



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura



Al contestar por favor cite estos datos:

Radicado No.: 201841480300011651

Fecha: 2018-07-03

TRD: 4148.030.13.1.953.001165

Rad. Padre: 201841730100873802

HERBERT LOBATON CUREA
Secretario General
Concejo Municipal de Santiago de Cali
Dirección: Avenida 2 Norte No 10-65 Cam
Cali

Asunto: Respuesta citación plenaria Concejo Municipal

Cordial saludo.

De conformidad con la citación a sesión plenaria convocada por la Honorable Concejal Alexandra Hernández Cedeño y en atención al Artículo 108 del reglamento interno del Concejo Municipal de la contestación por escrito. Nos permitimos responder el cuestionario enviado:

1. ¿Qué acciones se han ido adelantando por la Administración Municipal para articularse con la Ley 1834 de 2017 "Por medio del cual se fomenta la Economía Creativa Ley Naranja"?

La Ley 1834 de 2017, tiene por objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, las cuales se basan en contenidos intangibles de carácter cultural y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. Los sectores son: audiovisual, fonográfico, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

Así mismo, el artículo quinto de la citada Ley alude a las 7i, estrategia de gestión pública que deben ser implementadas para darle efectiva aplicación a la Ley. Por tanto, para responder a este punto, relacionamos las acciones que desde las dependencias convocadas se han adelantado a este punto:

1. INFORMACIÓN: se promoverá un adecuado levantamiento de información constante, confiable y comparable sobre los sectores de la economía creativa.

Para este fin, la Alcaldía de Santiago de Cali promueve el diseño y seguimiento de indicadores para contar con información fiable de los sectores de la economía creativa, es así que:



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

En 2017 se presenta el Estudio de Impacto Económico y Social de la versión 59 de la Feria de Cali, la cual forma parte del patrimonio cultural inmaterial de la ciudad y es su principal evento cultural de participación masiva movilizandoo 711.294 espectadores, además de la inversión de gasto público y privado, así mismo 4.049 son el número de empleos directos que genera este evento.

De otro lado, en alianza con la Organización Internacional de Migraciones se realizará el estudio de Impacto Económico y Social del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, además, las dependencias de Desarrollo Económico, Cultura y Turismo adelantan una alianza con la Pontificia Universidad Javeriana Cali para medir el impacto de Festival Mundial de Salsa, Festival Internacional de Teatro y Festival Internacional de Cine.

Así mismo, con el apoyo del Departamento de Planeación Municipal, la Secretaría de Cultura estructura la herramienta estadística que hará parte del Plan de Estadística Territorial y la cual tomará como prueba piloto al Festival de música del Pacífico Petronio Álvarez y al Festival Mundial de Salsa. Generando un mecanismo para el seguimiento y monitoreo de esta información.

En cuanto a la Secretaría de Turismo, esta dependencia hace parte del SITUR -Sistema de información turística, mecanismo de seguimiento a indicadores de este tema.

La Secretaría de Turismo participa del comité directivo del proyecto del Sistema de Indicadores Turísticos SITUR del Valle del Cauca, que es un espacio que permite conocer la dinámica del turismo en Cali y el Valle del Cauca, generando datos importantes para la oferta y la demanda en el sector, está liderado por los gremios de turismo: Cotelvalle, Acodres, Anato; las Secretarías Departamental de Turismo del Valle del Cauca y de Santiago de Cali, el Cali-Valle bureau; igualmente el sector académico, representado por las universidades San Buenaventura y Autónoma de Occidente y otras alcaldías del Valle del Cauca. Realiza mediciones de turismo receptivo (llegan a Cali) y emisor (salen de Cali), caracterización de la oferta y la demanda del sector turístico, la generación de empleo, formalización del sector frente al Registro Nacional del Turismo, la sostenibilidad turística desde el punto de vista social, económico y ambiental, teniendo en cuenta tanto la oferta como la demanda. Desde este espacio también se miden variables de interés de los eventos de mayor impacto de la ciudad como el Petronio, el Mundial de Salsa y la Feria de Cali, con el objetivo de conocer la procedencia del participante del evento, el tipo de alojamiento, duración de la estadía, gasto promedio, rango de edades, sexo, actividades realizadas, y evaluaciones frente al evento.

Entre los indicadores más importantes que se generan son:



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

- Turismo receptor: Motivo principal de viaje, país de origen del visitante, tipo de transporte empleado para llegar a la ciudad, duración del viaje, tipo de hospedaje, gasto promedio de viaje.
- Turismo emisor: Número de integrantes del hogar, nivel de escolaridad, estrato, ¿Realizó algún viaje?, motivo por el cual viaja, motivo por el cual no viaja, país destino, estancia y lugares visitados, costos del viaje.
- Oferta turística: Tipo de servicio, especialidad de los productos, destinos de viajes ofrecidos, ocupación, tarifas promedio.
- Empleo: Perfil de las personas empleadas, orientación profesional, nivel educativo, rango de edad, tipo de contratación, promedio de salarios.
- Registro Nacional de Turismo: Estado frente al registro nacional del turismo.
- Sostenibilidad: Evaluación del trato de los residentes hacia el turista, acciones para conservar y rescatar la cultura, importancia que se da a la sostenibilidad sociocultural en la actividad turísticas, Implementación de sistemas de información accesible, Número de habitaciones accesibles para condiciones de discapacidad, evaluación de la contribución de turismo a la conservación del patrimonio sociocultural, evaluación de problemáticas según los prestadores de los servicios turísticos, acciones de conserva del medio ambiente, planes de mitigación del cambio climático, porcentaje de empresas que contratan con proveedores locales, entre otras.

Adicionalmente, desde la Secretaría de Turismo se está impulsando la creación del observatorio turístico de Santiago de Cali en alianza con la Universidad Autónoma de Occidente, que tiene como objetivo ser un instrumento de análisis turístico local, nacional e internacional, que cuente la administración pública, los actores vinculados al turismo y la comunidad, mostrando el impacto que el turismo está generando desde sus diferentes enfoques; dando insumos necesarios para la formulación, evaluación, seguimiento y coordinación de políticas dirigidas al desarrollo del sector. Entre los mayores temas de análisis están:

Caracterización oferta: Indagar acerca de las características de los operadores y prestadores de servicios turísticos de Cali, frente a temas como (Inventario, tipo de servicios, ocupación, precios, información de personal de servicio, condiciones de infraestructura, servicios complementarios, necesidades relacionadas con el turismo.)

Empleo del sector: Indagar las características principales del empleo generado por el sector en la ciudad. (Personas ocupadas en el sector, promedio de personal ocupado por tipo de prestador, empleo directo e indirecto, salario promedio del sector de acuerdo a nivel de estudio.)

Conectividad: Indagar acerca de las condiciones de conectividad que se están generando en la ciudad (Cantidad de vuelos directos nacionales e internacionales, empresas que operan en la ciudad x número de vuelos que ofrecen, principales ciudades y países de destino.).

Registro Nacional de Turismo (RNT): Indagar acerca de las características de los operadores y prestadores de servicios turísticos de Cali frente a su estado en el RNT discriminando por tipo de prestador.)



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

Flujos migratorios: Indagar los flujos migratorios hacia Cali (Flujos nacionales, Cantidad de visitantes que definen a Cali como ciudad de hospedaje, principales países de origen)

Flujos aéreos: Indagar los flujos aéreos nacionales e internacionales desde el aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón.

Gestión de secretaría de Turismo: Visibilizar la gestión de la secretaría de Turismo en cuanto a atención a los empresarios del sector en los diferentes procesos.

