

**FORMULARIO ÚNICO DE POSTULACIÓN  
PROGRAMA OTRAS INSTITUCIONES COLABORADORAS 2019  
MODALIDAD CONVOCATORIA**

Antes de completar, lea detenidamente las **Bases de la Modalidad Convocatoria**. Recuerde que debe **completar todas las páginas y todos los campos** del formulario. Lea las instrucciones de cada sección y respete el máximo de caracteres según se indica.

**PRESENTACIÓN DE LA POSTULACIÓN**

(Completar la siguiente declaración simple llenando todos los campos señalados)

En la ciudad de SANTIAGO con fecha 14 DE JUNIO del 2019 yo, ROSER GENOVEVA FORT AGUILERA N°7.256.358-1 En representación de la institución CORPORACIÓN CULTURAL ARTE ALAMEDA hago presentación formal de la propuesta de postulación al Programa Otras Instituciones Colaboradoras 2019 – Modalidad Convocatoria.

Asimismo:

1. Declaro no estar afecto a ninguna de las causales de inhabilidad, prevenidas y sancionadas en las bases del concurso.
2. Entiendo que mi postulación no procederá si se omiten antecedentes definidos como obligatorios por las bases del concurso.
3. Declaro hacerme responsable por la veracidad de mis declaraciones, que toda la información entregada es verdadera y que resulta conforme con la normativa vigente, particularmente con las bases de postulación para este concurso, las que he leído, entendido y aceptado.
4. Exonero de cualquier tipo de responsabilidad al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio por información falsa, defectuosa o errónea que, dolosa o culpablemente, le haya suministrado.
5. Declaro que mi postulación ha sido realizada y que el presente formulario consta

A su vez, declaro que el listado de documentos que componen la presente postulación es:

1. Formulación de Proyecto
2. Anexo plan de gestión
3. Pendrive
- 4.
- 5.
- 6.



7.251.358-1  
Rut y Firma Representante Legal

Timbre de Recepción Ministerio



**SECCIÓN I. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN:** En esta sección deberá señalar y describir antecedentes que permitan identificar y caracterizar a la institución postulante, así como aspectos relevantes en cuanto a su trayectoria en distintos ámbitos.

**1. INFORMACIÓN BÁSICA:** Completar todos los campos señalados, de la misma manera en que aparecen en la documentación pertinente y sin abreviaturas (nombres, direcciones, localidades, etcétera).

**1.1. Identificación Institución**

Nombre de la institución o persona jurídica: CORPORACIÓN CULTURAL ARTE ALAMEDA

RUT: 65.003.128-8

Dirección: Monseñor Edwards 2350

Comuna: La Reina

Región: Metropolitana

Teléfono de contacto institucional: 964948804

Sitio web institucional: [www.centroartealameda.cl](http://www.centroartealameda.cl)

Otras plataformas digitales:

**1.2. Representante Legal**

Nombre Completo: Roser Genoveva Fort Aguilera

RUT: 7.256.358-1

Dirección: Monseñor Edwards 2350

Comuna: La Reina

Región: Metropolitana

Cargo: Directora

Teléfono fijo: 226648821

Teléfono móvil: 964948804

Correo electrónico: [roserforta@gmail.com](mailto:roserforta@gmail.com)

**1.3. Coordinador y/o Encargado de Postulación**

Nombre Completo: Angelyna Elisa Retamal Espinoza

Cargo: Coordinadora

Dirección: Alameda 139

Comuna: Santiago

Región: Metropolitana

Teléfono fijo:

Teléfono Móvil: 977654581

Correo electrónico: [angelyna.retamal@gmail.com](mailto:angelyna.retamal@gmail.com)

**NOTIFICACIONES**

Marque con una equis (X) el medio por el que prefiere recibir notificaciones del Programa

Selección (Marcar con X)	Medio	Dirección
--------------------------------	-------	-----------

x	Correo Electrónico	<a href="mailto:1.roserforta@gmail.com">1.roserforta@gmail.com</a> 2. angelyna.retamal@gmail.com 3.alameda.admi@gmail.com
	Carta Certificada	

## 2. TRAYECTORIA

Describe la trayectoria de la institución postulante, detallando toda la información solicitada en cada punto y adjuntando material de respaldo en formato digital según corresponda. Completar todos los campos, respetando los formatos y la extensión máxima indicada.

### 2.1. Planificación Estratégica. Corresponde a la planificación de largo plazo que orienta el quehacer de la institución. Completar cada uno de los campos de acuerdo a la información solicitada.

- a. Misión La CORPORACION CULTURAL ARTE ALAMEDA busca ser una ventana al Arte y la Cultura en todas sus más diversas expresiones para apoyar, fomentar y estimular la producción cultural. Ello para potenciar el desarrollo de la sociedad actual. Además, busca ser un aliado estratégico del Centro Arte Alameda, gestionando una alternativa integradora e innovadora al consumo cultural, fortaleciendo a este Centro como un eje central de la comuna de Santiago, ofreciendo al habitante local y al visitante regional e internacional una programación artística de calidad y variedad mundial. Buscamos conectarnos con la sociedad en su diversidad de expresiones culturales, a través del cine, la música, artes visuales, artesanía, la literatura y gastronomía tanto en Santiago como en regiones
- b. Visión CORPORACIÓN CULTURAL ARTE ALAMEDA se constituye en uno de los principales agentes activos del quehacer cultural nacional, liderando la gestión de espacios públicos, democratizando el acceso a las nuevas formas de arte y apoyando incondicionalmente el desarrollo cultural, local, nacional e internacional.

Objetivos CORPORACION CULTURAL ARTE ALAMEDA apoyar al fortalecimiento y construcción del desarrollo cultural del país, promoviendo la participación de los habitantes de la región metropolitana y de regiones, como también de audiencias especializadas y público transversal, en actividades culturales de excelencia. A partir de allí su principal estrategia ha sido abrir sus puertas a toda clase de propuestas artísticas que enriquezcan la diversidad, tolerancia y conocimiento de la vanguardia del arte mundial. Poniendo el énfasis en organizar, estimular, promover y cofinanciar proyectos cuyo sello sea la cultura emergente en todas sus manifestaciones.

c.

Ejes Programáticos El eje programático central de la Corporación lo constituye el audiovisual, y más específicamente, el cine arte, nacimos para fortalecer un proyecto de esa área y nunca hemos traicionado nuestro origen, seguimos gestionando franquicias internacionales exclusivas, hemos sido sede de numerosas muestras y festivales internacionales y nacionales. Somos una de las pocas vitrinas para el cine de cortometraje y una de las primeras en acoger el documental nacional e internacional. Fuimos pioneros en el cine de género y seguimos apoyando decididamente el cine nacional en todas sus manifestaciones.

Otro eje de nuestra oferta programática es la música, para poder acoger esta área creamos un espacio que de alguna manera, podrá recibir bandas emergentes y consagradas, nacionales y extranjeras (no tributos) en un ambiente más íntimo, para ello, exhibiremos en la sala con capacidad para 200 personas

En tercer lugar, desarrollamos un eje formativo que busca la generación y ampliación de nuestras audiencias, con la conciencia de que nuestro público crece y se forma diariamente. Este eje pretende contribuir a dicho proceso, incluyendo actividades de interés, al acceso de todos y todas y que vayan en consonancia con el pensar vanguardista que nos caracteriza, para ello acogemos música clásica y ópera, artes escénicas, arte circense, artes visuales (fotografía, pintura, escultura, entre otras), literatura y ferias temáticas, que completan un oferta única en el mercado capitalino.

