

PLAN DE ACCION

SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO 2008 - 2011

“Por cultura, se entiende, el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales, que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistema de valores, tradiciones y creencias. (Ley de Cultura).”

ANTECEDENTES DE LA SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO

Las funciones de promoción de las manifestaciones culturales en Santiago de Cali hasta 1996 se realizaban al interior de la Secretaria de Educación municipal por intermedio de la subdirección de cultura, fue mediante el Acuerdo 01 de 1996 de la reforma administrativa del municipio de Santiago de Cali que se dio vida a la Dirección de cultura, entidad adscrita al despacho del alcalde municipal.

Posteriormente con el acuerdo 0203 de 2001, se creo la Secretaria de Cultura y Turismo de Santiago de Cali, el cual dota a esta nueva secretaria de una estructura administrativa básica pero no suficiente para asumir todas las responsabilidades institucionales que debe ofertar para la transformación cultural que requiere la ciudad.

MISION

Promover procesos culturales que coadyuven a la apropiación de la ciudad por sus habitantes desde el reconocimiento de la diversidad, la inclusión y la participación que propicie una sana convivencia en defensa de la vida convirtiendo a Santiago de Cali en una ciudad competitiva y atractiva para el turismo.

VISION

La Secretaria de Cultura y Turismo como ente rector de políticas culturales, con una mirada abierta y plural, será el más importante dinamizador de la cultura en la ciudad desde la diversidad y la inclusión, con una amplia oferta de bienes y servicios que la ubican en el concierto local, regional y nacional como industria turística.

PROGRAMAS

Para dar cumplimiento a los programas, macroproyectos, objetivos y ejes de proyecto del Plan de Desarrollo Municipal “Para Vivir la Vida Dignamente” y las disposiciones legales del sector cultural, la Secretaria de Cultura y Turismo ha diseñado los siguientes 14 programas, los cuales se interrelacionan y complementan ampliamente con los componentes del Plan que serán desarrollados por otros actores. Estos programas son:

1. Programa de Cultura Ciudadana de Santiago de Cali.
2. Centro Interactivo de la Salsa
3. Programa de Industria Cultural
4. Programa de posicionamiento de Cali como opción turística.
5. Programa de Red Municipal de Bibliotecas
6. Programa de Estímulos, Formación, Investigación y Capacitación Cultural.

7. Programa Infraestructura Cultural.
8. Programa Conservación del patrimonio Cultural.
9. Programa Desarrollo institucional.
10. Programa Eventos, Festivales y conmemoraciones.
11. Programa Promoción, divulgación y Difusión.
12. Programa de Seguridad Social en Salud de los creadores y gestores Culturales de Cali.
13. Programa Sistema Municipal de Cultura.
14. Programas culturales para grupos poblacionales específicos.

PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA

CULTURA CIUDADANA ES:

Cultura ciudadana como un proceso dinámico y heterogéneo de comportamientos, valores, actitudes y percepciones que efectúan los miembros de una sociedad; que determina las formas y la calidad de la convivencia, influye sobre la construcción del bien común e interviene en el establecimiento y reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos.

OBJETIVO GENERAL

Posicionar a Santiago de Cali, en el ámbito LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL, como ciudad líder en el desarrollo y liderazgo de POLITICAS PUBLICAS DE CONVIVENCIA Y CULTURA CIUDADANA.

ESPECÍFICO

La Alcaldía de Santiago de Cali, lidera el proceso de concertación, articulación y gestión pública del Plan de Cultura Ciudadana con actores comunitarios, gremiales, académicos, ONG's, movimientos sociales, medios de comunicación y otros actores de ciudad.

AMBITOS DE INTERVENCIÓN

MOVILIDAD:

Entendida como integración, accesibilidad, movimiento y Comunicación. Conseguir a partir de la pedagogía ciudadanos y ciudadanas conscientes con respecto a los demás y hacia la ciudad

ESPACIO PÚBLICO:

Entendidos como el “lugar - nicho” donde se construyen relaciones y significados. A partir de la resignificación de la ciudad Incidir en el uso adecuado, social y cultural, de los Espacios públicos, promoviendo la construcción de dichos “Lugares” espacios con significados

CONVIVENCIA:

Entendida como el reconocimiento de la diferencia, se busca promover la resolución pacífica del conflicto a través del dialogo

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1.- ESTRATEGIA DE MOVILIZACIÓN SOCIAL:

Se busca promover la cultura política democrática en los derechos, por medio de la articulación de todo tipo de redes interinstitucionales y comunitarias, que trabajen de manera transversal los temas de movilidad, espacio público y convivencia.

Por medio de la visibilización, posicionamiento y generación de recursos para los procesos desarrollados por los movimientos sociales

Objetivo No. 1: Que la Política de Articulación y coordinación permita;

Integrar y articular las actividades relacionadas con cultura ciudadana que vayan a ser ejecutadas por las diferentes dependencias del municipio, la empresa privada y los Institutos Descentralizados al plan de cultura ciudadana y coordinadas por la Secretaría de Cultura y Turismo del Municipio

Líneas de estrategia:

1. Articular e integrar a través de la coordinación de cultura ciudadana de la Secretaría de Cultura y Turismo del municipio, los diferentes programas y proyectos referentes a cultura urbana, formación ciudadana y planes de cultura y convivencia ciudadana de las distintas dependencias del municipio.

Acciones:

1. Empoderar al programa de Cultura Ciudadana
2. Crear las Escuelas de Cultura Ciudadana en cada Comuna
3. Articular y Coordinar acciones entre las diferentes dependencias de la administración municipal para la optimización de recursos destinados a Cultura Ciudadana. Vincular e incentivar contundentemente la presencia de la empresa privada en los procesos de Cultura Ciudadana.

Objetivo No. 2: que la Política lleve a mejorar la convivencia;

Promoviendo la convivencia pacífica, el coexistir en el municipio e incentivando los valores y principios como la tolerancia, el respeto, la solidaridad, etc. Con el objetivo de tener una mejor ciudad.

2.-Líneas de estrategia:

Promover los valores humanos y una educación para la convivencia y la tolerancia, propiciando una cultura de no violencia en el municipio. Generar espacios de concertación que posibiliten el reconocimiento, el encuentro y la aceptación de nuestras micro culturas y prácticas para consolidar un sueño y un proyecto de Municipio educador.

Acciones:

1. Levantar un inventario de las culturas urbanas, prácticas y costumbres que conforman la población del municipio de Cali. Crear programas de convivencia que fortalezcan la integración familiar como base del desarrollo social del municipio...
2. Formar y capacitar a los gestores culturales en las prácticas de convivencia.

3. Vincular el municipio al movimiento de Ciudades Educadoras y asumir los compromisos que este proceso demanda en relación con las acciones pedagógicas y didácticas para el logro que el municipio Santiago de Cali sea incluyente y más humano Articular con otras dependencias las políticas y acciones que propenden una convivencia en paz entre la juventud.

2.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACION:

Busca posicionar mensajes de que incentiven en los ciudadanos la corresponsabilidad y la confianza en la administración municipal a partir de la construcción de herramientas comunicativas y campañas publicitarias

Objetivo No. 1: Que la Política Pública genere mecanismos que conlleven a crear identidad y sentido de pertenencia por el municipio;

Creando programas que fortalezcan la identidad caleña y generen sentido de pertenencia en los habitantes del municipio; además reglamentar y definir los mecanismos para implementarlos

Líneas de estrategia:

1. Promover e incentivar todos los programas que favorezcan la identidad caleña, generen sentido de pertenencia y afiancen la cultura con base en los valores humanos, el reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad que caracteriza el municipio, teniendo como base la inclusión.

Acciones:

1. Coordinar programas y proyectos entre las Secretarías de Cultura y Turismo, Educación para impulsar en todos los niveles de la educación la identidad caleña y el sentido de pertenencia por el municipio.
2. Identificar y gestionar el rescate y la promoción de los valores culturales, tradiciones, mitos y rituales del municipio, con todas las dependencias de la administración municipal, las ONG's, sector privado y sector social
3. Promocionar a Santiago de Cali como ciudad multicultural, pluriétnica, incluyente y humana,
4. Promocionar y llevar a cabo eventos que resalten ante la sociedad el privilegio de vivir en el municipio y el orgullo de ser caleño por nacimiento o adopción.

Objetivo No. 2: Mejorar la Comunicación e Información referente al quehacer de la administración pública, la planeación, los programas y proyectos a ejecutarse con el fin de ampliar el conocimiento y propiciar el compromiso de los habitantes de todos los sectores de Santiago de Cali

Líneas de estrategia:

Promover el tema de cultura ciudadana en los medios de comunicación masivo, alternativo y comunitario.

Acciones:

1. Realizar alianzas con los diferentes medios escritos y audiovisuales del municipio para promocionar las diferentes campañas que contengan una propuesta de cultura ciudadana para el municipio.

2. Establecer convenios y alianzas con las diferentes instituciones educativas del municipio, ONG's y organismos nacionales e internacionales para apoyar y mejorar los centros de información.
3. Realizar campañas de sensibilización, dar a conocer las políticas públicas, y mejorar la participación.

3.- ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

ESTRATEGIA DE EVALUACION, SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Busca generar conocimiento para poder evaluar la eficacia y el impacto de las políticas de Cultura Ciudadana en Santiago de Cali

A través de la realización de sondeos y mediciones con la ciudadanía

Objetivo No. 1: Que se establezca la investigación y la formación como elementos necesarios para el proceso de toma de decisiones; Por que Fomentar la investigación, la formación y el análisis estadístico ayudan a desarrollar y transformar la cultura ciudadana, basada en el conocimiento de la historia, cultura y antropología del municipio.

Líneas de Estrategia:

1. Fomentar la investigación, evaluación y seguimiento formación en todos los temas de Cultura Ciudadana.
2. Estructurar y fortalecer indicadores de la gestión de la administración municipal

Acciones:

1. Promover la creación y fortalecimiento de grupos de investigación cultural que fomenten el conocimiento y la difusión de los valores culturales de la población que interactúa y convive en el municipio
2. Crear y estructurar el Observatorio de Cultura Ciudadana y articularlo con el centro de documentación histórica de el municipio en conjunto con las diferentes instituciones educativas y ONG's que realicen trabajos en el tema.

Por lo amplio de su objetivo este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal pero en particular determina la ejecución del Macroproyecto No. 3.1.1 en su Objetivo: Promover una nueva cultura ciudadana, con su eje de proyecto denominado Construcción de política pública de cultura ciudadana.

1. CENTRO INTERACTIVO DE LA SALSA

ANTECEDENTES:

Existen suficientes razones sociales, culturales y turísticas para entender que CALI debe de hacer posible el centro interactivo alrededor de la cultura salsera que la ha llevado a ser identificada por esta manifestación cultural en el mundo entero. El concejo de la ciudad mediante acuerdo municipal (047 de 1997) la reconoce como cultura popular arraigada a la ciudad y le propone una serie de actividades para fortalecerla y proyectarla al mundo y debido al proceso de las orquestas radicadas en la ciudad, la

conformación de orquestas de salsa femeninas e infantiles, las escuelas de baile de salsa, los coleccionistas de música, escritores de literatura especializada, estudios universitarios con proyectos investigativos, pintura y las artes plásticas en general; se hace necesario que CALI tenga un espacio que sea un punto de encuentro, promoción y conservación al nivel mundial de la salsa como manifestación que jalona toda una gran industria que proveería mejoramiento de la calidad de vida, de los procesos culturales ligados, la investigación, la promoción y el posicionamiento en el mundo entero como sitio de llegada.

La salsa es el alma popular de los caleños. Ahí está, en las esquinas, entre nosotros, fortalecida en el pasado, y enarbolada por más del cincuenta por ciento de la población que la identifica como la principal manifestación cultural en Cali, como lo muestran las encuestas. Su primer lugar todavía es indiscutible.

CENTRO INTERACTIVO EN LA PLAZA:

La plaza es, en todas las ciudades del mundo, el espacio público por excelencia. Lugar de encuentros abiertos, sitio de flujos permanentes, de idas y venidas, por donde transcurre el nativo y el foráneo, el que llega y el que se va. Las grandes ciudades son reconocidas por sus plazas: La Gran plaza de Bruselas, la Plaza de San Pedro en Roma, la Plaza de San Marcos en Venecia, la Plaza de Bolívar en Bogotá, la plaza de Tlatelolco en México DF, la plaza Garibaldi, en la misma capital. La Plaza interactiva de La Salsa, se concibe como un nuevo espacio público para la ciudad, dentro de un proyecto de renovación urbana, con la proyección de ser uno de los mayores atractivos turísticos de la ciudad.