Actualmente; la Secretaría de Turismo recopila información sobre el panorama del turismo a nivel nacional y local, relacionado con la cantidad de pasajeros nacionales e internacionales que llegaron por vía aérea al aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón, cantidad flujos migratorios, principales ciudades de procedencia, indicadores económicos (intervención del turismo en el Producto Interno Bruto, inversión extranjera directa, exportaciones de la rama de servicios de la cuenta de viajes y transporte de pasajeros), estado de los prestadores en el RNT, ocupación hotelera, entre otras variables y noticias de interés del sector turístico; Así mismo estadísticas de las características de los visitantes de los puntos de información turística (motivo de viaje, tipo de transporte, ciudad de procedencia, noches de estadía, idioma de procedencia, primera vez, en la ciudad, edad, sexo, etc.). Adicionalmente, se indaga sobre el panorama de la ciudad en la temporada de festivales de la ciudad, en temas como ocupación hotelera, cantidad de visitante, porcentaje de extranjeros y nacionales atendidos en los establecimientos de alojamiento, e intervención en las variables económicas.

2. *INSTITUCIONES: se coordinará la gestión administrativa que permita involucrar al sector público, privado, mixto y no gubernamental, que permita articular de forma adecuada los postulados de la Economía Creativa. La articulación de las instituciones u organizaciones públicas y privadas a nivel regional, también es necesaria para crear un terreno fértil para la industria cultural y creativa, sobre todo en los departamentos, ciudades, distritos y municipios.*

Desde la Secretaría de Turismo de Cali, se participa en el Comité de Destino, en el cual se lideran iniciativas de promoción Turística de la Ciudad región y el cual está conformado por diferentes instituciones públicas y privadas del sector: Procolombia, Aerocali (Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón), Cotelvalle, Anato (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo), Acodres (Asociación Colombiana De La Industria Gastronómica, Comisión Regional para la Competitividad, Corfecali (Corporación Feria de Cali), Secretaría de turismo del Valle y Secretaría de Turismo de Cali. Es importante resaltar, que en este espacio se han gestado proyectos para promover la ciudad, enfocado principalmente en el turismo cultural ya que este es uno de los principales diferenciadores de Cali a nivel nacional e internacional.

Adicionalmente, la Secretaría de Turismo se ha articulado con entidades como: Fuerza Aérea Colombiana - Marco Fidel Suárez, Brigada de Acción Integral y Desarrollo del Ejército Nacional y Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cali y entidades que conforman el Ecosistema de Turismo como: Acodres (Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica), Acecolombia (Asociación



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

de Centros Comerciales de Colombia), Coomoepal – Bus turístico, Procolombia, Migración Colombia, Policía de Turismo, MULI (Museo Libre de Arte Público de Colombia), Red de museos de Cali, Acoes (Asociación de comerciantes de Cali), Universidad Autónoma de occidente, Universidad de San Buenaventura Cali, Sena, Secretaría de Turismo del Valle, para potenciar el turismo de la ciudad y fortalecer su cadena de valor.

También, esta dependencia hace parte y lidera la mesa gremial de Turismo conformada por: El departamento de comunicaciones de la Alcaldía, Acodres, Attes, Cotelvalle, Acoes, el Grupo Mutisectorial, Acoga (Asociación Colombiana de Gastronomía). Así mismo participa en espacios de trabajo para potencializar como la mesa de turismo de naturaleza y la mesa de turismo cultural donde se potencializan estas dos líneas estratégicas.

Con el fin de fomentar el Turismo Cultural se han apoyado eventos de ciudad que hacen parte de las industrias creativas como: Festival Salsa Open, 7 Ríos Fest, Festival Internacional de Títeres, Temporada de festivales: Encuentro de Danzas Folclóricas Mercedes Montaña, Festival Internacional de Ballet, XXII Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, XVIII Encuentro de creadores de Jazz fusión y experimental AJAZZGO, XVIII Festival Internacional de Poesía, XIII Festival Mundial de Salsa de Cali, Feria Internacional del Libro de Cali, Festival Internacional de Teatro de Cali 2018, X Festival Internacional de Cine de Cali, 61 Feria de Cali.

De igual forma se trabaja de manera articulada con el sector privado y los espectáculos de ciudad como: Delirio, Ensálsate., El mulato cabaret. Por otra parte, se contará con apoyo y participación en próximos eventos como: VI festival del Pandebono, Festival de cortos latinos de Nueva York, V Festival Internacional de baila Bolero, Cali blues & Folk Festival 2018, Cali Exposhow, Festival Andino Floklore, Semilla y Paz, Cali Afroshow, XVII Festival Latinoamérica canta, danza y encuentro de cantaoras.

Finalmente, desde Secretaría de Cultura se invita al sector privado y la cooperación internacional a desarrollar estrategias que fortalezcan los Festivales que organiza y promueve la Temporada. Esto con el fin de dar un mayor impacto y acceso a la oferta que se genera en estos eventos de talla internacional.

3. INDUSTRIA: *se fortalecerá el papel de las industrias creativas, así como su formalización y adecuación, con la finalidad de que se privilegia y apoye su contribución en el producto interno bruto.*

En 2017, la Secretaría de Desarrollo Económico de Santiago de Cali, estructuró una metodología de identificación de sectores estratégicos, a través de la cual, se identificó que la cadena de Valor de Industrias Creativas y de la Experiencia es una cadena con gran potencial de crecimiento económico.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

En 2017, se adelantó taller de cocrecimiento empresarial donde junto con 40 empresarios de la cadena, se levantó información sobre los sectores de la economía creativa en cuanto a las principales necesidades de los empresarios en el municipio de Cali. Información esta del sector audiovisual, de la música, artes escénicas y espectáculos, artes visuales, diseño, publicidad, contenido multimedia y relacionada con los principales cuellos de botella en siete aspectos: productividad y calidad; acceso a ciencia, tecnología e innovación; acceso a mercados; financiación; regulación y trámites; asociatividad y pertinencia del capital humano.

A través de la Secretaría de Desarrollo Económico del municipio de Santiago de Cali, se coordina la gestión administrativa en el desarrollo de dos colectivos, uno del sector audiovisual y contenido multimedia y otro del sector música, donde se involucran el sector privado, el sector público a través de la Secretaría de Desarrollo Económico y la academia. Estamos trabajando para integrar colectivos, entidades de financiación, entre otras entidades de apoyo y agencias de noticias.

La Secretaría de Desarrollo Económico en respuesta a la necesidad de fortalecer el papel de las industrias creativas, así como su formalización y adecuación, con la finalidad de que se privilegie y apoye su contribución en el producto interno bruto, adelanta para la vigencia 2019, el diseño de un proyecto para incubación y aceleración de 20 empresas correspondientes al sector creativo y cultural en el municipio de Santiago de Cali.

La Secretaría de Desarrollo Económico ha promovido durante este año la participación de empresarios en Ferias internacionales como el WINA, Festival que se desarrolló en la ciudad de Los Ángeles, California. Adicionalmente, conjuntamente con la Embajada de Austria, desarrolló una rueda de negocios para empresas de artes visuales, sistema moda y joyería y, en articulación con Fenalco, trabaja en el evento Exposhow en el cuál se recibirán a 100 oferentes del sector del sistema moda con el fin de que estos obtengan acceso adecuado a mercados fortaleciendo así su exportación. Del mismo modo, la Secretaría de Cultura, generó la alianza con el Ministerio de Cultura en 2017 que permitió a 60 artistas locales ser parte de la Temporada Cruzada Colombia – Francia, además de una completa delegación que participó del WOMEX – WORLD MUSIC EXPO, que tuvo lugar en Katowice, Polonia y es el mercado de músicas del mundo más importante, pues participan compradores de todas las regiones.