### **Público Objetivo.**

Nuestra audiencia es transversal. Cubrimos todos los segmentos etarios y todos los grupos socioeconómicos. Atendemos, preferencialmente, a nuestro entorno (vecinos, estudiantes, turistas), generando una comunidad cultural, donde todos tienen cabida, desde los niños que pueden disfrutar de una obra de teatro infantil, hasta la tercera edad, que disfruta con la ópera o el teatro de revistas, recordando épocas pasadas.

También ofrecemos espectáculos para audiencias más especializadas con estrenos exclusivos de cine arte, lanzamientos de libros o espectáculos teatrales experimentales.

d. La música que programamos cubre todos los géneros desde la música étnica, pasando por el jazz y el funk, hasta los ritmos más populares, como el pop, rock o el hip hop. Nuestro espacio se caracteriza por mantener y propiciar una oferta cultural única en la capital, variada, diversa, inclusiva y capaz de atraer a chilenos y extranjeros por igual.

**Políticas de Acceso y Participación de Públicos** Nuestra política de acceso a la institución es abierta. Contamos con variadas modalidades de participación, privilegiando la gratuidad y el cofinanciamiento. Los lanzamientos de libros, las exposiciones de Artes Visuales, las ferias temáticas, los talleres, entre otras, son de libre acceso.

- El cine y la música necesariamente deben cobrar entrada, ya que de otro modo, no podrían financiarse, éstos al igual que los espectáculos de Artes Escénicas comparten los costos y los ingresos. Así y todo tratamos que todas nuestras actividades sean de precio módico.
- Tenemos convenios para los vecinos de la comuna (mostrando solo una cuenta de servicios básicos), tercera edad y estudiantes quienes pagan \$2.500 pesos por entrada.
- También hemos desarrollado una relación con comunidades étnicas, especialmente, mapuche, quienes organizan ferias típicas y gastronómicas sin costo por el espacio.
- A las bandas regionales y emergentes les ofrecemos amplificación, difusión y seguridad sin costo para ellos, como una manera de incentivar su participación en nuestra programación.
- A través de un Convenio con Transantiago, los choferes y trabajadores de los recorridos cuyo paradero se encuentra al frente del centro cultural, la Corporación les entrega invitaciones gratuitas para participar de los eventos y películas como forma de promover la cultura y dar acceso a familias con menores recursos, en particular para la Opera.
- Tarjeta Cine Club: esta tarjeta tiene un costo de \$10.000 anual y otorga múltiples beneficios (entradas al cine 2x1; asistencia a los Avant premiere 15% descuento en Café Arte Alameda; 20% descuento en almuerzos en el Café; beneficios a través de concursos en las redes sociales).
- Exhibición de películas gratuitas en las cárceles concesionadas en diversas regiones del país, por ejemplo, Santiago, Rancagua, Valdivia y Puerto Montt. Esta actividad se viene desarrollando desde los comienzos de 2007.

e. En resumen, creemos que la cultura la construimos entre todos y todas, y siempre estamos dispuestos a compartir riesgos financieros y editoriales en beneficio de mayor y más variada programación para todas nuestras audiencias.

**Estrategia de Difusión (Máximo 800 palabras)** Nuestra estrategia de difusión se orienta a los medios y a las redes sociales, con el fin de generar una mayor asistencia a salas, y un mayor posicionamiento en el debate público. Se busca apuntar a espacios distintos a los asignados en los medios a arte, cultura y espectáculos, de manera que sean las temáticas particulares de cada función, espectáculo o actividad artística específica, las que atraigan audiencia y generen difusión en cadena a partir de las comunidades virtuales de interés particular en la actividad a difundir.

Dentro de los medios contemplados se encuentran: diarios, revistas, portales web, radios y canales de televisión abierta y por cable. (Ver más en Redes y Alianzas). Dentro de las redes sociales a utilizar se encuentran: Facebook, Twitter, Instagram.

Se seleccionan los medios y las estrategias apropiadas en redes para cada actividad específica en cada una de las etapas del plan de trabajo.

- PRIMERA ETAPA: Previo a la semana del estreno se generan entrevistas en medios especializados y se publica en redes sociales el material audiovisual del evento específico, junto a las fechas de estreno con el fin de adelantar algo de lo que se podrá ver y/o escuchar y así crear expectativas.
- SEGUNDA ETAPA: La semana del estreno se generan entrevistas en todos los medios, críticas en medios especializados, notas en cartelera o agenda de todos los medios y artículos en otras áreas de interés

particulares a la actividad específica con el fin de ampliar los espacios de difusión (por ejemplo: película sobre animales, artículos en medios animalistas, película con tema medioambiental, artículos en redes e información a instituciones ligadas al tema). En redes se generan lazos con comunidades de áreas de interés particulares a la actividad para usar sus propios canales de difusión y llegar así a otros públicos, quizás no interesados primeramente en la cultura.

- TERCERA ETAPA: Posterior a la semana del estreno se generan notas en las carteleras o agendas de todos los medios y artículos en otras áreas de interés particulares a la función (ver ejemplo en etapa anterior). En redes se publica material gráfico elaborado con extractos de críticas y artículos aparecidos en medios destacados hasta la fecha, se mantienen los lazos generados en la etapa anterior y se publica el material fotográfico del evento de estreno a modo de acercar la función al público asistente.

**Organigrama Actual** Existe un cuerpo directivo (el Directorio) conformado por 4 directores: Presidenta, Vicepresidenta, Tesorera y Secretaria. Corresponden al personal exclusivo de la Corporación y no reciben honorarios en forma estable. El equipo administrativo lo conforman la Directora Ejecutiva, 2 Productoras; Diseñador Gráfico, Periodista, Community Manager, Administradora y Contador (externo). Ellos tienen un honorario fijo y este es solventado por la Corporación Cultural Arte Alameda. Muchas de las labores que se realiza por proyecto es ad-honorem. Esta realidad es la que pretendemos cambiar con esta postulación como se verá en el Plan de Gestión para el año 2020 que se desarrolla más adelante en esta postulación.

**2.2. Describa brevemente la trayectoria de la institución, señalando sus principales actividades, hitos programáticos y cualquier información que considere relevante en torno al quehacer de la misma. (Máximo 800 palabras).**

La Corporación Cultural Arte Alameda se funda en el 2008 con la finalidad de ampliar y mantener la oferta cultural que Centro Arte Alameda venía desarrollando desde hace 27 años. Su principal objetivo es garantizar y diversificar esa oferta, profesionalizando la gestión, formando nuevas audiencias y creando una plataforma permanente de exhibición artística multidisciplinaria para nuestra capital.

La Corporación Cultural Arte Alameda es valorada y respetada por su apoyo al desarrollo de las artes audiovisuales en Chile. Gracias a la gestión de la Corporación somos una plataforma de exhibición permanente para el cine nacional y además un espacio para los músicos emergentes, las artes escénicas y la vanguardia visual, albergando disciplinas y artistas que no tienen otras vitrinas de exhibición en la ciudad, como el teatro de revistas, el cabaret, la danza teatro, la performance, las artes visuales y el circo. Junto con ello hemos ampliado y diversificado nuestra oferta audiovisual, dando cabida no sólo a obras extranjeras y nacionales de reconocidos cineastas, sino que nos hemos concentrado en ser el espacio del audiovisual emergente, apoyando y estrenando óperas primas, especialmente, en formato cortometraje y documental, que tienen un difícil acceso a la exhibición en el circuito comercial. En esta misma dirección nos hemos esforzado por seguir siendo la sede estable de importantes Festivales, como FIDOCs, IN-EDIT, Cine de Amor, Cine de Mujeres de Creteil, Cine Erótico, Cine de Animación y Cine de género LGBT, muestras de cine en Cárceles, que son el sello de nuestra vocación abierta a todas las manifestaciones de una sociedad en proceso de entenderse a sí misma.

