

1. IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL	
1.1 IDENTIFICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN	
NOMBRE INSTITUCIÓN	FUNDACION CENTRO CULTURAL PALACIO LA MONEDA
RUT INSTITUCIÓN	65.493.190-4
DIRECCIÓN	PLAZA LA CIUDADANIA N°26
COMUNA	SANTIAGO
REGIÓN	REGION METROPOLITANA
TELÉFONO	23556500
CORREO ELECTRÓNICO	
REPRESENTANTE LEGAL	ALEJANDRA SERRANO MADRID
RUT REPRESENTANTE LEGAL	8.431.003-4
TELÉFONO	23556553
CORREO ELECTRÓNICO	<a href="mailto:alejandraserranomadrid@centroculturalamoneda.cl">alejandraserranomadrid@centroculturalamoneda.cl</a>

1.2 GOBIERNO CORPORATIVO			
	NOMBRE	CARGO	REPRESENTATIVIDAD (Si la hubiese)
DIRECTORIO	MARIA ELIANA ARNTZ BUSTOS	PRESIDENTE	
	PATRICIO POWELL OSORIO	VICEPRESIDENTE	
	ALAN TRAMPE TORREJON	SECRETARIO	
	ABDULLAH OMMIDVAR FARHADI	TESORERO	
	MARIA ADRIANA VALDES BUDGE	DIRECTOR	
	DRINA RENDIC ESPINOZA	DIRECTOR	
	ECRISTIAN UNDURRAGA SAAVEDRA	DIRECTOR	
	FEDERICO SANCHEZ VILLASECA	DIRECTOR	
	GONZALO SANCHEZ SERRANO	DIRECTOR	
VIGENCIA	POR 4 AÑOS, NOMBRADOS EL 17 DE NOVIEMBRE DE 2015		

2.1. OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN		
Describe el objetivo de la organización, en términos del problema principal que está llamada a solucionar, o bien en términos de la necesidad que se ha diagnosticado y que se pretende satisfacer.	FIN DE LA ORGANIZACIÓN (1.000 caracteres máx.)	Promover un desarrollo cultural armónico, pluralista y equitativo entre los habitantes del país, a través del fomento y difusión de la creación artística nacional, así como la preservación, promoción y difusión del patrimonio chileno e internacional, adoptando iniciativas públicas que promuevan una participación activa de la ciudadanía en el logro de tales fines.
Describe el resultado directo producido en los beneficiarios como consecuencia de los bienes y servicios ofrecidos por la organización.	PROPOSITO DE LA ORGANIZACIÓN (1.000 caracteres máx.)	Que las personas: Accedan y disfruten de las distintas expresiones culturales; que conozcan y valoren sus raíces, su historia y su patrimonio; que conozcan y se interesen por su realidad y la de sus compatriotas; que reconozcan y potencien los rasgos más valiosos y constitutivos de su identidad; que reconozcan los rasgos que lo asimilan y diferencian con otras culturas del mundo; que valoren la diversidad cultural y desarrollen actitudes que promuevan la convivencia, la comprensión y la valoración de lo diferente.
Explicar brevemente en qué consiste la estrategia de la organización para alcanzar los propósitos. Justificar por qué es la mejor alternativa para resolver el problema. Mencionar articulaciones con otras instituciones públicas o privadas, si corresponde.	ESTRATEGIAS (1.000 caracteres máx.)	La estrategia de la organización consiste en acoger y difundir diversas expresiones culturales de gran valor patrimonial, nacional y universal, para todos los chilenos y extranjeros, a través de una serie de ofertas de bienes y servicios culturales, descritos dentro de tres grandes componentes: 1) Programación Artística que comprende Muestras de Artes Visuales, Patrimoniales nacionales e internacionales. 2) Muestras Audiovisuales Chilenas e internacionales. 3) Actividades de Educación y desarrollo de audiencias y actividades de extensión.