La Secretaría de Desarrollo Económico trabaja en conjunto con empresarios del sector audiovisual en la conceptualización de la Comisión Filmica de la Ciudad de Cali, la cual realizará la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de actividades cinematográficas principalmente, al igual que velará para que los permisos, autorizaciones y demás requerimientos a nivel local para el desarrollo de actividades de rodaje y filmación sean fácilmente previsibles, transparentes y expeditas. Esto en complemento a la labor que adelanta la Secretaría de Cultura con la Gobernación del Valle para poner en funcionamiento la plataforma digital que permitirá difundir y posicionar a Cali y el Valle del Cauca como una locación para el desarrollo de producciones audiovisuales, actividades que pueden representar una importante fuente de empleo.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

La Secretaría de Desarrollo Económico se encuentra desarrollando un Foro de Financiación a los empresarios de la Cadena de Valor de Industrias Creativas y de Experiencia al cual asistirán entidades como Bancoldex, El Fondo Emprender, Finactiva y el Banco WWB. Del mismo modo, la Secretaría de Cultura pone a disposición del sector la Convocatoria Estímulos programa con 165 becas y pasantías que apuntan a la creación, formación, circulación y exhibición de procesos culturales adelantados por artistas de Santiago de Cali, inversión que asciende a 1.529 millones.

La Secretaría de Desarrollo Económico se encuentra trabajando conjuntamente con la Universidad del Valle, en la estructuración de una Ruta Competitiva y una Ruta de Sofisticación para la Cadena de Valor de Industrias Creativas y de Experiencia, la cual indicará el camino que debe seguir la ciudad para la agregación de valor a los productos de la cadena, de cara a un análisis de la demanda internacional, a través de un riguroso ejercicio de vigilancia competitiva.

De otro lado, el turismo cultural o histórico es una modalidad de turismo que resalta los aspectos culturales que ofrece un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. Este tipo de turismo precisa una alta cantidad de recursos histórico-artísticos para su desarrollo

Con la anterior se desarrolla el concepto de "turismo naranja" el cual es un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Secretaría de Turismo de Cali, ha diseñado una estrategia para fortalecer la cadena de valor del turismo cultural a través de la línea de acción "Cali es Cultura", la cual está compuesta por los siguientes programas:

- Cali Provoca: En este programa se desarrolla iniciativas para fortalecer las capacidades de los empresarios del sector en los diferentes corredores gastronómicos de la ciudad. Así mismo, se ha diseñado una ruta turística gastronómica de la ciudad, por medio de la cual locales y visitantes pueden conocer gran parte de la oferta culinaria que la ciudad tiene para ofrecer. Así mismo, se ha trabajado con diferentes plazas de mercado ya que son un eslabón muy importante de esta cadena.
- Cali Baila: Teniendo en cuenta el producto turístico insignia de la ciudad, la Salsa, a través de Cali Baila, se busca organizar toda la oferta salsera Santiago de Cali, para que locales y visitantes puedan vivir experiencias únicas que la cultura del baile la sucursal del cielo tiene para ofrecer. Para esto, la Secretaría de turismo ha diseñado la ruta de la Salsa, a través de la cual se puede exponer la historia y transformación que este ritmo ha tenido, así como los diferentes elementos que hacen parte de este sector y que hacen que Cali sea un destino único a nivel mundial. Entre estos están, las escuelas de salsa, los museos, las tiendas de instrumentos, los coleccionistas de música y melómanos, los establecimientos nocturnos y las empresas de vestuarios especiales, entre otros.





ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

- Adicionalmente, se trabaja con los diferentes shows y espectáculos de salsa de la ciudad, teniendo en cuenta, que estos hacen parte importante de la oferta turística de la ciudad. Por otra parte, para la socialización y diseño del producto turístico, Salsa, se han diseñado diferentes mesas de trabajo, (Colectivo vieja guardia, Bailadores tradicionales y Escuelas de baile y formación artística).

Finalmente, es importante resaltar, que adicional a la salsa, desde la estrategia Cali baila también se busca promover otras expresiones musicales importantes para la ciudad, como la música del pacífico.

Cali Histórica: Parte de los atractivos turísticos importantes para la ciudad es su historia y patrimonio, la cual se encuentra reflejada en los más 164 iconos turísticos de la ciudad y 44 bienes inmuebles de interés cultural del ámbito municipal identificados por la Secretaría de Turismo y los cuales se encuentran categorizados en las líneas de productos que esta promueve: Salsa, Naturaleza, Patrimonio y Gastronomía. Para que locales y visitantes puedan descubrir las historias que esconde nuestra ciudad, la Secretaría de Turismo ha diseñado dos rutas: La Ruta histórica y el City Tour.

Cali Festiva: Uno de las principales manifestaciones culturales que invitan a los turistas a vivir nuestra ciudad son sus ferias y festivales. Es por esto que de forma activa la Secretaría de Turismo y articulación con la Secretaría de Cultura, promueven los diferentes eventos que la ciudad tiene para ofrecer. Para esto, se hace una promoción activa a nivel nacional e internacional en conjunto con diferentes actores.

Cali Religiosa: Cali tiene una gran riqueza en temas religiosos y espirituales, es por esto, que la Secretaría de Turismo se encuentra desarrollando la ruta Cali Religiosa e identificando diferentes experiencias que contemplan el bienestar holístico del ser, con el fin de ofrecerlas a turistas y locales.

Por su parte, la Secretaría de Cultura de Cali en los últimos 4 años viene desarrollando proyectos y estrategias encaminadas al fortalecimiento de artistas y gestores culturales en temas relacionados al emprendimiento cultural, un trabajo que inició en conjunto con entidades privadas como el Banco Interamericano de Desarrollo BID, la Caja de Compensación Familiar Comfandi, la Universidad ICESI, y otras entidades a través del Proyecto Industrias Culturales Cali, motor de desarrollo socioeconómico de Cali con el cual se impulsaron estrategias, como la ruta integral de apoyo a escuelas de salsa y los diferentes proyectos de circulación y mercados culturales donde se fomentó el desarrollo de habilidades de comercialización de los bienes y servicios culturales. En 2017 se desarrolla el proceso de Fortalecimiento y Promoción, la cual en 2018 asume los proyectos de Festivales, convirtiéndose en Fortalecimiento y Festivales.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

En 2015 con el apoyo de COMFANDI se ejecuta un proyecto que buscó aportar al Ecosistema de Emprendimiento Cultural, una estrategia que aunaba esfuerzos con 6 universidades de la ciudad y agentes públicos y privados, en este proceso se desarrollaron acciones de formación y acompañamiento a diferentes artistas, gestores y emprendedores culturales de Cali. Del mismo, se apoyaron procesos asociativos como las orquestas juveniles, red de música, entre otros. Finalmente, se acompañó el desarrollo de la III versión del Mercado Musical del Pacífico y se gestionaron comisiones de artistas para participar en mercados culturales.

Para 2016 se suscribe el proyecto FORTALECIMIENTO AL EMPRENDIMIENTO CULTURAL DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI en asocio con la Universidad ICESI, proyecto adelantado en conjunto con la oficina de Gestión de Emprendimiento Cultural, donde se realizó una convocatoria abierta a iniciativas de emprendimiento cultural en Cali a quienes se les brindó acompañamiento y formación en temas relacionados a la comercialización y distribución de sus bienes y servicios culturales; se creó un circuito para la circulación, se articuló el espacio de intercambio y negociación a través del Mercado Musical del Pacífico; se buscó generar espacios para el posicionamiento de las iniciativas de emprendimiento cultural mediante el uso de TICS y se brindó capacitación en formación empresarial a las iniciativas de emprendimiento cultural vinculadas.