Cali presenta un alto déficit de espacios públicos (por ley requiere 3 mil hectáreas de espacio público efectivo y solo se poseen 750 hectáreas, es decir que solo se cuenta con el 28% del requerido o un déficit del 72%), la plaza interactiva de la salsa sería un nuevo espacio público, vital, para la ciudad. Sería un referente arquitectónico, urbanístico, cultural y turístico de primer nivel, de suma importancia dentro del conjunto de renovación urbana que implica el sistema de transporte masivo. La plaza interactiva de la salsa podría ser orientada como emblema de afirmación cultural y de identidad, en torno a la cual crear una nueva estructura de sentimiento para con la ciudad. En su doble condición de espacio público abierto y lugar de preservación de una memoria, puede llegar a ser motivo de orgullo ciudadano, referente obligado para crear – y reafirmar – un sentido de pertenencia para viejas y nuevas generaciones.

La plaza, integrada al circuito de la salsa proyecto liderado por la secretaria de Cultura que muestra los diferentes sitios de interés alrededor de la salsa en Cali, sería el gran dinamizador del turismo en la ciudad. Con ella se podría promocionar el desarrollo turístico de Cali, aprovechando el nuevo Centro de Convenciones del Pacífico que da cabida a eventos nacionales e internacionales, los cuales integraríamos a nuestro espacio.

Como espacio público abierto, la plaza debe tener por lo menos una calle, arborizada, o un sendero, un teatrino y una edificación, que puedan ser funcionalizados con diferentes propósitos para el espectáculo, el trabajo artístico y académico ligado a la cultura salsera.

La plaza debe albergar una edificación como un lugar para la preservación de la memoria histórica de la salsa en general. Una edificación moderna, confortable, funcional, dotada con la infraestructura tecnológica necesaria para prestar servicios de

archivo y consulta de documentación, para ofrecer conferencias, exposiciones, talleres de música, conversatorios, audiciones, clases y exhibiciones de baile.

Para desarrollar las actividades se debe de tener en la plaza una edificación con los siguientes espacios:

- Salas Permanentes.
- Salas itinerantes
- Videoteca
- Audioteca
- Discoteca (Colecciones Discográficas)
- Biblioteca especializada
- Hemeroteca
- Pista gigante de Baile
- Auditorio
- Salas Múltiples
- Centro de documentación
- Salón de la Fama
- Archivo Fotográfico
- Archivo Virtual
- Centro de Consulta virtual
- Estudio de cine y televisión para grabación de materiales documentales.
- Estudio fotográfico.
- Archivo Histórico.
- Parqueaderos
- Entre otros....

Ubicar el centro interactivo de la salsa en el centro histórico y cultural de Cali es estratégico, seguiría el contexto histórico y cultural que se trae, además estaría cerca del sector hotelero, centro administrativo municipal, zona rosa de Cali, zona de restaurantes, la mayor oferta de rutas de buses, cerca de las estaciones del sistema integrado de transporte MIO y fácil acceso a turistas y propios.

Definitivamente es un proyecto de ciudad que redunda en nuestra población, nuestra imagen y posicionamiento de la ciudad ante el mundo como una ciudad cultural y anfitriona, es el momento de reafirmar el papel protagónico en el ámbito cultural y tener una plaza que impulsa y propicia la salsa desde el ámbito cultural, investigativo, de producción en las artes, en lo audiovisual, en lo literario y que conlleva a tener en CALI un nuevo Latir.

CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	Junio a Diciembre 2008	Enero a Junio 2009	Julio a Diciembre 2009	Enero a Julio 3 2010
Diseños				
Construcción				
Terminación				
Recolección material				
Recuperación y critica del material				
Programa "Haciendo memoria"				

Nº	Meta	Indicador	Línea de base-LB /Observaciones
2.1.1	A diciembre de 2008, se cuenta con los terrenos, estudios y diseños del Centro Interactivo de la Salsa	Estudios y diseños listos	LB: No existe
2.1.2	A diciembre de 2009, se ha culminado la primera fase de construcción del Centro Interactivo de la Salsa	Metros cuadrados construidos en la fase No. 1	LB: No existe
2.1.3	A junio de 2010, se ha culminado la segunda fase de construcción del Centro Interactivo de la Salsa	Metros cuadrados construidos en la fase No. 2	LB: No existe
2.1.4	A julio 03 de 2011, se ha dotado y se inicia el funcionamiento del Centro Interactivo de la Salsa “inauguración”	Centro Interactivo de la Salsa dotado y en funcionamiento	LB: No existe
2.1.5	A agosto de 2010 se inicia la programación del Centro Interactivo de la Salsa	Centro Interactivo de la Salsa realizando programación artística, cultural y turística.	LB: No existe

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal que propenden por la ampliación de los espacios públicos en la ciudad, en particular determina la ejecución del Macroproyecto No. 2.2.3. LA DIFERENCIA ES NUESTRA MAYOR RIQUEZA en su Eje de proyecto denominado Centro cultural y museo interactivo de la salsa: “MUSA”.

1. PROGRAMA DE INDÚSTRIA CULTURAL

Históricamente Cali ha sido una de las ciudades del país más prolijas en el desarrollo de expresiones artísticas y culturales, como la danza, el teatro, la música, el cine y la pintura entre otras. A pesar de ello la falta de formación empresarial ha impedido el impacto social y económico que una verdadera industria cultural puede generar.

Los nuevos desarrollos tecnológicos sumados al talento de los artistas caleños ofrecen un cúmulo de oportunidades para el desarrollo y fortalecimiento de la industria cultural.

Por lo anterior se requiere la implementación de una plataforma capaz de generar trabajo e impulsar empresas sostenibles del sector cultural y creativo de Santiago de Cali, mediante la información, investigación, capacitación, desarrollo de proyectos, asesoría, conformación de redes, agremiaciones y comercialización de productos y/o servicios con identidad para un mercado global, con miras a estimular el espíritu empresarial y el liderazgo.

ESTRATEGIAS

- Diagnóstico, construcción de una base de datos que permita determinar y seleccionar el número de personas naturales y/o jurídicas que pertenezcan a las diversas manifestaciones culturales que potencialmente puedan constituirse en empresas culturales.
- Emprendimiento Empresarial- proveer los instrumentos de formación administrativa, empresarial y de cualificación artística y/o cultural pertinente, que permitan a los empresarios culturales su consolidación y sostenibilidad.
- Formalización y/o constitución de empresas culturales.

- Búsqueda de mercados, efectuar ruedas de negocios nacionales e internacionales.
- Apoyo o creación de un fondo de garantías que brinde respaldo financiero a créditos empresariales culturales.

ACTIVIDADES

Nº	Meta	Indicador	Línea de base-LB/Observaciones
	A diciembre de 2008 Contar con la base de datos de personas naturales y/o organizaciones culturales de Cali	Base de datos construidas	L.B.: no existe
	A marzo 31 de 2009, elaborar diseño del programa de formación empresarial y artística personas naturales y/o organizaciones culturales de Cali	Contar con la Malla curricular	L.B.: no existe
	A julio de 2009 iniciara la realización de 40 módulos de formación empresarial y artística.	40 módulos de formación empresarial y artística.	L.B.: no existe
	A enero de 2010 se Legalizaran y/o formaran de 20 empresas culturales de Cali	Formalizar 20 empresas culturales	L.B.: no existe
	A junio de 2010 se realizaran dos (2) ruedas de negocios Culturales nacionales por año	2 ruedas de negocios nacionales anuales	L.B.: no existe
	A enero de 2011 a realizaran dos (2) ruedas de negocios Culturales internacionales por año	2 ruedas de negocios internacionales anuales	L.B.: no existe
	A junio de 2011 de apoyo o creación de un fondo de garantías a proyectos culturales	Fondo de garantías creado y operando	L.B.: no existe

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal que propenden por la generación empresas culturales en la ciudad, en particular determina la ejecución del Macroproyecto No. 7.7.1 MACROPROYECTO: CADENAS PRODUCTIVAS: LA UNIÓN HACE LA FUERZA en su Eje de proyecto denominado Cadena de servicios recreativos y deportivos

2. PROGRAMA DE POSICIONAMIENTO DE CALI COMO DESTINO TURÍSTICO
PROPUESTA DE CALI TURISTICA

Programa General: Cali Turística

Este programa busca posicionar a Santiago de Cali como uno de los principales destinos turísticos del mundo, para un nicho de mercado interesado en nuestros productos turísticos y con buen poder adquisitivo. De esta forma se contribuye al desarrollo de una comunidad anfitriona, orgullosa de su diversidad cultural, su riqueza étnica y belleza de su gente, a través de una herramienta como el turismo que permite generar empleo, beneficia a la población con nuevas alternativas laborales y que exige una apropiación de costumbres y tradiciones de manera productiva en lo social y lo económico.

PROYECTO: CIRCUITO DE LA SALSA Y EL SABOR	Ejes del proyecto
<p>El objetivo de este Macroproyecto es Desarrollar, implementar y difundir, en el marco de un producto turístico, las actividades culturales, artísticas, industriales y comerciales que se desarrollan en la ciudad, en torno a la Música Salsa, logrando con ello que se mejoren los ingresos de las escuelas de baile, grupos musicales, asociaciones de melómanos y coleccionistas, pequeñas industrias de confección de vestidos y calzado, artesanos, industria de construcción y venta de instrumentos musicales, establecimientos comerciales, restaurantes, hoteles, aerolíneas, transportes, atractivos turísticos de la ciudad y en general todos los sectores económicos transversales al sector turístico.</p>	<p>APOYO A ESCUELAS DE BAILE.</p> <ul style="list-style-type: none">• Certificación de Instructores de Baile de las escuelas de Salsa• Capacitación a instructores con coreógrafos• Capacitación en expresión corporal a bailarines• Dotación y mejoramiento de equipos y vestuario.• Ruedas de negocios con empresarios <p>APOYO A GRUPOS MUSICALES.</p> <ul style="list-style-type: none">• Caracterización de los grupos por comuna• Articulación con el sector• Ruedas de negocios con empresarios <p>DESARROLLO DEL CIRCUITO TURÍSTICO “CIRCUITO DE LA SALSA Y EL SABOR</p> <ul style="list-style-type: none">• Caracterización de establecimientos de Música Salsa, escuelas de baile, dj’s Músicos, Melómanos y coleccionistas y Escritores.• Ruedas de negocios entre mayoristas de turismo y el sector salsero.• Plan de medios para la promoción.• Estrategia de publicidad <p>EVENTOS Y ESPECTACULOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Salsa en la Loma• Festival mundial de salsa• Museo de la Salsa• Festival de verano• Feria de Cali• Apoyo a eventos de ciudad <p>PROMOCION DEL PRODUCTO EN ESCENARIOS NACIONALES E INTERNACIONALES</p> <ul style="list-style-type: none">• Participación en Congresos mundiales de Salsa• Promoción del producto en ferias internacionales de turismo.• Promoción en eventos nacionales de turismo y salsa.
PROYECTO: CALI RURAL Y ANFITRIONA	Ejes del proyecto
<p>Una Comunidad Anfitriona es aquella que unida por su vecindad, cotidianidad y cultura, decide prepararse para hacer partícipe de su estilo de vida digno, cálido y sencillo a quienes visitan su región; para compartir con ellos sus sueños, su lucha para defender la vida, sus bosques, sus montañas, sus ríos, sus costumbres, su forma de cultivar el suelo, sus dioses, mitos y leyendas; para permanecer en su tierra: ellos y sus herederos.</p> <p>El Macroproyecto tiene como estrategia la intervención en la planeación, capacitación, desarrollo y promoción del turismo en el municipio, entendiendo el turismo como una empresa social, cultural y comercial, una acción transversal e impulsora de la economía con enfoque comunitario. El Proceso de Fortalecimiento a Comunidades Anfitrionas, en el que participan prestadores de servicios turísticos ubicados en la zona rural del municipio, donde el eje transversal es el manejo ambiental que el turismo</p>	<ul style="list-style-type: none">• Planeación, Capacitación, desarrollo y promoción del producto avistamiento de aves.• Apoyo al fortalecimiento de prestatarios de servicios turísticos de la zona rural.• Apoyo a ruedas de negocios entre prestatarios de servicios turísticos y empresarios.• Desarrollo de paquetes turísticos con certificaciones de competitividad.• Desarrollo y promoción de expresiones culturales, gastronomitas y artesanales de la zona rural.

