

DOCUMENTO DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

COLOMBIA

INDUSTRIAS CULTURALES, MOTOR DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO
DE CALI

(CO-M1049)

MEMORANDO DE DONANTES

Este documento fue preparado por el equipo de Proyecto integrado por: Miguel Aldaz (FOMIN/IKM) Jefe de Equipo; Francisco Rojo (FOMIN/IKM); Dora Moscoso (FOMIN/DEU); Carlos Novoa (FOMIN/CCO); Santiago Soler (FOMIN/OPS); Anne Marie Lauschus (LEG/SGO) y Javier Jimenez Mosquera (LEG/SGO).

ÍNDICE

I. RESUMEN EJECUTIVO	1
II. ANTECEDENTES.....	1
III. OBJETIVOS Y COMPONENTES	5
IV. COSTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	7
V. ENTIDAD EJECUTORA Y MECANISMO DE EJECUCIÓN	8
VI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	10
VII. BENEFICIOS Y RIESGOS DEL PROYECTO	11
VIII. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL.....	11

ANEXOS

ANEXO I	Marco Lógico
ANEXO II	Presupuesto Detallado

APÉNDICES

Proyecto de Resolución

INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LOS ARCHIVOS TÉCNICOS DEL FOMIN

DOCUMENTO 1	Reglamento operativo.
DOCUMENTO 2	Evaluación Institucional y Análisis de Riesgo de COMFANDI.
DOCUMENTO 3	Cronograma de ejecución.
DOCUMENTO 4	Presupuesto desglosado.
DOCUMENTO 5	Plan de adquisiciones.
DOCUMENTO 6	Hitos de desembolso.

SIGLAS Y DEFINICIONES

ALC	América Latina y el Caribe
BID	Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco
COMFANDI	Caja de Compensación Familiar del Valle del Cauca
ESR	Comité de Revisión de Impacto Ambiental y Social
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones
PSR	Informe de Avance del Proyecto
UE	Unidad Ejecutora

INDUSTRIAS CULTURALES, MOTOR DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE CALI (CO-M1049)

I. RESUMEN EJECUTIVO

País beneficiario:	Colombia
Organismo Ejecutor	Caja de Compensación Familiar del Valle del Cauca – COMFANDI
Beneficiarios:	Micro y pequeños empresarios culturales y relacionados.
	Modalidad: No reembolsable
Financiamiento:	FOMIN US\$ 1.870.000 ¹
	LOCAL <u>US\$ 1.530.000</u>
	TOTAL US\$ 3.400.000
Objetivos:	<p>El objetivo general del proyecto es contribuir al progreso socioeconómico de la ciudad de Cali, impulsando y posicionando a las industrias culturales como una nueva fuente de desarrollo y de oportunidades.</p> <p>El objetivo específico del Proyecto es crear la institucionalidad permanente de gestión público/privado que impulse la generación y crecimiento de las empresas e instituciones culturales en Cali.</p>
Calendario de ejecución:	Período de ejecución y desembolso: 54 meses.
Condiciones contractuales especiales:	Condiciones previas al primer desembolso: (i) designación de los representantes autorizados; (ii) contratación del coordinador del proyecto; (iii) expresión de conformidad al Reglamento Operativo por parte de la Agencia Ejecutora; y (iv) firma de convenios comprometiendo recusos de contrapartida y su colaboración activa, entre COMFANDI y las instituciones que participen del proyecto.
Excepciones a las políticas:	Ninguna
Revisión social y ambiental:	El Comité de Revisión de Impacto Ambiental y Social (ESR) revisó sin comentarios el proyecto el 19 de mayo de 2008 (ESR 22-08)

II. ANTECEDENTES

- 2.1 Cali (oficialmente, Santiago de Cali) es la capital del departamento de Valle del Cauca en Colombia y la tercera ciudad más poblada del país (2005)². Fue fundada en 1536, siendo una de las ciudades más antiguas de América. Es uno de los principales centros económicos e industriales del país y el principal centro urbano, cultural, económico, industrial y agrario del sur occidente colombiano. Cali se sitúa en un punto neurálgico y estratégico: hacia el occidente conecta con el puerto de Buenaventura en el Pacífico, es

¹ Este monto incluye US\$ 9.350 que se canalizarán hacia la cuenta de evaluación de impacto que es administrada por la oficina del FOMIN.

² Párrafos 2.1 a 2.3 basados en http://es.wikipedia.org/wiki/Santiago_de_Cali

paso además de la Vía Panamericana, y paso obligado desde Colombia hacia el Ecuador. Un evento memorable lo constituyó la celebración en la ciudad de los Juegos Panamericanos en 1971, evento que contribuyó notablemente al posicionamiento internacional de la ciudad y al desarrollo de su infraestructura.

- 2.2 El incremento de la línea de pobreza muestra lo crítica de la situación en una ciudad en la que el 67,5% de sus habitantes en 2006 eran pobres (contra un 39% en 1998). Este incremento tan significativo se debe en gran parte a: (i) la crisis económica que empezó en 1998, y que afectó especialmente al sector industrial; (ii) el crecimiento de las áreas urbanas en detrimento de la población rural. Hoy en día más del 60% de la población del Valle del Cauca habita en el área metropolitana; y (iii) los desplazamientos provocados por el conflicto armado que acentuaron el despoblamiento rural. En el período 1999-2005 llegaron a Cali más de 55.000 personas, de los cuales casi 20.000 lo hicieron el último año. Adicionalmente, Cali también enfrenta a los enormes retos sociales de unas tasas de conflictividad mayores a las del resto del país, especialmente en homicidios; y a la mayor vulnerabilidad y exclusión social del alto porcentaje de su población afro-colombiana³ (alrededor del 24%), lo que hace de Cali una de las urbes latinoamericanas con mayor población de raza negra.
- 2.3 Por tradición, Cali y sus alrededores han sido espacio de la hacienda como eje de producción de azúcar, basada en un modelo agrícola en el que grandes extensiones de tierra eran cultivadas con mínimo uso de mano de obra. En el periodo 1910-1930 la economía de la ciudad se benefició del desarrollo de infraestructura básica, como la construcción de la vía férrea a Buenaventura. El desarrollo industrial no comenzó a gran escala sino hasta la década de 1930, consolidándose en los 40 con grandes inversiones de capital extranjero que atrajeron significativas olas de inmigración en las décadas de los 50 y 60. En los 80, el narcotráfico empezó a tener una fuerte influencia en la economía de la ciudad con importantísimos problemas de seguridad y lavado de activos que infectó a muchas instituciones y empresas. El boom económico declinó abruptamente a mediados de los 90 por el conflicto armado y el narcotráfico. La crisis económica de 1998 afectó severamente a la ciudad, quien vio caer su participación porcentual en el PIB nacional desde 1995. Aunque la situación económica de Cali ha venido mejorando a partir de 2005 gracias principalmente a los sectores de la construcción y agroindustrial, ésta aún tiene importantes retos, *sociales de integración y económicos de transformación*, a superar.
- 2.4 Los problemas de competitividad territorial aparecen reflejados⁴ en las características principales de las unidades económicas de Cali: (i) por tamaño: son micro (94,7%) o pequeñas empresas (3%); (ii) por organización jurídica: son personas naturales / economía informal (80,4%) o puestos móviles (5,6%); y (iii) por antigüedad: menos de tres años de funcionamiento (53,6%) y sólo un 25,3% cuenta con más de cinco años. Esta realidad económica (bajo valor añadido, escasa diferenciación, entre otros, de la mayoría de las empresas locales) impacta en el hecho de que la pobreza perdure en el tiempo en la ciudad porque, entre otras razones, la mayoría de los empleos creados en Cali son en el *sector informal* y presentan baja remuneración e inestabilidad. Adicionalmente, las cifras de creación de empleo esconden muchas veces elevados índices de *subempleo*, y muestran la falta de aparejamiento con las competencias y aspiraciones de los individuos⁵.

³ “La pobreza y exclusión social en Bogotá, Medellín y Cali”. Foro Debates. Octubre 2006.

⁴ “Cali en Cifras 2007”. Alcaldía de Santiago de Cali. Departamento Administrativo de Planeación. Diciembre 2007.

⁵ “La pobreza y exclusión social en Bogotá, Medellín y Cali”. Foro Debates. Octubre 2006.