4. ***INFRAESTRUCTURA:** se desarrollará la infraestructura necesaria para que, en el marco de las competencias del Gobierno Nacional y los Gobiernos locales, se privilegie la inversión en infraestructura física e infraestructura virtual, así como a su acceso inclusivo.*

La Ley 1493 de 2011, más conocida como Ley de espectáculos públicos, hace parte de las iniciativas legislativas priorizadas por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Cultura, cuyo objeto central es formalizar, fortalecer y estimular el sector de espectáculos públicos de las artes escénicas en Colombia. Antes de la expedición de la Ley de espectáculos, el mencionado sector ocupaba un lugar marginal en Colombia: soportaba una carga tributaria excesiva y anacrónica; su actividad se veía obstaculizada por trámites numerosos y onerosos; era discriminado frente al tratamiento que el Estado otorgaba a otros sectores económicos; la infraestructura para las artes escénicas era insuficiente y tenía grandes rezagos en su dotación y adecuación; con el agravante de que no se contaba con recursos para invertir en el mejoramiento de los escenarios públicos y privados destinados a la circulación de las artes representativas.

En respuesta a lo anterior, la Ley 1493 de 2011 se ha convertido en el mejor escenario para el estímulo, la formalización de los espectáculos públicos de las artes escénicas y el desarrollo de su infraestructura en el país. Así, cabe destacar en primer lugar que se derogaron los siguientes tributos: a) Impuesto de espectáculos con destino al deporte (nacional); b) Impuesto azar y espectáculos (municipal/distrital), c) Impuesto fondo de pobres (municipal/distrital); con lo cual se simplificó hasta en un 30% la carga tributaria que recaía sobre la boletería de espectáculos públicos de las artes escénicas.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

La Ley de espectáculos creó la contribución parafiscal cultural que grava las boletas y derechos de asistencia con un precio igual o superior a 3. El Ministerio de Cultura recauda este tributo en todo el país y gira los recursos a los municipios y distritos en los que se generan, con el fin de que los inviertan en la construcción, adecuación, mejoramiento y dotación de escenarios para la presentación de espectáculos públicos de las artes escénicas. Particularmente para Santiago de Cali este es el histórico de dicho recaudo:

AÑO	TOTAL
2012	\$ 408.214.197
2013	\$ 552.211.100
2014	\$ 686.982.990
2015	\$ 580.585.564
2016	\$ 2.170.694.197
2017	\$ 1.989.670.452

Estos nuevos recursos para el sector cultura permiten construir nuevos escenarios para las artes escénicas, mejorar y dotar la infraestructura existente, con lo cual se garantizan mejores condiciones físicas para la presentación de artistas nacionales e internacionales y para la seguridad de los asistentes a este tipo eventos. De igual modo, la destinación específica de la contribución parafiscal cultural contribuye al aumento de la oferta cultural en Colombia. Es así que en Santiago de Cali cerca de 12 escenarios de los espectáculos públicos de las Artes Escénicas han sido beneficiados con la contribución parafiscal cultural.

Del mismo modo, Cali es reconocida en el país como una ciudad que baila. Existe en esta ciudad una importante tradición de baile entorno a la Salsa, asociando a la ciudad en este ritmo, en el baile y en las compañías caleñas que han sido campeonas en el mundo haciendo gala de sus destrezas al bailar Salsa. Según las cifras de procesos que la Secretaría de Cultura ha adelantado con la Universidad de San Buenaventura, así como las inscripciones que las asociaciones de bailarines contabilizan, se establece que en Cali hay más de diez mil bailarines de salsa y 129 escuelas de salsa, además de los bailarines de folclor, ballet, danzas urbanas, entre otras. Alrededor de la cultura de la Salsa y del baile, en la ciudad se realizan diferentes demostraciones artísticas, como, por ejemplo: el Festival Mundial de Salsa, el Festival de Internacional de Ballet y hasta el año 2011, se realizó Caliendanza, un festival de danza contemporánea que es fuente inspiradora de la Biental Internacional de Danza (ICESI & EAN, 2013).

De esta manera, se avanza con la construcción del Centro de Danza y Coreografía, espacio que aportará al posicionamiento de Cali como una ciudad de la danza, ya que estará al servicio de más de 15.000 bailarines y 60 escuelas de danza: clásica, contemporánea, deportiva, bachata, tango, ritmos urbanos. Beneficiando directamente a más de 600 mil personas.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

El Plan Municipal de Desarrollo, aprobado mediante Acuerdo No. 0396 de 2016 establece entre sus Proyectos Estratégicos, Eje 2: Cali Amable y Sostenible, la construcción del BAILÓDROMO. Así mismo, este Eje contempla el indicador Equipamientos culturales construidos en el área funcional 42030040008.

Así mismo, el Centro de Danza y Coreografía, responde a la sentida necesidad de contar con un ente que articule y apoye el mejoramiento de las condiciones físicas, profesionales y técnicas del sector así como, de infraestructura adecuada para la creación, producción y exhibición de montajes dancísticos de calidad, en especial, dada los limitados espacios que existen para estos propósitos y que afectan la competitividad de este tipo de propuestas, las cuales representan una oportunidad inclusión para diferentes grupos poblacionales.

5. INTEGRACIÓN. *Se promoverán los instrumentos internacionales necesarios para que las industrias de la economía creativa obtengan acceso adecuado a mercados fortaleciendo así su exportación, sin perjuicio de aquellos tratados y obligaciones internacionales suscritas y ratificadas por Colombia.*

La promoción nacional e internacional de Cali como destino turístico, es de gran importancia para la Secretaría de Turismo, ya que de esto depende que diferentes viajeros del mundo conozcan la oferta de la ciudad y puedan venir a visitarla. De acuerdo con lo anterior, esta dependencia ha diseñado una estrategia a través de la cual identifica mercados con potencial para atraer turistas, diseña contenido de la oferta turística de la ciudad y lo difunde gracias al trabajo articulado con diferentes actores (ProColombia, medios de comunicación, embajadas, agencias de viajes nacionales e internacionales, entre otros).

Así mismo, participa en misiones comerciales con otras entidades del sector en la ciudad y empresarios. En estos espacios se promueve principalmente el turismo cultural, en especial la Salsa, como producto insignia de la ciudad. Por otra parte, se viene desarrollando la campaña de promoción turística de la región bajo el concepto "La tierra de la gente que baila / The land of dancing people".

Como se menciona anteriormente, todas estas iniciativas tienen como objetivo aumentar el número de personas que conocen la ciudad y tener así un mayor número de visitantes, lo cual a su vez se traduce en una mayor derrama económica del sector.

Por su parte, la Secretaría de Cultura promueve el desarrollo de mesas de trabajo con invitados internacionales que hacen parte de la programación de los Festivales que organiza y que pueden representar oportunidades para fortalecer el sector cultural. Como es el caso de la mesa de trabajo con invitados de México, Chile, Perú, Guatemala, España y Francia, cuyos participantes son curadores o programadores internacionales de música, danza, cine y en general de las Artes Escénicas, que encuentran el potencial de las creaciones locales como productos de exportación. Estas acciones se han trabajado con el Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

Cultura y su estrategia de PALCO (Plataforma de Circulación Internacional para las Artes Escénicas de Colombia) sinergia que ha permitido contar con invitados de gran trayectoria y representatividad.

Otra de las acciones que adelanta la Secretaría de Cultura, es la participación de los actores culturales en Mercados, los cuales son escenarios de encuentro, de oferta y demanda, tanto de bienes y servicios culturales como generadores de espacios de diálogo, alianzas y fomento a la formación del sector cultural al cual van dirigidos.

