



FEDERACIÓN DOMINICANA DE ARTE Y CULTURA

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO

2011-2015

Federación Dominicana de Arte y Cultura

“Plan Estratégico de Desarrollo 2011-2015

El Plan que presentamos a continuación ha sido el producto de un largo estudio y de muchas consultas con directivos de organizaciones de todo el País, cuya inquietud fundamental ha sido superar las principales debilidades del Movimiento Cultural y deportivo y de sus organizaciones de base.

Cuatro han sido las premisas que han generado este plan y que se han convertido en los pilares en la búsqueda de estrategias adecuadas para la solución de dichas limitaciones y la consolidación de sus acciones y objetivos.

A saber:

- El Plan procura dar soluciones a las principales limitaciones y deficiencias de las organizaciones dominicanas vinculadas con el quehacer cultural.
- Definir nuevas relaciones y niveles de coordinación con los principales stakeholders vinculados que permitan superar obstáculos y lograr los objetivos propuestos.
- Propiciar la instauración de una nueva cultura organizativa que impacte en la vida diaria de estas organizaciones, basada en la planificación, análisis de los entornos, sentido de proceso y la creación de saberes.
- Instaurar formas de gestión moderna en la organización, basadas en la democracia, la transparencia y el uso de la tecnología como herramienta que le da valor agregado a dicha gestión.

La Misión y los Valores de la organización.

La definición de la misión dentro del plan estratégico de una organización juega un papel fundamental, ya que de alguna forma constituye el punto de partida y la orientación inicial con la que se cuenta en el momento inicial o de partida de la elaboración del plan.

LA MISIÓN:

“Difundir las manifestaciones más trascendentes de la cultura popular dominicana en cantidad, contenido y calidad, promoviendo la identidad nacional y “lo dominicano” como un legado para las presentes y futuras generaciones, priorizando lo local como única posibilidad de construcción de lo nacional, en un contexto globalizado, cambiante, que promueve el intercambio y la interrelación entre las naciones en todas las manifestaciones existenciales del ser humano, contexto globalizado del cual forma parte la organización”.

LOS VALORES:

SOLIDARIDAD:

Constituye un estandarte en la vida diaria de la Federación y se fundamenta en el sentimiento compartido de asumir las tareas y motivos de todos como propios, estando siempre prestos y dispuestos a ayudar y colaborar con todos aquellos proyectos de desarrollo nacional, que fortalecen nuestra misión institucional.

INTEGRIDAD:

Ser íntegros en nuestro accionar en la vida diaria de la organización, actuando con honradez, transparencia y equidad ante todas las situaciones que maneja la organización, promoviendo el respeto y la igualdad entre todos nuestros miembros, como valores que posibilitan una integración efectiva y real.

COMPROMISO:

Asumimos nuestro rol con responsabilidad y total entrega, conscientes de que vivimos en una sociedad llena de desigualdades e injusticias, y a sabiendas de que con

nuestro esfuerzo hacemos un gran aporte a nuestro País, a la sociedad global, y a las presentes y futuras generaciones.

Visión de futuro. Cómo nos vemos en el año 2015.

La Visión procura ser un referente de lo que queremos ser a la vuelta del tiempo estipulado, de las aspiraciones, de cómo queremos vernos y que nos vean en dimensiones esenciales como en lo institucional, en lo social, en lo organizativo y en el modelo de gestión.

LA VISIÓN:

“Somos una organización eficiente con un liderazgo y una presencia bien marcados en la sociedad dominicana, con una concepción de la cultura como instrumento de desarrollo de lo local y de lo nacional con incidencia en áreas esenciales como la economía, la educación y el medio ambiente, con capacidad de articularse a importantes segmentos de la vida nacional y que aplica métodos modernos de planificación y de gestión para obtener sus objetivos a corto, mediano y largo plazo”.

Ejes, objetivos y líneas estratégicas.

Para la presentación de los objetivos y las líneas estratégicas se ha utilizado una metodología sencilla y práctica en la que el Plan se presenta en 7 ejes estratégicos, 7 objetivos generales vinculados y 16 objetivos específicos que se expresan en 65 planes, programas y proyectos.

Los ejes nos definen los contenidos que habrán de abordarse en la definición del objetivo general que se persigue alcanzar.

Las líneas de estratégicas, PROGRAMAS, PLANES Y PROYECTOS, están asociadas a los objetivos específicos, lo que posibilita que estas puedan ser utilizadas como puntos de partida para el diseño de programas, proyectos y actividades que definan la última etapa de materialización de los objetivos del plan.