- 2.5 La ciudad de Cali lleva muchos años en la *transición de ser industrial a ser una ciudad de servicios*, transición común en economías relativamente maduras. Dicha transformación, que está estrechamente asociada al proceso de urbanización de la ciudad, es el resultado de la combinación de varios factores políticos (visión, estrategias a largo plazo, etc.), sociales (conflictividad, colaboración institucional, niveles de educación, etc.) y económicos. La combinación de dichos factores promueve o retarda la creación de un entorno favorecedor al dinamismo económico y a la competitividad territorial, e impulsa o frena el auge de nuevos sectores económicos en los que la ciudad de *Cali presente fortalezas competitivas como su talento creativo y riqueza genética*. Las industrias culturales son uno de dichos nuevos sectores económicos en los que la ciudad presenta significativas fortalezas competitivas. No por nada, Cali es conocida como la *Capital Mundial de la Salsa* o por el talento de sus cineastas (“*Caliwood*”).
- 2.6 A pesar de las escasas estadísticas existentes, especialmente en los países en desarrollo, se estima que las *industrias culturales* generan el 7% del producto bruto mundial, lo que demuestra la importancia que constituye este sector como elemento de crecimiento dentro de los sistemas económicos contemporáneos. En América Latina y el Caribe, las estadísticas disponibles, indican que la contribución promedio al PIB sólo está entre el 3,5% y 4% (sin incluir el turismo cultural). En los países de Europa, el mismo indicador se muestra entre el 5,5% y 6%, mientras que en Estados Unidos alrededor del 7% y 8%. Asimismo, las industrias culturales, son una fuente destacable de empleo. Por ejemplo, en Inglaterra el 6% de la población está empleada en una industria cultural. En resumen, las industrias culturales son una *importante herramienta de desarrollo local* porque: (i) son una fuente de empleo sostenible –son menos volátiles que otros tipos de trabajos–; (ii) son intensivas en trabajo y no en capital; (iii) se basan en el conocimiento local, el cual no es accesible en otro lugar del mundo; (iv) las distintas industrias culturales tienden a estar fuertemente conectadas, generando fuertes sinergias entre las mismas; y (v) contribuyen en la calidad de vida de los ciudadanos, mediante el fortalecimiento de la identidad cultural, y el fortalecimiento de la cohesión social⁶. La demanda de trabajo en este sector suele ser de ocupaciones y profesiones muy variadas, tales como: gestores culturales, restaurador artístico y de bienes culturales, conservador de museos, técnico especialista en grabados, especialistas en forja artística -herrería, cerámica, madera, etc.-, animador sociocultural, artistas -actores, músicos, bailarines, coreógrafos, etc.-, creadores de productos multimedia, abogados especializados, entre otros muchos. La experiencia internacional muestra que “*el arte y la cultura hacen a los centros urbanos mucho mas que grandes lugares para vivir, las industrias culturales crean tremendo valor económico por si mismas*”⁷.
- 2.7 En Santiago de *Cali*, *el sector cultural ha sido identificado como un sector estratégico de desarrollo* desde el punto de vista social y económico, en cuanto a su capacidad para generar ingresos y empleo, además de otros beneficios relacionados con el sentimiento de pertenencia y cohesión de los ciudadanos al territorio y al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos. El talento creativo y cultural de los ciudadanos de Cali, su riqueza genética, el compromiso de una rica institucionalidad pública y privada, la existencia de un conjunto promisorio de empresas e infraestructura cultural, etc. posibilita que las industrias culturales se conviertan en uno de los ejes del desarrollo socioeconómico de Cali. Como base para ello, Cali cuenta con una extensa infraestructura cultural: 18 teatros, 43 cines, 31 salas de exposición y galerías de arte, 201 salas de convención y auditorios,

⁶ “Visión General de las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe”. BID 2007.

⁷ “If you can make it here” by James Surowiecki. The New Yorker. October 22, 2007. El artículo comenta como la moda, cultura y arte importan más para el desarrollo económico de Nueva York que su industria financiera.

11 museos, 120 bibliotecas, 52 centros culturales, 155 grupos de teatro y danza, 204 grupos de música, 12 grupos audiovisuales, 77 grupos TICs, etc.⁸

- 2.8 **Problema.** Existe una *falta de visión empresarial y de articulación institucional* respecto a las oportunidades económicas de una eficiente utilización del capital artístico, creativo y cultural que posee el área metropolitana de Cali. Además, se puede observar: (i) una limitada experiencia en la gestión de la economía cultural local en los diversos actores públicos y privados involucrados, orientada hasta la fecha a la promoción del consumo (patrocinio de eventos); (ii) ausencia de claras estrategias de mediano/largo plazo; (iii) una demanda y oferta insatisfecha de actividades económico-culturales que no han sido explotadas, al menos, en su totalidad; (iv) falta de coordinación entre las distintas instituciones y actividades dentro del ámbito de las industrias culturales; (v) falta de asociativismo empresarial; y (vi) falta crítica de información relevante para la toma de decisiones y la gestión cultural. Todos estos factores obstaculizan el desarrollo socioeconómico de Cali a través de sus industrias culturales.
- 2.9 Aunque la ciudad de Cali posee los suficientes activos culturales físicos (nueva feria de muestras con gran éxito de captación de eventos y atracción de visitantes, salas de exposiciones, museos, etc.) y humanos (grupos de teatro, escuelas de danza, cineastas, etc.), la cultura no es percibida como un pujante sector de desarrollo empresarial ni por el sector privado ni por el público. El emprendimiento cultural es sentido por la mayoría de la población potencial como un pasatiempo, un *hobby desarrollado de manera informal y temporal, o como un empleo a tiempo parcial*. Desde el sector público la visión imperante hasta la fecha ha sido el *patrocinio a la oferta cultural*, creando claros problemas de sostenibilidad y competitividad para la oferta. Es de destacar, que las estadísticas económicas de Cali no recogen el concepto de industria cultural, claro síntoma del desconocimiento que existe sobre su potencial empresarial.
- 2.10 La experiencia internacional demuestra que el desarrollo a través de la *cultura formula un modelo de desarrollo complementario* que apunta hacia lo local y a los recursos existentes en este espacio como eje central. Dicho modelo facilita el desarrollo *basado en el territorio* y en la utilización productiva de los recursos locales y requiere: (i) revalorizar los recursos humanos a través de la formación; (ii) aplicar tecnologías de punta a las nuevas iniciativas; (iii) identificar nuevas oportunidades de negocio; (iv) crear sinergias empresariales a través de la asociatividad; (v) la articulación institucional; (vi) el consenso en la generación de estrategias a largo plazo; (vii) de una organización, al menos en su inicio de la oferta y la demanda en el mercado a través de la colaboración de los sectores público y privado⁹; y (viii) generar un clima favorable para la creación y desarrollo de empresas.
- 2.11 **Justificación y Adicionalidad.** El presente proyecto será el segundo de la nueva área temática de promoción del desarrollo socioeconómico de centros urbanos a través de sus industrias culturales. El primero fue aprobado para el Centro Histórico de Quito¹⁰ y se basaba en el patrimonio histórico y cultural instalado (declarado Patrimonio de la Humanidad) como principal fortaleza. En contraste, la ciudad de Cali no presenta un significativo patrimonio histórico, por lo que la iniciativa se construye sobre el reconocido

⁸ “Inventario cultural descriptivo de Santiago de Cali”. COMFANDI. 2008.

⁹ “La cuestión de los Nuevos Yacimientos de Empleo en la Unión Europea”. Revista Valenciana de Estudios Económicos.

¹⁰ “Las industrias culturales como motor de desarrollo socioeconómico del Centro Histórico de Quito” (EC-M1034). Aprobado por el Comité de Donantes en Noviembre 2007.

talento creativo y cultural de la población caleña. En este contexto y compartiendo objetivos con el proyecto de Quito, se quiere probar mecanismos y actividades para potenciar y articular empresarialmente el talento creativo como vehículo de generación de ingresos y empleo de calidad en una ciudad que enfrenta significativos retos sociales y económicos.

- 2.12 La rica institucionalidad pública y privada que se ha unido (ver 5.3), demuestra la demanda, interés y compromiso por el proyecto. El FOMIN ha desempeñado un destacado rol en movilizar a todos estos actores sociales, aún a pesar de la enorme competencia y presión que dichas instituciones padecen por sus recursos escasos dadas las enormes carencias sociales existentes en la ciudad.
- 2.13 El presente proyecto presenta una clara oportunidad de aprendizaje para el FOMIN que podría ser transferida a otros centros urbanos de la región, además de ser una iniciativa altamente complementaria a las actividades de promoción de empresarialidad y de servicios de desarrollo empresarial. La plataforma tecnológica que incorpora el proyecto es resultado directo de las lecciones aprendidas del proyecto de “Jóvenes con Empresa” (ATN/MH-8618-CO), donde se evidenciaron dificultades para dar seguimiento a los emprendedores. Este proyecto contempla un innovador entorno de colaboración virtual (intranet e internet) que posibilitará el almacenamiento y prestación continua de servicios de desarrollo, el seguimiento a proyectos empresariales por sus tutores, la colaboración internacional y la venta de productos y servicios online.