En Colombia se han considerado como iniciativas de desarrollo productivo de las manifestaciones artísticas, principalmente para las artes performáticas como la música, el teatro, la danza, pero también para sectores como el cine, el diseño, las artes plásticas entre otros. Este interés por la oferta y la demanda, y por la producción de bienes y servicios cuyo origen es la creación y la cultura se sitúa hoy, como una de las principales fuentes de innovación e intercambio en el contexto global. A la vez que reflejan valores de una sociedad mediante recursos simbólicos que contribuyen al desarrollo de identidades, capital humano, cohesión social y convivencia, las industrias culturales se orientan al mercado, de tal forma que inciden también en el desarrollo económico y son, además, procesos industriales armónicos con el ambiente e intensivos en el uso de mano de obra.

Los mercados culturales logran romper fronteras y acortar distancias, generan redes de intercambio y promueven circuitos para la circulación de los bienes y servicios ofertados por los actores. Igualmente los mercados constituyen el lugar perfecto para afianzar las redes de contactos, propiciar la coproducción artística en los procesos de creación, son espacios donde se logran definir nuevas tendencias de consumo y creación, y desde donde se crean herramientas metodológicas, tecnológicas y estrategias para fomentar otras formas de trabajo colaborativo y en red que permiten el intercambio tanto de los bienes y servicios como de conocimientos, saberes y experiencias para fortalecer el sector. Estas plataformas, buscan ser puntos de partida para las estrategias de internacionalización de la diversidad cultural de nuestro país, y la conexión entre Latinoamérica y el mundo.

Con una estructura similar a la de las ruedas de negocios de otros sectores de la economía, los Mercados Culturales son espacios de negociación donde asisten agentes profesionales, nacionales e internacionales, que ofertan y demandan servicios y productos, de la cadena de valor de la economía cultural y las industrias creativas.

Algunos mercados relevantes a nivel nacional e internacional y a los cuales se ha propiciado apoyos a delegaciones locales son:



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

MINEC - San Andrés y Providencia; MCC - Mercado Cultural del Caribe; BOmm - Bogotá Music Market; CIRCULART - Medellín; VIA - Ventana Internacional de las Artes - Bogotá; MMP - Mercado Musical del Pacífico - Cali y a nivel internacional: FIMPRO - México; MICA - Argentina; SXSW - Austin Texas; MaMA - Francia; MICSUR – Latinoamérica; IMESUR en Chile y WOMEX - Europa.

De esta manera, esto responde a una de las acciones para lograr la Internacionalización, proceso mediante el cual se incentiva que la creación cultural local se desarrolle y visibilice en territorios diferentes al de origen. Es una estrategia que se implementa a lo largo del tiempo pues va evolucionando por diversas fases. Es un proceso, por tanto, que implica tiempo, evolución a través de etapas, preparación. Al trata de lograr "salir" de las fronteras del país, desarrollar actividades –que pueden ser de muy diverso tipo: vender sus productos, comprar inputs, invertir, etc.- en otros mercados distintos al mercado nacional o doméstico, hace necesario la consolidación de alianzas y la implementación de programas de promoción que permitan lograr la visibilización del talento local, de esta manera, desde la Secretaría de Cultura se concatenan esfuerzos con aliados nacionales e internacionales, de tal forma que se lograr mostrar en otros lugares el potencial creativo y artístico de Cali.

6. *INCLUSIÓN. Se promoverá el desarrollo de las industrias creativas, con miras a que estas se conviertan en vehículos de integración y resocialización como generadoras de oportunidades laborales y económicas. En este sentido, se fortalecerán espacios de circulación independientes de todas las artes en general mediante el reconocimiento de los mismos espacios y equipamientos culturales. A través de la difusión de contenidos locales independientes, se impulsarán vías de circulación tales como radio pública y comunitaria, tv pública, salas*

Santiago de Cali, ha sido una de las ciudades con mayor actividad cultural esto en efecto por el talento de sus artistas y por la infraestructura de la ciudad, del mismo modo, la política cultural ha establecido el fortalecimiento de la cultura ciudadana y el tejido social mediante el fomento a las expresiones artísticas y culturales en sus diversas manifestaciones, que contribuyan a la recuperación del sentido de pertenencia, brindando especial atención a quienes crean y gestionan procesos culturales.

Es por esto, que la Secretaría de Cultura apoya el desarrollo de eventos de manifestaciones y tradiciones culturales en las disciplinas de: danza, teatro, música, artes, artesanías, audiovisuales y literatura entre otras; haciendo uso de los espacios culturales que están bajo su administración como lo son: el Centro Cultural de Cali, el Teatro al Aire Libre los Cristales y el Parque Artesanal Loma de la Cruz. De igual forma, promueve el desarrollo de alianzas con otros escenarios como los Centros Culturales de la ciudad, Centros Comerciales, Restaurantes, hoteles y otros espacios, que le permiten proveer a la ciudad de Cali una oferta artística y cultural para todo público.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

En este sentido, la circulación en escenarios locales hace referencia al desarrollo de eventos musicales, de danza, de artes visuales y otras manifestaciones culturales en los espacios priorizados por la Secretaría de Cultura, los cuales tienen por efecto generar una mayor oferta cultural para el público caleño. Dentro de los equipamientos culturales priorizados se encuentran:

- EL TEATRO AL AIRE LIBRE LOS CRISTALES, un escenario que tiene como misión: promover y divulgar las diferentes manifestaciones artísticas tanto nacionales como extranjeras, formar públicos, contribuir a la conservación y difusión del patrimonio cultural intangible, generar procesos para el desarrollo urbano y fortalecer espacios para el sano esparcimiento, la convivencia y construcción de relaciones sociales basadas en el respeto por la diversidad y el pluralismo, sin distinción de razas, religión, credo o cultura, mediante la realización de eventos artísticos, culturales y recreativos. Además de, caracterizarse por la difusión y creación de espectáculos culturales fortaleciendo nuestra identidad ancestral y urbana, reconociendo la diversidad étnica y cultural que hace presencia en la ciudad de Santiago de Cali, brindando sus servicios para la utilización del tiempo libre de jóvenes y adolescentes, mediante realización de talleres, actividades artísticas, físicas y lúdicas, que involucran a todas las generaciones en sus propios espacios.
- EL CENTRO CULTURAL DE CALI, Se encuentra ubicado en el centro histórico de Cali, su arquitectura es una combinación de ciudadela mudéjar con castillo medieval compuesta por ladrillo limpio, con implementación de conceptos hispánicos como lo son balcones en su segunda planta y los espacios abiertos en su interior, además de los aleros de los andenes para la protección de los transeúntes. Específicamente, el Centro Cultural cuenta con una plazoleta interior conocida como "Samán", donde se realizan la mayoría de actividades, o tertulias entre los ciudadanos; del mismo modo, cuenta con salas de arte y cultura para que artistas plásticos y visuales de Cali, puedan realizar exposiciones de sus trabajos. Estos son los espacios para priorizar con oferta cultural para todo público.
- EL PARQUE ARTESANAL LOMA DE LA CRUZ, con una ubicación privilegiada, es un espacio abierto para la cultura, ha sido sede de muchos eventos y frecuentemente está lleno de actividades como muestras de cine al aire libre, música andina, y una permanente muestra de artesanías realizadas por artesanos de diferentes territorios nacionales e internacionales. En el lugar los artesanos dictan talleres sobre danzas y manufacturación de instrumentos musicales, además realizar diversos eventos culturales como conciertos o muestras gastronómicas; la Loma de la Cruz también es un lugar abierto que recibe cada semana la visita de diversos grupos poblacionales como LGTBI, afrocolombianos y rockeros.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

Del mismo modo, la Administración Municipal apoyó en 2017 la realización de MEC - Movimiento de Empresarios Creativos de la Comisión Regional de Competitividad Creativos cuyo propósito consistió en ofrecer un espacio de formación, divulgación y conexión para empresarios y emprendedores creativos de la ciudad para activar dinámicas de reconocimiento e interacción intersectorial, mezclando durante 6 días actividades de 5 sectores diferentes: Música, Tecnología, Moda, Arte y Cine, en un festival que busca celebrar la creatividad; el evento contó con 5.500 asistentes.