<p>requiere en las regiones aledañas a las cuencas hidrográficas de sus siete ríos que nacen en la Cordillera Occidental y la responsabilidad que cada visitante debe tener para apoyar la preservación del bosque y el agua como fuente de vida para generaciones futuras. Uno de los objetivos del proceso es fomentar la cadena productiva o de valor del turismo rural mediante el establecimiento de alianzas entre los prestadores vecinos para complementar su propia oferta a menor costo, de tal manera que se organicen rutas y circuitos con mayores servicios y actividades, donde la imagen de Cali como un destino de salsa y belleza esté complementado con los atractivos naturales que se ofrecen en la zona de influencia del Parque Nacional Farallones y el Río Cauca. Otro objetivo importante es mantener la actividad principal del predio y el grupo familiar, como parte del atractivo turístico a ofertar. Entendida así la actividad turística en el sector rural, genera ingresos económicos adicionales a las comunidades anfitrionas, de tal manera que posibiliten su permanencia en la región.</p>	
--	--

PROYECTO: CALI “UN NUEVO LATIR” MARCA DE CIUDAD	Ejes del proyecto
<p>El macroproyecto de lanzamiento de Cali como destino Turístico mundial a través del marketing urbano como proceso estratégico, busca generar en la ciudad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad de ciudad: factor clave de éxito en competitividad de ciudades. • Una ciudad más atractiva que posea una elite capaz de innovar. • Una Estrategia para atraer a la “clase creativa” de la ciudad con talento, tecnología y tolerancia. • Capacidad de crear reexperiencias atractivas como ventaja competitiva de la ciudad. • Combina altos ingresos y alta ocupación en el sector tecnológico con multiculturalismo y tolerancia étnica. • Una nueva forma de comunicación y cooperación urbana. • Una ciudad con “ingenio colectivo”, obra colectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción del concepto eficaz de marca de ciudad. • Estrategia de aumento del atractivo de la ciudad y del desarrollo de una imagen positiva. • Construcción de la imagen, factor condicionante del desarrollo humano. • Divulgación de la verdadera identidad de la ciudad, factor clave de éxito en competitividad de ciudades. • Presencia en mercados objetivo (clientes). • Estudio de mercado objetivo nacional e internacional teniendo en cuenta demandas, deseos y sensaciones. • Desarrollo de productos y servicios de calidad correspondientes a estas demandas.(Productos Artesanales, Productos y servicios Culturales, • Diseño de una estrategia de medios que comunique los objetivos de la ciudad y sus atractivos. • Planificación de la gestión y el control de las relaciones de intercambio de una ciudad con sus mercados objetivo. • Apoyo a eventos del sector en Cali. • Fortalecimiento del Parque Artesanal Loma de la Cruz y

	estrategia de posicionamiento como parque temático.
PROYECTO: CALI ACCESIBLE	Ejes del proyecto
El turismo accesible se refiere a las motivaciones y tendencias de la demanda turística con capacidades restringidas. El mercado objetivo de este segmento se centra en personas con poder adquisitivo alto(*), que permita mantener una demanda turística en temporadas bajas de ocupación y a su vez se logra Concientizar sobre la construcción de una ciudad para los ciudadanos, donde sea posible encontrar nuevas formas de relacionarse hombres y mujeres, comunidad y medio ambiente, en fin, el sueño es una ciudad para el ejercicio de la ciudadanía, para el despliegue permanente de la imaginación como creación colectiva.	(*) La Población con capacidades restringidas de poder adquisitivo son aproximadamente el 10% de la población de cada país tiene algún tipo de discapacidad. Europa: 50 millones de ciudadanos presentan alguna discapacidad. <ul style="list-style-type: none">• Definir acciones a partir del diagnóstico de la infraestructura turística para la accesibilidad.• Socializar el diagnóstico de accesibilidad de la ciudad con miras a eventos y para olímpicos.• Capacitación sobre accesibilidad y discapacidad a recurso humano vinculado con el sector turístico.• Campañas de sensibilización sobre la accesibilidad de Cali. Cali Accesible

VISIÓN 2011 PARA EL SECTOR EN SANTIAGO DE CALI

Para el año 2011 Cali habrá posicionado la actividad turística como una de las importantes para el desarrollo económico de la ciudad; por consiguiente, será unaciudad que habrá fortalecido la competitividad de sus productos y destinos en un trabajo que permitirá una relación armónica ciudad-región, donde los sectores públicos nacional y local jugarán un papel determinante en la generación de condiciones óptimas para el desempeño empresarial.

- Cali habrá consolidado productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística. Esos productos son: Salsa y Sabor, Avistamiento de Aves, Turismo Rural, Gastronomía, Turismo cultural, Eventos y Convenciones, Ferias y Fiestas, deporte y Aventura, Salud y belleza, Compras y la consolidación de la Marca Cali ciudad Capital.
- En el plano regional, el municipio habrá conseguido consolidar una cultura turística en la sociedad; el turismo habrá contribuido a preservar los valores sociales y patrimoniales y será un elemento fundamental para generar orgullo de ciudad. Las comunidades se habrán vinculado a la actividad turística, beneficiándose del desarrollo que proporciona esta industria.
- Las comunidades se habrán especializado en ofertas diferenciadas y los corregimientos se habrán comprometido en programas de mejoramiento en diferentes frentes teniendo como objetivo la competitividad de su producto turístico.
- A nivel internacional Cali habrá concentrado en atraer turistas de altos ingresos con visión mucho más selectiva, no de volumen, para lo cual habrá fortalecido su capacidad de investigación de mercados y de promoción.
- Existirá un trabajo mancomunado ente el sector público y privado y los diferentes prestadores de servicios turísticos se identificarán como parte de una cadena de valor amplia, en la que su aporte es definitivo para la competitividad del producto y del destino. En ese sentido, estarán comprometidos con la calidad y la diferenciación del producto.
- El recurso humano vinculado al sector tendrá altos niveles de calidad, su formación corresponderá con las exigencias del mercado.
- La investigación y el desarrollo tecnológico en turismo tendrán un apoyo decidido del Municipio y la información (Indicadores de Gestión Turística) y el análisis económico del sector se habrán consolidado y serán fundamentales para la toma de decisiones tanto en el sector público como privado.

-

- **ESTRATEGIAS A DESARROLLAR**

- Fortalecer la gestión turística de los corregimientos con el fin de que asuman de manera eficiente el compromiso de mejorar la competitividad de los productos turísticos regionales y locales.
- Hacer la gestión ante las instancias pertinentes con el fin de mejorar la infraestructura de apoyo al sector turístico con el objeto de brindar un buen servicio en los diversos destinos.
- Trabajar con las autoridades y con la comunidad en programas de seguridad en todos los destinos, especialmente en las temporadas altas.
- Estructurar en coordinación con los empresarios programas de sensibilización orientados a fortalecer la unidad gremial y a obrar de manera conjunta, a favor de los destinos turísticos del país.
- Identificar y analizar los perfiles de los consumidores turísticos con el fin de elaborar planes de mercadeo y estrategias de promoción basados en segmentos específicos del mercado.
- Fortalecer los programas de promoción, con énfasis en los productos de los diversos clusters, tanto para el turismo interno como para el turismo internacional.
- Coordinar con las entidades públicas y privadas que manejan los programas de educación para el turismo de tal manera que los contenidos de los programas se adecuen a las necesidades de los empresarios y estructurar programas de sensibilización de las comunidades receptoras y de los diferentes actores que tienen que ver con el turismo en los destinos.
- Crear instrumentos que permitan mejorar la calidad de los servicios turísticos con el fin de garantizar al usuario una prestación eficiente de los mismos.
- Generar sistemas de información para el turismo con el fin de garantizar su disponibilidad permanente para el inversionista y para los encargados de tomar decisiones en el sector.
- Propiciar y fortalecer instrumentos de cooperación e integración turística con el fin de que el país aproveche los espacios que la experiencia internacional ha consolidado en materia de gestión turística.
- Hacer accesible el crédito y los diferentes mecanismos de apoyo a la gestión empresarial existentes en el Estado, especialmente para las mipymes turísticas

EJES TEMÁTICOS

Los esfuerzos del sector se concentrarán en los siguientes nueve ejes temáticos:

ESTRATEGIA	META	ACTIVIDAD	INDICADOR
Destinos Turísticos Competitivos	Programa de convenios de competitividad turística	Los convenios de competitividad turística han demostrado ser una herramienta eficiente para aunar esfuerzos de los diferentes actores de los destinos turísticos y para generar sinergias entre las diversas instituciones y organizaciones en torno a los objetivos de desarrollo del turismo.	Firma y seguimiento de 5 convenios de competitividad turística de los productos turísticos de Cali.
	Programa de definición de Indicadores de Competitividad en Los Destinos Turísticos	<p>A partir de la experiencia de los convenios de competitividad turística, se avanzará en mediciones de competitividad para los destinos y los productos turísticos.</p> <p>Los indicadores permitirán medir los avances de cada producto o servicio en la construcción de los diversos tipos de capital (natural, financiero, de infraestructura, institucional, cultural, de conocimiento y humano) y en la creación de ventajas (conectividad, compromiso cívico, calidad de vida) de Santiago de Cali.</p>	Definición de indicadores en los cinco convenios durante el primer semestre del año 2009. En los años siguientes, hasta el 2011, se trabajará en las mediciones correspondientes y se determinarán los ajustes que sean del caso.
	Programa de asistencia técnica en planificación turística	La asistencia técnica en planificación del turismo abarca la realización de una serie de talleres (al menos uno por cada producto) a través de los cuales se transfiere tecnología a grupos locales organizados y en un acompañamiento para la elaboración de los planes turísticos.	Meta: Realización de diecisiete (10) planes turísticos en los destinos regionales y locales.
	Programa de asistencia técnica en diseño de producto:	<p>La asistencia técnica en diseño de producto tiene característica similares. La Oficina de Turismo posee las herramientas metodológicas para brindar asistencia técnica a los clusters en el diseño de sus productos turísticos.</p> <p>Es muy importante la cooperación internacional de aquellos países que tienen experiencias consolidadas en diseño de producto turístico. Mediante pasantías, seminarios, intercambios, se lograrán fortalecer los equipos técnicos en los niveles nacional y regional que permitan desarrollar este aspecto.</p>	Meta: Asistencia técnica a diecisiete (10) productos.
INFRAESTRUCTURAS DE BUENA CALIDAD	Programa de fortalecimiento de la infraestructura turística:	Ante la precariedad de la infraestructura turística de la ciudad se atenderá esta necesidad con los programas de asistencia técnica en señalización turística y enlucimiento de fachadas. El primero de ellos implica un gran compromiso de las demás Secretarías del Municipio agilizando la concesión de espacio público y de los empresarios para que aportando recursos, a través de publicidad, se puedan implantar y mantener las señales.	Meta: Atención a diez (10) destinos
		El enlucimiento de fachadas implica, igualmente, un gran compromiso de las comunidades y de los empresarios para que se adelanten los procesos de puesta en valor del patrimonio histórico de manera responsable y armónica.	Meta: Atención a diez (10) destinos