III. OBJETIVOS Y COMPONENTES

- 3.1 El **fin** del proyecto es contribuir al progreso socioeconómico de la ciudad de Cali, impulsando y posicionando a las industrias culturales como una nueva fuente de desarrollo y de oportunidades. Su **propósito** es crear la institucionalidad permanente de gestión público/privada que impulse la generación y crecimiento de las empresas e instituciones culturales en Cali.
- 3.2 El proyecto espera obtener los siguientes **resultados** principales para el área metropolitana de Cali: (i) una institucionalidad público y privada articulada para la promoción permanente de las industrias culturales; (ii) una plataforma tecnológica y personal altamente cualificado al servicio de los emprendedores y empresas culturales; (iii) 150 empresas culturales dinámicas constituidas, formalizadas y/o aceleradas; (iv) 1.200 puestos de trabajo fijos y 2.400 eventuales; (v) 4 alianzas empresariales y 3 redes culturales articuladas y ejecutando proyectos estratégicos; (vi) una universidad con programas y currícula especializada en industrias culturales; (vii) estrategia municipal de promoción de la cultura a 10 años aprobada; y (viii) 10 casos de éxito / role models que sirvan de inspiración a la población caleña para su emulación.
- 3.3 Como **beneficios adicionales**, el proyecto contribuirá a mejorar: (i) la imagen internacional de Cali, haciéndola más atractiva como centro de destino de inversiones; (ii) el posicionamiento nacional e internacional de Cali como centro cultural; y (iii) el sentimiento de pertenencia y cohesión social de los ciudadanos al territorio, así como a su calidad de vida.
- 3.4 **Componente I. Creación y aceleramiento de empresas de base cultural y relacionadas.** El objetivo de este componente es articular una oferta de servicios, instituciones y recursos que faciliten la gestión de emprendimientos y empresas culturales

de forma metódica, sistemática y sostenida. Dichos servicios de desarrollo empresarial se harán de acuerdo a las necesidades y oportunidades competitivas de cada emprendimiento y empresa, y requerirán de un significativo compromiso del beneficiario para continuar siendo elegible. Para ello se realizarán las siguientes actividades: (i) diseño del flujo de trabajo del componente; (ii) plantillas específicas de planes de negocios y tutorías en gestión de la calidad empresarial para empresas culturales; (iii) diseño y estructura de seminarios, diplomados y concentraciones de maestría; (iv) servicios de preparación y acompañamiento financiero para los emprendedores; y (v) creación y fortalecimiento de empresas de base cultural y relacionadas a través de servicios de desarrollo empresarial (consultorías, tutorías, comunidades de emprendedores, etc.), especialmente en aspectos críticos como la administración financiera, calidad y comercialización de productos y servicios culturales, incluyendo el desarrollo de canales de venta y distribución nacionales e internacionales.

- 3.5 **Componente II. Medios de soporte a la productividad de la industria cultural.** El objetivo de este componente es desarrollar e implementar las herramientas y plataformas auxiliares necesarias para el buen desempeño de los emprendimientos y empresas culturales promovidas. Permitirá también crear un repositorio de los servicios de desarrollo empresarial que permita generar sinergias y evitar duplicaciones innecesarias en la prestación de los mismos. Para ello se realizarán las siguientes actividades: (i) locaciones y dotaciones de apoyo a la productividad cultural (fondos de contrapartida); (ii) plataforma tecnológica en Internet para el desarrollo empresarial, la promoción y venta de productos y servicios, la gestión administrativa, y la visualización del proyecto; y (iii) sensibilización y capacitación a proveedores de servicios financieros a las empresas culturales (capital semilla de COMFANDI y financiación de FINAMERICA, institución de la que COMFANDI es accionista).
- 3.6 **Componente III. Alianzas empresariales en la industria cultural.** El objetivo de este componente es promover la identificación de oportunidades de negocio y el desarrollo de proyectos empresariales conjuntos entre dos o más empresas. Este componente permitirá identificar nuevas oportunidades de negocio alrededor de sinergias empresariales, y el implementarlas. Se dará especial atención a aquellas alianzas empresariales que permitan a nuevos emprendimientos culturales vender por primera vez sus productos y servicios en el mercado de la mano de empresas consolidadas. Para ello se realizarán las siguientes actividades: (i) identificación y promoción del potencial local para alianzas empresariales; (ii) captación de mejores prácticas internacionales de alianzas empresariales culturales para su réplica en Cali; y (iii) promoción y respaldo a proyectos estratégicos de alianzas empresariales.
- 3.7 **Componente IV. Redes de instituciones culturales organizadas y dinámicas.** El objetivo de este componente es beneficiar a las entidades participantes a través del fortalecimiento colectivo, generando oportunidades de negocio a empresas culturales. Para ello se realizarán las siguientes actividades: (i) taller internacional de gestores de redes; (ii) estudio de tipologías de red y oportunidades cruzadas; (iii) promoción de la red de cinematografía; y (iv) promoción y respaldo a la implementación de los proyectos estratégicos de las redes de, por ejemplo: museos, casas de danza, restaurantes, etc.
- 3.8 **Componente V. Sostenibilidad.** El objetivo de este componente es identificar, evaluar y divulgar los aprendizajes del proyecto y así fomentar la integración de actores público privados que se comprometan con la realización del mismo y su sostenibilidad futura. Como beneficio adicional y en acuerdo con la Alcaldía, este componente inducirá la

formación de una política pública del sector cultural a largo plazo para la ciudad de Cali. Para ello se realizarán las siguientes actividades: (i) estudio de caracterización de la demanda; (ii) desarrollo de las cuentas contables culturales del municipio; (iii) sistema de evaluación; (iv) desarrollo sistema de comunicación institucional; (v) plan decenal de cultura de Cali (creado con la participación activa de las instituciones públicas y privadas involucradas en este proyecto); (vi) institución de transición y sostenibilidad para la promoción de la industria cultural consensuada entre el sector público y privado; (vii) posicionamiento del concepto de industria cultural en la ciudad; y (viii) creación del Centro de Industrias Culturales como un programa universitario de la Universidad ICESI, como elemento importante de un entorno conductivo a la empresarialidad cultural.

IV. COSTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

- 4.1 El proyecto tiene un costo total de US\$ 3.400.000 para un período de vigencia de 4 años. La agencia ejecutora COMFANDI será responsable de aportar los recursos de la contrapartida (40%). Las siguientes instituciones también contribuirán con significativos recursos de contrapartida: Alcaldía de Santiago de Cali, Cámara de Comercio de Cali, Universidad ICESI y Fundación Metrópoli.

Categorías presupuestarias	FOMIN	APORTE LOCAL	TOTAL	%
Componente I	381.776	450.710	832.486	24,48%
Componente II	247.470	275.871	523.341	15,39%
Componente III	126.002	66.656	192.658	5,67%
Componente IV	94.078	318.737	412.815	12,14%
Componente V	503.025	176.858	679.883	20,00%
Administración	348.236	241.167	589.404	17,34%
Otros (auditoría, imprevistos, etc.)	160.062	0	160.062	4,71%
SUBTOTAL	1.860.650	1.530.000	3.390.649	
<i>Porcentaje</i>	<i>54,88%</i>	<i>45,12%</i>	<i>100%</i>	
Fondo de Evaluación de Impacto	9.350	-	9.350	-
TOTAL	1.870.000	1.530.000	3.400.000	

- 4.2 **Sostenibilidad.** La permanencia de los productos y servicios ofrecidos por el proyecto se dará a dos niveles: básico y óptimo. A nivel básico, COMFANDI se ha comprometido a interiorizar dentro de su estructura orgánica, los servicios de desarrollo empresarial y la plataforma tecnológica que integran la iniciativa. Asimismo, la Alcaldía de Santiago de Cali tendrá una estrategia a 10 años de desarrollo de las industrias culturales, e ICESI contará con un Centro de Industrias Culturales con el que atender la demanda de especialización y consultoría de Cali.
- 4.3 A nivel óptimo, el proyecto conseguirá una articulación publico - privada que cree y soporte una institucionalidad permanente de apoyo a las industrias culturales. Para este propósito, el proyecto ha conseguido aunar una masa crítica de instituciones públicas y privadas (COMFANDI, Alcaldía de Santiago de Cali, Cámara de Comercio de Cali, ICESI, Fundación Metrópoli y, probablemente, Apple Computer Inc.) alrededor de un interés y esfuerzo común; al que se le ha dotado con los medios necesarios para conseguir un número llamativo de éxitos que animen a las instituciones partícipes y a otras a llevar a escala la iniciativa.