EJES DE TRABAJO DEL PLAN: Ejes temáticos.

EJE 1: *GESTIÓN. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL. INCIDENCIA.*

EJE 2: *COORDINACION. ARTICULACION Y MOVILIZACIÓN SOCIAL.*

EJE 3: *FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN. PROFESIONALIZACIÓN.*

EJE 4: *ECONOMÍA. FINANCIAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD. INDUSTRIAS CULTURALES.*

EJE 5: *COMUNICACIÓN. VISIBILIDAD. TECNOLOGÍA.*

EJE 6: *LA NUEVA CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN.*

EJE 7. *CULTURA. MEDIO AMBIENTE. DEPORTE Y MOVIMIENTO OLÍMPICO.*

Definición de los Objetivos y Líneas Estratégicas de los Ejes Temáticos:

EJE 1: GESTIÓN, FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL E INCIDENCIA.

1. OBJETIVO GENERAL

Lograr una organización eficiente, organizada e institucionalmente sólida, y con incidencia en el contexto en que desarrolla sus actividades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1.1. Desarrollar un proyecto de fortalecimiento institucional, en lo estructural, lo legal y lo operativo.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

1.1.1. Realizar un taller sobre Gestión Estratégica en las organizaciones dominicanas.

1.1.2 PROYECTO: Desarrollo del Banco de Datos Institucional.

1.1.3. Proyecto: Actualización institucional de las entidades asociadas. Plan de Asambleas Provinciales.

1.1.4 Formación de los Comités Regionales de Arte y Cultura.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

1.2. Desarrollar iniciativas que mejoren las labores de administración económica, financiera y generen una gestión profesionalizada, eficaz y eficiente.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

1.2.1. Elaborar un estudio sobre las necesidades de personal técnico y administrativo que requiere la entidad, y su implementación escalonada durante los 5 años de duración del Plan.

1.2.2. Gestionar mejor el tiempo que le dedican al trabajo productivo los empleados, directivos y el personal voluntario.

1.2.3. Fortalecer las tareas económicas y administrativas de la organización, a través de la profesionalización.

1.2.4. Adecuación del espacio físico de trabajo, para generar eficiencia.

1.2.5. Informatizar los procesos y sistematizar las informaciones y memorias de referencia.

EJE 2: COORDINACION. ARTICULACION. MOVILIZACIÓN SOCIAL.

2. OBJETIVO GENERAL:

Construir una entidad interconectada, con capacidad de coordinación y articulación con otras organizaciones de la sociedad civil, y con la disposición de relacionarse con todos los actores de su entorno para lograr su desarrollo y crecimiento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

2.1. Realizar un mapa de los principales stakeholders relacionados con la organización, y establecer espacios de coordinación y colaboración en áreas específicas con cada uno de ellos.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

2.1.1. Propiciar convenios de colaboración con los grupos de interés en temas afines.

2.1.2. Elaborar un perfil de los diez stakeholders más importantes para la organización, en una primera etapa, y elaborar un plan de acercamiento, contacto y coordinación con ellos.

2.1.3. Abrir una línea directa de información hacia todos los grupos de interés vinculados con la entidad, informándoles de todas las acciones, planes, proyectos y actividades en las que se encuentra inmersa la Federación.

2.1.4. Participar de manera institucional en todas las acciones de carácter público que organicen estos grupos.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

2.2. Establecer políticas de trabajo conjuntas con los ayuntamientos locales en áreas sensibles de desarrollo de las comunidades.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

2.2.1. Elaborar un Convenio-marco para ser presentado a los ayuntamientos dentro de los programas de colaboración que se ejecuten.

2.2.2. PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LAS CULTURAS LOCALES: Formulación de propuestas de fortalecimiento de las culturas locales, identidad local y difusión de las manifestaciones culturales populares de la comunidad.

2.2.3. Proyecto: “La Historia desde la localidad”.

Un espacio de construcción de la historia e identidad desde lo local, con una visión de reconocer estos aportes que no aparecen en los textos oficiales y que son hechos, personajes, historias y experiencias totalmente desconocidas, vinculadas con la identidad local-nacional. Construcción de saberes desde la propia comunidad. Difusión de las historias, tradiciones, procesos históricos y los héroes locales. Fomento del orgullo local.

EJE 3: FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN.

