

ANEXO II

DEFINICIONES CONVOCATORIA 2015 PROGRAMA OTRAS INSTITUCIONES COLABORADORAS*

Este documento forma parte de la Convocatoria 2015 Programa Otras Instituciones Colaboradoras 2015 y las definiciones contenidas en él **solo aplican a la misma**.

Junto con las bases concursales, se ha dispuesto un **Formulario de Postulación OIC**, el que debe ser descargado desde la página web indicada e impreso una vez se complete con toda la información requerida en el mismo. No se cuenta con postulación en línea ni envío de antecedentes de otra manera que no sea presencial o por correo certificado.

En el Formulario de Postulación OIC se indican los datos a llenar y se incluyen ejemplos – *en color rojo y cursiva* - en los puntos 3.2, 4 y 8 del mismo. Estos ejemplos son únicamente una referencia para facilitar el llenado del formulario, por lo que deben ser borrados en el documento final que se envíe al concurso.

A continuación se detalla un listado de definiciones en orden a facilitar la postulación correspondiente:

- **ACCIÓN DE SOCIALIZACIÓN:** actividad en que la institución postulante presenta ante la comunidad local su plan de gestión.
- **APORTES PÚBLICOS:** Fondos asociados a convenios, transferencias, fondos concursables, aportes directos y subvenciones recibidas por parte del Estado.
- **APORTES PRIVADOS:** Fondos asociados a aportes directos de particulares y/o instituciones privadas, donaciones, convenios, etcétera.
- **ESTADOS FINANCIEROS:** Informe de cuentas anual de la organización. Para efectos de esta convocatoria, deben presentarse de manera obligatoria los estados financieros y balance del año 2014 firmados por un contador externo o empresa auditora.
- **ESTRATEGIAS:** Plan de acción para implementar los objetivos estratégicos y determinar el presupuesto.
- **INGRESOS PROPIOS:** Ingresos levantados desde la institución, ya sea a través de venta de tickets, arriendos, gestión de unidades de negocios, etcétera.

- **INDICADORES DE DESEMPEÑO:** Los indicadores de desempeño son una herramienta que entrega información cuantitativa respecto del desempeño (gestión o resultados) en la entrega de productos (bienes o servicios) generados por la institución, cubriendo aspectos cuantitativos o cualitativos (...) Se utilizan para para medir logros, evaluar y tomar acciones correctivas respecto a la gestión de la organización en sus diferentes ámbitos.

Características de los indicadores

- i. Deben ser medibles en forma continua
- ii. Deben medir aspectos de resultados clave para la toma de decisiones
- iii. Identifican lo que será medido. No cuanto ni en qué dirección.
- iv. Es deseable que se fundamenten en antecedentes, datos y/o estudios con que cuente la organización acerca de su funcionamiento

Pasos para la construcción de un indicador

- i. Establecer las definiciones estratégicas como referente para la medición. (Información presentada en los puntos 6.1, 6. y 6.3 del formulario)
 - ii. Establecer las áreas de desempeño relevantes a medir (en este caso corresponderán a productos de la gestión de la organización en un plazo de 12 meses consecutivos).
 - iii. Formular el indicador para medir el producto u objetivo
 - iv. Establecer las metas o el valor deseado del indicador y la periodicidad de la medición
 - v. Señalar la fuente de los datos
- **MEDIOS DE VERIFICACIÓN:** Fuentes de información a través de las cuales se acreditan y respaldan los datos contenidos en la postulación presentada. Ejemplo: actas de asistencia a cursos, documentos de elaboración de planes con fecha, informes de actividades, certificados, inscripciones, etcétera.
 - **METAS:** Representan lo que se espera obtener como desempeño, cuanto y en qué período. Se vinculan a los indicadores, proveen la base para la planificación operativa y el presupuesto.

Características de las metas

- i. Expresan el nivel de desempeño a alcanzar

- ii. Se vinculan a los Indicadores, proveen la base para la planificación operativa y el presupuesto
- iii. Especifican un desempeño medible
- iv. Especifican la fecha tope o el período de cumplimiento
- v. Deben ser realistas y financiables, pero representar un desafío significativo

¿Cómo identificarlas?

- i. A partir de datos de desempeño histórico
 - ii. A partir de estudios disponibles de línea base
 - iii. A partir de los objetivos definidos
 - iv. A partir del desempeño logrado en instituciones similares, procesos o programas.
- **MISION:** Descripción concisa y clara de la razón de ser de la institución, propósito fundamental
 - **OBJETIVOS:** Logros que espera alcanzar la institución para cumplir con su misión. Claros, realistas, desafiantes y congruentes entre sí.
 - **PLAN DE MEDIOS:** Detalle de plataformas, formatos e insumos comunicacionales a través de los cuales se realiza la difusión del quehacer de la institución.
 - **PRESUPUESTO:** Conjunto de gastos e ingresos de la institución en un período de tiempo determinado.
 - **TIPOS DE ACTIVIDAD:** Categorización de las actividades desarrolladas por la institución.

Tipo de Actividad	Definición
1. Investigación	Actividad orientada a la producción de nuevos conocimientos y, por esa vía, ocasionalmente, a dar solución a problemas e interrogantes de carácter científico y/o técnico.
2. Formación Mediación	Educación e instrucción. Todos los estudios y aprendizajes (formales o informales), dirigidos a capacitar a alguien para el desempeño de una actividad cultural.
3. Creación	Punto de origen de las ideas y contenidos artísticos y culturales.
4. Producción	Formas culturales reproducibles (ejemplo: productos audiovisuales), así como las herramientas especializadas, la infraestructura y los

		procesos utilizados en si realización.
5.	Difusión y distribución	Actividad destinada a poner al alcance de los consumidores y exhibidores productos culturales tanto de reproducción masiva como aquellos productos que no lo son.
6.	Comercialización	Intercambio de bienes y servicios en el mercado de compra y venta, sea para su uso, venta o transformación.
7.	Exhibición	Actividad de presentación de experiencias culturales en vivo y/o no mediadas a audiencias a través del otorgamiento o venta de acceso restringido con fines de consumo/participación en actividades culturales puntuales.
8.	Conservación / Restauración	Conjunto de procesos dedicados a la preservación de bienes culturales para el futuro, devolviendo la eficacia simbólica y/o originalidad a los bienes culturales.
9.	Consumo / Participación	Momento en que un bien o servicio produce alguna utilidad al sujeto consumidor o que lo adquiere.

- **VISION:** Valores de la organización, cómo espera ser reconocida, futuro deseado de la organización.

* Documento elaborado por el Departamento de Estudios y Unidad de Coordinación y Evaluación de Convenios Institucionales del CNCA, en base a "Manual de Planificación estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público" ILPES/CEPAL 2009" y "Fortalecimiento de las capacidades de 'Fábricas de Cultura' como industrias creativas para el desarrollo de comunidades en diferentes situaciones de vulnerabilidad" presentado por la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura de Uruguay al Fondo Internacional para la Diversidad Cultural de UNESCO en 2014.