Con ello hemos conseguido cautivar audiencias cada vez más amplias y variadas, satisfaciendo necesidades de formación, integración, visibilidad y reconocimiento para cientos de artistas nacionales y extranjeros. Otra característica relevante es nuestra autogestión financiera, la taquilla del cine y los conciertos nocturnos, financian más del 60% de nuestros costos operacionales y la gestión de la Corporación completa el monto total de nuestro funcionamiento a través de alianzas, convenios, auspicios y postulación a Fondos Concursables nacionales y extranjeros.

La Corporación se ha transformado en estos años la herramienta estratégica, sino Centro Arte Alameda habría desaparecido hace mucho, como ha pasado con otros espacios de cine arte y centros culturales del país. Nos hemos consolidado como una columna vertebral para los artistas emergentes, que día a día, llegan a nuestra puerta, después de tocar muchas, para desarrollar sus inquietudes y que junto a nosotros han creado un espacio diverso, vanguardista, y pluralista, que respeta y valora la diferencia y la independencia creativa de autores, obras y audiencias.

De modo tal que la postulación al Programa de Otras Instituciones Colaboradoras no viene más que a confirmar lo que la ciudadanía y los artistas nacionales e internacionales, que son parte de la gran familia Arte Alameda, han venido demostrando durante más de dos décadas, que sobrevivir en esta sociedad de libre mercado, donde cultura, respeto,

tolerancia y diversidad parecen utopías olvidadas

**2.3. Señale cómo se ha vinculado la institución con la comuna, región y/o comunidad en las que ha desarrollado sus actividades, así como las estrategias de formación de públicos y/o mediación cultural que la institución ha llevado a cabo. (Máximo 400 palabras).**

La Corporación ha puesto énfasis en el trabajo con los habitantes de la comuna, y con organizaciones, eventos y actores regionales (ver Trayectoria y Redes). Como ejemplo, podemos nombrar:

El proyecto Corporación Arte Alameda ha mantenido desde su origen una vinculación natural con el Municipio de la comuna, que patrocinó a la anterior administración del espacio y que desde nuestra constitución ha sido aliado estratégico natural de nuestro proyecto cultural. Esto se ha materializado en diversas alianzas y convenios, que dependiendo de la administración municipal van variando de acuerdo a los intereses de cada administración.

Actualmente y como hacemos con todas las administraciones ponemos el espacio al servicio de la comuna. Esto se concreta a través de cartas al Consejo Municipal. También firmamos convenios que benefician a los habitantes de la comuna y preferentemente quienes habitan los barrios cercanos al Centro Cultural, con rebajas en la entrada a nuestra sala de cine, y la difusión de nuestras actividades.

Por otra parte, nuestra vocación descentralizadora hace que estemos siempre mirando a las regiones, como se puede ver en nuestra programación, es común que privilegiemos, artistas y proyectos que visitan o estrenan su producción en la capital gracias a nuestro decidido apoyo.

Por último, nuestra mirada global hace que siempre estemos atentos a la producción internacional, que busca vitrina en nuestra capital, donde somos partner de numerosas franquicias, centros culturales, artistas y proyectos estables que programan su agenda de actividades contando con nuestras instalaciones para una variada gama de actividades artísticas y culturales.

**Mapuche:** A través de la Feria Mapuche Lafkenche RUF CHE (Ver Trayectoria) apoyamos la difusión de la cultura indígena de nuestro país. Además, la Corporación entrega películas gratuitas para ser mostrada a la comunidad de Nueva Imperial

**Magallanes:** El Cine Arte Alameda facilita películas gratuitamente para ser exhibidas en el Espacio Cultural Ideas (Ver Carta).

**Transantiago:** Existe un convenio donde le entregamos acceso gratuito a las actividades del Centro.

**Municipalidad:** Se firmó un convenio para el Patrocinio del 80% del valor de la Marquesina y la Corporación Cultural Arte Alameda ofrece el espacio gratuitamente para eventos de la Municipalidad para las y los vecinos de Santiago.

**Festival de Cine y gastronomía de Bahía Inglesa:** La Directora Ejecutiva es Curadora de las películas para el Festival Internacional de Gastronomía de Bahía Inglesa.

**2.4. Identifique los tres principales ejes y seis líneas de trabajo que la institución haya desarrollado a la fecha. Para cada línea de trabajo identifique y describa las principales actividades realizadas. Para las distintas actividades, se deberá adjuntar material fotográfico, audiovisual, gráfico, memorias u otro que sirva como medio de verificación de su realización efectiva. (Máximo 2.000 palabras para todo el punto). Ejemplos son solo referenciales y deben borrarse al completar el formulario.**

Ejes	Líneas de trabajo	Actividades y/o Acciones	Número y caracterización de beneficiarios	Modalidad de acceso	Período en que se realizó
Eje 1 Programación Artes Audiovisuales	a) Estrenos nacionales e internacionales b) Sede de Festivales Estables c) Muestras de cine latinoamericano	a) Curatoría nacional e internacional b) Gestión nacional e internacional con programadores de Festivales c) Exhibiciones y conversatorios	327.600 espectadores en los últimos siete años a un promedio de 3.300 espectadores mensuales (Audiencia transversal)	a) Gratuidad: Estrenos, Avant Premiere y Festivales b) Precios Módicos: (\$3000 y \$4000) Rebajas: Tercera Edad, Estudiantes y Convenios	a) Desde el 2008 Anual, a la fecha
Eje 2 Programación Musical	1.- Bandas Nacionales e internacionales consolidadas 2.- Bandas Emergentes 3.- Lanzamiento de discos	a) Relación directa con sellos y bandas consolidadas y emergentes b) Gestión a través de productores y programas (Jueves de Concepto)	Un concierto de los jueves de concepto atrae en promedio 100 espectadores  Un concierto de fin de semana atrae en promedio 250 personas por noche	Los valores de la entradas fluctúan entre \$2000 y \$5000 para las bandas nacionales y \$6000 y \$10.000 para las bandas internacionales	Anual (desde 2003)
Eje 3 Programación Abierta	1.- Diversificación de programación (música clásica, ópera, artes escénicas, talleres formativos, arte circense, artes visuales, literatura y ferias temáticas)	a) Generación de Audiencias b) Gestión directa con artistas, compañías, organizaciones sociales, universidades	a) Audiencias especializadas y público transversal (promedio de 100 espectadores por evento). b) Las ferias	Salvo los espectáculos de artes escénicas y música clásica, la mayoría de los eventos son gratuitos (lanzamiento de libros, ferias	Anual desde la creación de la Corporación.

		, embajadas, centros culturales, otros.	temáticas atraen a cerca de 1000 visitantes en un día. Los talleres tienen un promedio de 15 alumnos	temáticas, exposiciones de artes visuales). Los talleres son de precio módico y son abiertos al público general	
--	--	---	--	--	--

### 3. ALIANZAS Y REDES

Identificar las diferentes entidades con las que la institución mantiene alianzas, redes y/o convenios de colaboración para el desarrollo de sus actividades, programación y/o mantención de espacios u otros a la fecha. Agregue tantas líneas como sea necesario. (Máximo 800 palabras) Ejemplos son solo referenciales y deben borrarse al completar el formulario.

