



2025-2029

PLAN DE TRABAJO

CASA DE LA CULTURA BENJAMIN
CARRIÓN NÚCLEO LOJA

Aspirante a Director provincial: **Yorqui Llacxaguanga Ramirez**

Aspirante a Primer Vocal Principal: **Yasmine Cumbicus Cevallos**

Aspirante a Segundo Vocal Principal: **Roberto Cuenca Jiménez**

Aspirante a Primer Vocal Suplente: **Juan Peralta Monroy**

Aspirante a Segunda Vocal Suplente: **Ana Villavicencio Zuñiga**

Índice:

PLAN DE TRABAJO CCNL	3
1.1. Introducción	3
1.2. Diagnóstico y contexto cultural	3
1.3. Análisis de necesidades	3
1.4. Definición de Objetivos	5
1.5. Objetivo general	5
1.6. Objetivos específicos	5
1.7. Objetivos específicos, estrategias e indicadores	5
PRESUPUESTO REFERENCIAL Y PLAN DE GESTIÓN DE RECURSOS	8
2.1. Resumen ejecutivo del plan	8
2.2. Desarrollo operativo del plan	9
2.3. Presupuesto y financiamiento	11
2.4. Análisis de brecha y sostenibilidad	12
2.5. Estrategia de priorización	12
PLAN DE GESTIÓN DE RECURSOS	12
3.1. Mecanismos periódicos y públicos de rendición de cuentas de su gestión	13
3.2. Público objetivo	14
3.3. Recursos necesarios	14
3.4. Cronograma de actividades	14
3.5. Fechas claves	15
RESULTADOS ESPERADOS	16
Enfoque de Género e Interculturalidad	17

PLAN DE TRABAJO CCNL

1.1. Introducción

La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Loja tiene el compromiso de fomentar la creación, difusión y acceso a la cultura como un derecho humano fundamental, consagrado en la Constitución del Ecuador (2008). En un territorio marcado por una rica diversidad artística, lingüística y territorial, se vuelve urgente diseñar políticas culturales inclusivas, sostenibles y territorializadas que respondan a las realidades de cantones, parroquias y barrios históricamente marginados.

Este plan de trabajo propone una hoja de ruta estratégica para revitalizar la institucionalidad cultural en Loja, fortalecer sus capacidades internas y ampliar su impacto mediante la participación ciudadana, el desarrollo de proyectos editoriales y artísticos, la promoción de mercados culturales, la gestión de espacios y la articulación de redes de cooperación. La propuesta parte de un diagnóstico participativo que identifica debilidades estructurales, pero también oportunidades de transformación cultural profunda.

A través de objetivos claros, indicadores medibles y una planificación presupuestaria detallada, este plan busca no solo cumplir con las obligaciones institucionales, sino proyectar a la Casa de la Cultura como un eje articulador de los procesos creativos de la provincia, garantizando el acceso equitativo a los bienes y servicios culturales para toda la población.

1.2. Diagnóstico y contexto cultural

Loja es una provincia vasta y de alma antigua, donde la cultura no solo se hereda, sino que se respira. En su geografía diversa de montañas que susurran historias hasta fronteras que tejen encuentros habitan comunidades con lenguas, costumbres y saberes que enriquecen su identidad. Esta tierra plural, de climas cambiantes y memorias vivas, exige ser mirada con sensibilidad y respeto. Para planificar e intervenir en sus distintos territorios, es necesario reconocer que cada rincón guarda un pulso propio, y que solo desde ese latido compartido puede nacer una estrategia cultural auténtica y transformadora.

1.3. Análisis de necesidades

En el cantón Loja existe una notable actividad artística y cultural impulsada por artistas, escritores, colectivos, academias y universidades, no obstante, en otros cantones de la Provincia de Loja, estas manifestaciones se desarrollan a menor escala, a menudo sin el respaldo necesario. Allí existe un valioso potencial humano que podría ser convocado y capacitado para ampliar la cobertura de talleres y actividades culturales a nivel provincial.

Varios cantones, parroquias y barrios aún no han accedido al derecho a la cultura consagrado en la Constitución del Ecuador, la ausencia de proyectos integrales, serios y sostenibles impide su desarrollo cultural y limita la expresión de sus identidades locales. En muchos casos, ni siquiera existen canales adecuados para hacer oír sus demandas.