3. OBJETIVO GENERAL:

Provocar que la organización se convierta en un espacio que fomente la profesionalización, formación y capacitación de los gestores, directivos e instituciones vinculadas con la organización, como una forma de mejorar la calidad de los recursos humanos y con un interés de ver las tendencias internacionales en temas de interés general del mundo globalizado de hoy.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

3.1. Programar acciones y campañas de formación que lleguen a toda la dirigencia de la organización, fomentando el debate sobre temas de interés.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

3.1.1. Realizar un levantamiento sobre las principales necesidades que tienen las comunidades sobre este particular.

3.1.2. Elaborar un Plan de Formación Artística con el producto de ese levantamiento.

3.1.3. Fomentar los talleres nacionales, regionales y locales de formación artística, atendiendo a las necesidades y requerimientos de los interesados.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

3.2. Realizar jornadas de formación focalizando los ejes de trabajo que se han detectado como deficientes en el diagnóstico que antecedió a este Plan.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

3.2.1. Coordinar acciones de capacitación con la participación de las universidades y entidades especializadas en asuntos de interés general.

3.2.2. Realizar debates y foros de discusión orientados a dotar de las informaciones claves a públicos vinculados con la organización.

3.2.3. Sintonizar con las tendencias internacionales sobre temas y problemáticas puntuales de la sociedad de hoy, auspiciando paneles, conferencias y seminarios que involucren a expertos nacionales e internacionales de la materia.

EJE 4: ECONOMÍA. FINANCIAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD. INDUSTRIAS CULTURALES.

4. OBJETIVO GENERAL:

Lograr superar las limitaciones económicas y financieras de la organización a través de la búsqueda de fuentes de financiamiento para la ejecución de sus proyectos y actividades, incursionando en el tema de las industrias culturales como alternativa local y nacional de superación de estas limitaciones, garantizándole un nivel de sostenibilidad institucional que le daría estabilidad y continuidad a los proyectos de la institución.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

4.1. Detectar nuevas fuentes de financiamiento tanto local como internacional.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

4.1.1. Investigar cuáles organismos internacionales están financiando estas iniciativas, y ver de su documentación las fechas que habilitan para el recibo de estas propuestas.

4.1.2. Realizar propuestas a las embajadas acreditadas en aspectos puntuales que pudieran ser de su interés.

4.1.3. Participar en concursos sobre proyectos que existen y que tienen fecha fija.

4.1.4. Promover convenios con empresas e instituciones nacionales interesadas en las acciones y los eventos que organizamos.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

4.2. Incursionar en el ámbito de las industrias creativas y culturales.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

4.2.1. Realizar un taller sobre las industrias culturales en República Dominicana.

4.2.2. Hacer un levantamiento de las organizaciones afiliadas que pudieran estar incursionando en el sector de las industrias culturales, con la finalidad de darles soporte.

4.2.3. Visualizar proyectos para ser ejecutados por la organización con este criterio.

4.2.4. Realización de talleres y seminarios para formar un personal profesional y especializado en este tema de las industrias culturales.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

4.3. Implantar en la organización el marketing cultural como herramienta de gestión.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

4.3.1. Coordinar un taller sobre el mercadeo cultural.

4.3.2. Definir una estrategia para mercadear los “productos culturales” más importantes de la organización, y elaborar un plan de marketing con estos productos como eje central.

4.3.3. Establecer algunos “nichos” que puedan ser aprovechados para producir recursos.

EJE 5: COMUNICACIÓN. VISIBILIDAD. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACION.

OBJETIVO GENERAL:

Asegurar de manera adecuada y fluida una correcta difusión de las acciones, ideas, iniciativas y propuestas de la organización, tanto interna como externamente, utilizando para ello todos los medios y tecnologías modernas disponibles, como una forma de fortalecer la imagen corporativa y la presencia de la organización en la sociedad dominicana.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

5.1. Difundir en cantidad y calidad las acciones, eventos y actividades de la organización.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

5.1.1. Aprovechar toda la “publicity” que sea posible generar cuando se gestionan los proyectos, o se organizan las acciones y los eventos de la organización.

5.1.2. Realizar un Plan de Medios, donde estén contenidas todas las acciones que habrán de acometerse y el espacio temporal en que se realizarán, e involucrar a todos los directivos.

5.1.3. Contratar a un periodista que se encargue de la difusión.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

5.2. Garantizar la visibilidad a través del fortalecimiento de la imagen corporativa de la organización, y de la difusión de sus acciones.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

5.2.1. PROYECTO: Seminario sobre la Visibilidad de las organizaciones en la Web 2.0.

5.2.2. Diseño de publicidad gráfica utilizando logotipo y slogan de la organización en todos los eventos que organice, patrocine por si misma o a través de sus asociados.