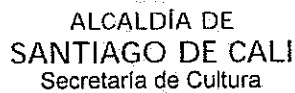
Por su parte, la Secretaría de Turismo abre espacios para los actores culturales en el marco de Redescubre Cali, la cual tiene como objetivo empoderar y transformar el imaginario del turismo en los ciudadanos de Cali, creando asociaciones mentales positivas para el turismo, a través de la promoción de las líneas de productos junto a la divulgación de espacios o experiencias que aporten la generación de sentimientos de identidad y amor por la ciudad de Santiago de Cali.

Redescubre Cali, incluye entre sus propuestas: Charlas – Cali tiene cosas que contarte, la cual busca generar espacios para conocer de primera mano la información turística de nuestra ciudad, la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali ha creado seminarios de información turística, conversatorios temáticos y charlas de Bienvenida. Los conversatorios temáticos buscan propiciar y fomentar espacios de intercambio de conocimientos sobre productos y servicios turísticos de la ciudad, entre los actores culturales vinculados a los productos (naturaleza, patrimonio, gastronomía y salsa), la ciudadanía, los prestadores y operadores de servicios turísticos y el ente gubernamental.

7. INSPIRACIÓN. *Se promoverá la participación en escenarios locales, virtuales, nacionales e internacionales que permitan mostrar el talento nacional, conocer el talento internacional, e inspirar la cultura participativa desarrollando la Economía Creativa en todas sus expresiones.*

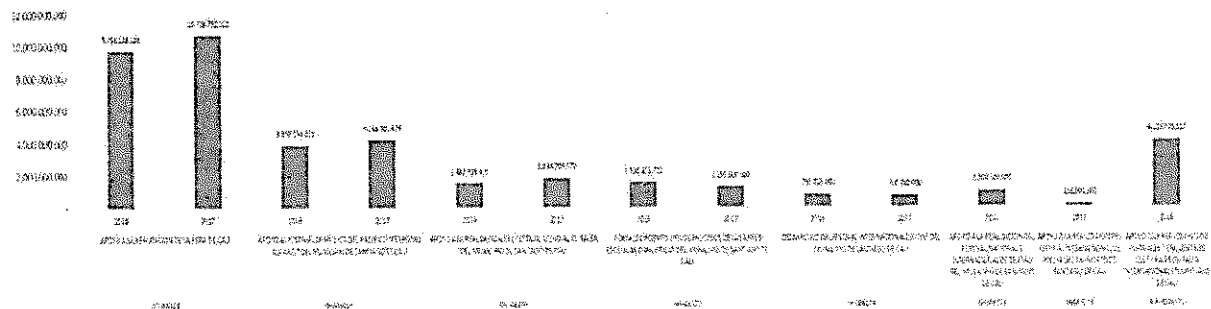
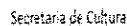
El componente de Inspiración de la ley 1834 de 2017 se ha venido trabajando desde la Secretaría de Desarrollo Económico a partir de la estrategia de promoción de ciudad definida para dar cumplimiento al numeral 10 y 11 del artículo 159 del Decreto Municipal 0516 de 2016 en el cual se estipula como una de las funciones del organismo:

- Numeral 10: "Determinar y articular las estrategias de mercadeo y promoción para el posicionamiento del Municipio de Santiago de Cali".
- Numeral 11: "Desarrollar estrategias para la promoción de los sectores económicos estratégicos del Municipio de Santiago de Cali".



2. ¿Qué proyectos se vieron afectados por la disminución presupuestal que se ha venido presentando en el eje 4 componentes 4?3 "Zonas de vocación económica y marketing de ciudad?"

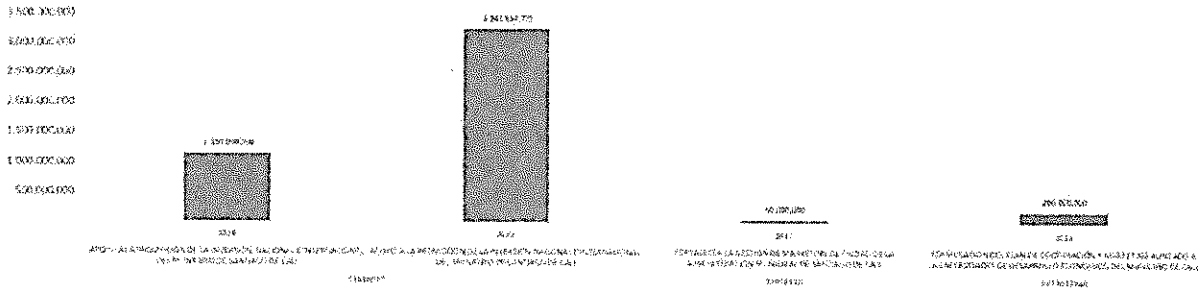
COMPONENTE ZONAS DE VOCACIÓN ECONÓMICA Y
MARKETING DE CIUDAD



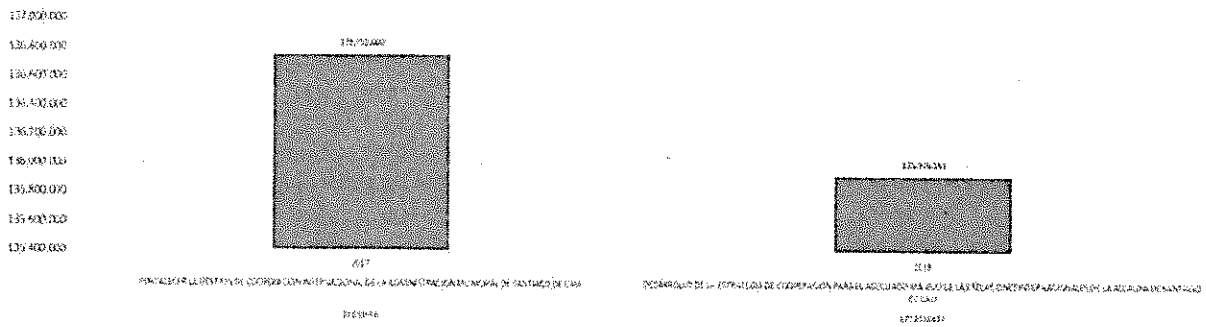


ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI Secretaría de Cultura

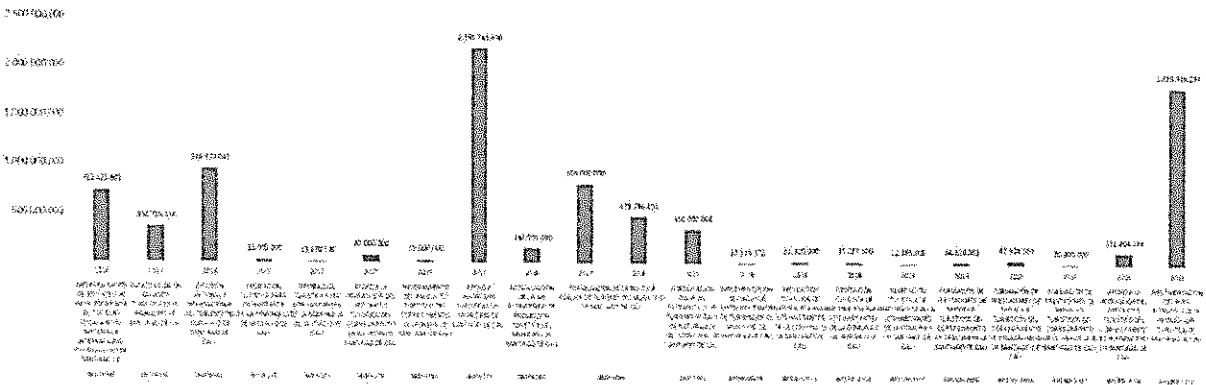
Secretaría de Desarrollo Económico

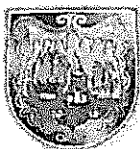


Secretaría de Gobierno



Secretaría de Turismo





ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

3. ¿Cómo se está articulando el marketing de ciudad y las zonas de vocación económica con las líneas de inversión de la llamada Economía Naranja y cuántos empleos directos se han generado por medio de los programas: ¿Proyección internacional de Cali como ciudad de eventos de talla mundial y Programa potencial turísticos rural y urbano, de acuerdo al eje 4 Cali Emprendedora y Pujantes?