Algunas instituciones culturales implementan proyectos que involucran a comunidades únicamente para cumplir requisitos administrativos, sin permitirles participar activamente en la construcción, ejecución ni continuidad de las propuestas, esto impide que los saberes locales se integren al proceso y limita el fortalecimiento de la economía cultural comunitaria.

Las extensiones de la Casa de la Cultura, en su mayoría, se encuentran inactivas, algunos espacios están cerrados y en varios cantones ni siquiera se han constituido, esta situación debilita gravemente las redes de difusión cultural y restringe el acceso de la ciudadanía a la producción artística.

A nivel institucional, no se ha logrado acceder a beneficios tributarios como los incentivos de deducibilidad del 150% para patrocinadores culturales, ni a exenciones aduaneras que podrían favorecer a los artistas y gestores en sus procesos de producción y circulación.

Las creaciones de artistas y escritores lojanos, en muchos casos, permanecen almacenadas en bodegas, privadas de circulación y visibilidad, no existen iniciativas sólidas que promuevan su comercialización ni estrategias efectivas para posicionarlas en mercados nacionales e internacionales.

La mayoría de los creadores exhiben su obra únicamente a nivel local, no existe una política clara de promoción de las artes y las letras a nivel cantonal, nacional o internacional, ni espacios formativos que preparen a los artistas para ofrecer sus obras con altos estándares de calidad a un público más amplio.

En 2024, el Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI) destinó \$2.447.000 para financiar 128 proyectos culturales, sin embargo, la falta de difusión y acompañamiento ha hecho que muchos artistas lojanos desconozcan estos mecanismos de financiamiento, perdiendo oportunidades por falta de información y capacitación.

La editorial de la Casa de la Cultura carece de una línea editorial clara que responda a las demandas de lectorías escolares, comunitarias y juveniles, la ausencia de una visión estratégica ha llevado a que muchas publicaciones reposen sin destino en estanterías y bodegas, sin uso de plataformas digitales ni preparación institucional para incorporarlas al entorno virtual.

La institución tampoco cuenta con una revista indexada que promueva la investigación cultural, ni con suficientes espacios de formación no profesional en las distintas ramas de las artes y las letras, limitando las oportunidades de aprendizaje accesible para la ciudadanía.

El equipo humano de la Casa requiere procesos de capacitación que le permitan conformar un equipo sólido, con capacidades técnicas y sensibilidad social para implementar un plan de trabajo inclusivo, coherente y transformador.

La participación activa de los miembros de la Casa de la Cultura y del RUAC es mínima. En la última asamblea apenas asistió el 5% del total de miembros, las asambleas deben convertirse en verdaderos espacios de deliberación, encuentro y decisión, y no limitarse a sesiones informativas. Es necesario promover la fraternidad y la colaboración entre los artistas.

Se estima que el 80% de los habitantes de la provincia de Loja desconoce la existencia de la Casa de la Cultura, esto refleja una profunda desconexión entre la institución y la sociedad, así como la ausencia de una estrategia comunicacional efectiva. En este distanciamiento, la gran perdedora es la cultura.

1.4. Definición de Objetivos

Teniendo en consideración que el presupuesto de la Casa de la Cultura año 2024 fue de 405.669,10 de los cuales el gasto corriente es del 70% se contaría con un 30% equivalente a 121.700,73 para financiar parte de los objetivos planteados aunado a la escasa participación de sus miembros e inclusión de beneficiarios y todas las problemáticas citadas previamente es necesario plantearse los siguientes objetivos.

1.5. Objetivo general

Fortalecer la capacidad institucional y operativa de la Casa de la Cultura Núcleo de Loja mediante la capacitación de actores culturales, creación de proyectos editoriales y artísticos de calidad, gestión de mercados y espacios, impulso de iniciativas inclusivas y sostenibles que fomenten la creatividad, la participación, y la diversidad cultural de los cantones, parroquias y barrios.

1.6. Objetivos específicos

- 1 Diseñar e implementar un proyecto editorial que motive la creación literaria, la investigación y facilite la producción distribución y difusión de contenidos escritos y digitales a nivel local y global.
- 2 Gestionar y fortalecer mercados culturales para la comercialización de productos culturales a nivel local, regional e internacional.
- 3 Potenciar el talento humano de la Casa de la Cultura Núcleo de Loja y a los artistas y gestores culturales de cantones, parroquias y barrios, mediante procesos de formación, actualización y profesionalización continua.
- 4 Gestionar y habilitar espacios para el desarrollo de las diferentes actividades artísticas y culturales, centros culturales anexos a la Casa de la Cultura que permitan la vinculación cultural con la sociedad.
- 5 Crear mecanismos para la promoción y difusión de las artes y la cultura que fomenten la innovación, la creatividad y la participación activa de diversos grupos sociales, respetando la inclusión y la diversidad cultural.
- 6 Diversificar y asegurar fuentes de financiamiento y cooperación promoviendo la sostenibilidad económica del sector cultural.