Nombre de la organización con la que se suscribió alianza	Duración de alianza/colaboración	Detallar ámbito de la alianza
Municipalidad de Santiago	Desde 2015	Programa Club Viva Santiago es para vecinos de la comuna
Gobierno Regional	2015 / 2016	Fondo Nacional de Desarrollo Regional
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes	Año a año	Fondos de Cultura
Juntas de Vecinos	Año a año	Cine Barrio (Programa Propio)
Festival IN EDIT	Año a año	Sede histórica
FIDOCs	2015	Convenios con Festivales Estables (España, Francia, Bélgica, Chile)
Festival International du Films D'Amour de Mons	Desde 2013	Co-productores
Anney International Animated Film Festival	2013 (congelado)	Co-productores
RisingAlternative	Desde 2015	Convenio de rebaja en la compra de las operas en vivo.
Radio FUTURO	Desde 2013	Convenio con las actividades de Cine y Living (bandas) y algunas ferias.
El DESCONCIERTO	Desde 2015	Auspicio Programa Pagado y Convenio
La Noche	Desde 2016	Media Partner
ARTV	Desde 2015	Auspicio Pagado
Portal WEB Beta Zeta	Desde 2016	Convenio mediapartner para difusión prensa
Revista JOIA	Desde 2015	Media Partner
Portal Parlante.cl	Desde 2016	Media Partner
Municipalidad de Santiago	Desde 2017	Patrocinio del 80% de Marquesina y actividades gratuitas para la Municipalidad.
Centro Cultural Ideas (Punta Arenas)	Desde 2016	Distribución gratuita de películas para el Centro
Cárceles Concesionadas de Chile	Desde 2007	Exhibición de películas gratuitas para las y los internos en diversas regiones del país.
Red de Salas de Cine de Chile	Desde 2017	Distribución de películas
Fundación Integra	Desde 2015	Películas rebajadas para los trabajadores de la Fundación



Transantiago	Desde 2012	Entrada gratuita para trabajadores del Transantiago
Museo de la Memoria	Desde 2017	Actividades conjuntas
Tarjeta Cine Arte Alameda	Desde 2017	Beneficios full (20% dcto en el Café; 2x1 entradas; descuento en Que Leo; Cine Radical)
SERTUR S.A.	Desde 2017	Acuerdo de trabajo conjunto para la atracción de turistas

#### 4. PRESUPUESTO ANUAL AÑOS ANTERIORES

Presentar detalladamente según formato proporcionado, los presupuestos anuales globales 2018 y 2019 de la institución. Para el presupuesto del año 2018 adjuntar Balance General respectivo. Agregue tantas líneas como sea necesario, de manera de consignar todos los gastos e ingresos.

#### PRESUPUESTO ANUAL 2018

##### 4.1. GASTOS

##### A. OPERACIÓN

Detalle de gasto	Monto
1. Arriendo	\$ 42.000.000
2. Sistema de sonido 5.1 sala 1 y 2	\$ 25.000.000
3.	\$

##### B. INVERSIÓN

1.	\$
2.	\$
3.	\$

##### C. DIFUSIÓN

1. Imprenta	\$2.500.000
2.	\$
3.	\$

##### D. PERSONAL

1. Periodista (anual)	\$5.333.328
2. Diseñadora (anual)	\$5.333.328
3. Administradora (anual)	\$5.333.328
4. Boletero (anual)	\$3.999.996
5. Taquillero (anual)	\$3.300.000
6. Productora (anual)	\$5.333.328
7. Asistente (anual)	\$5.333.328
8. Community Manager (anual)	\$5.333.328
9. Contador (anual)	\$1.680.000
10. Coordinador de proyectos (anual)	\$ 6.666.672
11. Asesor de contenidos (anual)	\$ 6.666.672

<b>TOTAL GASTOS</b>	\$123.813.308
<b>4.2. INGRESOS</b>	
<b>A. APORTES PÚBLICOS</b>	
Detalle de ingreso	Monto
1. Intermediación 1era cuota ( Ministerio de Cultura)	\$ 35.000.000
2. Subvención Presidencial	\$ 25.000.000
3.	\$
<b>B. APORTES DE PRIVADOS</b>	
1. CINE ARTE ALAMEDA LIMITADA	\$15.000.000
2.	\$
3.	\$
<b>C. INGRESOS PROPIOS</b>	
1.	\$
2.	\$
3.	\$
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$75.000.000
<b>PRESUPUESTO ANUAL 2019</b>	
<b>4.3. GASTOS</b>	
<b>A. OPERACIÓN</b>	
Detalle de gasto	Monto
1. Arriendo	\$42.000.000
2. Lámparas de proyector	\$ 2.000.000
3. Traslados y alojamiento regiones	\$ 3.500.000
4. Derechos películas	\$ 7.000.000
<b>B. INVERSIÓN</b>	
1.	\$
2.	\$
3.	\$
<b>C. DIFUSIÓN</b>	
1. Imprenta	\$ 4.000.000
2. Avisos en redes sociales	\$ 500.000
3.	\$
<b>D. PERSONAL</b>	
1. Periodista (anual)	\$5.333.328
2. Diseñadora (anual)	\$5.333.328
3. Administradora (anual)	\$5.333.328
4. Boletero (anual)	\$3.999.996



Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio

5. Taquillero ( anual)	\$3.300.000
6.Productora ( anual)	\$5.333.328
7.Asistente (anual)	\$5.333.328
8.Comunity Manager (anual)	\$5.333.328
9.Contador(anual)	\$2.666.664
10.Coordinador de proyectos (anual)	\$ 6.666.672
11.Asesor de contenidos (anual)	\$ 6.666.672
12.Encargado de distribución(anual)	\$6.666.672
<b>TOTAL GASTOS</b>	\$ 124.933.316
<b>4.4. INGRESOS</b>	
<b>A. APORTES PÚBLICOS</b>	
Detalle de ingreso	Monto
1. Fondo Audiovisual ( Ministerio de Cultura)	\$ 10.721.300
2. <i>Intermediación fondo 2019 (2da cuota)</i>	\$ 29.671.292
3.	\$
<b>B. APORTES DE PRIVADOS</b>	
1. Cine Arte Alameda Limitada	\$20.000.000
2.	\$
3.	\$
<b>C. INGRESOS PROPIOS</b>	
1.	\$
2.	\$
3.	\$
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$60.392.592

**SECCIÓN II. PLAN DE GESTIÓN.**

En esta sección deberá presentar el Plan de Gestión postulado a esta convocatoria. Dicho Plan se debe plantear en un período de doce meses consecutivos, abordando los ejes y objetivos señalados en las bases y dando cuenta del desarrollo global de la organización.

**5. PROPUESTA DE PLAN DE GESTIÓN:** Presentar Plan de Gestión que se postula a esta convocatoria, de acuerdo a los campos señalados y extensión máxima indicada.

**5.1. Desarrolle una breve presentación del Plan de Gestión propuesto, indicando sus principales características y cómo este fortalece y/o da continuidad a la gestión global de la institución. (Máximo 800 palabras).**

El Plan de Gestión que presentamos a continuación tiene como objetivos: a) incrementar el público y los ingresos; b) afianzar la relación con regiones; y c) implementar las capacidades al interior de la Corporación para el levantamiento de fondos y nuevas fuentes de recursos. Consta de una asesoría externa por el período de 3 meses y un programa de levantamiento de recursos durante 12 meses, con el objetivo de generar planes específicos de gestión y KPIs (aumento

de ingresos e indicadores de rentabilidad) para la distribución de películas, las dos salas de cine, y el Corporación Arte Alameda, a la vez que se generen capacidades internas para la implementación del Plan. El indicador de logro para este proyecto será el de aumentar en un 10% los ingresos de las distintas áreas del Corporación Cultural al cabo del proyecto y aumentar el público de las actividades, de la corporación Cultural Arte Alameda en un 10%

#### **LINEAS DE ACCION:**

### **PLAN DE GESTION PARA CORPORACIÓN ARTE ALAMEDA 2020**

El Plan de Gestión que presentamos a continuación tiene como objetivos: a) incrementar el público y los ingresos; b) afianzar la relación con regiones; c) implementar las capacidades al interior de la Corporación para el levantamiento de fondos y nuevas fuentes de recursos.