V. ENTIDAD EJECUTORA Y MECANISMO DE EJECUCIÓN

- 5.1 La Caja de Compensación Familiar del Valle del Cauca (COMFANDI) fue incorporada en 1957. Es una institución sin ánimo de lucro, organizada como corporación de derecho privado y cumple funciones de beneficio social. A nivel local cuenta con una importante red de servicios (salud, mercadeo, educación y cultura, y recreación principalmente) a través de los cuales ha logrado acceder a amplios sectores de población. En la actualidad cuenta con una amplia cobertura y un gran posicionamiento en el Valle del Cauca. A diciembre de 2007, COMFANDI contaba con más de 16 mil empresas afiliadas de las cuales cerca del 70% corresponden a pequeñas empresas con menos de 10 trabajadores. La cobertura en términos de personas asciende a 282 mil trabajadores afiliados con sus respectivas familias para un total de población cubierta de 974.511 personas. Los estados financieros de COMFANDI de los últimos 3 años muestran solidez y buen desempeño.
- 5.2 COMFANDI cuenta con instalaciones propias en las áreas de salud, educación, recreación y mercadeo, así como un centro cultural con bibliotecas, auditorios y salas de exposiciones ubicados estratégicamente en Cali. Las instituciones prestadoras de servicios de salud, colegios, centros recreativos, supermercados y droguerías (aprox. 80 en total) están ubicadas igualmente en sectores estratégicos de la ciudad, que le permiten llegar de manera efectiva a la población beneficiaria, así como a la comunidad del área de influencia de dichos puntos de servicio. El área de Educación y Cultura emplea a casi 500 personas, de los 4.000 empleados de la institución. De esta manera la Caja presenta un portafolio de servicios culturales (administrados a través de centros culturales), los cuales fomentan las diversas manifestaciones artísticas y culturales en la ciudad con el apoyo de la red de instituciones educativas y de recreación de la institución. Por otra parte, COMFANDI cuenta con experiencia en proyectos de fortalecimiento y desarrollo empresarial a través de su Departamento de Fomento al Empleo y Desarrollo Empresarial, incluyendo una limitada experiencia en formalización y fortalecimiento de emprendimientos culturales.
- 5.3 **Mecanismo de Ejecución.** El proyecto será administrado por COMFANDI, a través de su subdirección de Servicios Sociales. La Unidad Ejecutora estará compuesta por un Coordinador General y un Asistente Financiero y de Adquisiciones. Para la ejecución del proyecto se seguirán los lineamientos establecidos en el Reglamento Operativo.
- 5.4 Para la correcta gobernabilidad del proyecto, éste contará con un Comité Asesor integrado por: el Director Administrativo de COMFANDI o su delegado; el Alcalde Municipal o su delegado; el Director Ejecutivo de las Redes Culturales de Cali; un representante de parques tecnológicos, un representante de incubadoras de empresas; un representante de los emprendedores culturales; y dos representantes de alianzas empresariales. Las funciones básicas del Comité Asesor serán: (i) evaluar semestralmente el avance de los componentes e indicadores, y sugerir cursos de acción estratégicos; (ii) evaluar posibles sinergias y coordinar el proyecto con otras actividades empresariales o iniciativas; (iii) proponer líneas de acción para el proyecto; y (iv) promover y velar por la continua articulación institucional alrededor de las industrias culturales en Cali.
- 5.5 Además de COMFANDI, el proyecto cuenta con el apoyo y colaboración de las siguientes instituciones: (i) *Alcaldía de Santiago de Cali*, quien en el plan de desarrollo para la ciudad (años 2008 a 2011) se ha propuesto la formación y ejecución del Plan Decenal de Cultura; (ii) *Cámara de Comercio de Cali*, a través de la iniciativa de la red de cinematografía, pretende aglutinar a los productores cinematográficos locales, rodearles de posibilidades (de apalancamiento financiero principalmente) y hacer una realidad sostenible el criterio

del “Caliwood”; (iii) *Fundación Metrópoli*, quien complementará al desarrollo de las comunidades a través de las actividades de emprendimiento y su estrecha relación con la cultura; (iv) *Universidad ICESI*, entidad muy vinculada al mundo empresarial caleño, quien incluirá las industrias culturales como uno de sus proyectos estratégicos con la intención final de crear un Centro Universitario especializado en industrias culturales. Asimismo, se está en negociaciones con *Apple Computer Inc.*, a través de ORP/ORP, para que esté apoye la consolidación de la industria cinematográfica en Cali a través de la capacitación a un centro técnico audiovisual en técnicas de post-producción.

- 5.6 **Desembolsos por Resultados.** Este proyecto será ejecutado de acuerdo a los Lineamientos Operativos para Cooperaciones Técnicas FOMIN en el marco del nuevo modelo de Gestión de Proyectos Basada en Riesgo y Desempeño, en vigencia desde abril de 2008. El desembolso de los recursos de la contribución estarán condicionados al cumplimiento de los hitos acordados entre la Agencia Ejecutora y el FOMIN, cuya verificación se hará de acuerdo a los medios acordados. El cumplimiento de los hitos no exime a la Agencia Ejecutora de la responsabilidad de alcanzar las metas del proyecto.
- 5.7 Los desembolsos se harán de acuerdo al Mecanismo 2 de desembolso por resultados, establecidos en los Lineamientos mencionados. A tales efectos, el primer desembolso se hará contra el cumplimiento de las condiciones previas. Los recursos desembolsados serán los requeridos en función a las necesidades de gastos del proyecto, relacionadas con actividades y costos programados en la planificación anual. Los siguientes desembolsos se realizarán cuando la Agencia Ejecutora los solicite para continuar con la normal ejecución del proyecto, siempre y cuando no tenga hitos vencidos (incumplidos) y siga las normas vigentes del BID/FOMIN en la materia. El monto de los sucesivos desembolsos se calculará en función de las necesidades de gastos del proyecto relacionadas con actividades programadas y sus costos asociados para el plazo requerido.
- 5.8 Los hitos serán revisados conjuntamente entre la Agencia Ejecutora y el FOMIN con motivo de la presentación del primer ejercicio de Planificación Operativa Anual al inicio del proyecto. El Ejecutor también podrá solicitar al Banco la modificación de los hitos previamente acordados, siempre y cuando éstos no hayan vencido.
- 5.9 **Contrataciones de servicios de consultoría y bienes.** La Agencia Ejecutora realizará las adquisiciones de bienes y servicios y las contrataciones de servicios de consultoría contemplados en el proyecto y aprobados previamente por el FOMIN a través del Plan de Adquisiciones. Dichas adquisiciones/contrataciones serán llevadas a cabo según políticas previstas en los documentos GN-2349-7 y GN-2350-7 (según sean modificados), incluyendo el desarrollo e implementación de la plataforma tecnológica. En base al resultado de la Evaluación Institucional efectuada, las revisiones de desembolsos, de adquisiciones de bienes y servicios y las contrataciones de servicios de consultoría previstas en el proyecto se realizarán con la modalidad ex-ante. La aplicación y periodicidad de estas revisiones podrá ser modificada por el FOMIN sobre la base de los resultados de las revisiones practicadas y/o análisis de riesgo (Evaluación Institucional) posteriores que realice el FOMIN durante la ejecución del proyecto. Se proveerá acompañamiento y capacitación a la Agencia Ejecutora sobre las políticas de adquisiciones de bienes y servicios del Banco y procesos de gestión administrativa y financiera, con recursos del proyecto.

VI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- 6.1 La Representación del Banco en Colombia será la responsable de las actividades de supervisión y control del cumplimiento de las cláusulas contractuales, de la tramitación de solicitudes de desembolso y de recibir los estados financieros auditados. COMFANDI será responsable de recopilar y analizar la información relevante para el seguimiento continuo de los indicadores establecidos en el Marco Lógico del Programa (Anexo I). También presentará informes de avance del proyecto (PSR por sus siglas en inglés) dentro de los 30 días siguientes al vencimiento de cada semestre. Estos informes seguirán un formato previamente acordado con el FOMIN, reportarán el avance en cuanto a la ejecución del proyecto, cumplimiento de hitos, los resultados obtenidos y su contribución al logro de los objetivos del proyecto. Dentro de los 90 días anteriores a finalizar el plazo de ejecución del Proyecto la Agencia Ejecutora presentará al FOMIN un Informe de Avance del Proyecto Final (PSR Final) en el que se priorizará los resultados alcanzados, el plan de sostenibilidad y las lecciones aprendidas.
- 6.2 El Banco contratará dos consultorías para las evaluaciones intermedia y final. La evaluación intermedia se contratará al haberse comprometido el 50% del aporte FOMIN o al haber transcurrido el 50% del período de ejecución, lo que ocurra primero. Esta evaluación tendrá como principal objetivo medir el avance del proyecto en cuanto al cumplimiento de los indicadores intermedios de resultado definidos dentro del marco lógico (ver Anexo I).
- 6.3 La evaluación final se llevará a cabo al concluir la ejecución o cuando se haya desembolsado el 95% de los recursos FOMIN, lo que ocurra primero y analizará el grado de cumplimiento de los indicadores finales de resultado definidos dentro del Marco Lógico y la línea de base. La evaluación también analizará el grado de sostenibilidad esperado de las acciones impulsadas por el proyecto una vez finalizada la contribución del FOMIN, así como las lecciones aprendidas y las mejores prácticas identificadas.
- 6.4 Tres meses antes de terminar el período de ejecución del proyecto se organizará un Taller de Cierre para evaluar en forma conjunta los resultados alcanzados, identificar las tareas adicionales para garantizar la sostenibilidad de las acciones iniciadas por el proyecto, e identificar lecciones aprendidas. Si fuera el caso, se acordaría la realización de una evaluación ex-post dos años de terminado el proyecto para evaluar su impacto. Adicionalmente, por lo menos un año antes de terminar el período de ejecución del proyecto se realizará un Taller de Sostenibilidad. El alcance de este último se acordará entre el Banco y el ejecutor con la debida anticipación.
- 6.5 **Seguimiento Financiero:** La Agencia Ejecutora establecerá y será la responsable de mantener una adecuada contabilidad de las finanzas, del control interno y de los sistemas de archivo del proyecto, siguiendo lo establecido en las normas y políticas de contabilidad y auditoría del BID/FOMIN. Los estados financieros del proyecto serán preparados por la Agencia Ejecutora anualmente. El FOMIN contratará auditores independientes (ya sean firmas o contadores independientes) para llevar a acabo la auditoría de dichos estados financieros inmediatamente después de los plazos indicados. El costo de las auditorías se financiará con los fondos de la contribución del FOMIN según los procedimientos del Banco.