1.7. Objetivos específicos, estrategias e indicadores

OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATEGIAS	INDICADORES
1. Diseñar e implementar un proyecto editorial que motive la creación literaria, la investigación y facilite la producción distribución y difusión de contenidos escritos y digitales a nivel local y global.	<ul style="list-style-type: none">• Organizar mesas de trabajo con maestros de literatura de escuelas colegios, universidades, escritores y resolver el tipo de literatura que requiere los estudiantes, para que los escritores lojanos realicen creaciones literarias que puedan ser adquiridas por estudiantes.• Desarrollar una plataforma digital para publicación y difusión de contenidos locales.	<ul style="list-style-type: none">- 20 obras publicadas por año.- 18 autores locales publicados por año.- 2000 descargas de la plataforma editorial digital.- 30 lanzamientos de libros por año.

	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas con editoriales independientes, medios de comunicación y plataformas literarias. • Convocar a concursos literarios y talleres de escritura creativa. • Difusión y promoción de las artes y las letras dentro y fuera de la provincia. 	<ul style="list-style-type: none"> - 10 ferias de libros por año. - 10 talleres de escritura creativa, investigación en narrativas literarias.
2. Gestionar y fortalecer mercados culturales para la comercialización de productos culturales a nivel local, regional e internacional.	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar socios estratégicos, librerías, galerías, disqueras, teatros, a nivel nacional, e internacional donde podamos comercializar nuestros productos culturales. • Gestionar mercados para las artes. • Distribución de productos culturales en escuelas, colegios, barrios, parroquias, y en otros espacios nacionales. • Organizar ferias de arte, mercados culturales y exposiciones itinerantes. • Capacitación a los artistas y artesanos en marketing cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> - 10 ferias de artes por año. - 6000 dólares en ventas por año. - 100 artistas participantes en actividades comerciales. - 8 alianzas con comercios o instituciones culturales, cancillerías.
3 Potenciar el talento humano de la Casa de la Cultura Núcleo de Loja y a los artistas y gestores culturales de cantones, parroquias y barrios, mediante procesos de formación, actualización y profesionalización continua.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación para artistas, literatos, gestores, y personal de la Casa de la Cultura. • Elaborar un cronograma para capacitar líderes comunitarios quienes se encarguen de organizar talleres de artes y letras en sus comunidades. • Capacitar al talento humano de la Casa de la Cultura Núcleo de Loja en diferentes áreas, para poder acceder a los recursos gubernamentales para la cultura, así mismo en la difusión y comercialización de productos culturales. • Firmar convenios con universidades centros de formación y organismos culturales. • Fomentar residencias artísticas intercambios y pasantías. 	<ul style="list-style-type: none"> - 12 capacitaciones por año. - 100 artistas y personal capacitados por año. - 8 convenios de cooperación para formación profesional.