Consta de una asesoría externa por el período de 3 meses y un programa de levantamiento de recursos privados con ayuda externa durante 12 meses, con el objetivo de generar planes específicos de gestión, modelos de negocios y KPIs (aumento de ingresos e indicadores de rentabilidad) para la distribución de películas, la exhibición de cine y el Corporación Arte Alameda, a la vez que se generen capacidades internas para la implementación del Plan.

El indicador de logro para este proyecto será el de aumentar en un 10% los ingresos de las distintas áreas de la Corporación Cultural Arte Alameda al cabo del proyecto y aumentar el público de las actividades en al menos, un 10%.

### **I.DESCRIPCION DE LA ASESORIA: “PLAN DE GESTION PARA LA CORPORACION CULTURAL ARTE ALAMEDA”**

La Asesoría tiene como objetivo central fortalecer las capacidades del equipo de la Corporación para gestionar y levantar recursos propios y de privados.

#### **1.- Diagnóstico**

En la etapa de diagnóstico, se levantará la línea base de negocios de las áreas señaladas; se sistematizará la información sobre procesos de gestión y planificación actual del Centro; se levantará información sobre el potencial de crecimiento de las áreas; y se realizará un estudio interno de capacidades profesionales, recursos e infraestructura para poder luego diseñar el plan de gestión de recursos.

#### **2.- Diseño del Plan de Gestión**

Una vez levantada la línea base, se procederá a diseñar un plan de gestión global para la administración central y planes de gestión para cada área, que puedan ser administrados de manera eficiente por los encargados de área.

A priori, y sin perjuicio de que se identifiquen otras actividades, se han establecido al menos las siguientes líneas de acción en base a las necesidades previamente levantadas por el equipo de la Corporación Cultural Arte Alameda:

**I. Nuevas ofertas laborales y servicios:** Implementar equipo técnico y humano para desarrollar de DCP (Digital Cinema Package) El formato DCP es el estándar que reproducen los servidores de Cine Digital instalados en las salas de exhibición. Dada la exigencia que requiere gran parte de las salas de cine de Chile y del mundo, queremos abrir nuevas oportunidades laborales para la creación de DCP y que la Corporación tenga a disposición el servicio con un costo accesible para cineastas y todo tipo de clientes que requiera el formato DCP.

**II. Nuevos negocios:** Nuestro objetivo es buscar co-financiamiento en empresas privadas y así dar acceso a nuevos públicos, específicamente entre las universidades públicas y establecimientos educacionales públicos. Para esta tarea debemos llevar a cabo la inscripción de proyectos bajo la Ley Valdés.

Ciclos de cine con conversatorios que abarcan diferentes temáticas contingentes.

- a. **“EFECTO POST-CINE”**: busca trabajar temáticas que muevan a las audiencias a reflexionar sobre la sociedad que queremos construir y que tienen a su vez, un correlato en las discusiones institucionales, tales como en el Congreso o en los medios de comunicación. Queremos reforzar esta labor trayendo a líderes de opinión a reflexionar con la audiencia en estos temas a partir del cine y el documental como formato lingüístico gatillante de la conversación. La Corporación cuenta para ello con redes de contactos sólidas y claves para el éxito del proyecto, tales como Colegio de Profesores, ONGs, legisladores, líderes políticos, escritores, sociólogos, etc.
  - b. **“LATINOIMAGINARIOS”**: Creemos necesario profundizar en las realidades transversales que nos unen con nuestros pueblos vecinos con el objetivo de aportar a la inclusión de nuestros inmigrantes y a la transformación que necesitamos para abrirnos a los pueblos del mundo.
- I) **Corporación Cultural Arte Alameda**, bajo el nombre de Centro Arte Alameda, ha desarrollado actividades multidisciplinarias, tales como: danza, telas, lanzamientos de libros, exhibiciones de artistas visuales emergentes, música en vivo, entre otras actividades (Ver Trayectoria). Sin embargo, por este año 2020 y considerando los pormenores que nos hemos visto expuestos en este último periodo, solo realizaremos actividades de DANZA, YOGA Y EXHIBICIONES DE ARTES VISUALES. Para ello no existe una persona asignada a la conducción de estas actividades y se realiza de manera más bien reactiva que proactiva. Quisiéramos contar con un diagnóstico que considere el diseño de una oferta económica atractiva para el público potencial (por ejemplo, editoriales, ONGs, instituciones públicas, empresas, etc.) y un plan para conseguir nuevos clientes para el arriendo de este espacio. Asimismo, la asesoría debiera transferir capacidades al equipo que quede a cargo para la firma de nuevos convenios y un programa proactivo de promoción del espacio.
  - II) **Distribución de películas y alianzas regionales**: La Corporación a través de la marca “Gitano Films” distribuye películas chilenas a nivel internacional; y películas internacionales a nivel nacional. Sin embargo, no existe un plan comercial ni de gestión para que esta área, fortalezca la gestión para distribuir y exhibir cine de calidad cual impide mejorar la distribución de la producción fílmica internacional y nacional de calidad a otras salas de país y del mundo. Esta acción permitiría a la Corporación por un lado, mejorar sus ingresos por esta vía; y por otra parte, poder contribuir de mejor manera a la circulación de películas internacionales y nacionales.

Actualmente la Corporación distribuye de manera gratuita películas al Centro Cultural “La Idea” de Punta Arenas, al Festival de Cine y Gastronomía de Bahía Inglesa y a cárceles concesionadas del país. Junto con ello, es miembro de la Red de Salas de Cine de Chile donde Cine Arte Alameda donó la exhibición de la película Paterson del afamado director Jim Jarmusch.

La presente propuesta considera el financiamiento para el diseño de un modelo de negocios que permita abordar el trabajo comercial y también gratuito bajo un plan de gestión integrado que esté acompañado con un plan de acción para la generación de nuevas redes y convenios de distribución.

**Descentralización del festival de Cine y gastronomía en la región de Atacama**: El festival se realiza en febrero de cada año en la región de Atacama y ha probado ser de gran calidad sin embargo, aún no se ha logrado visibilizar en otras regiones del país. La alianza con la Corporación pretende fortalecerse a través de la ejecución de actividades de promoción. Ello considera por un lado, poner a disposición el espacio para una muestra gastronómica y la exhibición de películas acordes a la gastronomía internacional y por otro lado la Corporación está a cargo de hacer la curatoría de las películas que se exhiben en distintos escenarios de Bahía Inglesa.

**Ópera para todos:** Ópera para tod@s, proyecto de la Corporación Cultural Arte Alameda, que se desarrolló en Centro Arte Alameda, desde el año 2016, con doce funciones anuales (1 mensual) de la mejor ópera internacional llevada a la pantalla grande en formato DCP. Esta iniciativa se extiende durante el 2020 consolidando esta actividad con una nueva selección de obras, desde los escenarios más importantes de Europa y con los mejores exponentes de la ópera internacional.

**Muestra de Cine en cárceles en RM y otras regiones:** Es de nuestro interés seguir realizando esta actividad en distintos centros penitenciarios, quisiéramos seguir colaborando con la proyección de cine en las cárceles de RM y regiones como: Valdivia, Chiloé, Puerto Montt y Santiago. La descentralización y encuentro con nuevas audiencias es el objetivo principal de esta actividad

### 3. Transferencia de Capacidades

El proyecto de asesoría debe tener una etapa de transferencia de capacidades al equipo de la Corporación para asegurar la sustentabilidad del proyecto. Este trabajo tiene dos ejes principales: i) capacitar al equipo en el sistema de gestión, monitoreo y evaluación de resultados; ii) transferir capacidades al equipo para el diseño de proyectos y levantamiento de recursos privados.