VII. BENEFICIOS Y RIESGOS DEL PROYECTO

- 7.1 **Beneficios del proyecto.** Además de los resultados esperados descritos en el marco lógico (ver Anexo I), el presente proyecto pretende obtener los siguientes beneficios: (i) demostrar un modelo válido para movilizar la creatividad, talento y riqueza genética para crear actividad empresarial de alto valor añadido; (ii) crear y consensuar entre actores públicos y privados, una vez se tenga casi tres años de experiencia real, una política a largo plazo de impulso a las industrias culturales; (iii) romper con la visión tradicional de la cultura como actividad no empresarial y dependiente de continuos subsidios y patrocinios; y (iv) probar una avanzada plataforma tecnológica como vínculo permanente entre los empresarios culturales promovidos y los proveedores de servicios de desarrollo empresarial. Dicha plataforma será una fortaleza a la hora de enlazar el proyecto con otras iniciativas internacionales y al llevarlo a escala.
- 7.2 **Riesgos del proyecto.** Las instituciones partícipes en el proyecto detectaron los siguientes principales riesgos: (i) la articulación institucional requerirá de un elevado grado de compromiso y voluntad en la que el bien común prime sobre intereses particulares. Para promover esta actitud, se hizo un intensivo trabajo preliminar de acompañamiento en el que se generó un consenso inicial. Además, el proyecto incorpora un elevado número de actividades que tienen como objetivo capturar y compartir entre los promotores las mejores prácticas internacionales aplicables; en dichos casos de éxito la articulación público - privada alrededor de una visión compartida a largo plazo siempre fue una característica clave; (ii) la información estadística sobre la demanda es muy deficiente, por lo que el diseño de las actividades puede que no haya captado todas sus características. Para mitigar este riesgo, COMFANDI acopió la información existente en fuentes secundarias, además de realizar numerosas reuniones con grupos de interés representativos de los potenciales beneficiarios. El proyecto además (a) incorpora flexibilidad en los servicios de desarrollo empresarial que se vayan a prestar o en las mejores prácticas internacionales que se vayan a usar como modelo, y (b) incluye actividades que permitan capturar estadísticamente las características de las industrias culturales en Cali; y (iii) de continuar la tendencia depreciacionista del US\$, los aportes del FOMIN podrían no ser suficientes para cubrir la totalidad de las actividades previstas. Ante esta eventualidad, se negoció una partida de imprevistos mayor que la habitual. Además, la Agencia Ejecutora buscará involucrar a otras instituciones conforme el proyecto arroje resultados para sumar esfuerzos (y en caso de éxito, llevar a escala la iniciativa).

VIII. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

- 8.1 Dada la naturaleza del proyecto, no se prevé que genere impactos medioambientales directos. Por lo contrario, se espera que esta iniciativa genere impactos sociales positivos, ya que incrementará la tasa de emprendimientos, el empleo formal y la cohesión social.

ANEXO I - MARCO LÓGICO

INDUSTRIAS CULTURALES, MOTOR DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE CALI (CO-M1049)

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
Contribuir al progreso socioeconómico de la ciudad de Cali, impulsando y posicionando a las industrias culturales como nueva fuente de desarrollo y de oportunidades.	<p>Al segundo año de finalizado el Proyecto:</p> <p>Existe un ecosistema dinámico institucional público y privado que de forma permanente fomenta el desarrollo de la industria cultural en Cali.</p> <p>La industria cultural de Cali creció respecto a la línea base un:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 75% en número de empresas. • 60% en ventas por parte de las empresas culturales. • 15% en número de instituciones culturales. 	<p>•Evaluación ex post¹.</p>	<p>La institucionalidad pública y privada mantiene su esfuerzo en el fortalecimiento de las industrias culturales en Cali.</p> <p>La actividad inversora del sector privado se dinamiza.</p>
PROPÓSITO			
Crear la institucionalidad permanente de gestión público/privado que impulse la generación y crecimiento de las empresas e instituciones culturales en Cali.	<p>Al finalizar el Proyecto</p> <p>150 empresas culturales dinámicas constituidas, formalizadas y/o aceleradas.</p> <p>1.200 puestos de trabajo fijos y 2.400 eventuales.</p> <p>Una universidad con programas y currícula</p>	<p>•Registros legales de existencia y representación legal.</p> <p>•Evaluaciones intermedia y final del proyecto.</p> <p>•Sistema de seguimiento del Proyecto.</p>	<p>Los actores sociales participantes mantienen voluntad de involucrarse en un modelo de articulación público privada que potencialice las capacidades, habilidades, oportunidades y recursos integrados a las industrias culturales de Cali.</p>

¹ Durante la ejecución del proyecto, el FOMIN conjuntamente con la UE, analizarán la posibilidad de utilizar fondos del sistema de Evaluación de Impacto del FOMIN para realizar dicha evaluación.

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>especializada en industrias culturales.</p> <p>Una institucionalidad público y privada constituida para la promoción permanente de las industrias culturales.</p> <p>4 alianzas empresariales y 3 redes culturales articuladas.</p> <p>Una plataforma tecnológica de apoyo al emprendimiento cultural a la que acceden 300 emprendedores mensualmente.</p> <p>50 profesionales altamente cualificados al servicio de los emprendedores y empresas culturales.</p> <p>Estrategia municipal de promoción de las industrias culturales a 10 años aprobada.</p> <p>10 casos de éxito / role models que sirven de inspiración a la población caleña para su emulación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Estatutos legales de las instituciones creadas con el apoyo del Proyecto. •Estatutos legales de las empresas creadas con el apoyo del Proyecto. •Registro público colombiano en el cual se registre la constitución legal de las empresas creadas con el apoyo del Proyecto. •Directorio de profesionales especializados en acompañamiento empresarial a industrias culturales. •Documento Plan Decenal de Cultura de la Alcaldía de Santiago de Cali. •Planes de negocio recibidos por la Agencia Ejecutora. 	<p>Existe estabilidad legal que permite asegurar los desarrollos y continuidad institucional en el largo plazo.</p> <p>Se incrementa la dinámica económica en torno a las industrias culturales.</p>
COMPONENTES			
1. <i>Creación y aceleramiento de empresas de base cultural y relacionadas.</i>	<p>Al 4º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>30 empresas creadas de base cultural apoyadas financiera y/o técnicamente por el proyecto. Se apoyaron 60 planes de negocios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Registro de empresas seleccionadas por semestre. •Informes de avance del Proyecto. 	<p>Se mantiene el interés de los actores relacionados a la Industria Cultural en Cali para integrarse a la plataforma de servicios financiera.</p>

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>30 empresas existentes de base cultural apoyadas financiera y/o técnicamente por el proyecto. Se apoyaron 60 planes de negocios.</p> <p>2 nuevas alianzas empresariales apoyadas financiera y técnicamente por el proyecto en la ejecución de 3 iniciativas.</p> <p>3 nuevas redes culturales apoyadas financiera y técnicamente por el proyecto en la ejecución de 8 iniciativas.</p> <p>80 empresas reciben acompañamiento empresarial para potenciar su negocio.</p> <p>50 empresas implementan y utilizan protocolos de calidad empresarial.</p> <p>4 Seminarios especializados se han impartido beneficiando al menos a 400 personas vinculadas a empresas de base cultural, redes y alianzas empresariales.</p> <p>2 diplomaturas especializadas se han impartido beneficiando al menos a 75 personas vinculadas a empresas de base cultural, redes y alianzas empresariales.</p> <p>Al finalizar el Proyecto</p> <p>75 nuevas empresas de base cultural apoyadas financiera y/o técnicamente por el proyecto.</p> <p>75 empresas de base cultural aceleradas y apoyadas financiera y/o técnicamente por el proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Resultados convocatorias. •Acta entrega diplomas de los asistentes. • Visitas de inspección. •Informes finales de consultoría. •Planes de negocio. •Estatutos de las alianzas. •Planes estratégicos alianzas. •Estatutos de las redes. •Planes estratégicos redes. •Certificaciones de asistencia a seminarios y diplomaturas. •Documento de aprobación del posgrado universitario. 	<p>El crecimiento de las indutrias culturales atrae profesionales de alto nivel que optan por la oferta universitaria en nivel de posgrado.</p>