<p>4. Gestionar y habilitar espacios para el desarrollo de las diferentes actividades artísticas y culturales, centros culturales anexos a la Casa de la Cultura, que permita la vinculación cultura, sociedad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar espacios para desarrollar las diferentes actividades culturales. • Usar el espacio público con actividades culturales. • Recuperar y adecuar espacios en la Casa de la Cultura y firmar convenios con otras instituciones que los tengan, líderes barriales, colegios, empresas lojanas que quieran financiar talleres para sus empleados, o para usar las casas comunales de sus barrios, para dedicarlos aprendizaje cultural (talleres de artes). • Crear centros culturales móviles o itinerantes. • Gestionar recursos para mantenimiento y modernización de infraestructura. • Implementar talleres de pintura, literatura, danza, oratoria, cine, artesanías, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - 6 espacios habilitados o gestionados. - 15 usos de los espacios públicos. - 1 centro móvil o itinerante. - 4 convenios para remodelación y mantenimiento de estos espacios. - 30 eventos realizados en espacios regenerados.
<p>5. Crear mecanismos para la promoción y difusión de las artes y la cultura, que fomenten la innovación, la creatividad y la participación activa de diversos grupos sociales, respetando la inclusión y la diversidad cultural</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar campañas de comunicación inclusiva en medios tradicionales y digitales para visibilizar expresiones culturales diversas. • Festivales de música, danza, cine, teatro, etc. • Exposiciones de arte, fotografía, artesanía, etc. • Crear plataformas digitales interactivas que promuevan el acceso libre a contenidos culturales innovadores y comunitarios que promuevan el pensamiento filosófico y cultural. • Crear ciclos de cine, enfocados en diferentes géneros o temáticas. • Crear un registro de contactos con miembros de la Casa de la Cultura, del RUAC, artistas independientes, literatos, gestores culturales artesanos, cultores de todos los saberes, para invitarlos a participar en la construcción de proyectos artísticos, literarios, saberes culturales, promoviendo la inclusión cultural y la diversidad cultural. • Fortalecer el fomento de desarrollo y difusión cultural proyecto actual de la Casa. • Buscar mecanismos, que permitan Fomentar la innovación y la creatividad del sector cultural. • Fomentar la inclusión y la diversidad cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> - 20 campañas de comunicación con enfoque inclusivo. - 24 contenidos culturales digitales. creados y compartidos en plataformas accesibles. - 50 exposiciones de pintura. - 15 ciclos de cine. - 5 festivales de danza. - 30 recitales de poesía y cuento. - 20 conciertos musicales. - 10 ferias artesanales.

<p>6. Diversificar y asegurar fuentes de financiamiento y cooperación promoviendo la sostenibilidad económica del sector cultural</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar convenios de cooperación con instituciones gubernamentales, universidades, prefecturas, gobiernos autónomos, parroquiales, ONG, etc. • Realizar proyectos, que permitan conseguir recursos públicos y privados para la ejecución de las diferentes actividades del plan. • Realizar intercambios culturales mediante pintura, literatura, oratoria, danza, con otras ciudades o países. • Elaborar proyectos culturales sustentables, atractivos que promuevan el interés de las autoridades cantonales y parroquiales. • Crear convenios con las sedes de la Casa de la cultura a nivel nacional, con empresas de transporte, con galerías, teatros, museos, para promover talentos lojanos en el país y el extranjero, fomentando los intercambios culturales. • Buscar estrategias que sean de interés de las empresas públicas y privadas para que puedan financiar festivales, exposiciones o presentaciones de artistas locales, cantonales. • Hacer un inventario de necesidades institucionales de la Casa, de inmobiliario, de espacios, de maestros, para proponer proyectos atractivos y poder realizar convenios y establecer alianzas con instituciones gubernamentales, ONG, colectivos, etc. • Hacer una evaluación de espacios en colegios, casas comunales, parques, zonas de recreación, juntas parroquiales municipios, que se puedan adecuar para la promoción difusión de productos culturales. • Crear plan de financiamiento mixto. 	<ul style="list-style-type: none"> - 6 fuentes de financiamiento al año. - 50000 dólares en recursos gestionados por año. - 50 % del presupuesto cultural será cubierto por recursos autogenerados. - 10 proyectos sostenibles a mediano plazo.
---	---	---

PRESUPUESTO REFERENCIAL Y PLAN DE GESTIÓN DE RECURSOS

2.1. Resumen ejecutivo del plan

Objetivo específico	Estrategias clave	Indicadores principales	Presupuesto estimado (USD)
1. Proyecto editorial literario y digital	Plataformas digitales, concursos,	20 obras publicadas, 30 lanzamientos, 2000 descargas	33.000

	ferias, alianzas editoriales		
2. Fortalecimiento de mercados culturales	Ferias, distribución, alianzas comerciales, formación en marketing	10 ferias, \$6.000 en ventas, 100 artistas participantes	21.200
3. Capacitación y profesionalización cultural	Talleres, convenios con universidades, becas, residencias	12 capacitaciones, 100 artistas formados, 8 convenios	11.200
4. Gestión de espacios culturales	Recuperación de espacios, uso del espacio público, centros móviles	6 espacios habilitados, 30 eventos, 1 centro móvil	32.500
5. Promoción e inclusión cultural	Campañas, plataformas digitales, festivales, exposiciones	20 campañas, 50 exposiciones, 30 recitales, 15 ciclos de cine	75.100
6. Sostenibilidad y financiamiento	Proyectos estratégicos, convenios, marketing cultural	10 proyectos sostenibles, \$50.000 en recursos gestionados	15.400

2.2. Desarrollo operativo del plan

1. Diseñar e implementar un proyecto editorial que motive la creación literaria, la investigación y facilite la producción distribución y difusión de contenidos escritos y digitales a nivel local y global.

