en tanto, apunta a generar transformaciones estructurales en el tejido social, a través del acceso equitativo a oportunidades de creación, formación, participación y comercialización cultural. Desde esta óptica, la evaluación debe incorporar indicadores que permitan identificar el grado de inclusión de poblaciones históricamente excluidas como comunidades afrodescendientes, indígenas o rurales, así como el nivel de empoderamiento y fortalecimiento de capacidades de estos actores en su interacción con el mercado. En este punto también, el enfoque de las capacidades de Amartya Sen (1999) y Martha Nussbaum (2012) ofrece un marco teórico pertinente, al centrar la atención en el desarrollo de libertades reales para que las personas vivan de acuerdo con sus aspiraciones y culturas.

Por su parte, la estrategia tecnológica se planteó como una dimensión innovadora del modelo, al proponer el desarrollo de una aplicación digital que amplíe el alcance del mercado y facilite procesos de comercialización, visibilidad y articulación entre agentes culturales. Esta estrategia viró de la idea de tener una plataforma que potencie la difusión, promoción y circulación de bienes y servicios artísticos y culturales a la idea de desarrollar un proceso articulado con los desarrollos tecnológicos relacionados con la inteligencia artificial para potenciar distintos eslabones de la cadena metodológica propuesta. Esta línea - entre otras – se fundamenta en la teoría de la sociedad red y la sociedad de la información de Manuel Castells (1996), quien plantea que el uso estratégico de las tecnologías de la información transforma las estructuras sociales y económicas, habilitando nuevas formas de interacción cultural y circulación del conocimiento.

En relación con la estrategia de comunicaciones, el objetivo es posicionar el proyecto a nivel local, nacional e internacional, movilizándolo a través de públicos, aliados y recursos mediante campañas que combinen herramientas digitales, medios masivos y acciones de comunicación participativa. Para su evaluación se proponen indicadores como alcance en redes sociales, análisis de reacciones, cobertura mediática, niveles de interacción, tráfico web, posicionamiento de marca cultural y efectividad de las estrategias de divulgación. En este sentido, puede ser útil recurrir a los enfoques de marketing cultural adaptados por Philip Kotler (2008) al ámbito de las industrias creativas, que subrayan la necesidad de generar propuestas de valor cultural diferenciadas y de fortalecer el vínculo emocional con las audiencias.

Por último, la estrategia política se centra en asegurar el alineamiento del proyecto con políticas públicas de cultura y desarrollo territorial, tanto a nivel nacional como regional. Para ello, se requiere una batería de indicadores que mida el grado de articulación con

planes de desarrollo, políticas culturales vigentes, convenios de colaboración interinstitucional o eventualmente, recursos obtenidos en el marco de sistemas como el de Regalías o el de Participaciones. La *Teoría de la gobernanza cultural* (Holden, 2006) resulta entonces clave para comprender la necesidad de construir mecanismos de participación multiactor que hagan posible una gestión corresponsable, transparente y sostenible de los bienes comunes culturales.

En conjunto, estas estrategias y sus correspondientes sistemas de indicadores constituyen el andamiaje fundamental para el diseño de un sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores asistido por inteligencia artificial, capaz de recoger, procesar y analizar datos en tiempo real, generando – como hemos anotado – conocimiento útil para la toma de decisiones, la mejora continua y la rendición de cuentas. Este enfoque, que se discutirá más adelante en términos metodológicos, representa la posibilidad de tomar un paso decisivo hacia la consolidación de modelos de desarrollo cultural basados en evidencia.

6.2 Gestión del riesgo en el modelo de gestión del Mercado de las Artes del Sur

En la gestión cultural, la planificación de proyectos no puede desligarse de la identificación, análisis y mitigación de los riesgos asociados a su ejecución. La gestión del riesgo constituye un componente fundamental en los modelos de gestión, en la medida en que permite anticipar posibles amenazas, diseñar mecanismos de prevención y fortalecer la resiliencia organizativa. Esta práctica, ampliamente reconocida en la gestión de proyectos, ha sido adaptada en el ámbito cultural como parte de una visión estratégica que considera la incertidumbre inherente a los procesos sociales, comunitarios y creativos (Bonet & Négrier, 2018; UNESCO, 2011). La incorporación de herramientas de análisis de riesgo permite mejorar la sostenibilidad, asegurar la continuidad operativa y fomentar la capacidad adaptativa de las organizaciones culturales (PMI, 2021). En el caso del *Mercado*

de las Artes del Sur, se sustenta en la articulación de estrategias sociales, culturales, tecnológicas, financieras y políticas, el análisis de riesgos resulta clave para garantizar la sostenibilidad del proyecto y su capacidad de adaptación frente a contextos inciertos y cambiantes.

Considerando el modelo de gestión del *Mercado de las Artes del Sur*, centrado en la dinamización del ecosistema cultural de Nariño y su proyección a nivel nacional e internacional, la gestión del riesgo debe abordar tanto los desafíos internos como las amenazas externas que puedan afectar su desarrollo. Si bien marcos generales como el *Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015)* ofrecen principios valiosos sobre la prevención y la coordinación, es crucial complementarlos con enfoques específicos para el sector cultural. En este sentido, autores como Rita McGrath (2018) en *Seeing Around Corners: How to Spot Inflection Points in Business Before They Happen*, enfatizan la importancia de la detección temprana de puntos de inflexión que pueden impactar la viabilidad de un proyecto. Para el caso de este mercado, es necesario contemplar la siguiente información:

Tabla 2.

Tipología de riesgos en la implementación del Mercado de las Artes del Sur.

Tipo de riesgos	Descripción	Fundamento teórico
Riesgos operativos	Relacionados con la eficiencia en la ejecución de las estrategias del Mercado de las Artes del Sur, como la gestión de la plataforma digital, logística y coordinación.	Elaboración propia desde enfoque de gestión cultural.
Riesgos financieros	Vinculados a la sostenibilidad económica del proyecto: financiación diversa, eficiencia en recursos y generación de ingresos para artistas.	Inspirado en modelos de economía cultural (UNESCO, 2009).
Riesgos de legitimidad	Asociados a la percepción del <i>Mercado de las Artes del Sur</i> por parte de la comunidad cultural y el público. Requiere gobernanza participativa y transparencia.	Holden (2006) Gobernanza cultural participativa.

Riesgos contextuales	Derivados de factores externos como crisis, conflictos o desastres. Implican la necesidad de fortalecer la resiliencia del proyecto.	Bonet y Négrier (2018): Resiliencia cultural y adaptación institucional.
-----------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia con base en Holden (2006), Bonet y Négrier (2018) y UNESCO (2009).

Además, es crucial considerar los planteamientos de autores como Nassim Nicholas Taleb (2007) en *The Black Swan*, quien destaca la importancia de prepararse para eventos imprevistos de gran impacto, los cuales pueden afectar significativamente la trayectoria del *Mercado de las Artes del Sur*. Asimismo, el análisis de vulnerabilidad, como el propuesto por UNESCO (2018) en su evaluación del impacto de las tecnologías digitales en las políticas culturales urbanas, permite identificar los factores que hacen que dicho mercado sea susceptible a sufrir daños o pérdidas ante diferentes tipos de riesgos.

6.2.1. Análisis DOFA del modelo de gestión del Mercado de las Artes del Sur

Tabla 3.

Análisis DOFA del modelo de gestión del Mercado de las Artes del Sur.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Modelo integral y multidimensional. - Participación activa de comunidades locales. - Alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas. - Incorporación de tecnologías e IA para el seguimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés institucional por fortalecer economías creativas. - Posibilidad de acceder a recursos públicos (p. Ej. del Sistema General de Regalías) y cooperación internacional. - Tendencias globales hacia la transformación digital cultural. - Reconocimiento creciente del potencial cultural de Nariño.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad limitada de gestión financiera y tecnológica de algunos actores. - Escasa infraestructura física y digital en zonas rurales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cambios en las prioridades de política pública. - Brechas de conectividad y alfabetización digital.

<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia de convocatorias públicas y fondos externos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estigmatización territorial por conflictos sociales. - Posible captura del proyecto por actores políticos.
--	---

Fuente: Elaboración propia.

El análisis DOFA del *Mercado de las Artes del Sur* revela una propuesta cultural con alto potencial estratégico, pero también con desafíos estructurales que deben ser gestionados con visión territorial, innovación metodológica y sostenibilidad institucional. Las fortalezas del proyecto evidencian una base sólida para su consolidación: el enfoque integral y multidimensional del modelo permite abordar lo cultural no solo como manifestación simbólica, sino como un campo articulador del desarrollo social, económico y tecnológico. La participación activa de comunidades locales garantiza legitimidad, apropiación social y continuidad desde las bases, mientras que las alianzas con actores públicos y privados amplían las posibilidades de gestión compartida y sostenibilidad a mediano plazo. La incorporación de tecnologías e inteligencia artificial para el seguimiento y evaluación representa un avance significativo en términos de eficiencia, trazabilidad y generación de conocimiento en tiempo real.

