

Lineamientos estratégicos

Anexo técnico 01

Tabla de contenido

PRESENTACIÓN	2
1. ANTECEDENTES	2
2. FILOSOFÍA DEL COLEGIO	2
3. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DEL TEATRO LEONARDUS	3
3.1 MISIÓN	3
3.2 VISIÓN	4
3.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	4
3.4 CULTURA ORGANIZACIONAL	4
3.5 PROPUESTA DE VALOR	4
3.6 VALORES	4
4. PROCESOS	5
4.1 MAPA DE PROCESOS	5
4.2 PROCESOS ESTRATÉGICOS	5
4.3 PROCESOS MISIONALES	7
4.4 PROCESOS DE APOYO	8
4.5 PROCESOS DE RENDIMIENTO	8

Presentación

Este anexo describe los lineamientos estratégicos que orientarán las acciones del Teatro Leonardus durante los próximos tres años. Los lineamientos contienen los objetivos del Teatro y los servicios que se prestarán. Con base en esta estructura, el Colegio definirá el plan de acción general del Teatro. A partir del mismo, el Proponente construirá la respectiva propuesta.

1. Antecedentes

El Teatro Leonardus, creado por el Istituzione Leonardo da Vinci, entidad de carácter privado sin ánimo de lucro, abrió sus puertas al público en octubre de 1999, consolidándose como el espacio cultural del norte de Bogotá, adelantando una programación permanente para adultos, jóvenes y niños en artes escénicas, exposiciones y eventos especiales, generando un espacio de tolerancia y convivencia para nuestra sociedad.

2. Filosofía del Colegio

Considerando que el propósito educativo es la formación del ser humano, fijar los principios básicos de la educación equivale a declarar cuál es nuestra concepción del hombre; una antropología mínima que resumimos en estas palabras:

El ser humano que queremos ayudar a formar es un ser CREADOR, y por lo tanto LIBRE y RESPONSABLE.

La creatividad es la característica de nuestra especie que nos diferencia de los demás animales, haciéndonos capaces de producir pautas nuevas en vez de ser obligados a seguir unas dadas.

Sólo el ser creativo puede ser libre porque además de no ser obligado por naturaleza a unas pautas determinadas de comportamiento, puede producir las suyas propias creando y recreando cultura.

Formar al hombre, entonces, es educarlo para la creatividad y para la libertad: lo que no significa prescindir de las normas, pues sin ellas no se podría convivir, sino perfeccionarlas cada vez más para lograr una formación humana y crítica de la personalidad y una serena y auténtica convivencia democrática.

Hacer y rehacer normas e ideas, vivirlas y - si es necesario - luchar para modificarlas es la tarea liberadora que nosotros llamamos educación; porque el hombre no nace libre sino se hace libre, si es que se atreve a sufrir y luchar por ello.

No es diferente el discurso sobre el conocimiento que es el otro objetivo de la educación, ya que la cultura es el conjunto de modelos operativos y cognoscitivos de una sociedad.

Los conocimientos, en efecto, no son la realidad misma sino siempre y sólo una interpretación de ella; por lo tanto, no deben ser impuestos y ni siquiera ofrecidos como una verdad absoluta, sino conquistados en libertad y con creatividad. Por consiguiente, los esquemas interpretativos de la realidad deben ser estudiados, pero no obligatoriamente compartidos, ya que el hombre, como ser libre, tiene el derecho de defender sus puntos de vista e inclusive de entregarse a los que considera absolutos, o sea sagrados.

En efecto - por difícil que pueda resultar para un creyente - el conocimiento mítico y el científico a veces se contradicen; sin embargo, pueden coexistir pacíficamente en la misma persona si se entiende que uno es fruto de la fe y el otro de la argumentación.

Lo que no se puede aceptar es que en nombre de una verdad que pretende ser absoluta, se renuncie a estudiar las teorías y las pruebas que le son contrarias con el argumento de que son simple producto humano. Sobre todo en las Instituciones Educativas, creadas específicamente para este fin.

La apropiación del perfil humano que hemos delineado será la base de una educación que precise los deberes de cada persona para consigo misma y para con los demás en el respeto a la diferencia. El contacto con otras culturas, precisamente por su diversidad, facilitará la confrontación y la capacidad crítica, indispensables para llegar a ser parte integrante de la comunidad internacional.