- 1) **Capacitación en gestión:** la asesoría contempla el diseño de un método de gestión, monitoreo y evaluación de resultados que sea simple de utilizar y de bajo costo. De esta manera, se contará con información clave para poder demostrar resultados a nuestros colaboradores y al Directorio, medir el niveles de satisfacción entre nuestro público, y mejorar nuestra oferta y la propia gestión año a año, identificando las áreas a mejorar.
- 2) **Capacitación y apoyo para el financiamiento:** la asesoría contempla el acompañamiento y ejecución durante 12 meses del proyecto para entregar al equipo los conocimientos para generar nuevos negocios en distintas áreas que contempla la Corporación Cultural Arte Alameda. (Cine, Música, Artes visuales, Gastronomía, Danza y Espectáculos) para la búsqueda de financiamiento con distintas entidades públicas o privadas

### 4.- Transparencia y confiabilidad: Monitoreo, control y evaluación de resultados

I. Parte de las necesidades que se han levantado se relacionan a la deuda que tenemos en transparentar la gestión y transparentar los resultados y el impacto que logramos a través de nuestras actividades. Entendemos que por un lado, es un aspecto clave para construir las alianzas con el mundo público y privado, como también para nuestra audiencia. Para esta nueva etapa, queremos contar con:

- a) **Sistema de monitoreo y gestión único**, que nos permita ir monitoreando la asistencia y los ingresos y egresos de recursos, de manera que podamos medir nuestros resultados y compartirlos con nuestros colaboradores y audiencias. Esta labor será externalizada al asesor correspondiente.
- b) **Encuestas de Satisfacción** a nuestras audiencias para poder entender a nuestro público y ajustar nuestras ofertas a sus expectativas, donde sea posible.
- c) **Crear una pestaña de la Corporación en el sitio web [www.centroartealameda.cl](http://www.centroartealameda.cl)** en la que podamos ir comunicando los resultados, como también se registrarán nuestras actividades. Este será un espacio también para agradecer la cooperación que recibimos de parte de nuestros aliados y colaboradores.

## II. PLAN COMUNICACIONAL, DIFUSION Y MARKETING

El plan de comunicaciones debe apoyar fuertemente el plan de gestión. Para ello, se diseñarán 4 campañas específicas durante 12 meses, que apunten a levantar convenios, alianzas, media partners y dar a conocer la labor de la Corporación. Estas campañas se diseñarán en función del Plan de gestión Global y estará marcado por un esfuerzo de equipo de salir a buscar a los aliados necesarios para crecer y fortalecer la labor de la Corporación. Para ello, se contará con asesoría durante el año de duración del proyecto.

### Eje 1: Media partners

Los ciclos, eventos y festivales tienen públicos específicos, para los cuales necesitamos canales de difusión también específicos. Por ejemplo, la Opera debiera tener una alianza más estrecha con los medios que llegan al público interesado, y con los cuales aún no hemos construido convenio alguno.

### Eje 2: Audiencias especializadas

El plan de comunicaciones debe poder comunicar a la comunidad el valor y el aporte que la Corporación hace a la sociedad, de manera que pueda posicionarse también como un actor importante y la casa que pueda acoger los debates que tanto importan en el desarrollo social. Tenemos una deuda con nosotros mismos en este sentido, dado que no hemos podido sistematizar todo este aporte en los 27 años que llevamos funcionando. Es importante contar con apoyo para poder ir sistematizando y comunicando masivamente este aporte y posicionarnos entre líderes de opinión, legisladores, expertos, ONGs, como un aliado en su quehacer.

### Eje 3: Promoción de las actividades de la Corporación

Sabemos que tenemos que promocionar más a la Corporación y todas las actividades que hacemos. Queremos que el plan 2020 pueda generar más material para poder promocionarnos en los lugares donde sabemos que está nuestro público y a través de nuestras alianzas. Necesitamos más material para poder difundir nuestras actividades en lugares de alta afluencia de público. Buscaremos estos canales y pretendemos también generar material atractivo y masivo para la promoción de nuestro centro.

### Eje 4: Publicidad y Marketing

La finalidad que busca este eje es potenciar y consolidar el lugar para incrementar, apoyar y fortalecer todas las actividades que se realizan en nuestro espacio a través de redes sociales, medios de comunicación, BTL, Youtube, (audiovisual) Google. Entre otras.

**5.2. Caracterice los públicos objetivos del Plan de Gestión, incorporando categorías tales como: rango etario, género, ubicación geográfica, nivel socio económico u otras similares. Igualmente, indique el número estimado de público que se abarcará durante el desarrollo de todas las actividades del plan postulado. (Máximo 400 palabras).**

ACTIVIDAD	GENERO	UBICACIÓN	NIVEL SOCIO ECONOMICO	Rango Etario	Nº ESTIMADO DE PÚBLICO
Efecto Post Cine (Ciclo de Cine Actividad para	Femenino Masculino	Santiago	C1 c2 c3	14 a 64 años	1800



Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio

colegios) 6 funciones						
Opera Para Todos 12 al año	Femenino Masculino	Santiago	ABC1	40 a 80	3600	
Cine en Cárceles 10 funciones	Femenino Masculino	Santiago, Valdivia, Puerto Montt, Chiloe	C2C3 D	18 a 64	5.000	
Latinolmaginario 1 al mes x 12 meses	Femenino Masculino	Santiago	C1C2C3	14 a 80	2.500	
Tarjeta de socios Venta mensual 30	Femenino Masculino	Santiago	ABC1C2C3	18 a 80	360 tarjetas al año	
Festival de Cine y Gastronomía	Femenino Masculino	Bahia Inglesa y Santiago	ABC1 C2	14 a 80	600 durante el festival ( 7 días )	
Muestras de Artes visuales, lanzamiento de libros	Femenino Masculino	Santiago	ABC1C2	4 A 80	2000	
Talleres telas Y Danza	Femenino Masculino	Santiago	ABC1C2C3 D	18 A 65	250	





5.3. Indique las actividades y/o acciones a desarrollar en su Plan de Gestión, abordando todos los ejes y objetivos establecidos en las bases del Programa. No agregue nuevos ejes ni líneas de trabajo, ni elimine los ya establecidos. Para cada línea de trabajo, se debe señalar la cantidad y descripción de actividades a realizar, la/s comuna/s en las que se llevarán a cabo y el trimestre en que se ejecutarán. Agregue tantas líneas como sea necesario para registrar todas las actividades a realizar. Ejemplos son solo referenciales y deben borrarse al completar el formulario.