	Programa de gestión para mejorar infraestructuras básicas:	No es posible prestar un buen servicio turístico sin buenas infraestructuras de servicios públicos, vialidad (carreteras, recuperación de corredores férreos, senderos y caminos), comunicaciones, medios de transporte, terminales de transporte, entre otros. La principal tarea a desarrollar estará ligada a hacer gestión con otras entidades del Estado y el Municipio, y a proponer alianzas estratégicas para que este elemento tan importante en la cadena productiva del turismo tenga un desarrollo significativo.	Meta: Gestión permanente atendiendo los compromisos de los convenios de competitividad turística
SEGURIDAD PARA LOS VIAJEROS	Garantía de seguridad para los turistas en las carreteras y en los destinos turísticos.	Desarrollar un plan de seguridad para los eventos y destinos turísticos de la ciudad en acuerdo con la Secretaria de gobierno Municipal, la Policía de Turismo y el sector turístico	Aplicación de un programa anual, a partir de finales del año 2007, en el que se enfatizará la seguridad durante los eventos de ciudad, destinos turísticos, puentes y la alta temporada.
	Programa de seguridad en los destinos turísticos:	Subprograma de vigilancia de atractivos turísticos y de terminales de transporte.	Presencia de la Policía de Turismo en los eventos agendados
FUERZA EMPRESARIAL EFICIENTE	Programa de formación de empresarios con visión global:	Es fundamental continuar con los procesos de formación de los empresarios en temas administrativo-gerenciales que les permitan conocer las tendencias internacionales en materia de gestión y de comportamiento del sector turismo.	Meta: Capacitación de 5 empresarios por producto.
	Programa de formación de empresarios con visión global:	Es fundamental continuar con los procesos de formación de los empresarios en temas administrativo-gerenciales que les permitan conocer las tendencias internacionales en materia de gestión y de comportamiento del sector turismo.	Meta: Capacitación de 5 empresarios por producto.
	Programa de apoyo a la creación y fortalecimiento de mipymes turísticas:	Mediante talleres se motivará la constitución y fortalecimiento de empresas de servicios turísticos como la mejor manera de participar activamente en la generación de riqueza y empleo y para capitalizar localmente los beneficios del turismo. Hay muchos servicios que pueden asumir estas empresas en la cadena productiva del turismo. Se hará a través de concertación con programas ya existentes en diversas entidades del Gobierno que pueden beneficiar de manera considerable la prestación de servicios turísticos.	Meta: Creación de 10 mipymes turísticas y fortalecimiento de 10
	Programa de viviendas productivas turísticas:	Tiene por objeto crear condiciones para alojar turistas en las viviendas de los residentes en los destinos, especialmente en aquellas zonas que no disponen de planta turística de alojamiento desarrollada.	Meta: Apoyo a 20 microempresarios
CONOCIMIENTO DE LOS MERCADOS Y DE PROMOCIÓN PRODUCTOS PRIORITARIOS	Programa de investigación de los mercados domésticos:	Gestionar con entidades del orden nacional y regional recursos que permitan la realización de estudios de mercado por producto.	Metas: Realización de cuatro (4) estudios de mercado para el turismo doméstico

		Programa de fortalecimiento de la promoción especializada:	La promoción tendrá un enfoque de producto. Se dará prioridad a aquellos que hayan participado en el proceso desarrollado por la Secretaría de Cultura y Turismo, cumplan con la matriz de competitividad y diseñado técnicamente su producto.	Meta: Cobertura a Cinco (5) productos por año
		Estrategia: Promoción del turismo doméstico Ciudad en campañas y boletines de prensa virtuales la Secretaria de Cultura y Turismo.	Definir una campaña de promoción que permita a los caleños identificar y disfrutar los productos y servicios turísticos de la Ciudad.	Meta: Incluir los paquetes turísticos de la
		Estrategia: Promoción del turismo doméstico	Definir una campaña de promoción que permita a los caleños identificar y disfrutar los productos y servicios turísticos de la Ciudad.	Meta: Incluir los paquetes turísticos de la ciudad en campañas y boletines de prensa virtuales la Secretaria de Cultura y Turismo.
		Estrategia: Promoción del turismo receptivo	: La promoción del turismo receptivo se efectuará sobre la base de investigaciones de mercados.	Meta: Realización de una (1) investigaciones de mercado por año.
		Programa de acciones promocionales:	Está orientado a apoyar la participación en workshops, ferias internacionales, misiones comerciales, viajes de familiarización y demás actividades promocionales, las cuales se adelantarán como resultado de investigaciones de mercados. Se pondrá especial atención a la dotación de material promocional a las representaciones diplomáticas presentes en el país y a las misiones de Colombia en el exterior. Igualmente se efectuarán talleres con las representaciones diplomáticas del exterior en Colombia con el fin de difundir la política nacional de turismo.	Meta: Un (1) kit promocional por año
1.1.	FORMACIÓN , CAPACITACIÓN Y CULTURA DEL TURISMO	Programa de capacitación de los prestadores de servicios turísticos	: En lo que tiene que ver con el aspecto formativo de los prestadores de servicios turísticos, es fundamental el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA- en los siguientes frentes: adecuación de los programas de formación en turismo a las necesidades regionales, bilingüismo, modernización y transformación del Centro Nacional de Hotelería en un centro de desarrollo tecnológico para el turismo y apoyo a la capacitación de la Policía de Turismo como soporte al plan de seguridad turística.	Meta: Capacitación de 200 trabajadores del sector por año.
		Programa de mejora de la calidad de los servicios turísticos:	Es un programa que se trabajará en dos niveles: calidad empresarial y excelencia de los destinos turísticos. Subprograma de calidad empresarial: Está orientado a lograr que los empresarios asuman el tema de la calidad como una de sus estrategias básicas. Se buscará que los prestadores de servicios turísticos implanten sistemas de gestión de la calidad	Meta: Vinculación de 5 empresarios en programas de gestión de la calidad, a través de la aplicación de normas técnicas y de normas ISO.

	Subprograma de excelencia de los destinos turísticos	: Se trabajará en el diseño de mecanismos para incentivar a los prestatarios de servicios turísticos a que logren un desarrollo turístico integral	Meta: Vinculación de dos (2) productos turísticos en la aplicación de estándares de calidad.
1.2. INFORMACIÓN OPORTUNA PARA LA TOMA DE DECISIONES	Estrategia: Implementación de un sistema de información turística Municipal.	Alimentado con la información proveniente del Registro Nacional de Turismo y de las cifras arrojadas por la cuenta satélite del turismo, el sistema de información se constituye en una herramienta fundamental para la toma de decisiones en el sector.	Meta: Un (1) Sistema de Información Turística actualizado y con presencia en Internet.
1.8. POCISIONAMIENTO DE SANTIAGO DE CALI COMO DESTINO CULTURAL, VACACIONAL Y CORPORATIVO.	Estrategia: Cumplir con el objetivo nacional de visitantes al año 2011.	El Gobierno nacional se ha puesto la meta de recibir 4 millones de visitantes para el año 2010. En el año 2007 Cali participo con el 9% de los visitantes que llegaron a Colombia de un total de 1.195.440 es decir que arribaron 102.296. Se espera que Mínimo Cali mantenga esta participación porcentual en las cifras nacionales, con lo que se debe llegar al 2010 a 360.000 visitantes. Para el 2011 se debe incrementar este valor a 400.000 visitantes.	al 2010 a 360.000 visitantes

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad y articulación con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal que propenden por el desarrollo turístico de la ciudad, en particular determina la ejecución del Macroproyecto No. 7.7.1 MACROPROYECTO: CADENAS PRODUCTIVAS: LA UNIÓN HACE LA FUERZA en sus Ejes de proyectos denominados: Promoción del turismo de deporte y aventura; Desarrollo de la marca Cali como destino turístico; Creación del plan de CITY-MARKETING; Promoción y gestión del boulevard de la Avenida Sexta; Prevención del turismo sexual.

3. PROGRAMA RED DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Alcance: Son los proyectos, actividades y acciones encaminadas al fortalecimiento y multiplicación de espacios de participación ciudadana, de tal manera que se utilicen como escenarios propios que contribuyan a la construcción y mejoramiento de la comunidad.- (Reglamentación del Ministerio de Cultura – Programa de Lectura y Escritura).

INTRODUCCIÓN

La Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias se ha consolidado como un programa de inversión social en el municipio de Cali, orientado a promover la lectura y a poner a disposición de la comunidad caleña la universalidad de la información; indudablemente estos son los ejes centrales, su razón de ser, las demás acciones, materializadas en servicios, programas y productos que ofrece cada uno de los 56 espacios con que cuenta el programa en la actualidad, se desprenden de estos postulados.

De igual forma, la misión que nos hemos impuesto ha permitido contar con un programa donde se refleja la participación activa de la comunidad beneficiaria en cada uno de las etapas de implementación, mejorando los procesos de construcción social del conocimiento, lo que ha permitido la inclusión de los actores sociales que intervienen en la operación y administración de cada uno de los espacios que integran la red.

ANTECEDENTES

En 1991, un grupo de líderes y vecinos del tradicional barrio Obrero de Cali, ante las limitadas oportunidades de acceso a la información, las deficiencias del sistema educativo y la escasa oferta artística y cultural, decidieron fundar una biblioteca comunitaria que diera solución a las necesidades por ellos identificadas. La biblioteca se inicia con los aportes voluntarios de la comunidad, tanto en libros como en tiempo para la atención de las consultas. Sin embargo, esta iniciativa que a la postre son los

orígenes de la actual Red de Bibliotecas, sólo dura tres años. El trabajo voluntario y bien intencionado de aquellos pioneros de la gestión cultural perdió la batalla frente a la necesidad de atender los requerimientos básicos de sus hogares.

Debido a las oscilaciones en la apertura del espacio y en la prestación continua del servicio, se generó un estado de desconfianza entre los usuarios y habitantes del sector, lo que terminó por agotar la iniciativa de este grupo de líderes comunitarios.

Ante la realidad económica y febril del voluntariado, las Juntas de Acción Comunal y las Juntas Administradoras Locales solicitaron apoyo económico de la administración municipal para operar el espacio. Debido a la importancia que para el alcalde de ese momento merecía una biblioteca, reciben en mensaje positivo y se reabre el espacio del barrio Obrero, así como 33 nuevos proyectos de bibliotecas comunitarias.

En 1994, a solo dos años de abiertas las bibliotecas con recursos del estado, éstas se cierran por el cambio en la administración municipal. Se debió esperar hasta 1996, cuando la entonces recién creada Dirección de Cultura y Turismo, estableció dentro de su plan de acción el fomento, coordinación y operación de bibliotecas públicas, como parte de una estrategia para facilitar el acceso a la información de los ciudadanos. Sin embargo, con la crisis económica de finales de la década de los 90, nuevamente se cierran las puertas de estos espacios tras un año de funcionamiento.

En ese momento quedó comprobado que el estado por sí sólo, terminaba generando el mismo resultado que el de las iniciativas voluntarias de las comunidades.

Es hasta 1998, cuando en medio de la crisis económica y la desmotivación de la comunidad para implementar y apoyar proyectos de este tipo, que la Dirección de Cultura promueve el establecimiento de una alianza estratégica con la Fundación Carvajal, el Área Cultural del Banco de la República y las organizaciones comunitarias de 17 barrios del municipio. El propósito fundamental de la alianza era trabajar mancomunadamente en la dinamización y consolidación de una Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias que ofreciese un servicio permanente de calidad para todos los usuarios y que no fuese diezmado por las condiciones y características propias de cada uno de los socios en forma individual.

Sistema de monitoreo y seguimiento

La Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias de Cali asume la evaluación como uno de los componentes fundamentales de todo modelo de gestión y la define como un proceso que permite observar y comprender tanto lo que se está obteniendo, como aquello que no se alcanza a obtener o que presenta dificultades para determinar el estado de avance de los procesos y tomar decisiones. El producto de la fase de evaluación se constituye en el insumo vital para que la dirección del programa pueda adelantar su tarea principal: tomar decisiones acerca de la política y desarrollo del programa, responder y rendir cuentas a la ciudadanía.

Se ha construido un Sistema de Monitoreo y Seguimiento de la gestión que adelanta la Red, con el propósito de brindar información confiable, precisa, oportuna y suficiente, que incorpore consistencia a la labor de evaluación. Mediante el monitoreo se registran estados reales de los atributos en los procesos y los recursos, a lo largo del tiempo, mientras que a través del seguimiento se dialoga proactivamente; además se logran y construyen pactos de cualificación y se alivia la tensión normal entre el deber ser (ideal) del plan diseñado y el ser (real) de la ejecución.

Más allá de las cifras y de las estadísticas de atención de usuarios, la Red de Bibliotecas de Cali ha logrado avances significativos tales como:

- La definición e implementación de políticas de gestión y administración (lineamientos estratégicos, protocolos e instrumentos).
- La cualificación de las prácticas y multiplicación de experiencias en promoción de lectura y escritura, extensión cultural y desarrollo comunitario.
- El mejoramiento de la infraestructura física y la ampliación y actualización de las colecciones bibliográficas y fondos videográficos.
- La sistematización y automatización de procesos con el diseño e implementación del Sistema Único de Registro de Usuarios – SIRUS, de la Llave del Saber y del Sistema de Información Local.

- El fortalecimiento y la ampliación de las alianzas estratégicas entre la empresa privada y el sector oficial.
- El seguimiento y monitoreo de la gestión como base para la evaluación.
- La creación de una cultura de evaluación como mecanismo de mejoramiento continuo de la calidad de los servicios (evaluación de impacto, evaluación de la calidad de los servicios, evaluación de la gestión de los agentes culturales y evaluación de las ONG socias).