Actividad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Obras publicadas por año.	20	800	16,000
Plataforma editorial digital.	1	1000	1000
Ferias de libros	10	1000	10,000
Talleres de escritura creativa, la investigación en narrativas literarias.	10	600	6,000
Objetivo 1			33,000

2. Gestionar y fortalecer mercados culturales para la comercialización de productos culturales a nivel local, regional e internacional.

Actividad	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Ciclos testimoniales de exportación cultural desde Loja	4	800	3,200
Ferias de arte anuales (alianzas con comercios o instituciones culturales)	10 ferias al año	800	8,000
Incentivos y becas a artistas locales	100 artistas	100	10,000
Total, estimado para el Objetivo 2			21,200

3. Potenciar el talento humano de la Casa de la Cultura Núcleo de Loja y a los artistas y gestores culturales de cantones, parroquias y barrios, mediante procesos de formación, actualización y profesionalización continua

Actividad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Capacitaciones	12	600	7,200
Becas e incentivos.	100	40	4000
Convenios de cooperación (universidades, ONGs)	8	0,00	0,00
Objetivo 3			11,200

4. Gestionar y habilitar espacios para el desarrollo de las diferentes actividades artísticas y culturales, centros culturales anexos a la Casa de la Cultura, que permita la vinculación cultura, sociedad.

Actividad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Participación local en el Festival de Artes Vivas	1	3,000	3,000
Conciertos sinfónicos itinerantes en parroquias y cantones	3	1,000	3,000
Habilitación de espacios físicos	6	1,500	9,000
Centro móvil itinerante (equipamiento y movilidad)	1	7,000	7,000
Convenios de mantenimiento (logística y acuerdos)	4	0,00	0,00
Uso del espacio público (8 permisos)	15	100	1,500
Realización de eventos en espacios regenerados.	30	300	9000
Objetivo 4			32,500

5. Crear mecanismos para la promoción y difusión de las artes y la cultura, que fomenten la innovación, la creatividad y la participación activa de diversos grupos sociales, respetando la inclusión y la diversidad cultural.

Actividad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Campañas de comunicación	20	250	5,000
Contenidos culturales digitales	24	150	3,600
Exposiciones de pintura	50	500	25,000
Ciclos de cine	15	500	7,500
Festivales de danza	5	1,000	5000
Recitales de poesía y cuento	30	500	15,000
Conciertos de música	20	700	14,000
Ferias artesanales (contabilizada en el objetivo 2)	10	0,00	0,00
Objetivo 5			75,100

6. Diversificar y asegurar fuentes de financiamiento y cooperación promoviendo la sostenibilidad económica del sector cultural.

Actividad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Diseño y presentación de proyectos	10	500	5,000
Capacitación en gestión de recursos.	6	400	2,400
Estrategias de auto gestión (plataformas Marketing)	1 estrategia	4,000	4,000
Seguimiento y evaluación de sostenibilidad.	10 proyectos	3,00	3,000
Objetivo 6			15,400

PRESUPUESTO TOTAL REFERENCIAL ANUAL \$188,400

2.3. Presupuesto y financiamiento

El presupuesto total estimado para la ejecución anual del plan de trabajo asciende a \$188.400, mientras que el presupuesto institucional disponible, descontando el gasto corriente, es de aproximadamente \$121.700,73, lo que genera una brecha financiera de \$66.699,27. Esta diferencia evidencia la necesidad urgente de una gestión activa de recursos externos, tanto públicos como privados, a través de convenios, autogestión, cooperación internacional y patrocinios.

2.4. Análisis de brecha y sostenibilidad

Para cubrir este déficit, se contempla:

- Presentación de proyectos culturales a fondos nacionales como el IFCI y otros programas ministeriales.
- Establecimiento de convenios con gobiernos autónomos descentralizados, universidades y ONGs culturales.
- Campañas de patrocinio y mecenazgo cultural dirigidas a empresas locales, con beneficios tributarios.
- Mecanismos de autogestión: ventas de productos culturales, entradas a eventos, crowdfunding, merchandising y membresías culturales.