Sin embargo, estas posibilidades deben leerse a la luz de debilidades persistentes, como la limitada capacidad de gestión financiera y tecnológica de algunos actores del ecosistema cultural, especialmente en zonas rurales. La escasa infraestructura física y digital, junto con las brechas en conectividad y alfabetización digital, representan barreras importantes para una implementación equitativa del proyecto. Además, la dependencia de convocatorias públicas y fondos externos limita la autonomía del modelo y puede condicionar su sostenibilidad.

A ello se suman amenazas contextuales que deben ser gestionadas estratégicamente: cambios en las prioridades de política pública podrían debilitar el respaldo institucional; la persistente estigmatización de territorios afectados por el conflicto puede afectar la percepción del proyecto; y la posible captura de este por intereses políticos pone en riesgo su autonomía y legitimidad.

6.2.2. Matriz del riesgo por estrategias del Mercado de las Artes del Sur

La gestión del riesgo en el modelo de gestión del *Mercado de las Artes del Sur* no debe entenderse como un ejercicio de contingencia aislado, sino como un componente transversal del diseño estratégico del proyecto. Es por esto que se presenta una matriz de gestión de riesgos.

Tabla 4

Matriz del riesgo de las estrategias del Mercado de las Artes del Sur.

Estrategia	Riesgo	Indicador de riesgo	Ruta de control	Seguimiento
Financiera	Baja captación de recursos.	% de ejecución presupuestal anual menor al 70%.	Diversificación de fuentes (públicas, privadas y comunitarias); diseño de un fondo rotatorio de emergencia.	Comité financiero del proyecto. Evaluación semestral con informes al consejo directivo.
	Dependencia excesiva de convocatorias públicas.	% de ingresos dependientes del Estado mayor al 80%.	Promoción de alianzas con sector privado y cooperantes; plan de sostenibilidad financiera.	Dirección general + unidad de sostenibilidad. Revisión anual de fuentes de ingreso.
		Número de	Mapeo cultural	Equipo de contenidos y

Cultural	Exclusión de expresiones culturales periféricas	agentes culturales no representados en actividades programadas.	actualizado; curaduría comunitaria participativa.	curaduría. Revisión trimestral de cobertura territorial.
	Mercantilización forzada de contenidos culturales.	Retroalimentación negativa en encuestas de percepción sobre autenticidad cultural.	Criterios éticos de programación y circulación; sistema de monitoreo participativo.	Evaluación anual con informes cualitativos.
Social	Reproducción de desigualdades o exclusión de poblaciones históricamente marginadas.	Porcentaje de beneficiarios afro, indígenas y rurales por debajo del 30%.	Enfoque diferencial en convocatoria y diseño de actividades; asesoría comunitaria permanente.	Unidad de inclusión y participación. Informes bimensuales con enfoque étnico.
	Falta de apropiación comunitaria.	Bajo índice de permanencia y participación sostenida.	Estrategias de co-creación y corresponsabilidad; presencia territorial constante.	Observatorio comunitario. Revisión semestral con grupos focales.
Tecnológica	Brecha de acceso digital y analfabetismo tecnológico.	% de usuarios rurales activos en plataforma menor al 25%.	Capacitaciones en competencias digitales; soporte técnico local.	Unidad TIC del proyecto. Reporte mensual de métricas de uso y asistencia.
	Fallos de seguridad en plataforma.	Incidencias técnicas reportadas sin resolución en más de 72h.	Políticas de ciberseguridad; mantenimiento preventivo y backups periódicos.	Área técnica. Bitácora semanal y revisión externa semestral.
Comunicaciones	Baja visibilidad digital del proyecto.	Alcance en redes sociales inferior al 10% del público objetivo.	Campañas de marketing territorial y digital; alianzas con medios comunitarios.	Equipo de comunicaciones. Análisis mensual de métricas de visibilidad.
	Desinformación o distorsión	Tasa de desinformación	Estrategias de comunicación	Comité editorial.

	del mensaje cultural.	o comentarios erróneos sobre el proyecto en redes >15%.	participativa; protocolos de respuesta rápida.	Monitoreo quincenal y ajustes trimestrales.
Política	Desarticulación con políticas públicas o falta de respaldo institucional.	Nº de políticas o planes regionales en los que no está incluido el proyecto.	Firma de convenios marco de largo plazo; participación en espacios de formulación de política cultural.	Dirección de relaciones institucionales. Seguimiento bimestral a nivel municipal y departamental.
	Cambios en marcos normativos que afecten el modelo.	Aprobación de normas restrictivas sin participación del proyecto.	Observación activa de políticas públicas; participación en redes culturales.	Unidad de incidencia política. Informes trimestrales.

Fuente: Elaboración propia.

La matriz de riesgos del *Mercado de las Artes del Sur* representa una herramienta estratégica para anticipar, mitigar y transformar las amenazas que podrían afectar el cumplimiento de sus objetivos culturales, sociales, económicos y territoriales. Al integrar un enfoque preventivo, participativo y adaptativo, este plan permite fortalecer la sostenibilidad del modelo de gestión, consolidar su legitimidad social y asegurar la toma de decisiones informada en contextos de alta complejidad. La gestión del riesgo en este modelo de gestión se articula como un componente estructural del sistema de evaluación y seguimiento, potenciando la resiliencia organizativa y la capacidad del ecosistema creativo nariñense para enfrentar desafíos emergentes. De esta forma, el Mercado de las Artes del Sur responde a las exigencias contemporáneas de gobernanza cultural y se posiciona como un referente innovador en la planificación estratégica territorial con base cultural.

6.3 Alcance del Mercado de las Artes del Sur

El *Mercado de las Artes del Sur* se proyecta como una plataforma estratégica de desarrollo cultural con cuatro niveles de alcance: territorial, social, económico, simbólico y

tecnológico. Su diseño integral y su enfoque de gestión transformadora le permiten incidir de manera significativa no solo en la dinamización de la economía creativa del departamento de Nariño, sino también en la consolidación de un ecosistema cultural con capacidades de articulación, innovación y proyección sostenible (Chaux, Oliva, Zamora, 2025).

Desde una perspectiva territorial, el *Mercado de las Artes del Sur*, tiene como alcance principal el sur de Colombia, con un énfasis inicial en los municipios del departamento de Nariño, Colombia. Sin embargo, su modelo es escalable y replicable, por lo que puede extenderse a otras regiones periféricas del país, que comparten condiciones de diversidad cultural, riqueza patrimonial y desafíos estructurales similares. La visión multiescalar del mercado le permite actuar a nivel local con arraigo comunitario, pero también conectarse con circuitos nacionales e internacionales de circulación, intercambio y visibilización de bienes y servicios culturales.

En el plano social, el mercado busca impactar positivamente en poblaciones históricamente excluidas del acceso a oportunidades culturales y económicas, tales como comunidades indígenas, afrodescendientes, campesinas, mujeres rurales, jóvenes creadores y organizaciones de base. El alcance social se refleja en la capacidad del proyecto para promover procesos de inclusión, equidad y fortalecimiento del tejido social, así como en su apuesta por una gestión cultural con enfoque de derechos y justicia territorial. En cuanto al ámbito económico, el mercado se propone como un motor para la activación de la economía cultural regional, mediante el fortalecimiento de los eslabones más débiles de la cadena de valor (circulación, comercialización y promoción). Su alcance incluye la generación de ingresos para artistas, gestores y emprendedores culturales; la atracción de

inversión pública y privada; y la creación de condiciones para la sostenibilidad financiera de proyectos culturales locales.

Desde el punto de vista cultural, el alcance en este mercado se expresa en su capacidad de posicionar a Nariño, Colombia, como un territorio creativo y culturalmente diverso. A través de su programación, narrativas, identidad visual y participación comunitaria, el proyecto contribuye a la valorización de la memoria, los saberes y las expresiones identitarias de las comunidades del sur, en un contexto de posconflicto y construcción de paz. De esta forma, el mercado no sólo dinamiza el intercambio económico, sino también el reconocimiento mutuo, la dignidad cultural y la autoestima colectiva. De igual manera, en el ámbito tecnológico, el proyecto alcanza una dimensión innovadora mediante el desarrollo de herramientas digitales —como plataformas web, aplicaciones móviles e inteligencia artificial para evaluación y seguimiento— que amplían su capacidad de gestión, visibilidad y análisis. Esta proyección tecnológica permite al mercado operar en entornos híbridos (presenciales y virtuales), mejorar la experiencia de los usuarios y garantizar un sistema de información actualizado para la toma de decisiones.