El estado de los hábitos de lectura, asistencia a bibliotecas y consumo de libros.

Plan operativo – 2008-2011

- **Continuar con las alianzas estratégicas** para el proceso de sostenibilidad y mejoramiento de la Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias de Santiago de Cali, mejorando los niveles de inserción y participación de los grupos y organizaciones comunitarias, ONG'S y entidades privadas en la planeación, ejecución y evaluación de la Red garantizando de esta forma la prestación permanente de servicios culturales de calidad a la comunidad caleña.
- **Inscripción de la red de bibliotecas públicas** comunitarias de santiago de Cali ante el Ministerio de Cultura- Red Nacional de Bibliotecas Publicas que coordina la Biblioteca Nacional.
- **Santiago de Cali, referente nacional y latinoamericano de promoción de la lectura, la escritura y la expresión oral:** Organización, apoyo y coordinación para el desarrollo de eventos de ciudad en el área de acceso a la información y promoción de la lectura, la escritura y la expresión oral: Festival Internacional de Poesía, Maratón de lectura, Día internacional del Libro y del idioma, Congreso latinoamericano de lectura, escritura y expresión oral.
- **Ampliar y cualificar las posibilidades de acceso a la información:** Actualizar y difundir el Sistema de Información Local en las 22 comunas y los 15 corregimientos del Municipio y en especial en las áreas de influencias de las bibliotecas que integran la Red.
- **Implementar el programa de lectura, escritura y expresión oral “CALI LEE”.** Construir participativamente la Política pública de lectura, escritura y expresión oral de Santiago de Cali, oficializada a través de un acuerdo municipal, e implementar los proyectos definidos en las cinco líneas estratégicas del programa Cali LEE, tendientes a formar colectivos e individuos que lean, escriban y se expresen oralmente de forma competente y autónoma, posibilitando la construcción de una ciudadanía crítica, participativa y propositiva, con especial atención en aquellos habitantes de las zonas de prioridad social del municipio.
- **Dotar por lo menos 60** equipos de cómputo con destino a las bibliotecas que integran la Red y realizar la actualización y el mantenimiento de los existentes.
- **Lograr el 100% de la conectividad** y la consulta de servicios en línea de la Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias, mediante la conexión a la Internet de las bibliotecas que por su carácter de epicentro de la información local, condiciones técnicas de equipos, comunicación y su ubicación geográfica sea viable este servicio.
- **Ampliar las posibilidades de acceso a los bienes y servicios** culturales que ofrece la Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias hacia sectores de prioridad social del área urbana de Cali, mediante el acondicionamiento y funcionamiento de cuatro (4) espacios de bibliotecas y/o centros culturales que ofrecerán sus servicios a los habitantes de la zona de prioridad social de Cali; estos espacios contarán con el apoyo técnico, organizativo, administrativo y de operación de la Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias de Santiago de Cali.
- **Acompañamiento y asesoría a la gestión de recursos participativos** a través de los situados fiscales, mediante la inclusión de por lo menos un (1) proyecto por comuna y corregimiento cuya destinación sea para el fortalecimiento de las bibliotecas y/o Centros Culturales que integran la red.

- **Celebración de Convenios de cooperación interinstitucionales** con entidades fundacionales, académicas, estatales, privadas y/o afines del orden local, nacional e internacional, con el propósito de gestionar recursos frescos financieros, técnicos y de servicios profesionales con destinos a mejorar las plantas físicas, dotaciones, procesos técnicos y de atención a los usuarios de la red de bibliotecas públicas comunitarias de Cali.
- **Promoción y Divulgación** de los servicios, proyectos y/o actividades de cada una de las bibliotecas de la zona urbana y rural de la Red, a través del programa de televisión y radio y del boletín Cultura y Turismo que tiene planteado implementar en la ciudad de Santiago de Cali la Secretaría para la presente vigencia fiscal.
- **Divulgar, promocionar y comercializar los productos** de la red de bibliotecas públicas comunitarias, tales como: Sistema de Información Local; registro estadístico que se realiza mediante la aplicación informática denominada - SIRUS-y llave del saber, software que permite contar con la información actualizada y al instante de los servicios que presta cada una de las bibliotecas que integran la red; sistema de la evaluación de impacto; catálogo maestro de fondos bibliográficos y el sistema de evaluación de agentes culturales.
- **Realizar la asesoría y acompañamiento permanente** a la gestión de las entidades contratadas para la operación y administración de las bibliotecas públicas comunitarias, estableciendo mecanismos de control como reuniones periódicas, visitas de campo y la estrategia de **CONSEJOS COMUNITARIOS PARTICIPATIVOS**, espacios donde la comunidad usuaria y los actores sociales y comunitarios pueden participar del desarrollo y la ejecución del programa.
-
- **INDICADORES DE GESTIÓN**

- a) A 31 de diciembre de 2010, se ha incrementado en un 5% la diferencia estadística entre usuarios y no usuarios en por lo menos el 60% de las bibliotecas de la Red con relación al nivel de competencias básicas de lenguaje.
- b) A 31 de diciembre de 2010, el programa RBPC tiene presencia y presta sus servicios de forma permanente en el 100% del territorio del municipio, de acuerdo con los estándares de calidad.
- c) A 31 de diciembre de 2010, la totalidad de las bibliotecas de la RBPC cuentan con acceso permanente a Internet de calidad y disponen de por lo menos 3500 títulos (en diferentes formatos) de todas las áreas del conocimiento
- d) A 31 de diciembre de 2009, la red de bibliotecas públicas comunitarias de Cali, es reconocida por las JAC, JAL, Concejo Municipal y grupos culturales y educativos del Municipio como un programa de calidad que ha mejorado las posibilidades de desarrollo de las comunidades más vulnerables.
- e) A 31 de diciembre de 2009, la totalidad de los espacios que integran la Red de Bibliotecas están operando cumpliendo con los estándares de calidad del programa.
- f) A 31 de diciembre de 2009, el programa RBPC esta incluido en los planes de desarrollo e inversión del municipio período 2008-2011.
- g) A 31 de diciembre de 2009, el nivel de satisfacción de los usuarios de las bibliotecas ha mejorado en un 7% con relación al año 2006.
- h) A 31 de diciembre 2008, la RBPC ha diseñado la Política Pública de Lectura y Escritura del Municipio y se ha ejecutado por lo menos el 25% de las acciones contenidas en el Plan Operativo.

ESTRATEGIA No. 2.1 *Dinamizar la participación comunitaria, divulgación y promoción del derecho a la información y la validación de ésta como bien publico.*

Actividad No. 2.1.1 *Desarrollar actividades de extensión cultural.*

Actividad No 2.1.2 *Incrementar el numero de usuarios de los servicios de la Red de Bibliotecas.*

ESTRATEGIA No. 2.2 *Fortalecimiento de la infraestructura de la Red de Bibliotecas.*

Actividad No 2.2.1 *Creación y mejoramiento de la infraestructura física de las Bibliotecas.*

Actividad No 2.2.2 *Dotación fondos bibliográficos, videográficos y mobiliario.*

ESTRATEGIA No. 2.3 *Implantación del plan de lectura, escritura y expresión oral.*

Actividad No 2.3.1 *Coadyuvar en la formación de ciudadanos competentes en el uso del lenguaje.*

Actividad No 2.3.2 *Promover el valor social de la lectura, la escritura y la expresión oral.*

Actividad No 2.3.3 *Propender por la equidad en el acceso a materiales y recursos para el ejercicio de la lectura, la escritura y la expresión oral.*

Nº	Meta	Indicador	Línea de base-LB/Observaciones
2.1.1	Desarrollar 150.000 actividades de extensión cultural.	Numero de actividades de extensión cultural realizadas en el periodo	LB. 139.160 eventos realizados año 2007 Red de Bibliotecas.
2.1.2	Incrementar en un 3% los usuarios de la Red de Bibliotecas.	Porcentaje de incremento de usuarios.	LB. 867.723 personas atendidas 2007.
2.2.1	Incrementar en un 10% la dotación bibliográfica, video gráfica y multimedia en la Red.	Porcentaje de incremento de la dotación.	LB. 196.000 Volúmenes en la Red.
2.2.2	Incrementar en un 7% las bibliotecas publicas de Santiago de Cali	No. de bibliotecas construidas	LB 56 Bibliotecas
2.3.1	Incrementar en un 5% el numero lectores autónomos de la Red de Bibliotecas.	Porcentaje de incremento de lectores autónomos.	LB. 23.000 Personas lectoras autónomas.
2.3.2	Reducir en un 30% el analfabetismo funcional en sectores de prioridad social del municipio	Porcentaje de incremento de analfabetismo funcional.	

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad y articulación con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal que propenden por brindar mayores posibilidades de formación y capacitación a la población caleña, en particular de los habitantes de los estratos mas marginados de la ciudad, la ejecución de este programa determina la ejecución del Macroproyecto No. 2.2.5 MACROPROYECTO: UNA NUEVA CULTURA EDUCATIVA., en su Objetivo: aumentar la cobertura en todos los niveles y modalidades de la educación formal y la formación para el trabajo y el desarrollo humano a los adultos y jóvenes en extra edad, mediante su Eje de proyecto denominado: Red de bibliotecas (Biblio Bancos) articuladas con la Biblioteca Departamental y las bibliotecas universitarias locales.

4. PROGRAMA DE ESTÍMULOS, FORMACIÓN, INVESTIGACIÓN Y CAPACITACIÓN CULTURAL

Alcance: Son todos los proyectos, actividades y acciones encaminadas al desarrollo de talleres, capacitaciones, foros, investigaciones y seminarios que promuevan la iniciación y cualificación en las diferentes manifestaciones culturales y turísticas.

ESTRATEGIAS

Conociendo, de una parte, los alcances del talento y riqueza creativa de los caleños, y de otra, las carencias anotadas anteriormente, se hace preciso continuar con las acciones emprendidas por la Secretaría de Cultura y Turismo y diseñar una herramienta complementaria para lograr la mayor participación posible de la comunidad de Santiago de Cali.

ESTRATEGIA No. 3.1 Fortalecer el IPC (Instituto Popular de Cultura).

- Actividad No. 3.1.1** Direccionar la ejecución de los talleres y las capacitaciones artísticas a través del IPC.
- Actividad No. 3.1.2** Realizar acciones, estudios técnicos, financieros y jurídicos a fin de convertir el IPC en una institución de educación superior.

ESTRATEGIA No. 3.2 Desarrollar capacitaciones, seminarios, talleres y foros en materia cultural y turística.

- Actividad No. 3.2.1** Mejorar la calidad de las capacitaciones y talleres para la formación cultural y artística.

ESTRATEGIA No. 3.3 Estimular la Creatividad y talento de los promotores y gestores culturales de Santiago de Cali, ofreciendo oportunidades y estímulos que reflejen expresiones diversas de la potencialidad personal, como fundamento de proyectos de vida exitosos y ejemplares.

- Actividad No. 3.3.1 programa estímulos,** se ofrecerán becas y premios a promotores y gestores culturales de Santiago de Cali, que sobresalgan en las diversas disciplinas culturales.

Nº	Meta	Indicador	Línea de base-LB/Observaciones
3.1.1	Porcentaje de talleres y capacitaciones ejecutadas por el IPC	100% talleres ejecutados por el IPC	LB 100 Talleres
3.1.2	Obtener los estudios que determinen la viabilidad técnica jurídica y financiera para convertir el IPC en Institución de Educación Superior.	Documento de viabilidad	Se tomara las decisiones respectivas de acuerdo al documento de viabilidad.
3.2.1	Mejorar la Calidad de las capacitaciones y talleres en formación artística y cultural.	Percepción de los usuarios	Crear línea base
3.3.1	A diciembre 2011, se han creado, ampliado y recuperado espacios para estimular la creatividad y el talento cultural de los promotores y gestores culturales de Cali	Número de promotores y gestores culturales de Cali, becas o premiados	A diciembre 31 de 2007 no existe un programa de estímulos a promotores y gestores culturales en Cali

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad y articulación con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal que propenden por la ampliación de oportunidades de

capacitación y formación de los habitantes de la ciudad y por el otorgamiento de estímulos para el desarrollo de talentos artísticos en la ciudad, la ejecución de este programa determina la ejecución de los Macroproyectos Nos. 2.2.3 MACROPROYECTO: LA DIFERENCIA ES NUESTRA MAYOR RIQUEZA y 2.2.4 MACROPROYECTO: CIUDADELAS EDUCATIVAS en su Objetivo: Promoción de nuevos talentos, deportivos, artísticos, culturales, académicos, políticos, sociales y étnicos, y Generación de espacios de aprendizaje y encuentro ciudadano respectivamente.