2.5. Estrategia de priorización

En caso de no lograrse la totalidad del financiamiento proyectado, se priorizarán las siguientes actividades estratégicas, por su impacto estructural, alto alcance comunitario y capacidad de sostenibilidad:

- Capacitación del talento humano de la Casa de la Cultura y gestores comunitarios (Objetivo 3).
- Habilitación y uso de espacios físicos en parroquias y barrios (Objetivo 4).
- Diseño e implementación del proyecto editorial y plataforma digital (Objetivo 1).
- Campañas de difusión y promoción cultural con enfoque inclusivo (Objetivo 5).
- Actividades de circulación artística como ferias, festivales y talleres básicos en territorio.

Estas acciones constituyen el núcleo operativo mínimo del plan, sin las cuales no se lograría articular una red cultural activa, visible y sostenida en los distintos niveles del territorio lojano.

PLAN DE GESTIÓN DE RECURSOS

Fuente	Estrategia de gestión
Fondos públicos (municipalidad ministerios)	Presentación de proyectos conforme a políticas culturales.
ONGS y cooperación internacional	Establecer convenios marco con embajadas fundaciones y organismos como Unesco.
Patrocinios privados	Campaña dirigida a empresas con beneficios tributarios o visibilidad de marca.
Autogestión	Venta de entradas, productos culturales, merchandising, crowdfunding, membresías culturales.
Alianzas interinstitucionales	Firmar convenios con universidades, cámaras de comercio, colectivos culturales.

Recursos propios y reinversión	Reutilizar ingresos de ferias y eventos en nuevas actividades.
--------------------------------	--

3.1. Mecanismos periódicos y públicos de rendición de cuentas de su gestión

En Ecuador, las instituciones públicas como la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Loja están obligadas a implementar mecanismos de rendición de cuentas periódicos y públicos de acuerdo con lo establecido en la Constitución del Ecuador y la Ley Orgánica de Participación Ciudadana es así que aplicaremos los siguientes mecanismos:

i. Informe anual de rendición de cuentas.

Periodicidad: anual.

Carácter: obligatorio.

Contenido: información sobre ejecución presupuestaria, cumplimiento de objetivos institucionales, proyectos culturales ejecutados, convenios interinstitucionales y privados, uso de recursos, logros y dificultades.

ii. Audiencias públicas de rendición de cuentas.

Periodicidad: anual

Carácter: participativo

Modalidad: presencial y virtual.

Contenido: información sobre ejecución presupuestaria, cumplimiento de objetivos institucionales, proyectos culturales ejecutados, convenios interinstitucionales y privados, uso de recursos, logros y dificultades.

iii. Publicación de información en redes sociales y portal web.

Periodicidad: Continua

Carácter: Transparente

Obligatorio: Subir información relevante en la página web institucional, como: Contratos públicos, presupuesto anual y su ejecución, programas y proyectos culturales, resoluciones administrativas.

iv. Participación en el Sistema Nacional de Rendición de Cuentas.

Instrumento: Plataforma del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.

Se subirá un informe sobre la gestión que contenga: Información sobre ejecución presupuestaria, cumplimiento de objetivos institucionales, proyectos culturales ejecutados, convenios interinstitucionales y privados, uso de recursos, logros y dificultades. En la plataforma del CPCCS disponible para la revisión ciudadana.

v. Veedurías ciudadanas.

Carácter: Externo e independiente.

Promovido por: Ciudadanía organizada, con apoyo del CPCCS:

Una veeduría ciudadana puede revisar el proceso de selección de beneficiarios de fondos concursables, de beneficiarios de condecoraciones, de impresiones de obras, de artistas

que representaran a Loja en otras ciudades, de todos los actos que se realicen en la institución, hablar con los jurados, y cerciorarse que todo lo actuado es transparente.

3.2. Público objetivo

- **Público general:** Va dirigido a públicos de toda la provincia.
- **Grupos de interés:** Niños, jóvenes, adultos mayores, artistas locales, etc.
- **Propuesta inclusiva:** La propuesta va en caminata a incluir públicos y artistas, de barrios, parroquias y cantones excluidos del goce estético y de su desarrollo cultural.