El *Mercado de las Artes del Sur* trasciende la idea de un evento o feria puntual, y se consolida como un instrumento estructural de desarrollo cultural y territorial, con impacto a corto, mediano y largo plazo. Su alcance integral permite tejer redes, movilizar saberes y fortalecer capacidades, proyectando a Nariño, Colombia, como un nodo clave en la geografía cultural del país y como modelo replicable para otras regiones que apuesten por la cultura como eje de transformación.

7. Metodología

Conscientes de los desafíos que implica la evaluación de proyectos culturales en contextos complejos y dinámicos, proponemos un enfoque metodológico que combina la rigurosidad de los métodos cuantitativos y cualitativos con el potencial de la inteligencia artificial (IA) para optimizar la recolección, el procesamiento, el análisis y la divulgación de la información. El diseño metodológico para la evaluación y el seguimiento del *Mercado de las Artes del Sur* se sustenta en discusiones conceptuales que conciben la gestión cultural como un agente de cambio social y económico, capaz de impulsar un desarrollo territorial sostenible e inclusivo. Este enfoque toma distancia de las visiones tradicionales que reducen la cultura a un mero instrumento para el crecimiento económico, para abrazar una perspectiva holística que reconoce su valor intrínseco y su capacidad para generar bienestar, fortalecer la identidad local y promover la cohesión comunitaria.

La presente metodología se inspira distintos postulados; uno de ellos de gran importancia es el de Amartya Sen (1999) y Martha Nussbaum (2012), quienes, a través de su *Teoría de las Capacidades*, nos invitan a ampliar las libertades y oportunidades de los individuos, permitiéndoles llevar vidas plenas y significativas. Desde esta perspectiva, el *Mercado de las Artes del Sur* no solo debe generar ingresos para los artistas y artesanos, sino también crear un entorno donde puedan desarrollar su creatividad, expresar su identidad y participar activamente en la vida cultural de la comunidad. Sin embargo, es crucial reconocer que la idea misma de "desarrollo" es una construcción social que ha sido históricamente utilizada para imponer modelos exógenos y homogeneizantes, tal como ha señalado Arturo Escobar (2007) en su obra *La invención del Tercer Mundo*. Por lo tanto, es fundamental adoptar una postura crítica y reflexiva frente a las lógicas dominantes del desarrollo, evitando replicar esquemas preestablecidos y esforzándonos por construir un proyecto que sea genuinamente arraigado en el territorio y respetuoso de la diversidad cultural de Nariño.

En este contexto, la gestión cultural adquiere un papel central como mediadora entre las políticas públicas, las prácticas artísticas y las dinámicas comunitarias. Siguiendo a Luís Bonet (2010), es preciso concebir la gestión cultural como un espacio de innovación y experimentación, donde se promuevan los derechos culturales, se fomente el diálogo intercultural y se construyan sociedades más justas e inclusivas. Por esta razón, el *Mercado de las Artes del Sur* debe aspirar a convertirse en un laboratorio donde se exploren nuevas formas de colaboración, se potencien las capacidades locales y se construya un futuro más próspero y equitativo para el ecosistema cultural nariñense.

7.1 Estructura metodológica: Un sistema de tres eslabones

La metodología propuesta para el SESMAS se organiza en torno a una estructura dinámica de tres eslabones interconectados, que responden tanto a criterios técnicos de monitoreo como a principios éticos y culturales de participación, transparencia y mejora continua. Este enfoque por eslabones permite no solo descomponer el sistema evaluativo en fases operativas claras, sino también entender la evaluación como un ciclo vivo, que se retroalimenta permanentemente y que articula la lógica cuantitativa de los datos con la dimensión cualitativa del conocimiento territorial y comunitario.

Gráfica 3.

Eslabones propuestos en el SESMAS.



Fuente: Elaboración propia.

7.1.1 Eslabón 1: Obtención de datos

Este eslabón se centra en la recolección sistemática y eficiente de datos relevantes para la evaluación del proyecto. Para ello, se propone combinar fuentes de información tradicionales con herramientas de inteligencia artificial que permitan optimizar el proceso. Esta primera fase de la metodología implica también el análisis del modelo de gestión del proyecto y la creación de batería de indicadores para la medición del impacto social, cultural y económico del *Mercado de las Artes del Sur*.

Tabla 5

Eslabón 1: Obtención de datos para el SESMAS.

Estrategia/proceso	Descripción del proceso	Herramientas /software	Resultados
Convocatoria para selección de artistas asistida por IA	Entrenamiento de un chatbot para entrevistas virtuales a artistas postulantes. Recopila datos sobre trayectoria, propuesta artística, impacto social y potencial de mercado.	Dialogflow, Rasa	Estandariza la información, reduce sesgos y mejora la eficiencia en la selección.
Inteligencia de mercado para selección de compradores	Web scraping para identificar compradores potenciales. Entrenamiento de modelo de machine learning para priorizar contactos con mayor potencial de impacto económico y cultural. Enfoque curatorial regional, nacional e internacional.	Beautiful Soup, Scrapy, scikit-learn, TensorFlow	Optimiza inversión en promoción, mejora el relacionamiento artístico y construye redes de colaboración.
Índices de referencia (benchmarking)	Comparación del desempeño del Mercado de las Artes del Sur con otros proyectos similares y con indicadores nacionales e internacionales del sector cultural y creativo.	Cuentas satélites de cultura, informes DANE, estudios comparativos.	Permite contextualizar resultados y ajustar estrategias con base en estándares del sector.

Otras fuentes de información cualitativa y cuantitativa	Aplicación de encuestas, entrevistas en profundidad, análisis documental y observación participante para obtener datos desde múltiples perspectivas.	Instrumentos propios de recolección (encuestas, entrevistas, etc.)	Aporta una comprensión holística y validación cruzada de los datos recogidos, enriqueciendo el sistema de evaluación.
---	--	--	---

Fuente: Elaboración propia con base en la metodología del SESMAS.

7.1.2 Eslabón 2: Procesamiento de información

Una vez recolectada la información clave sobre los actores, dinámicas y variables del proyecto, el procesamiento de datos se convierte en una fase estratégica del sistema de evaluación. Este eslabón no solo busca ordenar y analizar la información recopilada, sino también transformarla en conocimiento accionable, capaz de orientar decisiones inteligentes, identificar oportunidades de mejora y fortalecer la capacidad de adaptación del *Mercado de las Artes del Sur*. En este punto, la inteligencia artificial asume un rol protagónico, al permitir un análisis ágil, profundo y predictivo de grandes volúmenes de datos. A través del uso de algoritmos de optimización, plataformas de gestión y minería de datos, esta fase permite articular el enfoque técnico con una visión sistémica del ecosistema cultural, facilitando así la toma de decisiones estratégicas basadas en evidencia.

Este eslabón se centra en el procesamiento y análisis de la información recopilada en el eslabón anterior, con el objetivo de generar conocimiento útil para la toma de decisiones y la optimización del proyecto. La sistematización y el tratamiento de los datos permiten descubrir patrones, tendencias y relaciones significativas entre los distintos actores y dinámicas del mercado, lo cual es fundamental para asegurar su pertinencia, sostenibilidad e impacto a corto, mediano y largo plazo.

Tabla 6

Eslabón 2: Procesamiento de información en el SESMAS.

Estrategia/proceso	Descripción del proceso	Herramientas/software	Resultados
Agendamiento de ruedas de negocio y networking asistido por IA	Diseño de algoritmo que, con base en los datos de artistas y compradores, optimiza la programación de encuentros para fomentar colaboraciones y oportunidades comerciales.	Python, OR-Tools (u otras librerías de optimización)	Mejora la efectividad de las ruedas de negocio, incrementa oportunidades comerciales y fortalece la articulación del ecosistema cultural.
Gestión del proyecto asistida por IA	Integración de plataformas de gestión con herramientas de IA para automatizar tareas, detectar cuellos de botella, predecir riesgos y asignar eficientemente los recursos.	Asana, Trello, MonkeyLearn, MeaningCloud	Aumenta la eficiencia de la gestión, reduce costos operativos y mejora la coordinación del equipo de trabajo.
Evaluación del proyecto asistida por IA	Uso de minería de datos y machine learning para evaluar el impacto del proyecto en sus dimensiones económica, social y cultural. Genera recomendaciones basadas en patrones y tendencias.	RapidMiner, KNIME, Tableau	Facilita el análisis de grandes volúmenes de datos, identifica patrones y ofrece insumos útiles para la mejora continua y la toma de decisiones.