2. PRESUPUESTO

2.1 INGRESOS MONETARIOS			
ITEM		1er Semestre	2do Semestre
INGRESOS CNCA POR LEY DE PRESUPUESTO		1.007.305.000	1.007.305.000
OTROS INGRESOS CNCA		59.231.145	184.522.302
INGRESOS PÚBLICOS LOCALES (GOB. REGIONALES Y MUNICIPIOS)		0	0
OTROS INGRESOS PÚBLICOS (NIVEL CENTRAL)		0	200.000.000
INGRESOS POR LEY DE DONACIONES CULTURALES		357.000.000	365.864.218
OTROS INGRESOS PROVENIENTES DE PRIVADOS		0	0
INGRESOS POR VENTA DE TICKETS		110.550.000	120.809.000
INGRESOS PROPIOS		122.353.674	592.095.192
<b>TOTAL</b>		<b>1.656.439.819</b>	<b>2.470.595.712</b>

2.2 INGRESOS NO MONETARIOS		
ITEM	1er Semestre	2do Semestre
ACUERDOS DE MEDIOS	180.000.000	200.000.000
APORTES PÚBLICOS GOB. LOCALES (GOB. REGIONALES Y MUNICIPIOS)	0	0
OTROS APORTES PÚBLICOS (NIVEL CENTRAL)	0	0
APORTES PROVENIENTES DE PRIVADOS	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>180.000.000</b>	<b>200.000.000</b>

2.3 EGRESOS		
ITEM	1er Semestre	2do Semestre
GASTOS ASOCIADOS A PROGRAMAS ARTÍSTICOS (sin considerar programas de educación)	911.351.827	1.930.890.726
GASTOS ASOCIADOS A PROGRAMAS DE EDUCACIÓN	38.046.342	59.621.141
GASTOS FIJOS - RECURSOS HUMANOS	288.918.656	348.104.547
GASTOS FIJOS - MANTENCIÓN	146.410.582	142.363.991
GASTOS EN COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN	95.624.078	35.041.346
OTROS GASTOS GENERALES	96.651.332	32.647.535
<b>TOTAL</b>	<b>1.575.002.817</b>	<b>2.548.669.286</b>

RESPALDO DE LA INFORMACIÓN ANTERIOR				
Señale las formas de registro de la información anterior, indicando además si cuenta con estados financieros auditados por un tercero o no.	Sistema contable que entrega informes cuatrimestrales. Al final de año la contabilización es auditada por un externo			
	ESTADOS FINANCIEROS AUDITADOS (marque con una X)	SI	x	NO

Identificar las principales instituciones públicas o privadas, con las que mantenga una relación de colaboración para la realización de las actividades y/o la mantención de su organización durante el año en curso. En caso de que sean más de 10 las instituciones que prestan colaboración, mencione las 10 más relevantes. No incluir transferencia por Ley de Presupuestos	2.4 ORGANIZACIONES COLABORADORAS		
	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	PAGADO / BB SS	Monto o avalúo \$
	Fundación Mustakis	BIENES Y SERVICIOS	
	Embajadas	BIENES Y SERVICIOS	
	Red de Salas Cineteca Nacional	BIENES Y SERVICIOS	
media partner: el mercurio- canal 13 - radio molecula	BIENES Y SERVICIOS	200.000.000	

### 3. SEDES - INFRAESTRUCTURA

#### 3.1 INFRAESTRUCTURA - SEDES

SEDE	COMUNA	REGIÓN	CONDICIÓN LEGAL DE LA PROPIEDAD	PLAZOS Y TÉRMINOS (Solo si no es propia)
Casona Cineteca	ÑUÑO A		COMODATO	5 AÑOS (a contar de la total tramitación de la Rex N°005110 del 14/09/2015 del SERVIU Metropolitano).
CCPLM	SANTIAGO		COMODATO	50 AÑOS (a contar del 19 de mayo de 2006).

#### 3.2 ESPACIOS Y CAPACIDAD

NOMBRE DE LA SALA	SEDE	CAPACIDAD MÁXIMA
SALA ANDES	CCPLM	350 PERSONAS
SALA PACIFICO	CCPLM	350 PERSONAS
SALA CINE	CCPLM	210 PERSONAS
MICROCINE	CCPLM	40 PERSONAS
GALERIA TUNEL	CCPLM	80 PERSONAS

#### 3.3 VISITAS AL EDIFICIO

NÚMERO DE VISITAS O INGRESOS AL EDIFICIO DURANTE EL SEMESTRE (solo si aplica a la institución)	1.295.808 (un millón doscientos noventa y cinco mil ochocientos ocho visitas / año 2016)
--	--