5. PROGRAMA DE INFRAESTRUCTURA CULTURAL

Los Centros Culturales y bibliotecas se han concebido como lugares de encuentro creación convivencia y libre expresión de ideas, de fomento a la cultura para enriquecer la vida cotidiana y abrir nuevos horizontes de participación comunitaria de allí la necesidad de contar con espacios adecuados para desarrollar actividades culturales en todas sus manifestaciones.

En la actualidad el 50% no presentan las condiciones mínimas para su correcto funcionamiento, ya que carecen de planes para lograr un verdadero desarrollo cultural. Con el fin de continuar el proceso de descentralización y de esta manera equilibrar la cobertura de infraestructura cultural desarrollada por el Municipio se han establecido componentes principales

Alcance: Son los proyectos, actividades y acciones encaminados únicamente a la creación, fortalecimiento y mejoramiento físico de los museos, teatros, centros culturales y monumentos a cargo de la Secretaria de Cultura y Turismo.

Cuadro 1
Mejoramiento ampliación y terminación de la infraestructura existente:
Bibliotecas a cargo de la secretaria de cultura
Teatrino Comuna 16 -
Sala Teatral Comuna 17
Museo la Tertulia
Teatro Experimental de Cali “TEC”
Parque del Perro en San Fernando
Parque Eucarístico el Templete
La Manzana del Saber

Cuadro 2
Construcción de nuevos Centros Culturales que cuente con la infraestructura para el desarrollo cultural integral tales como:
Centro Cultural comuna 13
Centro Cultural Comuna 21
Construcción del parque temático y cultural comuna 21
Construcción del centro participativo y cultural Corregimiento la Leonera
Casa turística Corregimiento la Paz
Centro Alameda Sol de Oriente
Centro Cultura Comuna 1 – Barrio Vistahermosa -
Centro Cultural Comuna 20 – Brisas de Mayo
Casa de Cultura Comuna 11 – San Pedro
Centro Cultural Comuna 18 – Alto Jordán

Cuadro 3
Recuperación del patrimonio y adecuación de los ya existentes

Centro Cultural de Cali Teatro Municipal “Enrique Buenaventura” Teatro Jorge Isaacs Teatro Al Aire Libre los Cristales Casa Museo Religiosos la Merced Hacienda Cañas Gordas

ESTRATEGIA No. 4.1 Velar por la preservación y operación de la infraestructura cultural de la ciudad.

Actividad No. 4.1.1 Mantenimiento y operación de los museos, teatros y centros culturales.

ESTRATEGIA No. 4.2 Ampliación de la infraestructura cultural de la ciudad.

Actividad No. 4.2.1 Creación del Centro Popular de Manifestaciones Artísticas (Museo de la Salsa).

Actividad No. 4.2.2 Creación de 4 Centros Culturales de impacto inter-comunal.

Nº	Meta	Indicador	Línea de base-LB/Observaciones
4.1.1	Entre el periodo enero de 2008 a diciembre de 2011, se encuentran funcionando en optimas condiciones los Teatros y Centros culturales de Cali.	Número de Teatros y Centros Culturales apoyados	LB: 3 Teatros en funcionamiento en el 2007.
4.1.2	Entre el periodo enero de 2008 a diciembre de 2011 se encuentra funcionando en optimas condiciones Centro Popular de Manifestaciones Artísticas	Centro Popular de Manifestaciones Artísticas	LB: No existe en centro Popular de Manifestaciones Artísticas en diciembre del 2007.
4.1.3	Entre el periodo enero de 2008 a diciembre de 2011 se han construido 4 Centros Culturales	4 Centros culturales construidos.	LB: A diciembre del 2007 existen 5 Centros Culturales

6. PROGRAMA DE CONSERVACION DEL PATRIMONIO CULTURAL

Alcance: Son los proyectos, actividades y acciones encaminados a constituir, organizar, sistematizar y conservar el patrimonio cultural (archivo histórico y archivos audiovisuales y recuperación de la Memoria y los Saberes del Adulto Mayor) (Ley 397 de 1997, 594 de 2000 y Ley 1170 de 2007).

CALI NUESTRO PATRIMONIO: IMAGEN, MEMORIA Y CONSTRUCCIÓN (Programa Conservación del Patrimonio Cultural)

Patrimonio es todo aquello que le pertenece porque lo ha heredado o lo ha construido y por eso está profundamente ligado con su vida. Los objetos o las ideas que integran su patrimonio hacen parte de su memoria, le traen recuerdos, son testigos de su historia personal y serán su legado para las personas que usted quiere. Tal vez algún día usted le regale a su hermano la mochila y, con esta, todas las historias y sentimientos de sus viajes.

Tomado de Patrimonio Inmaterial Colombiano.
Demuestra quién eres.
Ministerio de Cultura
Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

Patrimonio Inmaterial: Conocimientos y prácticas sobre el universo y la naturaleza; Saberes culinarios; Lenguas y expresiones orales; La medicina tradicional; Expresiones musicales y sonoras; Expresiones dancísticas; Las artes escénicas; Las artes audiovisuales; Las artes visuales; Las técnicas de elaboración de objetos, vestuarios, construcción, instrumentos y ornamentación corporal; Las artes y oficios; Las artes plásticas; Expresiones rituales, escénicas, ceremoniales, actos festivos, juegos y deportes; Lo antropológico, lo etnográfico y arqueológico, y; Formas tradicionales de organización social, jurídica y política.

Patrimonio Material

Mueble: Patrimonio arqueológico, etnográfico, artístico de carácter utilitario, documental, monumento en espacio público y de carácter científico.

Inmueble: Patrimonio arquitectónico, urbano, arqueológico.

*Tomado de Manual para Inventarios de bienes culturales
Ministerio de Cultura*

ESTRATEGIAS

Preservación, conservación, organización y sistematización del patrimonio cultural de Santiago de Cali.

ALCANCES DEL PROGRAMA

Implementar las acciones encaminadas a inventariar, organizar, sistematizar y conservar el patrimonio cultural, de acuerdo a la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura), Ley 594 de 2000 (Ley de Archivos) y Ley 1170 de 2007.

ACTIVIDADES

1. Establecer políticas de Preservación y conservación con los acervos inventariados: audiovisual, sonoro, visual y documental de Santiago de Cali.
Meta: Al 31 de diciembre de 2009 Cali cuenta con una línea estratégica que aporte como resultado el 10% del presupuesto asignado para Preservación y Conservación Patrimonial.
2. Inventario, Registro, Documentación y Diagnóstico de la realidad del Patrimonio Material e Inmaterial de Santiago de Cali y desarrollo e implementación de los instrumentos necesarios para evaluar los resultados.
Meta: Al 31 de diciembre de 2011 se cuenta con el Inventario del Patrimonio Cultural Material e Inmaterial de Santiago de Cali.
3. Organización y sistematización del acervo audiovisual, sonoro, visual y documental de Santiago de Cali.
Meta: Al 31 de diciembre de 2011 se cuenta con el catálogo en físico y digital de los diferentes acervos.
4. Adquisición de nuevos acervos: audiovisual, sonoro, visual y documental de Santiago de Cali para aplicar las acciones encaminadas al cumplimiento del programa.
Meta: Al 31 de diciembre de 2011 Cali habrá incrementado en un 30% las colecciones de los diferentes acervos.
5. Adquisición de nuevas tecnologías para aplicar las acciones de conservación y organización en los acervos: audiovisual, sonoro, visual y documental de Santiago de Cali.
Meta: Al 31 de diciembre de 2011 Cali habrá incrementado en 20 los medios tecnológicos afines a las acciones propias del programa.

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal “PARA VIVIR LA VIDA DIGNAMENTE” que propenden por la ampliación de los espacios públicos en la ciudad, en particular determina la ejecución del Macroproyecto No. 2.2.3. LA DIFERENCIA ES NUESTRA MAYOR RIQUEZA en sus Ejes de proyectos denominados: Centro cultural y museo interactivo de la salsa: “MUSA”. y Conservación y preservación del patrimonio cultural.

7. DESARROLLO INSTITUCIONAL

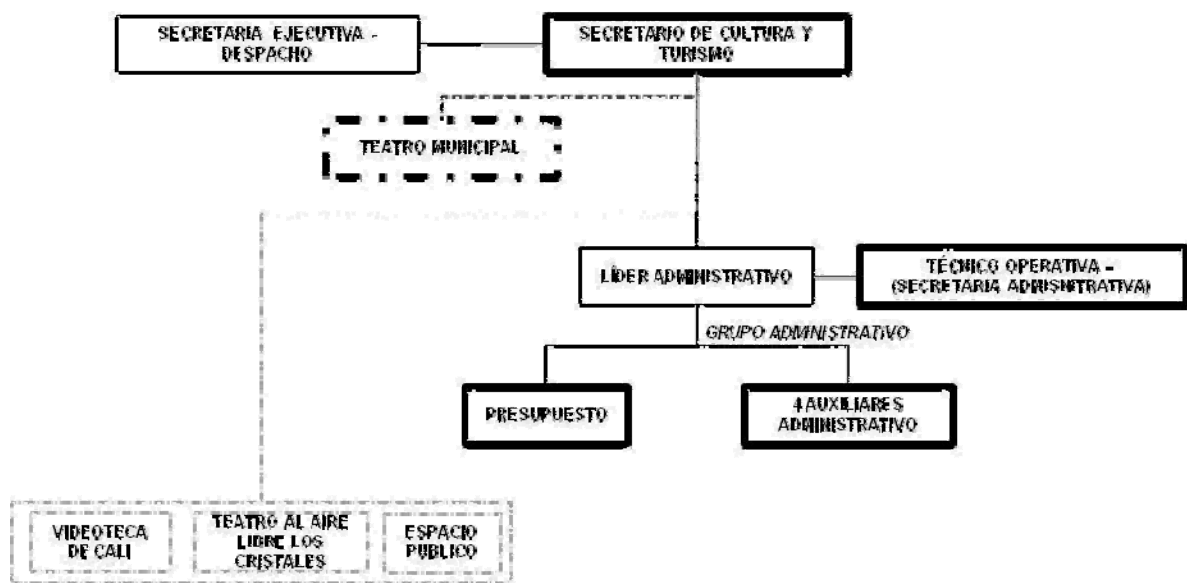
Alcance: Son los proyectos, actividades y acciones encaminados a fortalecer y mejorar la estructura organizacional de la Secretaria.

ANTECEDENTES

Hasta el año de 1995 los procesos culturales y recreativos del Municipio de Santiago de Cali se encontraban a cargo de la Secretaria de Educación Municipal.

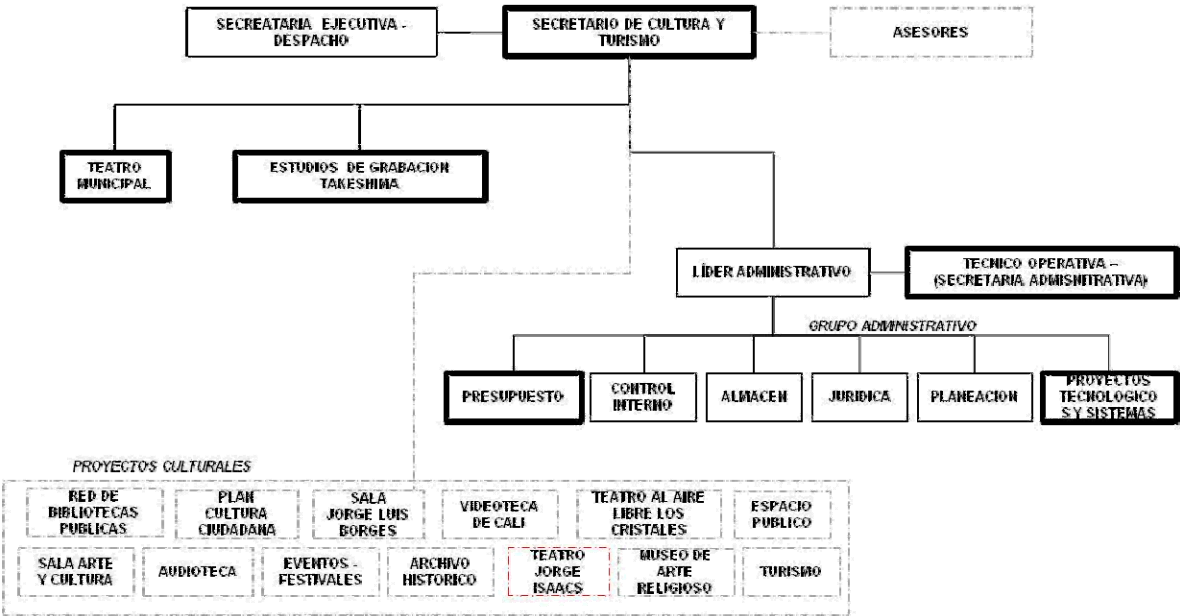
A partir de la expedición del acuerdo 001 de diciembre de 1995 se crea la Dirección de Cultura como un ente adscrito a la Alcaldía de Santiago de Cali para el apoyo y difusión de las manifestaciones culturales del Municipio.