Fuente: Elaboración propia con base en la metodología del SESMAS.

En el marco del SESMAS, el procesamiento de información no solo busca generar datos cuantificables, sino también producir conocimiento estratégico que permita valorar integralmente el impacto del proyecto. Para ello, se propone una estructura de análisis que contemple tres dimensiones complementarias: la evaluación del proyecto en sí mismo, su

incidencia en el ecosistema cultural regional y nacional, y su proyección en escenarios internacionales. Esta clasificación permite observar el desempeño del Mercado de las Artes del Sur desde una perspectiva integral, conectando la gestión interna con el entorno territorial, nacional y global. La siguiente tabla resume estas dimensiones, sus respectivos enfoques de análisis y los niveles en los que se espera producir evidencia para la toma de decisiones y la mejora continua del proyecto.

Tabla 7

Dimensiones del análisis de evaluación del proyecto.

Dimensión	Aspecto evaluado	Nivel de análisis
El proyecto en sí mismo	Evaluación del protocolo de gestión, cumplimiento de metas y objetivos.	Interno / operativo
En relación con la región y el país	Impacto en el ecosistema cultural local (Nariño), comparación con indicadores nacionales de economía creativa.	Regional/nacional
En relación con el mundo	Visibilidad internacional, reconocimiento de artistas, análisis comparativo con indicadores globales del sector cultural y creativo.	Internacional/comparativo

Fuente: Elaboración propia con base en la metodología del SESMAS.

7.1.3 Eslabón 3: Retroalimentación y divulgación

El tercer eslabón del SESMAS se orienta a transformar los datos procesados en conocimiento estratégico, generando aprendizajes institucionales y sociales que fortalezcan la toma de decisiones. Esta fase culmina el ciclo evaluativo y también lo retroalimenta, asegurando la mejora continua del proyecto y su sostenibilidad en el tiempo. En este sentido, este eslabón se enfoca en tres frentes principales: la generación automatizada de informes, que facilita la comunicación clara y oportuna de resultados a través de tecnologías de procesamiento del lenguaje natural; la proyección de escenarios futuros con

el uso de modelos predictivos para anticipar riesgos y oportunidades; y la formulación participativa de acciones de mejora, donde se promueve un enfoque dialógico y contextualizado para la toma de decisiones. Este eslabón incorpora una estrategia multicanal de divulgación de resultados, que busca garantizar la transparencia, la rendición de cuentas y la apropiación social del conocimiento producido, involucrando a instituciones, artistas, comunidades y ciudadanía en general.

Tabla 8

Eslabón 3: Retroalimentación y divulgación del SESMAS.

Estrategia/proceso	Descripción del proceso	Herramientas/software	Resultados
Generación de informes asistida por IA	Automatización de informes de evaluación y seguimiento usando modelos de lenguaje natural (GPT-3, BERT).	GPT-3, BERT (API OpenAI o modelos locales)	Agiliza la redacción, reduce costos y mejora la accesibilidad de los informes.
Proyección de escenarios posibles asistida por IA	Simulación de escenarios futuros para anticipar el impacto de decisiones estratégicas.	AnyLogic, Vensim	Mejora la toma de decisiones, permite prever riesgos y optimiza la asignación de recursos.
Formulación de acciones de mejora	Análisis sistemático de resultados para generar propuestas específicas, participativas y contextualizadas.	Procesos participativos, modelos predictivos con IA	Promueve la mejora continua, fortalece la gestión adaptativa y el diálogo con actores locales.
Divulgación de resultados	Estrategia multicanal para comunicar resultados, aprendizajes y recomendaciones del proyecto.	Visualizaciones interactivas, redes sociales, micrositios web.	Aumenta la transparencia, fomenta el diálogo social y fortalece la apropiación comunitaria.

Fuente: Elaboración propia con base en la metodología del SESMAS.

8. Sistema de evaluación y seguimiento

Más allá de una herramienta técnica, este sistema representa una arquitectura metodológica integral que permite observar, supervisar y retroalimentar el desempeño del proyecto (*Mercado de las Artes del Sur*) en sus distintas dimensiones, con el fin de garantizar su efectividad, sostenibilidad e impacto transformador. En coherencia con la *Teoría General de Sistemas* (Bertalanffy, 1968), el sistema de evaluación y seguimiento se entiende como un conjunto dinámico y organizado de procesos interrelacionados que operan en función de un propósito común: evaluar de manera continua y participativa el cumplimiento de los objetivos del modelo de gestión planteado (*Mercado de las Artes del Sur*), generando información útil para la toma de decisiones, el aprendizaje institucional y la mejora continua.

Tabla 9

Cuadro resumen del Sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores del Mercado de las Artes del Sur.

Criterio	Descripción
Fundamento	Basado en los principios de evaluación cultural para el desarrollo (Alonso et al., 2010): contextualización, participación y sensibilidad a lo simbólico, social, económico y tecnológico.
¿Qué se mide? (Dimensiones Estratégicas)	<p>Económica: Activación del mercado local, transacciones, ingresos, sostenibilidad financiera.</p> <p>Social: Participación comunitaria, redes colaborativas, inclusión, apropiación social.</p> <p>Cultural-Histórica: Visibilización cultural, circulación de saberes, promoción de identidades locales.</p> <p>Tecnológica: Implementación de IA, gestión cultural, sistematización, proyección estratégica.</p>
¿Cómo se mide? (Eslabones operativos)	<p>1. Captura de información: Formularios, apps, sensores, chatbot IA para datos cuantitativos y cualitativos.</p> <p>2. Procesamiento con IA: Análisis de datos, tableros de control, visualizaciones, reportes automáticos.</p> <p>3. Retroalimentación y decisiones: Resultados compartidos con gestores y comunidades para ajustes, priorización y sostenibilidad.</p>
	- Eficiencia operativa mediante uso de IA.

<p>¿Qué se obtiene? (Resultados esperados)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Información útil para políticas y nuevas ediciones. - Sistematización y memoria del proceso. - Línea de base para expansión geográfica e institucional.
--	---

Fuente: Elaboración propia.

En suma, un sistema de evaluación y seguimiento no solo opera como una herramienta técnica de control y medición, sino también como una apuesta ética y política por una gestión cultural más reflexiva, situada y adaptativa (García Canclini, 2006). Su implementación fortalece las capacidades del modelo de gestión para interpretar, narrar y proyectar el desarrollo de este proceso, reconociendo que evaluar no es simplemente cuantificar resultados, sino comprender transformaciones, identificar aprendizajes y abrir caminos de mejora colectiva (Holden, 2006). Al integrar tecnologías emergentes con metodologías participativas, este sistema aborda viejas cuestiones desde nuevas miradas, ampliando el horizonte de lo posible en la planeación y gestión cultural contemporánea (Bonet & Négrier, 2018). En esta perspectiva, la evaluación se convierte en una vía concreta para articular inteligencia institucional, saberes comunitarios y futuro compartido, fortaleciendo la gobernanza cultural y contribuyendo al desarrollo territorial (UNESCO, 2013).

8.1 Batería de indicadores

La presente batería de indicadores constituye el núcleo técnico del sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores del *Mercado de las Artes del Sur*. Ha sido diseñada con un enfoque multidimensional, que reconoce las diversas formas de impacto que puede generar un proyecto cultural en su entorno. Lejos de limitarse a lo cuantificable, esta batería integra dimensiones económicas, sociales, culturales e incluso tecnológicas,

articulando datos duros con elementos cualitativos que permiten captar procesos de transformación simbólica, participación ciudadana y apropiación territorial.

Cada indicador cuenta con una ficha técnica que especifica su definición operativa, fuente de verificación, frecuencia de aplicación, responsable del seguimiento y una meta orientadora. Estos elementos garantizan su aplicabilidad, trazabilidad y alineación con los objetivos del proyecto. La metodología también contempla herramientas tecnológicas — como inteligencia artificial y plataformas digitales— para facilitar la recolección de datos, automatizar procesos y generar análisis en tiempo real.

La batería se concibe como un instrumento flexible y evolutivo, que puede ser ajustado según las condiciones del entorno, las capacidades de los actores involucrados y los aprendizajes obtenidos durante la implementación. En este sentido, su valor no radica únicamente en la medición, sino en su capacidad para guiar decisiones estratégicas, identificar oportunidades de mejora y consolidar una cultura institucional de evaluación.

A continuación, se presentan tablas de la batería de indicadores propuestos en el presente sistema de seguimiento y evaluación en modo de resumen, para ver la tabla completa puede consultar **Anexo 1**.