C	Línea de Trabajo	Actividades a realizar		Comunas	Trimestre en que se realizarán las actividades				Modalidad (Actividades con público)
		Cant.	Descripción		1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	Presencial/ En línea
EJE 1. Fortalecimiento organizacional	a. Mejorar la gestión de recursos y diversificar las fuentes de financiamiento	1	Desarrollo e implementación de un plan de gestión para la CORPORACIÓN CULTURAL ARTE ALAMEDA orientado a fortalecer la actividad de exhibición y distribución de películas.	RM	X	X	X	X	Presencial/ En línea
		2	Nuevos negocios plataforma gratuita VOD	RM	X		X	X	Presencial/ En línea



Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio

		1	Adquisición de equipo MAC y licencia DCP (software). Se creará una nueva unidad de negocios donde la Corporación prestará servicios para la creación de formato DCP (Digital Cinema Package) estándar que reproducen los servidores de Cine Digital instalados en las salas de exhibición de cine.	RM	X				En línea
		1	<b>VOD</b> Se desarrollara la plataforma de cine digital y videos de Centro Arte Alameda, con el objetivo visualizar películas y/o videos para el público general y ser una plataforma exhibidora para los realizadores audiovisuales . Para ello se implementará “Video on demand” (VOD) consiste en la transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de Internet .	RM		X	X	X	En línea



**Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio**

		4	Desarrollar un plan de comunicación y marketing que debe apoyar fuertemente el plan de gestión. Para ello, se diseñarán 4 campañas específicas durante 12 meses, que apunten a levantar Media Partners, audiencias especializadas (Crowdfunding); promoción de las actividades; Publicidad y Marketing de la Corporación Cultural Arte Alameda.	RM	X	X	X	X	En línea
	b. Desarrollar sistemas de evaluación y monitoreo de gestión y resultados	1	Desarrollo de planilla Excel en la que se registrarán: procedimientos de gestión y financiera; presupuesto anual; Borderaux (orden de ticket de entrada para el cine por película);	RM	X		X	X	En línea
		1	Realización de una Encuesta de Satisfacción a Público asistente y socios del Club Centro Arte Alameda , con el fin de tener feedback sobre nuestra programación.	RM	X		X	X	
	c. Implementar dispositivos de transparencia	4	Crear una pestaña de la Corporación en el sitio web <a href="http://www.centroartealameda.cl">www.centroartealameda.cl</a>	RM	X	X	X	X	



**Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio**

	institucional y acceso a la información		En esta pestaña se visibilizarán, de manera trimestral, el organigrama de la corporación, registros de reuniones de pauta, programa de actividades, concursos y detalle de gastos.						
Eje 2. Gestión cultural		2	Apoyar y promocionar el Festival de Cine y Gastronomía de Bahía Inglesa en Santiago, ello considera participar en la curatoría de las películas que se exhibirán en distintos escenarios de Bahía Inglesa en el próximo festival y realizar una muestra en Santiago, del Festival 2020 que se lleva a cabo durante el verano.	RM y Bahía Inglesa.			X	X	
		6	Convenio de colaboración con al menos 2 centros culturales en la ciudad Coyhaique, para la distribución de 6 nuevas películas del catálogo de Gitano Films	Coyhaique			X	X	
	b. Generar y/o profundizar alianzas entre instituciones y organizaciones	3	Generar al menos 3 nuevos convenios con establecimientos educacionales y universidades para la creación de audiencias.	RM	X	X	X	X	



**Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio**

	culturales y promover el trabajo en red	4	Generar alianzas con establecimientos educativos y/o universidades, para promocionar ciclos de cine “Efecto Post Cine” y “Latino Imaginario”.	RM	X	X	X	X	
		2	Generar al menos 2 convenios con entidades culturales para la promoción de Corporación Cultural Arte Alameda. (Editoriales, sellos, ONGs, etc).	RM	X		X	X	
c. Profesionalizar la gestión		5	Asesoría destinada a mejorar las competencias y conocimientos de los trabajadores de las distintas áreas de la Corporación Cultural Arte Alameda, con el fin de desarrollar e implementar un área de negocios. Ésta actividad contempla:	RM	X	X	X	X	
			a) Diagnóstico: realización de al menos una entrevista a cada uno de los encargados de las áreas de distribución, producción, administración y dirección.						
			b) Realización de 2 capacitaciones por área durante el año.						
			c) Realización de 2 charlas al equipo completo durante el año.						



Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio

			La empresa que prestará servicios, deberá entregar informes trimestrales de los trabajos desarrollados con el equipo.						
Eje 3. Programación y participación cultural	a. Realizar programas artísticos y/o culturales	10	Exhibición de Ballet	Santiago	X	X	X	X	En línea
		6	Ciclo "Efecto POST-CINE": Exhibición de películas internacionales más conversatorio.	Santiago	X		X	X	En línea
		6	Exposiciones de artes visuales	Santiago	X		X	X	En línea
		1	Talleres de Danza.	Santiago	X			X	



Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio

		1	Talleres de Yoga.	Santiago	X			X	
b. Desarrollar estrategias y programas de formación de públicos y mediación cultural		3	Ciclo "Latinoimaginarios": Funciones de cine sobre inmigrantes para alumnos de establecimientos educacionales públicos de Santiago.	Santiago	X		X	X	En línea
		10	<b>Exhibición de películas en VOD plataforma</b>	TODO CHILE		X	X	X	En línea
		3	Funciones gratuitas de cine con conversatorios con líderes de opinión ("Efecto Post-Cine") para alumnos de establecimientos educacionales públicos de Santiago.	SANTIAGO	X		X	X	En línea



**Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio**

	c. Generar y/o ampliar la cobertura de programas o líneas de acción que favorezcan el acceso y la participación cultural de la ciudadanía.	10	Exhibición de películas en centros penitenciarios y SENAME en tres regiones del país.	Valdivia, Puerto Montt, Castro y Santiago					X	Presencial
--	--	----	---	---	--	--	--	--	---	------------





**5.4. Describa las actividades que se desarrollarán en establecimientos escolares de educación pública y en las comunidades próximas a ellos, de acuerdo a la obligación establecida en las bases del Programa. (Máximo 400 palabras)**

**EFFECTO POST-CINE**

Realizaremos 3 exhibiciones de películas gratuitas para estudiantes de establecimientos públicos durante 1er semestre y 3 funciones el 2do semestre con temáticas contingentes. Para ello Invitaremos a líderes de opinión y especialistas para discutir una vez finalizada la función.

Se apoyará la formación de audiencias a través de múltiples acciones de promoción y generación de alianzas.

Sobre esta base, buscaremos establecer alianzas establecimientos educacionales públicos para conformar una agenda de trabajo anual sobre temáticas ya identificadas como de interés para ellos, las cuales son: diversidad sexual, aborto, discapacidad, medioambiente e inmigración (o diversidad cultural) entre otros.

Estamos trabajando con el Colegio de Profesores para la definición de las películas que sea de interés del establecimiento.

**5.5. Detalle la estrategia y/o programa de formación de públicos que desarrollará durante la ejecución del Plan de Gestión postulado, de acuerdo a lo comprometido en Eje 3 Línea de Trabajo b. (Máximo 400 palabras)**

Esta estrategia se aplica a prácticamente todas nuestras actividades. Adicionalmente, reforzamos nuestra imagen corporativa con notas sobre la institución en general, su propuesta inclusiva y formadora de estas nuevas audiencias, su línea editorial y curatorial, su programación y su modelo de gestión. Esto nos permite aumentar nuestras audiencias cautivas y atraer a quienes sientan sintonía con nuestro espacio y modalidad de trabajo en cualquier área del quehacer artístico.