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>3 nuevas alianzas empresariales apoyadas financiera y técnicamente financieramente por el proyecto en la ejecución de 4 iniciativas.</p> <p>6 nuevas redes culturales apoyadas financiera y técnicamente por el proyecto en la ejecución de 12 iniciativas.</p> <p>8 seminarios especializados se han impartido beneficiando al menos a 1200 personas vinculadas a empresas de base cultural, redes y alianzas empresariales</p> <p>4 diplomaturas especializadas se han impartido beneficiando al menos a 100 personas vinculadas a empresas de base cultural, redes y alianzas empresariales.</p> <p>1 posgrado Universitario de educación superior con énfasis en gestión de industrias culturales, del cual se gradúan al menos 5 profesionales.</p>		
<p>2. Medios de soporte a la productividad de la industria cultural establecidas y operando.</p>	<p>Al 2º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>Recursos locativos en la ciudad metropolitana al servicio de los emprendimientos, redes y alianzas culturales habilitados.</p> <p>Al 4º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>40 empresas recibieron servicios de desarrollo empresarial a través de la plataforma tecnológica.</p> <p>10 empresas hacen uso permanente de las facilidades audiovisuales y sus dotaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas de inspección. • Estadísticas del website. • Registro de asistencia al taller. • Informes de avance del Proyecto. • Estadísticas del website. • Visitas de inspección. 	<p>Se mantiene o incrementa el uso de las tecnologías de información y comunicaciones para la oferta y demanda de servicios.</p> <p>Los clientes internos y externos del proyecto están familiarizados con Internet y dominan las tecnologías y programas informáticos.</p>

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>10 empresas hacen uso permanente de las facilidades lírico escénicas y sus dotaciones.</p> <p>10 empresas hacen uso permanente de las facilidades para producción musical y sus dotaciones.</p> <p>10 empresas hacen uso permanente de las facilidades para producción de tecnologías informáticas.</p> <p>20 representantes de entidades financieras sensibilizados y capacitados mediante taller teórico práctico respecto a las industrias culturales.</p> <p>Al finalizar el Proyecto</p> <p>150 empresas recibieron servicios de desarrollo empresarial a través de la plataforma tecnológica.</p> <p>5.000 ciudadanos potenciales emprendedores sensibilizados acerca de las industrias culturales mediante contenidos de e-learning dispuestos en la plataforma tecnológica.</p> <p>30 empresas hacen uso permanente de las facilidades audiovisuales y sus dotaciones.</p> <p>30 empresas hacen uso permanente de las facilidades lírico escénicas y sus dotaciones.</p> <p>30 empresas hacen uso permanente de las facilidades para producción musical y sus dotaciones.</p> <p>30 empresas hacen uso permanente de las facilidades para producción de tecnologías informáticas.</p> <p>50 representantes de entidades financieras</p>		

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	sensibilizados y capacitados mediante taller teórico práctico respecto a las industrias culturales.		
3. Alianzas empresariales en la industria cultural.	<p>Al 2º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>4 alianzas empresariales clave han sido identificadas y priorizadas para intervención en Cali.</p> <p>Al 4º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>8 prácticas internacionales con potencial de réplica en Cali han sido identificadas y documentadas a partir del evento de alianzas empresariales internacionales.</p> <p>1 alianza empresarial apoyada financiera y técnicamente implementa su proyecto estratégico mejorando las ventas del sector aliado en 10% creando 50 nuevas oportunidades de trabajo, así como también, relación con 5 empresas culturales y 2 redes culturales.</p> <p>3 alianzas empresariales reciben acompañamiento gerencial en la formación de proyectos estratégicos.</p> <p>Al finalizar el Proyecto</p> <p>6 alianzas empresariales reciben acompañamiento gerencial en la formación de proyectos estratégicos.</p> <p>3 alianzas empresariales apoyadas financiera y técnicamente implementan sus proyectos estratégicos mejorando las ventas de sus sectores aliados en 20% promedio creando 200 nuevas oportunidades de trabajo y relación con 50 empresas culturales y 3 redes culturales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de consultoría. • Evaluación intermedia del proyecto. • Informes de avance. • Informes finales de las consultorías. 	
4 Redes de instituciones culturales organizadas	Al 2º semestre de iniciado el Proyecto	• Plan estratégico.	Las redes culturales de Cali alcanzan un consenso y marchan

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<i>y dinámicas.</i>	<p>Plan estratégico para el fortalecimiento de 4 redes culturales.</p> <p>15 productoras audiovisuales fueron capacitadas sobre promoción de inversiones cinematográficas.</p> <p>5 productoras audiovisuales, mejorando las condiciones para atracción de capital para producción.</p> <p>Al 3º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>3 redes culturales constituidas con 20 instituciones en promedio cada una y realizando acciones de fortalecimiento.</p> <p>200 personas capacitadas en mejores prácticas de administración de redes culturales.</p> <p>Al 4º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>Como resultado de la realización del encuentro internacional de gestores culturales, la red de gestores culturales de Cali logra visibilidad y relaciones públicas con el movimiento internacional representado en los asistentes al evento.</p> <p>2 redes apoyadas financiera y técnicamente implementan planes estratégicos. Las redes están articuladas en un proyecto estratégico de alianzas empresariales.</p> <p>15 empresas de industrias culturales están interrelacionadas con las redes.</p> <p>Al finalizar el proyecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de avance del Proyecto. • Estatutos y estados financieros de las redes. • Registros medios de comunicación nacionales e internacionales. • Visitas de inspección. • Certificaciones de capacitación. 	de manera articulada en el logro de propósitos colectivos.

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>4 redes apoyadas financiera y técnicamente implementan planes estratégicos</p> <p>40 instituciones de las redes beneficiadas a través de programas de gestión y calidad.</p> <p>600 personas capacitadas en mejores prácticas de gestión administrativa de industrias e instituciones culturales mediante seminarios y diplomaturas especializados.</p> <p>Crecimiento promedio de 30%.en los ingresos de las instituciones vinculadas a las redes apoyadas.</p> <p>75 empresas de industrias culturales están interrelacionadas con las redes.</p> <p>Las redes están articuladas en 3 proyectos estratégicos de alianzas empresariales.</p>		
<p>5 Sostenibilidad.</p>	<p>Al finalizar el Proyecto</p> <p>Institucionalidad permanente de gestión público/privada liderando la política municipal de industrias culturales.</p> <p>Un estudio técnico acerca de la oferta y la demanda de las industrias culturales en Cali permite adecuar los servicios de desarrollo empresarial a las necesidades y oportunidades de los emprendedores culturales.</p> <p>Plan decenal de industria cultural municipal en ejecución.</p> <p>Los estudios de opinión demuestran que el 65 % de la población caleña entiende el concepto la Industria</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Estatuto legal de conformación de la institucion de transición y sostenibilidad para la promoción de la industria cultural. •Informe de avance del Proyecto. •Acuerdo Municipal del Concejo de Cali a través del cual se adopta y ejecuta la política de industrias culturales. •Estudio técnico sobre posicionamiento de la industria 	

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>Cultural y lo percibe como favorable.</p> <p>Se identifican 30 acciones sociales de intervención integrando los intereses del sector productivo local y las comunidades emprendedoras.</p> <p>3 Cajas de Compensación en Colombia están replicando el modelo de Industrias Culturales liderado por Comfandi en Cali.</p>	<p>cultural en Cali.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Sisema de monitoreo y evaluación. •Visitas de inspección. 	
ACTIVIDADES			
<i>COMPONENTE I. Creación y aceleramiento de empresas de base cultural y relacionadas.</i>			
1.1. Diseño del flujo de trabajo del componente.	<p>Al primer semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>1.1.1.a Diseño del flujo de trabajo del componente desarrollado.</p> <p>1.1.2.a Plan de acción a un año elaborado.</p> <p>1.1.3.a Planes de pasantía estudiantil definidos.</p> <p>1.1.4.a Se han definido y diseñado los Materiales de promoción y difusión. (5.000 volantes, 1.000 afiches, 3 avisos para prensa, 4 grabaciones para radio, 2 avisos para tv).</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Documento con plan de acción para el componente. •Informes de Avance del Proyecto. 	
1.2. Plantillas específicas de planes de negocios y tutorías en gestión de la calidad empresarial para empresas culturales.	<p>Al primer semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>1.2.1.a Se han diseñado y desarrollado a la medida 4 plantillas de planes de negocios aplicables a:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Artes líricas escénicas. •Empresas de producción musical. •Empresas de producción audiovisual. •Empresas de base tecnológica. 	<ul style="list-style-type: none"> •Informes de avance del Proyecto. •Plantilla de Planes de negocios. •Informes de tutorías. •Protocolos simplificados de 	

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>Al 4º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>1.2.1.b Empresarios utilizan las plantillas como herramienta gerencial cotidiana.</p> <p>Al finalizar el proyecto</p> <p>1.2.2.a Se han diseñado y desarrollado 4 protocolos simplificados de calidad para empresas culturales aplicables a:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Artes líricas escénicas •Empresas de producción musical. •Empresas de producción audiovisual. •Empresas de base tecnológica. <p>12.3.a Se han impartido 24 sesiones de tutorías a las empresas beneficiarias.</p>	<p>calidad para empresas culturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Registros de asistencia.. 	
1.3 Diseño y estructura de seminarios, diplomaturas y concentraciones de maestría.	<p>Al final del proyecto</p> <p>Se han desarrollado:</p> <p>8 seminarios especializados en industrias culturales</p> <p>4 Diplomaturas en Industrias Culturales</p> <p>1 especialización en educación superior con énfasis en industrias culturales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Estructura y diseño curricular de los contenidos académicos. •Informes de avance del Proyecto. 	
1.4 Servicios de preparación y acompañamiento financiero para los emprendedores.	<p>Al 2º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>1.4.1.a Se han empleado 200 horas de consultoría básica empresarial.</p> <p>1.4.1.b 50 horas de consultoría empresarial internacional avanzada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Informes de avance del Proyecto. •Planes de negocio. •Informes de avance del Proyecto. 	