8.1.1 Dimensión económica

Estos indicadores permiten visibilizar el aporte económico del *Mercado de las Artes del Sur* al ecosistema cultural de Nariño, facilitando la interlocución con entidades públicas, privadas y comunitarias interesadas en el desarrollo de las economías creativas.

Tabla 10.

Dimensión económica (resumen).

Indicador	Tipo	Fuente	Frecuencia	Meta
Volumen total de ventas generadas por el mercado.	Cuantitativo	Reportes financieros, encuestas a vendedores; scrapers IA, formularios inteligentes, dashboards financieros automatizados.	Semestral	\$130.000.000
Ingresos promedios de los artistas participantes.	Cuantitativo	Declaraciones de los participantes, encuestas; scrapers IA, formularios inteligentes.	Anual	\$3.000.000
Número de empleos creados directa/indirectamente.	Cuantitativo	Contratos, encuestas laborales; scrapers IA, formularios inteligentes, dashboards financieros automatizados.	Anual	110 empleos creados directa/indirectamente.
Número de empresas culturales creadas y/o fortalecidas.	Cuantitativo	Registro de empresas, entrevistas, formularios inteligentes, dashboards financieros automatizados.	Semestral	60 empresas culturales creadas y/o fortalecidas.
Diversificación de fuentes de ingreso.	Cuantitativo	Encuestas a artistas, formularios inteligentes.	Por evento	\$50.000.000
Recursos financieros captados.	Cuantitativo	Informes contables, convenios; scrapers IA, formularios inteligentes.	Anual	\$460.000.000
Rentabilidad del proyecto.	Cuantitativo	Estado financiero; scrapers IA, formularios inteligentes, dashboards financieros automatizados	Anual	\$271.900.000

Fuente: Elaboración propia y modelo de gestión del Mercado de las Artes del Sur.

8.1.2 Dimensión social

8. Los indicadores sociales permiten evaluar el impacto del Mercado de las Artes del Sur en aspectos clave como la inclusión, la participación ciudadana, la cohesión comunitaria y la equidad. Esta dimensión reconoce que la cultura no solo genera beneficios económicos, sino que también fortalece el tejido social, promueve el diálogo intercultural y contribuye a la dignificación de comunidades históricamente excluidas.

Tabla 11

Dimensión social (resumen).

Indicador	Tipo	Fuente	Frecuencia	Meta
Participación de grupos vulnerables.	Cuantitativo	Formularios de inscripción, encuestas, formularios IA, análisis y visualización de datos participativos.	Por evento	Mínimo el 25% de los artistas invitados al mercado.
Satisfacción con inclusión y diversidad.	Cualitativo	Encuestas de percepción; formularios IA, análisis de sentimiento, visualización de datos participativos.	Anual	El 75% de las fuentes generen un resultado positivo con respecto al mercado.
Número de proyectos comunitarios/independientes apoyados.	Cuantitativo	Informes del proyecto, convocatorias, formularios IA, análisis de sentimiento, visualización de datos participativos.	Semestral	El 40% de la totalidad de los proyectos deben cumplir esta clasificación.
Fortalecimiento del tejido social	Cualitativo	Grupos focales, entrevistas, formularios IA.	Anual	Más de un 70% de cooperación entre redes culturales por parte de participantes del mercado.
Acceso a servicios culturales/educativos.	Cuantitativo	Lista de asistencia, encuestas, formularios IA.	Anual	800 personas impactadas a través de acceso a servicios culturales/educativos.

Redes y alianzas creadas.	Cuantitativo	Actas, convenios; formularios IA, análisis de sentimiento, visualización de datos participativos.	Semestral	Más de 20 redes y/o alianzas culturales creadas.
Nivel de empoderamiento de artistas.	Cualitativo	Encuestas, entrevistas, formularios IA, análisis de sentimiento y visualización de datos participativos.	Semestral	Más de 70% de los artistas participantes logren tener un nivel positivo en cuanto a capacidad de gestión y autonomía cultural.

Fuente: Elaboración propia.

8.1.3 Dimensión cultural

Los indicadores culturales están orientados a valorar los impactos simbólicos, identitarios y patrimoniales que genera el Mercado de las Artes del Sur. Esta dimensión reconoce la cultura como un factor estructurante del desarrollo, capaz de preservar memorias colectivas, revitalizar lenguajes tradicionales y fortalecer los sentidos de pertenencia. A través de estos indicadores se busca visibilizar cómo el proyecto contribuye a la apropiación del espacio público, la circulación de expresiones artísticas locales y el reconocimiento de los saberes comunitarios como patrimonio vivo.

Tabla 12

Dimensión cultural (resumen).

Indicador	Tipo	Fuente	Frecuencia	Meta
Reconocimiento y posicionamiento de la cultura nariñense.	Cualitativo	Clipping, encuestas, redes; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Anual	Aumentar la visibilidad y el reconocimiento del mercado ante redes sociales, medios informativos y gestores

				culturales del departamento.
Iniciativas de salvaguardas apoyadas	Cuantitativo	Registro fotográfico, informes; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático.	Anual	Contar con al menos un 20% de proyectos invitados en el mercado con esta característica.
Identidad cultural y sentido de pertenencia.	Cualitativo	Entrevistas, observación; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Anual	Más de 60% de los resultados con percepciones positivas sobre la identidad cultural de Nariño.
Oportunidades de circulación, difusión y/o promoción.	Cuantitativo	Formulario/encuesta de intención de acuerdo entre oferentes y demandantes; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático.	Anual	40 o más acuerdos generados para la circulación y/o promoción de bienes y servicios culturales.
Participación comunitaria en creación/ consumo.	Cuantitativo	Listas de asistencia, encuestas; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Anual	Más de 800 personas entre asistentes y participantes activos.
Productos culturales comercializados	Cuantitativo	Registros de ventas; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Anual	Más de 250 productos culturales comercializados.
Satisfacción con oferta cultural	Cualitativo	Encuestas de satisfacción; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Anual	Más del 70% de los resultados obtenidos con percepción positiva con relación a la oferta cultural del mercado.

Fuente: Elaboración propia.

8.1.4 Dimensión tecnológica

La dimensión tecnológica evalúa el grado de incorporación de herramientas digitales e inteligencia artificial en los procesos de gestión, producción, circulación y evaluación cultural. Reconociendo los desafíos y oportunidades que impone la transformación digital, esta dimensión permite medir la capacidad del Mercado de las Artes del Sur para adaptarse a contextos cambiantes, innovar en sus prácticas y fortalecer la conectividad del ecosistema cultural. Los indicadores aquí propuestos buscan visibilizar avances en automatización, acceso a plataformas, alfabetización digital y uso estratégico de la tecnología para la sostenibilidad del proyecto.

Tabla 13

Dimensión tecnológica (resumen).

Indicador	Tipo	Fuente	Frecuencia	Meta
Número de procesos asistidos por IA en la metodología.	Cuantitativo	Estadísticas de uso; métricas IA de uso digital, bitácoras inteligentes, dashboards interactivos.	Anual	50% de los procesos llevados a cabo para desarrollar la metodología del SESMAS deberán contar con IA.
Equipo de gestión de proyecto capacitado en IA.	Cuantitativo	Nan; métricas IA de uso digital, bitácoras inteligentes, dashboards interactivos.	Semestral	10 talleres realizados al equipo de gestión de proyectos con relación a la IA.
Manual ético para el uso de la IA.	Cualitativo	Bitácora técnica; métricas IA de uso digital, bitácoras inteligentes, dashboards interactivos.	Anual	Llevar a cabo lo más transparente el uso de las herramientas de IA.

Fuente: Elaboración propia.

9. Conclusiones

El presente trabajo propuso el diseño de un sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores para el proyecto cultural *Mercado de las Artes del Sur*, entendiendo que la gestión cultural, en tanto práctica profesional situada, requiere cada vez más herramientas metodológicas robustas que permitan no solo ejecutar proyectos, sino también analizarlos críticamente, aprender de ellos y proyectarlos en el tiempo con mayor consistencia. Uno de los aportes centrales de esta tesis es abrir una discusión sobre el papel que puede cumplir la inteligencia artificial (IA) en los procesos de evaluación cultural. Más que una apología tecnológica, lo que aquí se plantea es la necesidad de tender puentes entre el pensamiento computacional y los marcos éticos, simbólicos y políticos de la cultura. La IA no reemplaza la sensibilidad ni el juicio crítico del gestor cultural; sin embargo, puede convertirse en una herramienta que democratice el acceso a información estructurada, que facilite la toma de decisiones informadas en contextos regionales, y que contribuya a cerrar brechas históricas entre los centros de producción cultural y los territorios periféricos.