Este eje se enfoca en Posicionar una Cali articulada con la región Pacífico, atractiva para la inversión extranjera, la realización de negocios y la creación de valor agregado, es primordial para fortalecer el Municipio con un tejido empresarial enfocado en generar economías de escala, aumentar la oferta de productos y servicios, y fortalecer una fuerza laboral competente y capacitada para afrontar los retos del mercado internacional. Complementariamente se promoverán intervenciones que mejoren las condiciones físicas de zonas de la ciudad con conglomerados de negocios, empresas y servicios con vocaciones específicas y dinamizar iniciativas de cooperación y marketing de ciudad.

Es por ello que, se avanza con la estrategia de turismo cultural y de ciudad, en la cual se han beneficiado 92.005 personas en la vigencia 2017 de los diferentes proyectos a cargo de la Secretaría de Turismo, mediante los siguientes proyectos:

- BP- 06-046181 Capacitación en guianza turística del municipio de Santiago de Cali. Población beneficiada: 620 Taxistas Capacitados en Información y atención al turista
- BP-06-046274 Apoyo a iniciativas turísticas del Municipio de Santiago de Cali. Población Beneficiada: 58340 Personas (Turistas, Empresarios del Sector Turismo, Población Local). Beneficios: Promoción del producto turístico de los cerros tutelares de Cali y sus principales atractivos, con el fin de lograr mayor atracción de turistas.
- BP-06-046289: Formulación de la política pública de turismo del municipio de Santiago de Cali. Población Beneficiada: 18000 Personas (Actores de la cadena del sector turismo).
- BP06-046229 Apoyo a la promoción del producto turístico del corregimiento la Buitrera de Santiago de Cali. Población Beneficiada: 19 Mipymes Capacitadas
- BP06-046231 Mejoramiento del producto turístico del corregimiento la Leonera de Santiago de Cali. Población Beneficiada: 20 Mipymes Capacitadas
- BP-13-047401 Formulación del plan estratégico de turismo rural y de naturaleza del municipio de Santiago de Cali. Población Beneficiada: 15.000 Personas (Habitantes de la zona rural del Municipio)
- BP-22042829 Implementación de estrategias de promoción de buenas prácticas y entretenimiento seguro en establecimientos nocturnos de Santiago de Cali. Población Beneficiada: 500 Establecimientos Capacitados en Buenas Prácticas Nocturnas
- BP-06046106 FORTALECIMIENTO DEL GREMIO GASTRONÓMICO DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI. Población Beneficiada: 10 Mipymes fortalecidas en promoción de la gastronomía local, en el marco del festival salsa y sabor.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

Así mismo, en términos de turismo, en 2017 Cali ha recibido un total de 191.135 visitantes extranjeros representando un aumento del 3.2% comparado con el 2016 (185.260). Lo que indica el aumento de 5.875 extranjeros y una participación nacional del 5.7%. En la actualidad los estadounidenses ocupan el primer puesto en visitantes extranjeros que visitan Cali con 15.433 personas, luego están los ecuatorianos con una participación del 31.5%, los venezolanos con 14.7% y los españoles con 10.4%. México, Perú y Chile país pertenecientes a la Alianza del Pacífico ocupan los puestos cinco, seis y nueve con 2.847, 2.779 y 1.915 visitantes respectivamente.

Cali aporta el 68.3% de los empleos generados en el Valle del Cauca por el turismo, es decir 8.966 empleos de los 13.134 del Valle. La ocupación hotelera en el 2017 fue del 57% resultando ser aproximadamente igual a la del 2016, se estima que en el año 2017 que se comercializaron 166.577 habitaciones más que dicho año. Este resultado no se refleja en la tasa de ocupación debió a un aumento del 9% en el volumen de habitaciones ofertadas. Para los primeros cinco meses del año fue del 53.6%, el 71.5% de los huéspedes eran de procedencia nacional y el 28.5% eran extranjeros.

Por su parte, desde el área de Promoción e Inversión de la Secretaría de Desarrollo Económico mediante la ejecución de la ficha Eventos y ferias desarrolladas para promover los sectores de inversión de la ciudad región BP-12046077 asociada a la meta del Plan de Desarrollo "Eventos y Ferias desarrollados para promover los sectores de inversión de la ciudad región" del programa 4.3.2 Proyección internacional de Cali como ciudad de eventos de talla mundial: en el 2016 fueron 360 empleos y en el 2017 642 empleos en la industria de BPO, IT y Software.

Finalmente, la Secretaría de Cultura impulsa el desarrollo de Festivales de talla nacional e internacional los cuales han permitido impactar a más de 780.408 personas. Lo cual ha representado una generación de 7.080 empleos directos.

4. En el concepto de marketing de ciudad, el articulador natural es la Secretaría de Gobierno, por ello, ¿Qué evidencias nos muestran la consolidación de Cali como una ciudad de marca internacional?

Como parte de la estrategia para la promoción de Cali a nivel nacional e internacional, la Administración Municipal viene desarrollando de manera articulada entre las Secretaría de Turismo, Secretaría de Cultura y la Secretaría de Desarrollo Económico diferentes actividades para visibilizar y promover la oferta de ciudad en materia de eventos, ferias y festivales; así como también para la promoción de las ventajas competitivas de la ciudad y los casos de éxito del sector que consolidan a Cali como referente nacional de la economía creativa.



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

Lo anterior ha generado \$1.485 millones de pesos en free press con publicaciones sobre la creatividad en Cali en medios como El País, El Tiempo, El Espectador, Arcadia, Fucsia, Caracol, Blu, Telepacífico, Portafolio, Dinero, ADN, Shock, entre muchos otros. Solo la Feria de Cali generó,

según datos del estudio de impacto económico realizado por la Universidad Javeriana, 624 notas de prensa positivas en 2017 por un valor de \$4.463 millones de pesos que benefician el posicionamiento de la marca ciudad.

Por otro lado, la Secretaría de Gobierno y la Secretaría de Desarrollo Económico, se encuentran elaborando el Plan Estratégico de Cooperación y Marketing de Ciudad (indicador 44030020006 del Plan de Desarrollo Municipal). Para esto, han definido que el componente de cooperación lo desarrolle la Oficina de Relaciones y Cooperación, adscrita a la Secretaría de Gobierno y, el componente de Marketing de Ciudad la elabore la Secretaría de Desarrollo Económico. En 2017 y 2018, cada uno de estos organismos ha presentado avances para la formulación del plan estratégico y, se espera que en 2019 se consolide el documento final.

Con relación a lo anterior, en el año 2017, la Oficina de Relaciones y Cooperación realizó un primer ejercicio de identificación tanto de la oferta externa de cooperación como de la demanda interna de los diferentes organismos de la Administración Municipal. De este modo, se elaboró una primera versión del Documento de Oferta de Cooperación Nacional e Internacional (se sigue complementando en 2018) el cual contiene información sobre 64 actores que pueden ser de interés para los organismos de la Administración y, por lo tanto, aportar al cumplimiento del Plan Municipal de Desarrollo. El documento clasifica a los organismos en siete categorías de acuerdo con su naturaleza: Organizaciones Multilaterales, Actores Bilaterales Nacionales, Actores Bilaterales Locales, Redes de Ciudades, Academia, Actores Públicos y Otros Actores. Este documento es esencial para elaboración de la estrategia de cooperación y marketing de ciudad, dado que caracteriza los actores a partir de sus líneas de trabajo y oportunidades para la ciudad.