La Reforma Administrativa del 29 de junio de 2001 transforma la Dirección de Cultura en la Secretaria de Cultura y Turismo del Municipio como una dependencia de la Alcaldía de Santiago de Cali, desde esa fecha hasta hoy la Secretaria de Cultura y Turismo ha desempeñado y cumplido sus objetivos con una estructura organizacional mínima:



La Secretaria de Cultura y Turismo a través de sus proyectos consolida una estructura organizacional comprometida, que le permite alcanzar los objetivos institucionales en aras de fortalecer, posicionar y crear nuevos procesos, programas y actividades culturales como la Videoteca de Cali, la Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias, Espacio Público, Sala Jorge Luis Borges, Teatro al Aire Libre los Cristales, Sala de Arte y Cultura, Archivo Histórico de Cali, Plan de Cultura Ciudadana, Audioteca, Museo de Arte Religiosos la Merced, además promueve y posiciona festivales y eventos en los ámbitos nacional e internacional tales como el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, Encuentro de Danzas Folclóricas Mercedes Montaña, Fiesta de la Música, Festival de Rock - Cali Groove, Ciudad Hip – Hop, Festival Música Andina Inti Raymi, entre otros.

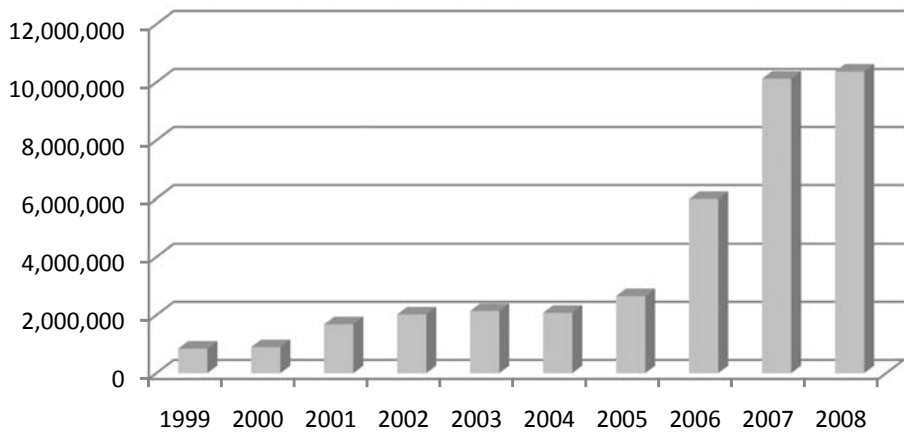
No obstante, y pese a la ampliación de la oferta cultural, la Secretaría de Cultura y Turismo sigue teniendo una debilidad muy grande en la estructura administrativa, porque el 80% del personal es contratado para lograr su óptimo funcionamiento



COMPARATIVO RECAUDO ESTAMPILLA PROCULTURA

ANO	PRESUPUESTO
1999	842,448
2000	895,401
2001	1,682,288
2002	2,021,614
2003	2,141,731
2004	2,074,211
2005	2,651,904
2006	5,977,582
2007	10,119,733
2008	10,368,000

Nota: Valores en mil pesos.



PROPUESTAS

- Ampliar la planta de personal y de cargos a partir de la reforma administrativa
- Incrementar el presupuesto de la Secretaria con recursos propios del Municipio.
- Adscribir al IPC como una organización dependiente de la Secretaría de Cultura y Turismo.
- Incrementar el porcentaje de la Estampilla Pro-cultura del 1.5% al 2%

- Fortalecimiento de CORFECALI y Estudios TAKESHIMA como operadores de proyectos.

ESTRATEGIA No. 9.1.1 Realizar la reforma administrativa municipal que garantice una planta de cargos para la Secretaria de Cultura y Turismo de Santiago de Cali acorde con sus responsabilidades.

ESTRATEGIA No. 9.2.1 Desarrollar e implementar nuevas tecnologías.

ESTRATEGIA No. 9.3.1 Observatorio cultural en funcionamiento.

No.	Meta	Indicador	Línea de base-LB/Observaciones
6.1.1	Entre enero de 2008 a diciembre 2011 se aprobara e implementara el ACUERDO de reforma administrativa	Acuerdo aprobado	LB: Existe documento de acuerdo
6.2.1	Dotar de equipos y software para el correcto funcionamiento de la SCT	Numero de equipos licenciados adquiridos	LB: 35 Equipos a diciembre de 2007
6.3.1	Observatorio cultural en funcionamiento	Numero de indicadores de impacto cultural en funcionamiento	LB: no existe observatorio cultural.

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal que propenden por la ampliación de los espacios públicos en la ciudad, en particular determina la ejecución del Macroproyecto No. 8.8.1 MACROPROYECTO: MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA en su objetivo de adecuación la estructura de la Administración con base en nuevos modelos de desarrollo gerencial, organizacional y tecnológico y en su Eje de proyecto denominado: Reforma Administrativa.

8. EVENTOS FESTIVALES Y CONMEMORACIONES

Alcance: Son los proyectos, actividades y acciones encaminados a desarrollar eventos, festividades, conmemoraciones y recuperación de espacios públicos de ciudad (Asistencia masiva). (Plan Nacional de Música para la convivencia – Ley 397 de 1997).

ESTRATEGIA No. 10.1 Apoyar la realización de los eventos, festividades y conmemoraciones del Municipio de Santiago de Cali.

Nº	Meta	Indicador	Línea de base-LB/Observaciones
10.1.1	Entre el periodo enero de 2008 a diciembre de 2011, se han apoyado no menos de 80 festivales y conmemoraciones culturales de Cali.	Número de eventos de manifestaciones y tradiciones culturales apoyados	LB: 43 eventos apoyados en el 2007. Eventos y conmemoraciones como festivales y celebraciones

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal que propenden por la conservación, producción y divulgación del patrimonio cultural de la ciudad y concurre a la realización del Macroproyecto No. 2.2.3 MACROPROYECTO: LA DIFERENCIA ES NUESTRA MAYOR RIQUEZA en su objetivo de promoción de la expresión cultural y el desarrollo artístico desde los Proyectos Educativos Institucionales y en sus Ejes de proyectos denominados: Promoción y difusión de Festivales Petronio Álvarez, Mercedes

Montaño, Inti Raymi, del Arte, de Teatro y Feria del Libro, entre otros Y Celebración del bicentenario de la Independencia de Santiago de Cali el 3 de Julio de 2010

9. PROGRAMA DE PROMOCIÓN, DIVULGACIÓN Y DIFUSIÓN CULTURAL

En Santiago de Cali se realizan dos mil eventos culturales al año impactando a más del 50% de la población, lo que exige programas de promoción, difusión y divulgación masiva de las actividades que se desarrollan. La falta de una mayor disponibilidad de recursos para el cubrimiento, tecnología de punta, registro, promoción y divulgación de estas acciones propicia un desconocimiento y la no presencia a las actividades culturales en la ciudad y pone en serio riesgo la pérdida de este patrimonio cultural.

Alcance: Son los proyectos, actividades y acciones encaminados a registrar, difundir, divulgar y promocionar las actividades, eventos y manifestaciones culturales y artísticas de Santiago de Cali.

ESTRATEGIA No. 11.1

- Fortalecer las unidades y dependencias de la Secretaría que tienen a su cargo la producción, diseño y realización de programas a través de la promoción y divulgación de las actividades culturales.
- Diseño y creación de programas culturales utilizando como medios la radio, prensa, televisión y medios alternativos y/o comunitarios.
- Incentivar la participación de la comunidad en las actividades culturales a través de las diferentes herramientas comunicacionales diseñadas y promovidas por la Secretaría de Cultura y Turismo de Cali.
- Generar procesos de identidad dentro de los actores culturales para que sean partícipes de las herramientas de comunicación dispuestas por la Secretaría

LINEA BASE

- LB: a diciembre de 2007 existen falencias en las dependencias que manejan producción audiovisual.
- LB: a diciembre de 2007 no existen productos de comunicación.
- LB: a diciembre de 2007 no existen productos de comunicación.

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal que propenden por la conservación, producción y divulgación del patrimonio cultural de la ciudad y concurre a la realización del Macroproyecto No. 2.2.3 MACROPROYECTO: LA DIFERENCIA ES NUESTRA MAYOR RIQUEZA en su objetivo de promoción de la expresión cultural y el desarrollo artístico desde los Proyectos Educativos Institucionales y en sus Ejes de proyectos denominados: Promoción y difusión de Festivales Petronio Álvarez, Mercedes Montaño, Inti Raymi, del Arte, de Teatro y Feria del Libro, entre otros Y Celebración del bicentenario de la Independencia de Santiago de Cali el 3 de Julio de 2010

10. PROGRAMA DE SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD DE LOS CREADORES Y GESTORES CULTURALES DE CALI.

Alcance: Son los proyectos, actividades y acciones encaminados a cumplir el Decreto Nacional 666 de 2001. Los acuerdos Municipales 155 del 2005 y 233 de 2007 – Ley 100 de 1993).

La Ley 100 de 1993 establece que la población pobre y vulnerable tendrá derecho a afiliarse al régimen subsidiado y que dentro de los grupos con particular importancia se encuentran los artistas, de igual manera la Ley 397 de 1997 conocida como la ley de

Cultura hace reconocimiento e incluye dentro de sus definiciones a los artistas señalados en la ley 100 de 1993.

La ley 812 de 2003 en su artículo 46 determina subsidios para la afiliación al sistema general de seguridad social en salud de grupos de población especial dentro de los cuales se encuentran trabajadores de la cultura, creadores y gestores; además en desarrollo de los anteriores preceptos, el consejo Nacional de Seguridad Social en Salud, profirió el acuerdo número 274 de 2004, por medio del cual se definen los criterios de cofinanciación y se establecen condiciones para el otorgamiento de subsidios para esta población específica en los municipios del país.

La Ley 397 en su artículo 38 dispone la facultad a las entidades territoriales para crear la estampilla Pro-cultura, que en Santiago de Cali ya se encuentra en un porcentaje de 1.5% y por lo tanto posee recursos que por medio de la ley 666 de 2001 se estipula que un 10% del total producido se destinará a la seguridad social de los creadores y gestores culturales de la ciudad.

De igual manera en concordancia con las leyes citadas y con el compromiso de diseñar un mecanismo que acredite la condición de creador o gestor cultural el Ministerio de Cultura emana la resolución 1618 de 2004 definiendo la calidad de creador y gestor cultural y se establecen los requisitos e instrumentos de validación para su acceso al sistema General de Seguridad social en Salud.

La ciudad no tiene un estudio y/o diagnóstico exacto de la cobertura en salud para los integrantes del sector cultural, es necesario llevar a las cifras una problemática que posee normas para mitigarla.

Línea de base:

En la actualidad 243 artistas están carnetizados por CALISALUD con un presupuesto invertido de \$14'728.522 por trimestre. La proyección es de 2.902 gestores o creadores culturales carnetizados durante los próximos 4 años.

Programas:

Este es un programa mediante el cual los creadores y gestores culturales de bajos recursos económicos de la ciudad, podrán afiliarse al Sistema General de Seguridad Social en Salud, a través del cual recibirán un plan integral de protección que incluye atención preventiva, medico-quirúrgica y medicamentos esenciales (Plan Obligatorio de Salud) .