Este es un campo en construcción, con tensiones y desafíos, pero también con enormes posibilidades para quienes trabajamos desde y con los territorios.

En el entramado contemporáneo del pensamiento y la acción cultural, la inteligencia artificial (IA) no es solo una herramienta técnica: es una frontera viva, un intersticio, como diría Michel Foucault, en el que se tensionan saberes, sensibilidades y formas de gobernanza. Este espacio liminal no puede asumirse como un simple límite entre lo humano y lo maquínico, entre lo cultural y lo técnico; más bien, es una zona de contacto donde emergen nuevas posibilidades para pensar, actuar e imaginar la gestión cultural del presente (Foucault, 2002).

En este sentido, el uso de la IA en el campo cultural tiene un profundo sentido político: puede contribuir a transformar realidades marcadas por la exclusión, la invisibilidad o la ausencia del Estado, permitiendo extender las capacidades de diagnóstico, seguimiento, evaluación y diseño de políticas públicas hacia territorios y poblaciones históricamente marginadas. No se trata de reemplazar al sujeto gestor, sino de potenciar su agencia en red, en colaboración con inteligencias sociales, institucionales, históricas y artificiales.

Chen y Zhang (2021) plantean que la IA no sustituye la sensibilidad cultural, sino que puede actuar como un marco de co-creación que habilita nuevos escenarios de acción si se ancla en valores éticos y una lectura situada del territorio. Bonet (2023) percibe una “creatividad informada” que articule intuición, evidencia y estrategia para una gestión cultural más eficaz y transformadora. Desde esta perspectiva, la IA debe ser entendida no como un fin en sí mismo, sino como una aliada crítica para el fortalecimiento de derechos culturales, la transparencia institucional y la innovación con sentido.

En este cruce, el gestor cultural ya no es el sujeto ideal ilustrado, autosuficiente, que domina racionalmente el campo. Hoy es —y debe ser— un articulador de inteligencias múltiples, alguien que sabe escuchar, que aprende del territorio, que dialoga con comunidades y que colabora con tecnologías sin perder la mirada crítica. Este trabajo no pretende resolver todos los desafíos de ese encuentro, pero sí marcar una dirección: la de una gestión cultural que habita el intersticio con sensibilidad, con estrategia y con la convicción de que la tecnología también puede ponerse al servicio de la justicia cultural.

Una segunda conclusión tiene que ver con el valor de los datos en la gestión cultural. En línea con los planteamientos de Lluís Bonet, este trabajo sostiene que la cultura también puede —y debe— generar información confiable, situada y significativa, que permita tomar decisiones más acordes con las realidades y potencialidades de cada contexto.

El uso de datos no es incompatible con la intuición o la sensibilidad artística; por el contrario, puede fortalecerlas, expandiendo sus márgenes de acción, permitiendo evaluar impactos, y construyendo lenguajes comunes con otros sectores. Apostar por sistemas de datos culturales es, en última instancia, una forma de darle mayor poder a las comunidades culturales en el diseño de su propio futuro.

Un tercer hallazgo de este proceso tiene que ver con la pregunta por la medición de la cultura. ¿Por qué medir? ¿Qué implica traducir lo simbólico a un sistema de indicadores? Lejos de reducir la cultura a cifras, la evaluación desde una perspectiva situada y crítica permite dar cuenta del alcance, la profundidad y las transformaciones que generan los proyectos culturales en la vida de las personas, los territorios y las instituciones. Medir, en este sentido, no es tecnocratizar la cultura, sino profesionalizar su gestión, otorgándole legitimidad, visibilidad y sostenibilidad. Este sistema de evaluación, seguimiento y batería de indicadores también ha permitido reflexionar sobre la necesidad de fortalecer una cultura del aprendizaje institucional en los ecosistemas creativos. Evaluar no es solo controlar o fiscalizar: es construir memoria, identificar patrones, mejorar los procesos, legitimar las prácticas, y —sobre todo— producir conocimiento colectivo. Cuando un proyecto se somete a procesos de evaluación rigurosos pero sensibles, se reconoce como parte de un tejido más amplio de relaciones, tiempos, afectos e instituciones. Evaluar, entonces, es también cuidar.

Finalmente, este trabajo reafirma que los sistemas de evaluación en cultura deben estar anclados en las realidades territoriales. No basta con importar modelos de gestión de otros sectores: es necesario construir metodologías propias, híbridas, sensibles al contexto, capaces de dialogar con la complejidad de los territorios y de responder a los retos de un mundo profundamente desigual

10. Recomendaciones

- Se recomienda incorporar las herramientas de IA propuestas (formularios inteligentes, análisis de sentimiento, scrapers, dashboards automáticos, etc.) de manera gradual, acompañadas de formación básica para el equipo técnico. Estas tecnologías pueden potenciar la eficiencia del sistema, pero requieren tiempo de adaptación.
- El sistema está diseñado con base en la experiencia del Mercado de las Artes del Sur, por lo que su aplicación en otros contextos culturales debe considerar las particularidades sociales, económicas y políticas locales. Se sugiere adaptar los indicadores y fuentes de verificación sin perder la estructura metodológica de los tres eslabones: recolección, análisis y devolución.
- La validación de datos y la retroalimentación deben garantizar la voz de los actores del ecosistema cultural (artistas, gestores, público). Se recomienda el uso de entrevistas transcritas con IA, análisis cualitativo participativo y espacios de devolución híbridos (digitales y presenciales).
- Los procesos de recolección y análisis deben ser auditables y abiertos. Se sugiere almacenar evidencia (encuestas, transcripciones, reportes) en repositorios digitales accesibles y protegidos, y documentar el uso de algoritmos para asegurar ética y responsabilidad.
- El SESMAS debe poder ajustarse rápidamente ante nuevos objetivos, públicos o condiciones del entorno. Para ello, se sugiere usar herramientas IA que permitan reconfigurar flujos de información, modelos de análisis o visualizaciones con agilidad.

- Más allá de la evaluación, se sugiere emplear el sistema como una herramienta viva de seguimiento continuo. Esto implica recolectar datos en tiempo real y generar retroalimentaciones periódicas que alimenten decisiones estratégicas y operativas durante el desarrollo del proyecto.

11. Referentes bibliográficos

- Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). (2009). *Cómo evaluar proyectos de cultura para el desarrollo: Una aproximación metodológica a la construcción de indicadores*. AECID.
- Alonso, L., Gómez, J., & Martínell, A. (2010). *Cómo evaluar proyectos de cultura para el desarrollo: una aproximación metodológica a la construcción de indicadores*. AECID–FIIAPP.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2018). *Economía Naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*.
- Bertalanffy, L. von. (1968). *General System Theory: Foundations, Development, Applications*. New York: George Braziller.
- Boisier, S. (2004). *Desarrollo en su lugar: El territorio en la sociedad del conocimiento*. RIL Editores.
- Bonet, L. (2010). *La gestión cultural: Profesión y formación para el desarrollo cultural*. Universitat de Barcelona.
- Bonet, L. (2023). *Creatividad informada y gestión cultural en tiempos de cambio*. Universitat de Barcelona.
- Bonet, L., & Donato, F. (2022). *Cultural management and digital transformation*. *Journal of Cultural Management*, 8(1), 1–15.
<https://doi.org/10.1080/10286632.2022.2046673>
- Bonet, L., & Négrier, E. (2018). *Innovación en cultura: una perspectiva europea*. Universitat de Barcelona.
- Bonet, Ll. (2021). “Fira Tàrrrega: un festival de titularidad municipal abierto a la innovación”, En: *La innovación en la gestión de la cultura*. Universitat de Barcelona, España.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). New York: Greenwood Press.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. New York, NY: W. W. Norton & Company
- Cabrera, G. (2011). *Indicadores culturales: Alcances y limitaciones para la evaluación de políticas culturales en América Latina*. Santiago de Chile: UNESCO/FLACSO.