5.2.3. Plan de uso de las redes sociales (facebook, twitter, etc.) en las campañas promocionales de la organización.

5.2.4. Opinar sobre temas actuales y de interés general.

5.2.5. Creación de la Revista de la organización.

META:

Generar propuestas puntuales, creativas y novedosas para abordar problemáticas del momento, y visualizar espacios de incidencia futura que garanticen la presencia de la entidad en el debate público.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

5.3. Utilizar las herramientas modernas de la Web 2.0, o redes sociales, en la difusión masiva de las acciones, propuestas y actividades en que se involucre la entidad.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

5.3.1. Actualización del Web site de la organización, tanto en los contenidos como en la actualización técnica, para que sea una página moderna que represente de manera fiel lo que hace la entidad.

5.3.2. Utilizar la página Web para el fomento de la comunicación interna, a través del uso de los correos electrónicos institucionales.

5.3.3. Desarrollar el tema de las redes sociales dentro de la organización, y contratar a un personal para el manejo de este tema.

5.3.4. Organizar un seminario con un experto sobre las redes sociales y la Web 2.0.

5.3.5. Taller: Los Blogs en la comunicación de hoy.

5.3.6. Patrocinar que las organizaciones de base creen sus propios blogs institucionales.

EJE 6: LA NUEVA CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN.

6. OBJETIVO GENERAL:

Construir un modelo de gestión basado en la planificación estratégica que se convierta en una cultura de la organización y en parte de su vida diaria.

OBJETIVO ESPECÍFICO

6.1. Promover la implantación a todos los niveles directivos de la organización, de valores vinculados con la gestión moderna: programación y evaluación.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

6.1.1. TALLER: “La Gestión Moderna en las organizaciones dominicanas”.

6.1.2. Taller: La Planificación Estratégica como cultura de la organización.

6.1.3. Curso-taller: Construye tu Plan Estratégico.

6.1.4. PROYECTO: Creación del Foro Virtual. Amplificar las opiniones a nivel interno en torno al impacto de la planificación estratégica en la buena gestión organizacional.

6.1.5. Definir una **UNIDAD DE PROYECTOS** que accione en la organización.

META: Llevar a lenguaje de proyecto las propuestas más importantes de la organización, los productos de mayor calidad que esta genera y que ya han sido mencionados.

OBJETIVO ESPECÍFICO

6.2. Promover la construcción de conocimientos, como forma de fomentar la democratización de la información y promover la nivelación de los directivos.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

6.2.1. Taller: Qué es el Coaching y su impacto en la organización.

6.2.2. Introducir temas especializados y de interés general en los espacios institucionales de la organización (reuniones, asambleas, congresos) con la participación de facilitadores.

6.2.3. Promover la participación de los directivos en capacitaciones especializadas.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

6.3. Dotar a los directivos de las capacidades para asumir su trabajo cotidiano con sentido de proceso, y poder visualizar y analizar en proyección futura los acontecimientos más importantes vinculados con el quehacer de la organización y que contribuyen con su desarrollo y transformación.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

6.3.1. Taller: Análisis de coyunturas, como metodología para entender el entorno en las organizaciones y su impacto en la toma de decisiones diarias.

INDICADOR: Realización de 4 talleres en el primer año del plan con este tema como eje transversal.

6.3.2. Garantizar el acompañamiento directivo y la construcción de conocimientos desde el ámbito de los proyectos que se ejecutan.

INDICADOR: Comprobación del “coach” en las acciones propuestas.

- Generar una discusión colectiva de los contenidos que se expresan en cada una de las propuestas del Plan y que contribuyen con esta construcción.
- Comprobar el coaching que realizan los principales directivos a la hora de llevar a la práctica las principales acciones de la organización.

6.3.3. Garantizar sentido de proceso de las diversas acciones a implementar por la organización, fundamentadas en un análisis histórico que genere un resultado colectivo que perdure en el tiempo.

El objetivo es definir claramente: QUÉ SE HACE, PARA QUÉ SE HACE, EL ENTORNO EN EL QUE SE HACE Y LOS RESULTADOS QUE ESPERAMOS OBTENER.

EJE 7. CULTURA. MEDIO AMBIENTE. DEPORTE Y MOVIMIENTO OLÍMPICO.

OBJETIVO GENERAL:

Convertir la institución en una referencia dentro del Movimiento Olímpico, que promueve los ejes de la cultura, el medio ambiente y la participación de la mujer dentro del deporte, y que asume la tarea de ser un ente que incide en la formación integral de los atletas, técnicos y los directivos del deporte nacional.