Los programas diseñados alcanzar este objetivo son:

- I. Cuantos somos y como estamos*
Diagnostico a la fecha de la cantidad de gestores y creadores culturales que se encuentran en la ciudad en todas las manifestaciones, además el conocer estado en que se encuentran, condiciones de vida, vinculaciones, etc.
- II. Cuántos podemos asegurarnos*
Estudio preciso de cuantos cumplen con los requisitos expuestos en la ley para poder gozar del beneficio.
- III. A crear SEGURAMENTE*
Proceso de vinculación completa con la entidad CALISALUD como medida de fortalecer las entidades gubernamentales del municipio;

Presupuesto:

- I. Año 2008: \$1.036'800.000
- II. Año 2009: \$1.083'456.000
- III. Año 2010: \$1.126'794.240
- IV. Año 2011: \$1.160'598.067

Cronograma:

PROGRAMA	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
Cuantos somos y como estamos	X			
Cuantos podemos asegurarnos		X		
A crear SEGURAMENTE			X	X

ESTRATEGIA 12.1 Vincular a los gestores y promotores culturales al régimen de seguridad social en Salud.

Nº	Meta	Indicador	Línea de base-LB/Observaciones
12.1	Entre el periodo enero de 2008 de diciembre de 2011, se dará total cobertura en seguridad social a los gestores y promotores culturales	Numero de gestores y promotores culturales vinculados a seguridad social	LB: a diciembre de 2007 se encuentran carnetizados 247 promotores y gestores culturales

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos el Plan de Desarrollo Municipal “PARA VIVIR LA VIDA DIGNAMENTE” que propenden por la ampliación de la cobertura en seguridad social de los habitantes de la ciudad y concurre a la realización del Macroproyecto No. 2.2.2 MACROPROYECTO: CALI ASEGURA, PROTEGE Y ATIENDE. en su objetivo de garantizar el aseguramiento universal con subsidios plenos a la población identificada en la encuesta SISBÉN 1 y 2 y en su Eje de proyecto denominado: Aseguramiento de la población de los niveles 1 y 2 del SISBEN al régimen subsidiado con subsidios plenos

11.PROGRAMA SISTEMA MUNICIPAL DE CULTURA.

Alcance: Fortalecer los mecanismos de participación ciudadana en la construcción de los planes, políticas y proyectos culturales

Cali no cuenta con un sistema que cohesione, fortalezca y genere políticas de ciudad en el tema cultural; se hace necesario poder desde los barrios, la empresa privada, los sectores oficiales incentivar el trabajo alrededor de lo cultural.

Al no tener el sistema municipal de cultura, la inversión pública del sector cultural es dispersa, poco planificada, no focalizada y con productividad por explotar. Crear el Sistema Municipal de Cultura es una gran oportunidad que la ciudad presenta y esta administración con su énfasis participativo debe de desarrollar.

Línea de base:

Existe un diagnostico realizado en el año 2005 en donde se llevó a cabo un proceso piloto en 5 comunas en donde se adelantó la sensibilización de los consejos comunales de cultura.

Programas:

Sistema Municipal de Cultura será el conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional, planificación e información articulados entre sí, que posibilitan el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales según los principios de descentralización, participación y autonomía.

Programas específicos:

Cronograma:

ESTRATEGIA No. 13.1 *Conformación de los consejos culturales de comunas y corregimientos de la ciudad.*

Actividad No. 13.1.1 *Acompañamiento y asesoría en la conformación de los consejos culturales en las comunas y corregimientos de la ciudad.*

ESTRATEGIA No. 13.2 *Operatividad del Sistema Cultural Municipal.*

Nº	Meta	Indicador	Línea de base-LB /Observaciones
13.1.1	Entre el periodo enero de 2008 y diciembre de 2011, se han conformado y están funcionando 21 consejos de cultura de comunas y uno por cuenca hidrográfica	Número de consejos de cultura en funcionamiento	LB: Cuatro (4) consejos comunales de cultura, en diciembre de 2007

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos del Plan de Desarrollo Municipal “PARA VIVIR LA VIDA DIGANAMENTE” que propenden por la ampliación de la participación de los habitantes de la ciudad en la planificación y toma de decisiones y concurre a la realización del Macroproyecto No. 1.1.4 MACROPROYECTO: TODOS PARTICIPAMOS, TODOS SOMOS RESPONSABLES en su objetivo de promover la participación ciudadana y comunitaria en sus manifestaciones organizadas y legítimas y en su Eje de proyecto Redes comunitarias y ciudadanas de organización social y cultural .

12. PROGRAMA PARA LA ATENCIÓN A GRUPOS POBLACIONALES ESPECIFICOS EN EL AMBITO CULTURAL

El Censo que el DANE realizo en el año 2005, arroja que en Cali hay 600.000 afrodescendientes que corresponde al 26% de la población caleña, de la cual solo un 5% accede a los programas básicos (salud, educación, recreación, cultura), que ofrece el Gobierno Municipal, en Cali existe 6 cabildo indígenas con una población flotante de 10.000 indígenas, de los cuales 5.000 están censados por los Cabildos; El Censo también arrojó que hay 136.581 discapacitados en Cali, de los cuales 61.162 poseen deficiencia visual, y solo el 1% asisten a los servicios que ofrece la Sala Jorge Luís Borges.

La población Adulto Mayor en el municipio aproximadamente es de 237.000 censados por la secretaria de Bienestar Social y organizados en 1200 (censo de los grupos) sin contar con los que se encuentran en extrema pobreza o en lugares donde no se ha logrado acceder (asentamientos) en el municipio se han adelantado esfuerzos para la

construcción de una política para el adulto mayor pero estos se encuentran aún en proceso de desarrollo lo que indica poca integralidad en los derechos que garantiza el estado, el ámbito que requeriría un mayor nivel de desarrollo es el ámbito cultural ya que en Cali se realizan diferentes eventos con el esfuerzo de los diferentes grupos del adulto mayor pero con poco apoyo por parte de la administración. Ley de juventud 375/92 Los y las jóvenes en Cali equivalen a 565.499 es decir el 26 % de la población y a pesar de que se adelantan diferentes acciones para su participación en los diferentes escenarios del municipio aun no se consolida una estrategia que permita posicionar al joven como solución, al contrario cada vez más se asocia con problemas de seguridad y convivencia del municipio, cabe resaltar que en la ciudad existen redes de grupos de jóvenes en su mayoría ligados a la cultura y en las instituciones educativas existen grandes desarrollos en este mismo ámbito. Importante resaltar una de las poblaciones de mayor vulnerabilidad los niños y las niñas, víctimas de la violencia, del maltrato familiar y el abuso sexual entre otras que representan aproximadamente el 34% de la población es decir 755.592 menores de 19 años (DANE 2005-2011 proyección poblacional) situaciones frente a las cuales es importante espacios de ocupación del tiempo libre a través del arte, en el marco del código que establece que debe darse la atención en prevención y protección a este grupo poblacional.

OBJETIVOS GENERALES:

Este programa adelanta acciones y estrategias culturales que permitan la participación, inclusión, construcción y consecución de recursos, locales, nacionales e internacionales a través de la ejecución de proyectos para los diferentes grupos poblacionales específicos (vulnerables) en la zona urbana y rural del municipio de Santiago de Cali.

ANTECEDENTES

A lo largo de la historia los grupos vulnerables, discapacidad (Talentos excepcionales, afro-descendientes, indígenas, tercera edad, niños y niñas, jóvenes etc.) han tenido que enfrentarse a muchísimas barreras (aptitudinales, físicas, educativas, laborales, informativas, de oportunidades, culturales). La lucha para superar dichas barreras ha sido ardua y constante, hasta el punto de lograr que el Ministerio de Cultura creara una oficina de atención a las poblaciones.

Ley 70 o Ley de Negritudes, proyecto Acuerdo 0234 donde se establece la política pública para comunidades afro-descendientes, Ley 367 de 1997 por el cual normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias Ley 361 por el cual se establecen mecanismos de integración social de las personas con limitación y se dictan otras disposiciones, Documento Compes Social de 2004 “política Pública Nacional de Discapacidad”, Ley 1145 de julio 2007, Por medio de la cual se organiza el Sistema Nacional de Discapacidad y se dictan otras disposiciones”.

Ley 375 por medio de la cual se reconoce a los jóvenes hombres y mujeres como sujetos de derechos y deberes y en la cual se reglamenta los derechos a la cultura artística entre otros como espacio de desarrollo de la construcción de la personalidad y libre desarrollo. En el caso de la población de la tercera edad la constitución en su artículo 46 manifiesta que el estado la sociedad y la familia deben proteger al adulto mayor, igualmente en el conpes 2793/95 se evidencia la necesidad de que los adultos mayores accedan actividades recreativas, culturales y todas aquellas que le apunten a la inclusión y el acuerdo 060/2000 el concejo municipal faculta comisión asesora para que dentro del plan de desarrollo se incluyan programas para este grupo poblacionales.

JUSTIFICACIÓN

La realización de este programa permitirá reconocer las necesidades reales en material cultural reconociendo a cada individuo de los diferentes grupos étnicos dentro de sus dimensiones familiar, social y económico respondiendo a sus particularidades físicas, emocionales, espirituales y culturales que se deben tener en cuenta por parte de los planificadores en el diseño de políticas, programas y proyectos incluidos en el plan de desarrollo municipal. Es importante resaltar que la base de este programa es partir de las necesidades particulares de cada grupo poblacional y como estrategia de visibilización ciudadana.

ACTIVIDADES

Adelantar acciones y estrategias culturales que permitan la participación, inclusión, construcción y consecución de recursos, locales, nacionales e internacionales a través de la ejecución de proyectos para los Grupos Vulnerables de la zona urbana y rural del Municipio de Santiago de Cali.

Participación de estos Grupos Vulnerables, en los eventos que realiza la Secretaría de Cultura y Turismo de Cali, como el Petronio Álvarez, Mercedes Montaña, Intirraymi y diversos festivales o espacios de encuentro cultural para fortalecer los procesos culturales de estas comunidades en sus diferentes expresiones artísticas.

El objetivo de este programa presenta una directa complementariedad con todos los Macroproyectos del Plan de Desarrollo Municipal que propenden por la ampliación de la participación de los habitantes de la ciudad en la planificación y toma de decisiones y concurre a la realización del Macroproyecto No. 1.1.1 MACROPROYECTO: SEMBRANDO ESPERANZA en su objetivo de Restituir los derechos de los desplazados y promover su incorporación a la vida social y económica, y en su Eje de proyecto: Atención integral a grupos étnicos, (comunidades afrodescendientes e indígenas).

ARGEMIRO CORTÉS BUITRAGO

Secretario de Cultura y Turismo



CUADRO INVERSION PLURIANUAL 2008 -2011

CIFRA EN MILLONES DE PESOS

PROGRAMAS	2008	2009	2010	2011	TOTAL
1. PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA DE SANTIAGO DE CALI.	1.232	1.294	1.358	1.426	5.310
2. CENTRO INTERACTIVO DE LA SALSA		9.000	8.000		25.000
3. PROGRAMA DE INDUSTRIA CULTURAL	500	525	551	579	2.155
4. PROGRAMA DE POSICIONAMIENTO DE CALI COMO OPCIÓN TURÍSTICA.	700	735	772	810	3.017
5. PROGRAMA DE RED MUNICIPAL DE BIBLIOTECAS	1.832	1.924	2.020	2.121	7.896
6. PROGRAMA DE ESTÍMULOS, FORMACIÓN, INVESTIGACIÓN Y CAPACITACIÓN CULTURAL.	400	420	441	463	1.724
7. PROGRAMA INFRAESTRUCTURA CULTURAL.	2.745	2.745	2.745	2.745	10.980
8. PROGRAMA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL.	591	620	651	684	2.545
9. PROGRAMA DESARROLLO INSTITUCIONAL.	1.855	1.948	2.045	2.147	7.995
10. PROGRAMA EVENTOS, FESTIVALES Y CONMEMORACIONES.	3.335	1.800	1.890	1.985	9.010
11. PROGRAMA PROMOCIÓN, DIVULGACIÓN Y DIFUSIÓN.	361	379	397	417	1.554
12. PROGRAMA DE SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD DE LOS CREADORES Y GESTORES CULTURALES DE CALI.	800	840	882	926	3.448
13. PROGRAMA SISTEMA MUNICIPAL DE CULTURA.	-	300		300	600
14. PROGRAMAS CULTURALES PARA GRUPOS POBLACIONALES ESPECÍFICOS		500	525	551	1.576
	22.350	23.029	22.278	15.154	82.810