Así mismo, se realizó la identificación y priorización de oportunidades de cooperación, con un total de 116 oportunidades (cursos, convocatorias y premios) durante el 2017. De igual manera, siguiendo con las nuevas tendencias de cooperación se realizó un primer acercamiento con las Redes de Ciudades y otras plataformas descentralizadas, así como contactos bilaterales con ciudades que compartan similitudes con Cali para entablar hermanamientos. Por último, la Oficina realizó un diagnóstico sobre la situación actual de la ciudad en temas de internacionalización. Este documento fue pieza clave para formular el plan de trabajo del año 2018.

En el año 2018, la Oficina de Relaciones y Cooperación realizará un portafolio con las buenas prácticas que puede compartir la ciudad de Cali, de manera que no solo se convierta en una entidad que recibe cooperación, sino que se proyecte como una ciudad que a escala local, ofrece soluciones a problemáticas globales. Con relación a esto, en el primer trimestre de 2018, se logró avanzar en la identificación de buenas prácticas y en la organización del documento, denominado Cali Enseña, a través de la cual se busca posicionar y visibilizar las experiencias exitosas de la Administración Municipal, al tiempo que se tiene un resumen sobre las características de estas



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

experiencias, sus elementos innovadores, diferencias y sus posibilidades de réplica. De este modo, esta primera versión se identificó las siguientes experiencias y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Proyecto	Secretaría	ODS
Plan Jarillón de Cali	Secretaría de Gestión de Riesgos y Emergencias	1, 10, 11, 13, 15
Territorios de Inclusión y Oportunidades (TIO's)	Secretaría de Desarrollo Territorial y Participación Ciudadana	1, 2, 10, 16
Política Pública de Equidad de Género	Secretaría de Bienestar Social – Subsecretaría de Equidad de Género	5, 10
Gestores de Paz y Cultura Ciudadana	Secretaría de Paz y Cultura Ciudadana	1, 2, 8, 10, 16
Mesas de Cultura Ciudadana	Secretaría de Paz y Cultura Ciudadana	11, 13, 16, 17
Corredor Verde	Departamento Administrativo de Planeación Municipal	11, 13, 15
Hospitales Verdes	Secretaría de Salud	3, 7, 10, 11, 13
Centro de Desarrollo Infantil “El colibrí”	Secretaría de Bienestar Social – Subsecretaría de Primera Infancia	1, 4, 10, 11
Mi comunidad es Escuela	Secretaría de Educación	4, 10, 11

Adicionalmente, se realizó un acercamiento con la Agencia Presidencial de Cooperación – APC Colombia para poner a disposición inicialmente la experiencia de la Secretaría de Paz y Cultura Ciudadana con el Programa de Gestores de Paz y Cultura Ciudadana para ser compartido en programas de Cooperación Sur – Sur y Cooperación Col – Col, como un caso exitoso en la promoción de proyectos de innovación social, en el cual se trabaja por una parte la reconciliación y la cultura ciudadana al tiempo que se dan herramientas y oportunidades a jóvenes en condición de vulnerabilidad. Se espera en los próximos meses tener la información de la aplicación completa y así intentar desarrollar un piloto del intercambio.

Asimismo, la Oficina mantuvo su apoyo a los organismos interesados en postular proyectos en diferentes premios, acompañando durante el primer trimestre de 2018 3 postulaciones:

PREMIO	ORGANIZACIÓN	OBJETIVO	ORGANISMO INTERESADO	EXPERIENCIA POSTULADA
BUENAS PRÁCTI-	Eurosocial y la Fundación EU-LAC	Ofrecer a la comunidad interesada en promoción de la equidad de género y juventud, una	Subsecretaría de	Curso de transformación de polímeros por inyección a un grupo de



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

**CAS E IN-
NOVACIO-
NES PARA
LA INCLU-
SIÓN DE
MUJERES
JÓVENES
AL
MUNDO
LABORAL
PREMIOS
UIM A LAS
BUENAS
PRÁCTI-
CAS LO-
CALES
CON EN-
FOQUE DE
GÉNERO
ENGAGED
CITIES
AWARD**

	gama de experiencias positivas en torno a la inclusión de las mujeres jóvenes al mundo laboral, las que puedan ser replicadas y/o adaptadas a los contextos propios de cada país u organización	Equidad de Género	mujeres de la ciudad de Santiago de Cali "
Unión Iberoamericana de Municipalis- tas	Reconocer, valorar, fortalecer y socializar las buenas prácticas locales con enfoque de género que existen en Iberoamérica para que acompañen nuevos procesos como "ciudades mentoras"	Subse- creta- ría de Equi- dad de Gé- nero	Construyendo masculi- nidades Equitativas y No violentas: Una es- trategia para prevenir las violencias basadas en género
Cities of Ser- vice	Resaltar creativas y diversas maneras de empoderar a las ciudades para resolver sus problemas	Secre- taria de Paz y cul- tura Ciuda- dana	Mesas de Cultura Ciu- dadana

La Alcaldía fue reconocida con el premio "Engaged Cities", por la experiencia de Las Mesas de Cultura Ciudadanía para la Paz de la Secretaría de Paz y Cultura Ciudadana. Es menester resaltar que el objetivo del documento "Cali Enseña" y de la aplicación a los premios es posicionar a nuestra ciudad frente al mundo.


La Oficina de Relaciones y Cooperación, en el 2018 ha impulsado la adhesión de la ciudad a redes de ciudades, como estrategia para la promoción y desarrollo del territorio. En este sentido Cali ha sido aceptada en la Red de Ciudades del Aprendizaje de la UNESCO, la Red de Ciudades Seguras para las Mujeres y Niñas de ONU Mujeres y Cities Of Service de Bloomberg Philantrop-
hies. También se encuentra tramitando su adhesión a la Red de Gobiernos Locales para la Sos-
tenibilidad – ICLEI. En este punto, es importante resaltar que incluir a Cali en estos espacios permitirá poner a disposición las mejores prácticas del mundo en diferentes temas, a la vez que se posiciona como un actor relevante y participativo dentro de redes internacionales.





ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
Secretaría de Cultura

De igual manera, con la intención de explorar la utilidad y pertinencia de los hermanamientos, como una acción de cooperación descentralizada, la Oficina de Relaciones y Cooperación durante el 2017 y 2018 ha entablado relaciones directas con las ciudades de Cochabamba (Bolivia), Goyang (Corea del Sur) y Ho Chi Minh (Vietnam). Por otro lado, entre el 2017 y 2018 se han recibido 85 visitas internacionales, destacando la presencia de Embajadores, Jefes de Cooperación y otros funcionarios de alto nivel de gobiernos nacionales, organismos multilaterales, empresas, entre otros, con la intención de conocer y dialogar sobre iniciativas de trabajo con la ciudad

Atentamente,


LUZ ADRIANA BETANCOURT LORZA
Secretaría de Despacho

Proyectó / Elaboró: Martha Meléndez – Contratista 
Revisó: Diana Marcela Ledesma González – Contratista  / Adiel Salazar / Contratista

En atención del desarrollo de nuestros Sistemas de Gestión y Control Integrados le solicito comedidamente diligenciar la encuesta de satisfacción de usuario accediendo al siguiente enlace: <http://www.cali.gov.co/publicaciones/103935/percepcion>.