7.1. OBJETIVO ESPECÍFICO:

Coordinar junto a las federaciones deportivas nacionales acciones de formación integral de su personal directivo, ejecutivo, administrativo, y de sus atletas.

PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS:

- 7.1.1. Monitorear las necesidades de formación que requiere el movimiento deportivo.
- 7.1.2. Elaborar un conjunto de ejes temáticos de interés del sector.
- 7.1.3. Elaborar proyectos de interés para la dirigencia deportiva al más alto nivel.
- 7.1.4. Implementar el ciclo de conferencias magistrales en el deporte.
- 7.1.5. Seminario: “Rol de la comunicación en la relación atleta-entrenador”.
- 7.1.6. Incluir en las sesiones de la Academia Olímpica una jornada sobre gerencia deportiva y planificación estratégica.
- 7.1.7. Seminario: “Mujer, cultura y deporte”.

Principales Stakeholders-grupos de interés.

El plan contempla la construcción de nuevas relaciones con las principales organizaciones con las que la entidad se relaciona. La construcción de este mapa de relaciones y las estrategias a implementar en cada caso, es uno de los valores agregados de mayor trascendencia del estudio que dio origen al Plan y una de sus herramientas fundamentales en la obtención de sus objetivos.

PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS:

STAKEHOLDERS VINCULADOS:
Comité Olímpico Dominicano
Ministerio de Deportes y Recreación
Ministerio de Cultura
Federaciones Deportivas Nacionales
Comunidad Económica Europea-Comunidad Internacional
Cooperación Española
Ministerio de Educación
Ministerio de Turismo
Medios de Comunicación-Redes Sociales
Universidades-Universidad Autónoma de Santo Domingo
Empresas Privadas
Dirección General de Cooperación Multilateral-DIGECCOM
Ministerio de Medio Ambiente
Gobiernos Locales-Ayuntamientos y entidades comunitarias
Sindicatos y organizaciones profesionales
Artistas, gestores e intelectuales
Organizaciones con propósitos similares

FICHA TÉCNICA

PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

Institución gestora del Plan: Federación Dominicana de Arte y Cultura

La entidad que gestiona este Plan es la Federación Dominicana de Arte y Cultura, entidad que asume en todas sus partes la dirección, coordinación y representación legal del mismo, para los fines que sea necesario.

Base Legal:

La Federación es una organización incorporada mediante RESOLUCION 0036, que cumple con la Ley 122-05.

Institución Promotora: COMITÉ OLÍMPICO DOMINICANO

Asesores:

Dr. José Joaquín Puello Herrera

Lic. Dagoberto Tejeda Ortiz

Lic. Vinicio Cabrera

ALCANCE DEL PROYECTO:

El Plan es de cobertura nacional, y tiene como base de apoyo las siguientes instituciones asociadas:

<i>Instituciones Asociadas:</i>	<i>1. Asociación de Arte y Cultura de BARAHONA</i>
	<i>2. Asociación de Arte y Cultura de MONTE PLATA</i>
	<i>3. Asociación de Arte y Cultura del DISTRITO NACIONAL</i>

<i>Base Social de Sustentación del Plan:</i>	COBERTURA. Provincias e instituciones locales principales vinculadas con el Plan:	
	Asociación de Arte y Cultura de Santo Domingo	Santo Domingo
	Asociación Ocoña de Arte y Cultura	San José de Ocoa
	Asociación de Arte y Cultura de Baní	Provincia Peravia
	Asociación de Arte y Cultura de San Juan	San Juan de la Maguana
	Asociación de Arte y Cultura de Elías Piñas	Hondo Valle
	Asociación de Arte y Cultura de la Provincia Independencia	Duvergé-Jimaní
	Asociación de Arte y Cultura de Neyba	Neyba
	Asociación de Arte y Cultura de Monseñor Nouel	Bonao
	Asociación de Arte y Cultura de Santiago	Santiago
	Asociación Vegana de Arte y Cultura	La Vega
	Asociación de Arte y Cultura Hermanas Mirabal	Salcedo
	Asociación de Arte y Cultura de Valverde	Mao
	Asociación de Arte y Cultura del Seibo	Miches
	Asociación de Arte y Cultura de Hato Mayor	Hato Mayor
	Asociación de Arte y Cultura Juan Sánchez Ramírez	Cotuí
	Asociación de Arte y Cultura de Montecristi	Montecristi
	Asociación de Arte y Cultura de Santiago Rodríguez	Santiago Rodríguez
	Asociación de Arte y Cultura de San Pedro	San Pedro