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>Al 4º.semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>1.4.2.a 1000 horas de consultoria empresarial internacional avanzada.</p> <p>1.4.2.b 600 horas de consultoria empresarial internacional avanzada.</p> <p>Al final el Proyecto</p> <p>1.4.3.a Se han empleado 2500 horas de consultoria básica empresarial.</p>	<p>•Planes de negocio. Informes de avance del Proyecto.</p>	
<p>1.5 Creación y fortalecimiento de empresas base cultural y relacionadas a través de servicios de desarrollo empresarial.</p>	<p>Al 3 º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>1.5.1.a Directrices y parámetros del fondo concursal.</p> <p>1.5.1.b 100 compañías han sido asistidas, han formulado sus proyectos de crecimiento empresarial y se han presentado a las convocatorias del fondo de cofinanciamiento.</p> <p>Al 4º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>1.5.3.a Se han realizado 8 convocatorias de fondos concursables.</p> <p>Al finalizar del proyecto</p> <p>1.5.4.a 150 empresas están desarrollando plan de negocios.</p> <p>1.5.4.b 80 empresas están ejecutando proyectos estratégicos beneficiados por fondos concursables .</p>	<p>•Reglamento operativo del Fondo.</p> <p>• Documentos de proyectos formulados.</p> <p>•Planes de negocios.</p>	
<p>COMPONENTE II. Medios de soporte a la productividad de la industria cultural.</p>			

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
2.1 Locaciones y dotaciones de apoyo a la productividad	<p>Al primer semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>2.1.1.a Definición de los parámetros de intervención de locaciones y dotaciones.</p> <p>2.1.2.a 4 infraestructuras físicas de apoyo a la productividad empresarial cultural desarrolladas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura medios audiovisuales. • Infraestructura producción musical. • Infraestructura producción lírico escénica. <p>2.1.3. a 3 dotaciones y equipamentos complementarias a las infraestructuras físicas de apoyo a la productividad empresarial cultural desarrolladas en funcionamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dotación medios audiovisuales. • Dotación producción musical. • Dotación producción lírico escénica. <p>2.1.3.a plan de mantenimiento para cada una de las infraestructuras y dotaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de avance del Proyecto. • Visitas de inspección. • Informes de avance del Proyecto. 	
2.2 Plataforma tecnológica en Internet para el desarrollo empresarial, la promoción y venta de productos y servicios, la gestión administrativa y la visualización del proyecto	<p>Al 1º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>2.2.1.a Términos de referencia que determinan las características tecnológicas, módulos, funcionalidades y en general los recursos que conducen a la elección, integración, ensamble y operación de una Plataforma Tecnológica multifuncional habilitada para ser operada a través de Internet.</p> <p>2.2.1.b Arquitectura del Sistema informático² para la difusión, promoción, selección y acompañamiento al</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de avance del Proyecto. • Visitas de inspección. • Documento de Plan operacional. • Evaluación de la plataforma. • Evaluación técnica del módulo. 	Estabilidad redes telemáticas proveedores.

² Metodología integral para el emprendimiento empaquetada en aplicativo de software.

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>desarrollo de las iniciativas de creación y fortalecimiento empresarial desarrollado y listo para ser implementado.</p> <p>2.2.1.c Plataforma tecnológica en internet disponible para realizar adaptaciones, configuraciones y ensamble de piezas de software.</p> <p>2.2.2.d Personal especializado con dedicación permanente en el proyecto, operando la plataforma tecnológica.</p> <p>2.2.2.e La plataforma tecnológica está ensamblada y operando de forma permanente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas de utilización del website. 	
<p>2.3 Sensibilización y capacitación a proveedores de servicios financieros a las empresas culturales.</p>	<p>Al 3°. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>1.3.1.a Se han realizado las gestiones ante el sistema Colombiano de Cajas de Compensación para ampliar las oportunidades de financiación hacia las empresas.</p> <p>Al 6°. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>1.3.2.a Se han desarrollado 2 talleres de sensibilización dirigido a banqueros locales en relación con fondos de capital e inversiones angel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de avance del Proyecto. • Registro de asistencia. 	
<p align="center">COMPONENTE III. Alianzas empresariales en la industria cultural.</p>			
<p>3.1 Identificación y promoción del potencial local para alianzas empresariales.</p>	<p>Al 3°. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>3.1.1.a Se han identificación y cualificado las Alianzas empresariales potenciales y en desarrollo. Casos de éxito nacionales e internacionales replicables a nivel de Cali identificados y sugeridas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de avance del Proyecto. 	

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	las formas de apropiación local.		
3.2 Captación de mejores prácticas internacionales de alianzas empresariales culturales para su réplica en Cali.	Al 12 de iniciado el Proyecto 3.1.2.a Realización de encuentro internacional en la ciudad de Cali con representantes de alianzas empresariales de 5 principales ciudades del mundo.	<ul style="list-style-type: none"> •Registros documentales del evento. •Registro de los asistentes. 	
3.3 Promoción y respaldo a proyectos estratégicos de alianzas empresariales.	Al tercer semestre 3.2.1.a Directrices y parámetros del fondo concursal. 3.2.2.a Al menos 3 proyectos estratégicos de encadenamientos productivos acompañados por asesores empresariales en la formulación de proyectos. Al final del proyecto 3.2.3.a Se han realizado 3 convocatorias para financiar proyectos estratégicos de alianzas empresariales. 3.2.3.b 4 proyectos estratégicos de encadenamientos productivos han sido financiados.	<ul style="list-style-type: none"> •Reglamento del Fondo concursable. •Informes de avance del Proyecto. •Documentos de proyectos presentados. •Cartas de aceptación y financiación de proyectos. 	
COMPONENTE IV. Redes de instituciones culturales organizadas y dinámicas.			
4.1 Taller internacional de gestores de redes	Al 3º. semestre de iniciado el Proyecto 4.1.1.a Realización en Cali de Taller internacional de gestores de redes culturales de 5 ciudades principales del mundo.	<ul style="list-style-type: none"> •Registros documentales del evento. •Registro de los asistentes. •Informes de avance del Proyecto. 	Las condiciones de seguridad y orden público de la ciudad y el país favorecen la realización de eventos de orden internacional

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
4.2 Estudio de topologías de red y oportunidades cruzadas.	<p>Al 1º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>4.2.1.a Términos de referencia de consultoría sobre topologías de red y oportunidades de red definidas en consenso por los actores clave de las redes.</p> <p>Al 2º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>4.2.2.a Se han definido las topologías de red, sus actuales y potenciales participantes y las oportunidades cruzadas de negocios entre redes y componentes del proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de avance del Proyecto. • Plan estratégico. 	
4.3 Promoción de la Red de cinematografía.	<p>Al 3erº. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>4.3.1.a Se ha formalizado la Red cinematográfica.</p> <p>Al finalizar el Proyecto</p> <p>4.3.2.a Se han realizado 3 eventos de promoción masiva de la red cinematográfica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de avance del Proyecto • Estatutos de la Red. • Registro de los asistentes. 	
4.4 Promoción y respaldo a la implementación de los proyectos estratégicos de las redes.	<p>Al 1º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>4.1.1.a Coordinador del componente contratado por 48 meses.</p> <p>4.1.1.b Plan de acción a 1 año elaborado al principio del 2º. mes.</p> <p>Al 2º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>4.4.2.a Plan estratégico a 4 años elaborado.</p> <p>4.4.2.b Captación de las mejores prácticas internacionales de redes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de avance del Proyecto. • Plan de acción. • Documento del Plan Estratégico ajustado. • Documento del Reglamento Operativo. • Plan estratégico. • Informes finales. 	