Todo lo anterior permitirá desarrollar en nuestros alumnos la sensibilidad para poder percibir los problemas sociales, económicos, políticos y culturales en general, además de la capacidad de reflexionar sobre ellos y analizarlos para poder ser agentes de un proceso social que mejore la calidad de vida en el respeto de la condición humana y del entorno ambiental.

3. Lineamientos estratégicos del Teatro Leonardus

3.1 Misión

Fortalecer la oferta cultural y creativa de la Istituzione Leonardo Da Vinci y la ciudad, a través de la aplicación de modelos sostenibles en el sector de las artes escénicas, música y entretenimiento.

3.2 Visión

Contribuir en el desarrollo cultural y creativo de la ciudad.

3.3 Objetivos estratégicos

- Garantizar el desarrollo humano integral de los estudiantes con enfoque humanista, a través de las artes.
- Apoyar el desarrollo humano integral de la comunidad a través de la cultura.
- Promover la creación, producción y circulación de oferta artística de mediano y gran formato.
- Posicionar a la comunidad italiana en Colombia como gestores de la cultura europea a través de las artes.
- Contribuir al alcance de objetivos por parte de organizaciones que trabajan por el desarrollo social y cultural de la ciudad.

3.4 Cultura Organizacional

- Enmarcada por la **italianidad**.
- Prioridad a la comunidad educativa.

3.5 Propuesta de valor

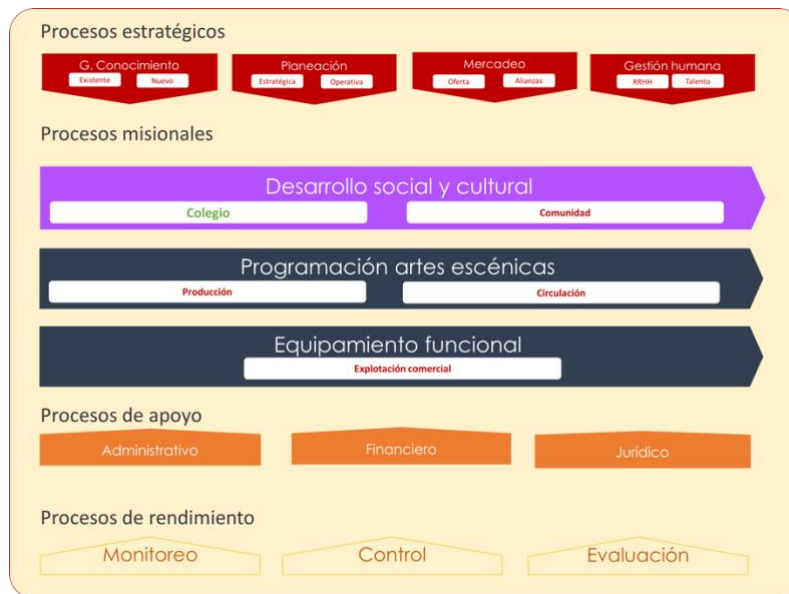
- Se fundamenta en el respaldo de la comunidad italiana: que tiene el posicionamiento de riqueza cultural europea y la capacidad financiera.

3.6 Valores

- Trabajo en equipo: alianzas para lograr objetivos comunes.
- Diligencia: efectividad en las formas de trabajar.
- Sostenibilidad: equilibrio económico, social y ambiental.
- Innovación: mejoramiento continuo a través de la creatividad.

4. Procesos

4.1 Mapa de procesos



4.2 Procesos estratégicos

- **Gestión del conocimiento:** Proceso sistemático y organizado de nivel estratégico que valora el conocimiento disponible y requerido, como capital intelectual de la organización. Presenta dos subprocesos de acuerdo con la fuente de conocimiento que se pretenda utilizar, ya sea interna o externa.

Subprocesos:

- **Gestión del conocimiento existente:**

Información interna - Capital intelectual organizacional

Se trata de todo el conocimiento organizado y documentado que posee el teatro, generalmente se trata de información de contexto territorial fuerzas de la industria y contexto organizacional, así como todos los manuales,

instructivos, fórmulas y demás información que aporte al desarrollo de los procesos internos y facilite la toma de decisiones.