## 4. RECURSOS HUMANOS

## 4.1 DETALLE PLANTA Y RELACIÓN CONTRACTUAL

POR SERVICIO, ÁREA O DEPARTAMENTO	NOMBRE JEFE O ENCARGADO	MODALIDAD - N° DE PERSONAS (incluir jefatura)			
		PLANTA FIJA	HONORARIOS	OUTSOURCING	PRACTICANTES O VOLUNTARIOS
Area de Exposiciones	Coordinador de Exposiciones	5	1		2
CEDOC	Coordinador CEDOC	2	0		0
Cineteca Nacional	Directora Cineteca Nacional	10	1		2
Area Comunicaciones	Coordinador Comunicaciones	4	2		2
Area de Operaciones	Jefe de Operaciones	17	12		1
Administración y Dirección	Directora Ejecutiva	8	0		1
Area Educación	Coordinador Educación y Audiencias	8	1		1
<b>TOTAL POR TIPO DE CONTRATO</b>		<b>54</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>9</b>

## 5. DIFUSIÓN Y REDES

### 5.1 MEDIOS DE DIFUSIÓN PROPIOS (Producidos por la organización)

NOMBRE	TIPO DE MEDIO	DISTRIBUCIÓN	N. DE PERSONAS QUE ACCEDEN
Pantallas Informativas	OTRO	GRATUITA	3000 diarias
Boletín Digital	BOLETÍN ( IMPRESO O DIGITAL)	GRATUITA	25.000 mensual
Boletín Impreso	BOLETÍN ( IMPRESO O DIGITAL)	GRATUITA	80.000 mensual
cajas de luz interior centro	OTRO	GRATUITA	3000 diarias
Lienzos exterior fachadas	IMPRESOS PARA CALLES	GRATUITA	1.000.000 diarias
Lienzos ascensores	IMPRESOS PARA CALLES	GRATUITA	1.000.000 diarias
Rodapostes calles plaza ciudadanía	IMPRESOS PARA CALLES	GRATUITA	1.000.000 diarias

### 5.2 DIFUSIÓN EN MEDIOS EXTERNOS (Identificar los principales soportes utilizados en la estrategia comunicacional.)

NOMBRE MEDIO UTILIZADO	CARACTERIZACIÓN	Nº DE APARICIONES O PRESENCIAS	TIPO DE RELACIÓN
CANAL 13	TELEVISIÓN	120	AUSPICIO (Media Partner)
LA TERCERA	PRENSA ESCRITA	12	AUSPICIO (Media Partner)
Radio Molecula	RADIO	600	AUSPICIO (Media Partner)
EL MERCURIO	PRENSA ESCRITA	4	AUSPICIO (Media Partner)
Radio Infinita	RADIO	600	CONVENIO
Radio Bio Bio	RADIO	240	AUSPICIO (Media Partner)
Revista Que Pasa	REVISTAS	1	CANJE
Revista Arte Al Limite	REVISTAS	1	CANJE

### 5.3 MEDIOS DIGITALES - REDES SOCIALES

MEDIO	NOMBRE DE CUENTA O SITIO	Nº INGRESOS/ SEGUIDORES/FANS/ AMIGOS
SITIO WEB	<a href="http://www.centroculturalmoneda.cl">www.centroculturalmoneda.cl</a>	942.745 visitas
FACEBOOK	<a href="http://www.facebook.com/centro.cultural.la.moneda">www.facebook.com/centro.cultural.la.moneda</a>	109.625 fans
TWITTER	<a href="http://www.twitter.com/CCPLM">www.twitter.com/CCPLM</a>	82.2013 seguidores
INSTAGRAM	@ccplm	29.091 seguidores
PINTEREST	No aplica	No aplica
TUMBLR	No aplica	No aplica
YOUTUBE	<a href="http://www.youtube.com/channel/UCW708AszwWy4U71ZIEbi2Og">www.youtube.com/channel/UCW708AszwWy4U71ZIEbi2Og</a>	318 suscriptores / 57.536 visualizaciones
BLOG	No aplica	No aplica
OTROS	No aplica	No aplica