3.3. Recursos necesarios

- **Espacios físicos:** Teatros, auditorios, centros culturales, plazas, salas de exposiciones, colegios, casas comunales, etc.
- **Financiamiento:** A través de donativos, patrocinadores, convenios, ONG, intercambios, recaudación de fondos, y asignación del gobierno, etc.
- **Equipo humano:** Artistas, trabajadores de la Casa de la Cultura, maestros, voluntarios.
- **Materiales y equipos:** Herramientas y materiales para talleres, equipos de sonido, iluminación, carpas, equipos digitales, vestuarios, etc.

3.4. Cronograma de actividades

- **LARGO PLAZO:**

Plan de actividades anual

- **Intercambios culturales:** pintura, literatura, oratoria, danza, con otras ciudades o países.
- **Difusión y promoción:** De las artes y las letras dentro y fuera de la provincia.
- **Distribución:** De productos culturales en escuelas, colegios, barrios, parroquias, y en otros espacios nacionales.
- **Capacitación:** Para artistas, literatos, gestores, y personal de la Casa de la Cultura.
- **Convenios:** De cooperación con instituciones gubernamentales, gobiernos autónomos, parroquiales, ONG, etc.
- **Elaborar** proyectos culturales sustentables, atractivos que promuevan el interés de las autoridades cantonales y parroquiales.
- **Elaborar** un cronograma para capacitar líderes comunitarios quienes se encarguen de organizar talleres de artes y letras en sus comunidades.
- **Adecuar** espacios en la Casa de la Cultura y firmar convenios con otras instituciones que los tengan, líderes barriales, colegios, empresas lojanas que quieran financiar talleres para sus empleados, o para usar las casas comunales de sus barrios, para dedicarlos aprendizaje cultural (talleres de artes).
- **Organizar** mesas de trabajo con maestros de literatura de escuelas colegios, universidades, escritores y resolver el tipo de literatura que requieren los estudiantes, para que los escritores lojanos realicen creaciones literarias que puedan ser adquiridas por estudiantes.
- **Buscar** socios estratégicos, librerías, galerías, disqueras, teatros, a nivel nacional, e internacional donde podamos comercializar nuestros productos culturales.

- **Capacitar** al talento humano de la Casa de la Cultura Núcleo de Loja en diferentes áreas, para poder acceder a los recursos gubernamentales para la cultura, así mismo en la difusión y comercialización de productos culturales.
- Crear convenios con las sedes de la Casa de la cultura a nivel nacional, con empresas de transporte, con galerías, teatros, museos, para promover talentos lojanos en el país y el extranjero, fomentando los intercambios culturales.
- **Buscar** estrategias que sean de interés de las empresas públicas y privadas para que puedan financiar festivales, exposiciones o presentaciones de artistas locales, cantonales.
- **Hacer** un inventario de necesidades institucionales de la Casa, de inmobiliario, de espacios, de maestros, para proponer proyectos atractivos y poder realizar convenios y establecer alianzas con instituciones gubernamentales, ONG, colectivos, etc.
- **Hacer** una evaluación de espacios en colegios, casas comunales, parques, zonas de recreación, juntas parroquiales municipios, que se puedan adecuar para la promoción difusión de productos culturales.
- **Fortalecer** el fomento de desarrollo y difusión cultural proyecto actual de la Casa.
- Buscar mecanismos, que permitan Fomentar la innovación y la creatividad del sector cultural.
- **Realizar proyectos:** Que permitan conseguir recursos para la ejecución de las diferentes actividades del plan.
- **Gestionar:** espacios para desarrollar las diferentes actividades culturales.
- **Gestionar** mercados para las artes.
- **CORTO PLAZO:**

Actividades mensuales

- **Festivales:** De música, danza, cine, teatro, etc.
- **Exposiciones:** De arte, fotografía, artesanía, etc.
- **Talleres:** De pintura, literatura, danza, oratoria, cine, artesanías, etc.
- **Ciclos de cine:** Enfocados en diferentes géneros o temáticas.
- **Usar el espacio público:** con actividades culturales.
- **Crear** un registro de contactos con miembros de la Casa de la Cultura, del RUAC, artistas independientes, literatos, gestores culturales artesanos, cultores de todos los saberes, para invitarlos a participar en la construcción de proyectos artísticos, literarios, saberes culturales, promoviendo la inclusión cultural y la diversidad cultural.