Información interna - Capital intelectual humano

Se trata del conocimiento implícito y explícito del equipo humano que trabaja dentro del teatro, dicho conocimiento se refleja tanto en las habilidades, como en las destrezas de cada miembro y se sustenta por la formación, la experiencia y la capacidad de análisis de cada integrante.

➤ Gestión del conocimiento nuevo:

Se trata de conocimientos que va adquiriendo la organización de manera gradual a través de la experiencia o de manera intencional por medio de procesos de investigación y desarrollo.

- Planeación: Se trata de un proceso a nivel estratégico, que determina acciones específicas a través de la recolección y análisis de información, con el fin de conseguir uno o más objetivos en un tiempo determinado. Es un ejercicio de interpretación del pasado y el presente, para lograr resultados en el futuro.

Subprocesos:

- Planeación estratégica: plan documentado donde se describen los lineamientos que dirigirán las acciones y decisiones de una empresa cultural en periodos aproximados de tres a cinco años.
- Planeación operativa: plan documentado donde se define el plan de acción y las condiciones de trabajo por un periodo determinado, generalmente un año. Este debe estar alineado con las apuestas realizadas en el plan estratégico.
- Mercadeo: proceso estratégico de marketing de los productos y servicios, así como la generación de alianzas y otro tipo de relaciones necesarias para el óptimo funcionamiento de la organización.

Subprocesos:

- Oferta: se trata de todas las acciones necesarias para lograr las ventas de productos y servicios del portafolio, así como todas estrategias de posicionamiento requeridas para generar fidelización en los clientes actuales y potenciales.
- Alianzas: acciones de relacionamiento con organizaciones afines a los objetivos de la organización ya sea a través de relaciones públicas o

cualquier otro tipo de proceso que lleve a la consecución de alianzas en términos de patrocinio, mecenazgo, canje, coproducción, etc.

- **Gestión humana:** proceso que define las acciones que determinan las formas de trabajo de los colaboradores, partiendo desde acciones de selección y contratación, hasta actividades de apropiación e incentivo.
 - **Recursos humanos:** procesos para la búsqueda, evaluación y selección del talento, así como todas las acciones necesarias para su contratación y contraprestación.
 - **Talento:** gestión del talento humano a través de capacitaciones, incentivos y demás acciones que fortalezcan las capacidades de cada uno de los integrantes del equipo.

4.3 Procesos misionales

Desarrollo social y cultural

Desarrollo humano a través de los lenguajes inscritos en las artes:

Subprocesos:

- Circulación de obras dirigidas a estudiantes.
- Creación y producción obras hechas por estudiantes.
- Circulación de obras dirigidas a la comunidad.

Programación de artes escénicas

Producción ejecutiva, artística y técnicas de espectáculos enmarcados en las artes escénicas.

Subprocesos:

- Producción propia: obras propiedad de la organización.
- Coproducción: obras en alianza.
- Producción para terceros: obras creadas conforme a las necesidades de terceros.

La programación pública y privada debe tener en cuenta que:

- No se permitirá la circulación de obras y actividades religiosas o de contenidos políticos partidistas.
- No se permitirá la circulación de obras y actividades que vayan en contravía de la cultura organizacional y de la filosofía del Colegio.
- Todas las actividades deberán estar clasificadas por edad y dicha información debe ser informada en los medios de comunicación en que se divulgue.

Equipamiento funcional

Explotación comercial a través de alquiler del espacio para la realización de eventos públicos y privados, con fines académicos, artísticos y corporativos.

4.4 Procesos de apoyo

Administrativo: comprende acciones para la administración de equipamientos, logística, manejo de proveedores, reglamentos e integración de procesos de toda la organización.

Financiero: manejo de presupuestos, contabilidad, y acciones tributarias.

Jurídico: marco legal, derechos de autor, negociación, contratación y aplicación de leyes que afecten directamente los objetivos de la organización.

4.5 Procesos de rendimiento

Monitoreo

Seguimiento diario de las operaciones de la organización.

Control

Seguimiento mensual de las operaciones de la organización, por lo que será necesario determinar indicadores específicos por cada una de las líneas de servicio.

Evaluación

Análisis interno de los resultados, una vez terminado un periodo específico de al menos un año operativo, o al final de un proyecto específico. Se determinarán indicadores cuantitativos y cualitativos conforme a las necesidades de medición.