- Cámara de Comercio de Bogotá (CCB). (2021). BOMM: Informe de gestión y resultados 2013–2021. <https://www.bogotamusicmarket.com>
- Casa Ida. (s.f.). *Asociación Cultural La Casa Ida* [página archivada]. Recuperado de <https://web.archive.org/web/20170914041123/http://puntosdecultura.pe/puntoscultura/asociación-cultural-la-casa-ida>
- Castells, M. (1996). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- CEPAL. (2020). *La cultura en la transformación digital: contribuciones para una agenda de desarrollo sostenible*. Naciones Unidas.
- Chaux Herrera, V., Universidad del Rosario, Oliva Ortega, I. D., & Zamora Ferrer, A. E. (2025). *Mercado de las Artes del Sur. Especialización en Gerencia Y Gestión Cultural*.
- Chen, J., & Zhang, X. (2021). Artificial Intelligence and Cultural Management: Opportunities, Challenges and Ethical Concerns. In *Handbook of Cultural Management and Policy*. Springer.
- Coelho, T. (2009). *Gestión cultural: profesionalización, formación y prácticas*. Buenos Aires: Ariel.
- Cohen, E. (2006). *Evaluar para transformar. Indicadores, participación y cambio institucional*. Buenos Aires: Novedades Educativas.
- Corporación Tecnocentro Cultural Somos Pacífico. (2022). *Mercado Musical del Pacífico*. <https://somospacifico.org/mercado-musical/>
- Culturalima. (2013). Plataforma de información cultural georreferenciada de Lima Metropolitana. La Casa Ida. *de más recursos a los creadores de artes de calle*.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (s.f.). *Cuenta Satélite de Cultura*. <https://www.dane.gov.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), (2021). “Economía Cultural y Creativa”. <https://www.dane.gov.co>¹
- Escobar, A. (2007). *La invención del Tercer Mundo: Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas: Fundación Editorial El Perro y la Rana.
- Escobar, A. (2008). *Territorios de diferencia: Lugar, movimientos, vida, redes*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia / ICANH.
- Ferrão, M., & Lopes, J. (2020). Evaluation systems in cultural policy: Methodologies and experiences. *International Journal of Cultural Policy*.

FiraTàrrega. (2020, septiembre 7). La Llotja en Línea: el encuentro profesional internacional de FiraTàrrega Pro Catalan Arts se transforma en una plataforma de mercado digital y permanente. Noticias FiraTàrrega.

Foucault, M. (2002). *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences* (Original work published 1966). Routledge.

Foro CILAC. (2021). *Inteligencia artificial y cultura: Oportunidades y desafíos para el desarrollo*. UNESCO. Recuperado de <https://forocilac.org/inteligencia-artificial-y-cultura/>

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

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

García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.

García Canclini, N. (2006). *La gestión cultural: entre práctica y conocimiento*. Gedisa.

García Canclini, N. (2006). *Lectores, espectadores e internautas: ¿Cómo se forman los públicos culturales?* Barcelona: Gedisa.

García Canclini, N. (2015). *El mundo entero como lugar extraño*. México: Siglo XXI Editores.

Getino, O. (2001). *Cultura, medios y transformación social en América Latina*. Buenos Aires: Ediciones del Sol.

Haesbaert, R. (2013). *El mito de la desterritorialización: Del “fin de los territorios” a la multiterritorialidad*. Siglo XXI Editores.

Hernández, J. M., & Vega, A. (2022). *Transformaciones digitales en el sector cultural: del big data a la inteligencia artificial*. En *Cultura y Tecnología: Horizontes para la Gestión Cultural*. Editorial UOC.

Holden, J. (2006). *Cultural value and the crisis of legitimacy: Why culture needs a democratic mandate*. London: Demos.

ICULTUR. (2024). *Informe de medición de impacto FestiMaría 2024*. Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar.

Instituto de Cultura, Ciencia y Sociedad de la Información (ICCSI). “Inteligencia artificial en la cultura: innovación y desafíos”.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Dirección de marketing* (12.^a ed.). México: Pearson Educación.
- La Casa Ida. (2014). *Culturalima: Infraestructura digital para el ecosistema cultural de Lima*.
- Manovich, L. (2020). *Cultural Analytics*. Cambridge, MA: The MIT Press.
<https://doi.org/10.7551/mitpress/11214.001.0001>
- Martín, G. (2014). *Políticas culturales en América Latina: Institucionalidad, participación y ciudadanía*. Bogotá: CERLALC – Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Martinell, A. (2009). *La gestión cultural: una dimensión olvidada del desarrollo*. Documento de trabajo. Barcelona: Cátedra UNESCO de Políticas Culturales y Cooperación, Universitat de Girona.
- Mazzone, M., & Elgammal, A. (2019). *Art, Creativity, and the Potential of Artificial Intelligence*. *Arts*, 8(1), Article 26. <https://doi.org/10.3390/arts8010026>
- McGrath, R. G. (2019). *Seeing Around Corners: How to Spot Inflection Points in Business Before They Happen*. Boston, MA: Houghton Mifflin Harcourt
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2011) “Batería de Indicadores en Cultura para el Desarrollo en Colombia”.
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2020). *Panorama de la música en Colombia: oportunidades y desafíos para su fortalecimiento*. <https://www.mincultura.gov.co>
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2022). *Conpes 4090: Política para el fortalecimiento de la economía naranja*. Consejo Nacional de Política Económica y Social.
- Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes. (2024). *Cuarenta agentes culturales de Colombia serán protagonistas en MICSUR 2024*.
- Mulgan, G. (2014). *Design in public and social innovation: What works and what could work better*. Nesta.
https://media.nesta.org.uk/documents/design_in_public_and_social_innovation.pdf
- Nussbaum, M. (2012). *Crear capacidades: Propuesta para el desarrollo humano*. Paidós.

- OIM y USAID. (2018). *Evaluación de impacto del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez: Cultura, identidad e inclusión para la paz*. Programa Inclusión para la Paz. Organización Internacional para las Migraciones y Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional.
- ONU. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2015). *Reshaping Cultural Policies: A Decade of Promoting the Diversity of Cultural Expressions for Development (First Global Report on the 2005 Convention)*. París: UNESCO.
- Pascual, J. (2007). *Políticas culturales: Hacer, repensar, renovar*. Barcelona: Interarts / Fundación Carolina.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value: How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Project Management Institute. (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Seventh Edition & The Standard for Project Management*. Newtown Square, PA: Project Management Institute.
- Quintanilla, H. (2011). *Evaluación y seguimiento de políticas culturales: herramientas para la gestión participativa*. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia.
- Quintero Uribe, V. M. (2001). *Indicadores de gestión cultural* [Documento presentado en el II Encuentro Nacional, Medellín]. Universidad de San Buenaventura – Cali.
- Rey, G. (2010). *Los derechos culturales y los mercados culturales en América Latina*. En *Cultura y Desarrollo en América Latina: Perspectivas para el Siglo XXI* (pp. 77–96). Convenio Andrés Bello / Universidad de Guadalajara.
- Rivera Cusicanqui, S. (2015). *Sociología de la imagen: Miradas ch'ixi desde la historia andina*. Buenos Aires: Tinta Limón Ediciones.
- Rosas Mantecón, A. (2012). *Miradas múltiples: el estudio de públicos de museos en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) / Dirección General de Publicaciones.
- Roselló Cerezuela, D. (2019). La evaluación de proyectos y procesos culturales. *Periférica Internacional*, (19), 178–195. Biblioteca Nacional de España.
- Russell, S., & Norvig, P. (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson Education.
- Schiuma, G. (2017). *The value of arts for business*. Cambridge University Press.

- Segre, R. (2020). *América Latina: La construcción del espacio en la cultura*. Ciudad de México: Siglo XXI Editores.
- Segre. (2024, abril 26). *El programa de suport a la creació de FiraTàrrrega se actualiza para dotar*
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Oxford University Press.
- Taleb, N. N. (2007). *The Black Swan: The impact of the highly improbable*. New York, NY: Random House.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2010). *The economics of cultural policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- UNCTAD. (2018). *Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries 2018*. United Nations Conference on Trade and Development.
<https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-2018>
- UNESCO. (2003). *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000133252_spa
- UNESCO. (2009). *Marco de la UNESCO para las estadísticas culturales 2009*. Instituto de Estadística de la UNESCO.
<https://uis.unesco.org/es/document/marco-de-la-unesco-para-las-estadisticas-culturales-2009>
- UNESCO. (2011). *La diversidad de las expresiones culturales: Una mirada a los indicadores*. París: UNESCO.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000214208_spa
- UNESCO. (2013). *Declaración de Hangzhou: Situar la cultura en el centro de las políticas de desarrollo sostenible*. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- UNESCO. (2013). *La cultura en los informes nacionales de desarrollo: Hacia una inclusión sistemática*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224107>
- UNESCO. (2021). *Re/pensar las políticas culturales: 2005–2020. Avances y retos en la implementación de la Convención de 2005 sobre la protección y promoción de la*

diversidad de las expresiones culturales. París: UNESCO.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379917_spa

UNESCO. (2022). *Repensar las políticas para la creatividad: Informe mundial 2022 sobre la implementación de la Convención de 2005*. París: UNESCO.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381940_spa

Walsh, C. (2009). *Interculturalidad, Estado, sociedad: Luchas (de)coloniales de nuestra época*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

WOMEX. (s.f.). Metodología de evaluación e indicadores. Recuperado de
<https://www.womex.com>

Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura: Usos de la cultura en la era global*. Gedisa.