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>4.4.2.c. Directrices y parámetros del fondo concursal.</p> <p>Al 3º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>4.4.3.a Plan estratégico ajustado a nivel de detalle.</p> <p>Al finalizar el Proyecto</p> <p>4.4.4.a 4 proyectos estrategicos de las redes están siendo implementados.</p>		
COMPONENTE V. Sostenibilidad.			
5.1 Estudio de la caracterización de la demanda.	<p>Al 2º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.1.1.a Caracterización de la demanda de industrias culturales en Cali que sirva como base de referencia en la construcción de planes de negocios y apoyo al sistema de evaluación del proyecto.</p>	<p>•Estudio caracterización demanda industrias culturales en Cali.</p>	
5.2 Desarrollo de las cuentas contables culturales del Municipio.	<p>Al 5º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.2.1.a Cuentas culturales satélite establecidas y vinculadas al sistema general de cuentas públicas municipales.</p>	<p>•Cuentas públicas Municipales.</p>	

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
5.3 Sistema de evaluación.	<p>Al 3º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.3.1.a Cuantificación y cualificación de industrias culturales en la ciudad de Cali que sirva como base al sistema de evaluación del proyecto.</p> <p>Al 6º.semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.3.2.a Orientación estratégica del plan de sostenibilidad de industrias culturales para Cali propuesta por los stake holders locales.</p> <p>5.3.3.a Coordinador del componente contratado por 24 meses.</p> <p>5.3.4.b Captación de las mejores prácticas internacionales de redes.</p> <p>Al finalizar el Proyecto.</p> <p>5.3.5.a Estudio de actualización de la Línea Base de industrias culturales en Cali.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Línea base de industrias culturales. •Informe de avance. •Plan de acción del componente a 2 años. •Informe de pasantía. •Documento Estudio de actualización de la Línea Base de industrias culturales en Cali. 	
5.4 Desarrollo sistema de comunicación institucional	<p>Al 4º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.4.1.a Directrices y pautas de estructuración, orientación y gestión del sistema.</p> <p>5.4.1.b Se han desarrollado las piezas publicitarias clave para el proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Plan estratégico. •Documento Manual de identidad corporativa. 	
5.5 Plan decenal de cultura de Cali.	<p>Al 3 º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.5.1.a Realización del Congreso Internacional de Alcaldes de 5 ciudades principales del mundo que permitirá comparar avances, resultados y orientaciones del proyecto además de construir y/o</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Registros documentales del evento. •Registro de los asistentes. 	

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>fortalecer redes internacionales.</p> <p>Al 4º semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.5.2.a se han realizado al menos 3 foros de consenso ciudadano que favorezcan el proceso de formación del plan decenal de la cultura en Cali.</p> <p>Al 6 º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.5.1.b Política pública cultural en ejecución como resultado de los talleres municipales de consenso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Memorias de los talleres. •Plan Decenal de Cultura para Cali. 	
5.6 Institución de transición y sostenibilidad para la promoción de la IC.	<p>Al 6º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.6.1.a Se han estimado en detalle los recursos económicos para realizar la creación y puesta en marcha de la nueva institución.</p> <p>5.6.1.b Definición y Creación de la institucionlaidad público privada que gestionará las industrias culturales en Cali.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Documento de estudio. •Documento plan operacional a 2 años. •Registros legales de constitución de entidad jurídica. 	
5.7 Posicionamiento del concepto de industria cultural en la ciudad.	<p>Al 6º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.7.1.a Taller de replicación de la experiencia del proyecto de industrias culturales con la asociación de Cajas y sus afiliados.</p> <p>Al finalizar el Proyecto</p> <p>5.7.2.a Plan de difusión ejecutado al 100%.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Registros documentales del evento. •Registro de los asistentes. •Informe final de evaluación. 	
5.8 Creacion del Centro de Industrias culturales	<p>Al 7º. semestre de iniciado el Proyecto</p> <p>5.8.1.a Se han realizado 2 talleres de sensibilización</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Informes de avance.del Proyecto 	

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>sobre las Industrias culturales respectivamente entre los líderes académicos de la universidad Icesi, con el propósito de ambientar la institucionalización de un centro especializado en industria cultural.</p> <p>5.8.1.b Legalización y desarrollo del centro de industria cultural al interior de la Universidad Icesi.</p> <p>5.8.1.c se realizan 2 Pasantías internacionales con duración de 1 año cada una y en lugares diferentes por docentes MBA de la Icesi.</p> <p>Al finalizar el Proyecto</p> <p>5.8.2.a los docentes que ha realizado la pasantía internacional se han vinculado de tiempo completo al Centro de Industria Cultural de la Icesi y han comenzado sus primeras investigaciones preliminares.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Registro de los asistentes. •Memorias de los talleres. •Plan de institucionalización. •Reportes periódicos de experiencias. •Certificación de dedicación total de los docentes al Centro. •Documento plan de acción del Centro. 	

ANEXO II - PRESUPUESTO DETALLADO

Industrias Culturales, motor de desarrollo socioeconomico de Cali (CO-M1049)

CONCEPTO	COSTO TOTAL	FOMIN	APORTE LOCAL TOTAL
(i) Creación y aceleramiento de empresas de base cultural y relacionadas.			
1.1 Diseño del flujo de trabajo del componente.	288,708	141,176	147,531
1.2 Plantillas específicas de planes de negocios y tutorías en gestión de la calidad empresarial para empresas culturales	128,235	87,059	41,176
1.3 Diseño y estructura de seminarios, diplomados y concentraciones de maestría	75,600	0	75,600
1.4 Servicios de preparación y acompañamiento financiero para los emprendedores.	105,882	0	105,882
1.5 Creación y fortalecimiento de empresas de base cultural y relacionadas a través de servicios de desarrollo empresarial.	234,062	153,541	80,520
Subtotal	832,486	381,776	450,710
(ii) Medios de soporte a la productividad de la industria cultural establecidos y operando.			
2.1 Locaciones y dotaciones de apoyo a la productividad	135,294	0	135,294
2.2 Plataforma tecnológica en Internet para el desarrollo empresarial, la promoción y venta de productos y servicios, la gestión administrativa y la visualización del proyecto	356,283	218,058	138,224
2.3 Sensibilización y capacitación a proveedores de servicios financieros a las empresas culturales.	31,765	29,412	2,353
Subtotal	523,341	247,470	275,871
(iii) Alianzas empresariales en la industria cultural.			
3.1 Identificación y promoción del potencial local para alianzas empresariales.	23,529	23,529	0
3.2 Captación de mejores prácticas internacionales de alianzas empresariales culturales para su réplica en Cali.	17,659	7,134	10,525
3.3 Promoción y respaldo a proyectos estratégicos de alianzas empresariales.	151,471	95,339	56,131
Subtotal	192,658	126,002	66,656
(iv) Redes de instituciones culturales organizadas y dinámicas.			
4.1 Taller internacional de gestores de redes	27,624	18,569	9,055
4.2 Estudio de tipologías de red y oportunidades cruzadas.	21,176	19,412	1,765
4.3 Promoción de la Red de cinematografía	88,235	0	88,235
4.4 Promoción y respaldo a la implementación de los proyectos estratégicos de las redes.	275,779	56,097	219,681
Subtotal	412,815	94,078	318,737
(v) Sostenibilidad.			
5.1 Estudio de la caracterización de la demanda.	29,412	29,412	0
5.2 Desarrollo de las cuentas contables culturales del Municipio.	58,824	58,824	0
5.3 Sistema de evaluación.	119,704	111,647	8,056
5.4 Desarrollo sistema de comunicación institucional	148,235	112,941	35,294
5.5 Plan decenal de cultura de Cali.	72,353	36,198	36,165
5.6 Institución de transición y sostenibilidad para la promoción de la Industria Cultural.	23,529	8,824	14,706
5.7 Posicionamiento del concepto de industria cultural en la ciudad.	152,523	107,533	44,990
5.8 Creación del Centro de Industrias culturales como un programa universitario de la Universidad Icesi	75,294	37,647	37,647
Subtotal	679,883	503,025	176,858
VI. Administración			
6.1 Coordinador del Proyecto	190,588	190,588	0
6.2 Asistente financiero y de adquisiciones	127,059	0	127,059
6.3 Gastos Administrativos	84,706	0	84,706
6.4 Dotación puestos de trabajo	29,403	0	29,403
6.5 Dotación de equipos para videoconferencia	23,530	23,530	0
6.6 Viajes y capacitaciones	47,059	47,059	0
6.7 Evaluación intermedia y final	51,765	51,765	0
6.8 Acompañamiento en adquisiciones y contrataciones	35,294	35,294	0
Subtotal	589,404	348,236	241,167
VII. Otros			
7.1 Auditoría Anual	28,235	28,235	0
7.2 Imprevistos	131,826	131,826	0
Subtotal	160,062	160,062	0
Fondo de Evaluación de Impacto	9,350	9,350	0
TOTAL PROYECTO	3,400,000	1,870,000	1,530,000