3.5. Fechas claves

Fecha	Conmemoración	Actividades sugeridas
15 de enero	Día Mundial del Selfie en los Museos	Concursos de selfies, talleres de fotografía y edición, eventos en redes culturales.
8 de febrero	Día Mundial del Cine	Proyecciones de películas, talleres de guion, edición, fotografía, foros y cine ambiental.
21 de febrero	Día Internacional de la Lengua Materna	Festivales en quichua, talleres de lenguas maternas, recitales y juegos lúdicos.

3 de marzo	Día Internacional de los Escritores	Talleres de escritura creativa, lecturas, presentaciones de libros, reconocimientos.
6 de marzo	Día Internacional del Escultor	Talleres abiertos, exposiciones, actividades prácticas con materiales escultóricos.
19 de marzo	Día Internacional del Artesano	Talleres de diseño artesanal, ferias, innovación y preservación de oficios tradicionales.
21 de marzo	Día Mundial de la Poesía	Recitales, concursos, maratones poéticas, exposiciones y lluvias de poemas.
27 de marzo	Día Mundial del Teatro	Talleres de actuación, improvisación, diseño escenográfico y activaciones teatrales.
15 de abril	Día Mundial del Arte	Ferias, exposiciones y workshops con talleristas locales.
19 de abril	Día Mundial del Circo	Eventos circenses barriales, demostraciones y talleres comunitarios.
22 de abril	Día del Libro y de los Derechos de Autor	Conferencias, ferias de libros, cuenta cuentos y campañas de lectura.
27 de abril	Día Internacional del Diseño	Congresos, ferias y workshops enfocados en diseño gráfico, visual y artesanal.
29 de abril	Día Internacional de la Danza	Festivales en parroquias, danzas autóctonas y campañas de sensibilización cultural.
20 de agosto	Día Mundial de la Fotografía	Charlas, talleres y exposiciones de fotografía artística y documental.
1 de octubre	Día del Pasillo Ecuatoriano	Festivales, concursos y campañas de valorización del pasillo lojano.
11 de noviembre	Día Nacional de la Cultura	Sesión solemne, conferencias, y activaciones culturales en barrios y parroquias.

Nota: Como se detalla en el análisis de brecha presupuestaria, será indispensable gestionar recursos externos para cubrir el monto faltante, priorizando actividades clave que aseguren el funcionamiento mínimo viable del plan

RESULTADOS ESPERADOS

Al finalizar el período anual de ejecución del presente plan, se espera alcanzar los siguientes resultados:

- Fortalecimiento institucional de la Casa de la Cultura Núcleo de Loja, evidenciado en la activación de sus extensiones, la mejora de sus capacidades técnicas y la diversificación de sus fuentes de financiamiento.
- Incremento de la producción, circulación y acceso a contenidos culturales, mediante la publicación de obras, realización de talleres, festivales, ferias y actividades formativas en distintos cantones y parroquias.

- Participación activa de la ciudadanía en procesos culturales, especialmente de jóvenes, comunidades rurales y barrios urbanos periféricos, promoviendo el derecho a la cultura y el ejercicio de la ciudadanía cultural.
- Consolidación de redes interinstitucionales de cooperación a nivel local, nacional e internacional para la promoción y sostenibilidad de los proyectos culturales.
- Visibilización y valorización del talento artístico local, facilitando su inserción en mercados culturales y su proyección dentro y fuera del país.
- Activación de espacios físicos y simbólicos para la creación y expresión artística, democratizando el acceso a infraestructuras culturales.
- Mejora de los mecanismos de rendición de cuentas, garantizando transparencia, participación y control social sobre la gestión institucional.

Enfoque de Género e Interculturalidad

El plan incorpora un enfoque transversal de género e interculturalidad en todas sus acciones, reconociendo que el desarrollo cultural solo es posible si es inclusivo y equitativo. Para ello se establecen las siguientes líneas de acción:

- Promoción activa de la participación de mujeres y diversidades sexogenéricas en los procesos de creación, gestión, formación y liderazgo cultural, garantizando su representación en convocatorias, talleres, ferias y proyectos institucionales.
- Reconocimiento y puesta en valor de los saberes, lenguas, expresiones y manifestaciones artísticas de pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios, mediante la inclusión de actividades específicas que recuperen y difundan su memoria y presencia viva en la provincia.
- Diseño de contenidos culturales inclusivos, que respeten y visibilicen la diversidad identitaria y cultural del territorio lojano.
- Alianzas con lideresas culturales y organizaciones comunitarias, para generar procesos de formación y co-creación artística con enfoque comunitario y territorial.