Zallo, R. (2011). *Políticas culturales y desarrollo*. Barcelona: Gedisa.

ANEXO 1.

Batería de indicadores: (completa)

Dimensión	Indicador	Tipo	Definición operativa	Fuente de verificación	Aplicación	Responsable	Meta
Económica	Volumen total de ventas generadas por el mercado.	Cuantitativo	Total de ingresos generados por ventas en el marco del Mercado en un periodo determinado.	Reportes financieros, encuestas a vendedores; scrapers IA, formularios inteligentes, dashboards financieros automatizados.	Anual	Equipo financiero	\$130.000.000
Económica	Ingresos promedio de los artistas participantes	Cuantitativo	Promedio de ingresos obtenidos por artistas/artesanos durante el evento.	Declaraciones de los participantes, encuestas; scrapers IA, formularios inteligentes.	Anual	Coordinación de artistas	\$3.000.000
Económica	Nº de empleos creados directa/indirectamente.	Cuantitativo	Nº total de personas contratadas o vinculadas temporalmente gracias al mercado.	Contratos, encuestas laborales; scrapers IA, formularios inteligentes, dashboards financieros automatizados.	Anual	Unidad de logística	110 empleos creados directa/indirectamente.
Económica	Nº de empresas culturales creadas o fortalecidas.	Cuantitativo	Registro de nuevas empresas o crecimiento de existentes gracias al mercado.	Registro de empresas, entrevistas, formularios inteligentes, dashboards financieros automatizados.	Anual	Equipo de proyecto	60 empresas culturales creadas y/o fortalecidas.
Económica	Diversifica-	Cuantitativo	Nº de fuentes de ingreso distintas		Anual		\$50.000.000

Dimensión	Indicador	Tipo	Definición operativa	Fuente de verificación	Aplicación	Responsable	Meta
	ción de fuentes de ingreso.		reportadas por los participantes	Encuestas a artistas, formularios inteligentes.		Coordinación general	
Económica	Recursos financieros captados.	Cuantitativo	Monto total de recursos gestionados de fuentes diversas	Informes contables, convenios; scrapers IA, formularios inteligentes.	Anual	Dirección general	\$460.000.000
Económica	Rentabilidad del proyecto	Cuantitativo	Relación entre ingresos y egresos anuales del mercado	Estado financiero; scrapers IA, formularios inteligentes, dashboards financieros automatizados.	Anual	Equipo de proyecto	\$271.900.000
Social	Participación de grupos vulnerables.	Cuantitativo	Nº de participantes de grupos étnicos, mujeres, jóvenes, etc.	Formularios de inscripción, encuestas, formularios IA, análisis y visualización de datos participativos.	Anual	Coordinación social	Mínimo el 25% de los artistas invitados al mercado.
Social	Satisfacción con inclusión y diversidad	Cualitativo	Valoración de los participantes sobre el trato equitativo e inclusivo	Encuestas de percepción; formularios IA, análisis de sentimiento, visualización de datos participativos.	Anual	Equipo de comunicaciones	El 75% de las fuentes generen un resultado positivo con respecto al mercado.
Social	Nº de proyectos comunitarios /independientes/autónomos apoyados	Cuantitativo	Total de proyectos sociales financiados o visibilizados	Informes del proyecto, convocatorias; formularios IA, análisis de sentimiento, visualización de datos participativos.	Aual	Equipo de proyecto	El 40% de la totalidad de los proyectos deben cumplir esta clasificación.

Dimensión	Indicador	Tipo	Definición operativa	Fuente de verificación	Aplicación	Responsable	Meta
Social	Fortalecimiento del tejido social	Cualitativo	Grado de cooperación y confianza entre agentes culturales	Grupos focales, entrevistas, formularios IA	Anual	Equipo de proyecto	Más de un 70% de cooperación entre redes culturales por parte de participantes del mercado.
Social	Acceso a servicios culturales/educativos	Cuantitativo	Nº de personas que acceden a actividades de formación o contenido	Listas de asistencia, encuestas, formularios IA	Anual	Equipo de proyecto	800 personas impactadas a través de acceso a servicios culturales/educativos.
Social	Redes y alianzas creadas	Cuantitativo	Nº de convenios o articulaciones formales creadas	Actas, convenios; formularios IA, análisis de sentimiento, visualización de datos participativos.	Semestral	Dirección general	Más de 20 redes y/o alianzas culturales creadas.
Social	Nivel de empoderamiento de artistas	Cualitativo	Percepción de los participantes sobre su autonomía y capacidad de gestión	Encuestas, entrevistas, formularios IA, análisis de sentimiento y visualización de datos participativos.	Anual	Equipo de proyecto	Más de 70% de los artistas participantes logren tener un nivel positivo en cuanto a capacidad de gestión y

Dimensión	Indicador	Tipo	Definición operativa	Fuente de verificación	Aplicación	Responsable	Meta
							autonomía cultural.
Cultural	Reconocimiento y posicionamiento de la cultura nariñense	Cualitativo	Menciones en medios, invitaciones a eventos, percepción pública	Clipping, encuestas, redes; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Anual	Equipo de comunicaciones	Aumentar la visibilidad y el reconocimiento del mercado ante redes sociales, medios informativos y gestores culturales del departamento.
Cultural	Iniciativas de salvaguardia apoyadas	Cuantitativo	Nº de actividades, procesos o expresiones protegidas	Registro fotográfico, informes, minería de texto con IA, análisis de información.	Anual	Dirección general	Contar con al menos un 20% de proyectos invitados en el mercado con esta característica.
Cultural	Identidad cultural y sentido de pertenencia	Cualitativo	Testimonios, expresiones simbólicas y participación	Entrevistas, observación; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Anual	Equipo de proyecto	Más de 60% de los resultados con percepciones positivas sobre la identidad cultural de Nariño.

Dimensión	Indicador	Tipo	Definición operativa	Fuente de verificación	Aplicación	Responsable	Meta
Cultural	Oportunidades de circulación, difusión y/o promoción	Cuantitativo	Nº de acuerdos o negocios generados para la circulación, difusión y/o promoción de bienes y servicios artísticos y culturales	Formulario/encuesta de intención de acuerdo entre oferentes y demandantes; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático.	Anual	Equipo de proyecto	40 o más acuerdos generados para la circulación y/o promoción de bienes y servicios culturales.
Cultural	Participación comunitaria en creación/consumo	Cuantitativo	Nº de personas asistentes y participantes activos	Listas de asistencia, encuestas; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Por evento	Coordinación general	Más de 800 personas entre asistentes y participantes activos.
Cultural	Productos culturales comercializados	Cuantitativo	Catálogo de productos vendidos y sus ventas	Registros de ventas; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Anual	Equipo financiero	Más de 250 productos culturales comercializados.
Cultural	Satisfacción con oferta cultural	Cualitativo	Valoración de la diversidad y calidad por parte del público	Encuestas de satisfacción; minería de texto con IA, análisis cualitativo automático, clustering temático.	Por evento	Equipo de comunicaciones	Más del 70% de los resultados obtenidos con percepción positiva con relación a la oferta cultural del mercado.

Dimensión	Indicador	Tipo	Definición operativa	Fuente de verificación	Aplicación	Responsable	Meta
Tecnológica	Nº de procesos asistidos por inteligencia artificial en la metodología	Cuantitativo	Total de procesos asistidos por IA para llevar a cabo el SESMAS.	Estadísticas de uso; métricas IA de uso digital, bitácoras inteligentes, dashboards interactivos.	Anual	Equipo de proyecto	Más del 50% de los procesos llevados a cabo para desarrollar la metodología del SESMAS deberán contar con IA.
Tecnológica	Equipo de gestión de proyecto capacitado en IA	Cuantitativo	Número de talleres realizados	Nan; métricas IA de uso digital, bitácoras inteligentes, dashboards interactivos	Semestral	Equipo de proyecto	10 talleres realizados al equipo de gestión de proyectos con relación a la IA.
Tecnológica	Manual ético para el uso de inteligencia artificial	Cualitativo	Uso correcto de las herramientas de IA con relación a la data que se manejará durante el mercado	Bitácora técnica; métricas IA de uso digital, bitácoras inteligentes, dashboards interactivos.	Anual	Equipo de proyecto	Llevar a cabo lo más transparente el uso de las herramientas de IA.

ANEXO 2.

Logotipo propuesto para el Mercado de las Artes del Sur.



**MERCADO
DE LAS ARTES
DEL SUR**

Fuente: Elaboración propia.