**5.6. Indicadores y metas. Proponga al menos tres indicadores y metas, a través de los cuales la organización pueda medir el desarrollo del plan de gestión que se ejecutará**

<b>Nombre del indicador</b>	<b>Meta</b>	<b>Fórmula de Cálculo</b>	<b>Descripción del indicador (detallar qué es lo que se está midiendo)</b>
Afluencia de Público	50 % de aumento de visitas a Actividades del centro cultural	Informe Final con registro de asistentes	Se mide la asistencia de personas a distintas actividades.
Establecimientos escolares	900 alumnos de establecimientos educacionales de la comuna de Santiago	Encuesta de Satisfacción de estudiantes, profesores y colaboradores.  Informe Final con registro de asistentes	Medición de asistencia de alumnos de educación escolar

Sitio WEB Corporación y RR.SS	22000 visitantes de la Web y redes sociales (promedio mensual)	1 Sitio con informes parciales y anuales de resultados	Visitas en pagina web y redes
-------------------------------	--	--	-------------------------------

### 5.7. Equipo de trabajo.

**Detalle todos los integrantes del equipo de trabajo que ejecutará el plan de gestión en caso de ser seleccionado, considerando un cuadro para cada persona y repitiéndolo todas las veces que sea necesario. Recuerde que las personas incluidas deben cumplir con las condiciones establecidas en bases respecto de incompatibilidades, siendo responsabilidad del responsable revisarlo. Ejemplos son solo referenciales y deben borrarse al completar el formulario.**

Cargo 1	<i>Coordinadora de Proyectos</i>
Funciones del cargo (indicar las 3 principales)	<i>Encargado de la postulación. Seguimiento de ejecución. Entrega de informes y planificación</i>
Nombre y RUT de la persona que desempeñará el cargo	<i>Angelyna Retamal Espinoza, RUT: 13.668.146-K</i>

Cargo 2	Contador
Funciones del cargo (indicar las 3 principales)	Encargado de hacer pagos de imposiciones e IVA, complementación de cuadrataje de caja del informe final de rendición
Nombre y RUT de la persona que desempeñará el cargo	Luis Calderón Jimeno RUT 17 463 125-5

Cargo 3	Asesor de contenido
Funciones del cargo (indicar las 3 principales)	Investigar, seleccionar y organizar los contenidos de la parrilla programática cinematográfica. Tanto con películas nacionales internacionales, ciclos y actividades especiales. Curatoría de los festivales
Nombre y RUT de la persona que desempeñará el cargo	Martin Castillo Fort RUT: 16.207.845-3

Cargo 4	Encargado de distribución
Funciones del cargo (indicar las 3 principales)	Negociación y adquisición de derechos de exhibición de películas internacionales, recepción del material y envíos a salas de exhibición, recopilación de cifras y facturación.



**Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio**

Nombre y RUT de la persona que desempeñará el cargo	Paula Cumsille Martínez, RUT:18.304.350-1
Cargo 5	
Funciones del cargo (indicar las 3 principales)	
Nombre y RUT de la persona que desempeñará el cargo	

**6. PRESUPUESTO PLAN DE GESTIÓN PROPUESTO**

**Presentar detalladamente según formato proporcionado, el presupuesto global asociado al plan de gestión propuesto. Agregue tantas líneas como sea necesario de manera de consignar todos los gastos e ingresos necesarios para el funcionamiento de la organización, en todos sus ámbitos. Indique con una X los gastos que serán financiados con el aporte solicitado al Programa Otras Instituciones Colaboradoras considerando lo establecido en bases respecto de gastos no financiables.**

**6.1. GASTOS**

**A. OPERACIÓN**

<b>Detalle de gasto</b>	<b>Monto</b>	<b>Gasto financiado por el Programa</b>
1. Arriendo espacio	\$ 24.673.155	X
2. Lámparas para proyector DCP	\$ 2.000.000	X
3. Asesoría para Plan de Gestión y Modelo de Negocios (1persona x3meses; y 1p x12 meses)	\$ 10.000.000	X
4. Transporte y Alojamiento Nacional (Viajes a Regiones)	\$ 2.500.000	X
5.Actualizacion de sitio web	\$ 600.000	X
6.Creación e implementación plataforma VOD (Video on Demand)	\$5.000.000	X
7. Apoyo Muestras y Avant Premiere (Programas, Derechos Películas)	\$ 8.000.000	X
8-Derecho de exhibición digital	\$4.616.509	X
9-Contratación plataforma digital para actividades de mediación	\$152.670	X
10- Servicio de comercialización plataforma VOD	\$1.071.000	X
11-		
<b>Subtotal</b>	<b>\$58.613.334</b>	

**B. INVERSIÓN**

<b>Detalle de gasto</b>	<b>Monto</b>	
1.Licencia DCP	\$ 1.350.000	X
2.MAC editor	\$1.500.000	X
3 Discos duros	\$ 300.000	X
4-Computador VOD	\$1.500.000	X

<b>Subtotal</b>		<b>\$ 4.650.000</b>	
<b>C. DIFUSIÓN</b>			
<b>Detalle de gasto</b>	<b>Monto</b>		
1. Campañas de Comunicación	\$6.394.199		X
2. Imprenta (Afiches, Flyers, Marquesinas, Pendones, Postales, Calcomanías, Invitaciones, Folletos)	\$3.000,000		X
3. Gráfica Digital (Gifs, Banners, Videos Promos, Soportes Página Web)	\$ 3.000.000		X
<b>Subtotal</b>		<b>\$12.394.199</b>	
<b>D.PERSONAL</b>			
<b>Detalle de gasto</b>	<b>Monto</b>		
1. Periodista	\$4.969.444		
2. Asistente (anual)	\$4.969.444		
3. Administradora (anual)	\$4.969.443		
4. Boletero (Oct-Nov-Dic)	\$628.334		X
5. Productora	\$4.261.661		X
6. Web Maste (segundo semestre)	\$1.885.000		x
7. Diseñadora Grafica	\$4.261.662		X
8. Comunity Manager x 12	\$4.261.662		X
9. Contador (x12 MESES)	\$2.215.000		X
10. Coordinador de proyecto (X 12 MESES)	\$5.537.500		X
11. Asesor de contenidos ( X 12 MESES)	\$5.537.500		X
12. Encargado de distribución ( X 12 MESES)	\$5.537.500		X
<b>Subtotal</b>		<b>\$49.034.150</b>	
<b>TOTAL GASTOS (Suma A+B+C+D)</b>		<b>\$124.691.683</b>	
<b>6.2. INGRESOS</b>			
<b>A. APORTES PÚBLICOS (Incluir monto solicitado a esta convocatoria)</b>			
<b>Detalle de ingreso</b>	<b>Monto</b>		
1. Monto solicitado al Programa Otras Instituciones Colaboradoras		\$ 109.783.352	
2. Proyecto Intermediación 2019, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (en ejecución hasta mayo 2020)		\$29.671.292	
3. Fondo Audiovisual 2019 Ministerio de Cultura		\$ 10.721.300	
<b>B. APORTES DE PRIVADOS</b>			
1. Cine Arte Alameda Limitada		\$ 20.000.000	
2.		\$	
3.		\$	
<b>C. INGRESOS PROPIOS</b>			
1.		\$	
2.		\$	



Ministerio de las  
Culturas, las Artes  
y el Patrimonio

3.	\$
<b>TOTAL INGRESOS(Suma A+B+C)</b>	<b>\$ 170.175.944</b>

<b>7.RESUMEN</b>	
<b>Ejemplos son solo referenciales y deben borrarse al completar el formulario.</b>	
7.1. Monto solicitado al Programa Otras Instituciones Colaboradoras	\$ 109.783.352
7.2. Cofinanciamiento obligatorio: correspondiente al 10% del valor total del plan de gestión <b>en dinero</b>	a. Propio (Aportado por institución postulante) \$ 12.469.168
	b. De Terceros (Aportado por terceros distintos de la institución postulante)
7.3. Cofinanciamiento voluntario: corresponde a otros aportes en dinero o en bienes y servicios valorados que forman parte del plan de gestión	\$ 2.439.163.-
<b>7.4. Valor total del Plan de Gestión (Suma de 7.1 + 7.2 +7.3)</b>	<b>\$124.691.683</b>

#### DOCUMENTOS Y MATERIAL QUE DEBE ADJUNTAR A ESTE FORMULARIO

1. Documento que acredite la fecha de constitución de la persona jurídica postulante
2. Carta de compromiso de cofinanciamiento aportado por terceros **SOLO SI CORRESPONDE**
3. Documentación que acredite trayectoria y experiencia de la institución
4. Respaldo digital de todo lo anterior (Pendrive/ CD/ DVD)