

GRUPO ECOSISTEMAS Y EMPRENDIMIENTOS **CREATIVOS**

*Dirección de Estrategia Desarrollo y Emprendimiento
Viceministerio de la Creatividad y Economía Naranja*

NODOS
DE ECONOMÍA NARANJA



La cultura
es de todos

Mincultura

AGENDAS CREATIVAS



Se define como una herramienta de carácter estratégico y operativo que busca promover una visión integrada de un territorio, de acuerdo a sus particularidades y la promoción de sus fortalezas.

A través de la **Agenda Creativa** se definen y priorizan proyectos de corto, mediano y largo plazo (2020 hasta 2023).

CREA TALENTO CREA
COLOMBIA

a



ETAPA DE
LA AGENDA
CREATIVA
CULTURAL

Los insumos principales para esta definición son el documento diagnóstico **del mapeo exprés**, así como otros análisis que pueden ser aportados por **Comisiones Regionales de Competitividad e Innovación (CRCI)** y entidades estratégicas del nodo.

○ ○ ○ ○ ○

ETAPA DE LA AGENDA CREATIVA CULTURAL



Es indispensable reconocer los proyectos formulados previamente a la elaboración de la Agenda Creativa, así como determinar su alineación a **las políticas públicas locales y nacionales.**





Criterios de priorización

3.

*Definición de
proyectos
locales*

A través de **criterios y variables técnicas** contempladas en la gestión de proyectos de desarrollo, y adecuadas al sector cultural y creativo, serán definidos los proyectos que tienen la madurez suficiente para hacer parte de las Agendas Creativas.

1.

Tener clara la fase en la que se encuentra el proyecto y el alcance de la misma

2.

Contar con un esquema de gobernalidad y sostenibilidad

3.

Tener identificadas y definidas sus fuentes de financiación

4.

Claridad respecto al aporte en materia de productividad y competitividad

5.

Tener claro el retorno social a partir de la ejecución

4.

Proyección de borrador de la Agenda Creativa

Los proyectos quedarán contenidos en un **plan operativo** el cual hará parte la Agenda Creativa.

A través del plan operativo se estipularán los objetivos, **acciones, indicadores, metas.**

5.

Perfilamiento de Skateholders

Se trabajará una matriz de resultados que proporcionará un modelo lógico para alcanzar los resultados del proyecto.

Posteriormente se desarrolla el proceso de matriz de **stakeholders asociada a objetivos y metas.**



6. Proyección de Proect Chares

Documento de inicio de la implementación del proyecto en el cual, entre otros, se definen:

1. El alcance, el tiempo y los costos a alto nivel.
2. Análisis de los interesados.
3. Gobernabilidad.
4. El equipo.

7. Suscripción de la Agenda Creativa



Como momento de cierre del proceso de elaboración de la Agenda Creativa, se llevará a cabo un **evento de suscripción y lanzamiento** de la Agenda Creativa.

Fechas de suscripción de las Agendas **Creativas en territorio 2020:**



BARRANQUILLA	MEDELLÍN	CALI	PASTO	BOGOTÁ	CARTAGENA	SANTA MARTA	MANIZALES	VALLEDUPAR	BUCARAMANGA
25 de noviembre	26 de noviembre	1 de diciembre	4 de diciembre	9 de diciembre	10 de diciembre	11 de diciembre	18 de diciembre	22 de diciembre	20 de Enero

Fechas de suscripción de las Agendas **Creativas en territorio 2021:**



IBAGUÉ	NEIVA	ARMENIA	PEREIRA	CÚCUTA	VILLAVICENCIO	POPAYÁN	TUNJA	BUENAVENTURA	RIOHACHA	CUNDINAMARCA
25 de Marzo	Septiembre	Septiembre	Septiembre	Octubre	Octubre	Octubre	Noviembre	Noviembre	Noviembre	Noviembre

GRUPO ECOSISTEMAS Y EMPRESARIOS **CREATIVOS**

*Dirección de Estrategia Desarrollo y Emprendimiento
Viceministerio de la Creatividad y Economía Naranja*

NODOS

DE ECONOMÍA NARANJA



La cultura
es de todos

Mincultura