

## CUMPLIMIENTO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2014

<b>MINISTERIO</b>	MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO	<b>PARTIDA</b>	20
<b>SERVICIO</b>	SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO	<b>CAPÍTULO</b>	01

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Efectivo 2014	Meta 2014	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>•Información a la Ciudadanía y Autoridades de Gobierno – Informativo a las Autoridades</p>	<p><i>Eficacia/Producto</i></p> <p>Porcentaje de autoridades de Gobierno a quienes se entrega el Boletín Informativo durante el año t</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Total de autoridades de gobierno a las que se le entrega el Boletín Informativo durante el año t/Total de autoridades de gobierno del año t, registradas en la Base de Datos del Departamento de Información a la Autoridad, a las que se debe entregar el Boletín Informativo)*100)</p>	98.5 %	94.8 %	99.3 %	100.0 %	100.0 %	SI	100%	30%	<p><u>Reportes/Informes</u> Reporte Anual del Boletín Informativo.</p> <p><u>Base de Datos/Software</u> Listado sistematizado de autoridades de Gobierno a quienes debe entregarse el Boletín Informativo durante el año t.</p>	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Efectivo 2014	Meta 2014	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>•Fortalecimiento de Organizaciones Sociales.</p> <p>– Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones y Asociaciones de Interés Público nacional, regional y local</p>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>Porcentaje de convenios de ejecución del Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones y Asociaciones de Interés Público nacional, regional y local que reciben primera cuota al 31 de diciembre del año t</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((N° de convenios suscritos en el año t por representantes legales de organizaciones que poseen proyectos adjudicados en el Concurso(s) del Fondo Fortalecimiento de Organizaciones y Asociaciones de Interés Público Nacional, Regional y Local año t y represen/N° de convenios suscritos en el año t por representantes legales de organizaciones que poseen proyectos adjudicados en el Concurso(s) del Fondo Fortalecimiento de Organizaciones y Asociaciones de Interés Público Nacional, Regional y Local año t y represen)*100)</p>	0 %	96 %	100 %	98 %	96 %	SI	102%	15%	<p><u>Reportes/Informes</u> Listado de Convenios suscritos en el año t</p> <p><u>Reportes/Informes</u> Listado sistematizado de Organizaciones con traspaso de la primera cuota.</p>	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Efectivo 2014	Meta 2014	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>•Fortalecimiento de Organizaciones Sociales.</p> <p>– Escuelas de Gestión Públicas para dirigentes sociales</p>	<p><i>Eficacia/Producto</i></p> <p>Porcentaje de comunas prioritarias donde se realizan Escuelas de Gestión Pública para Dirigentes Sociales durante el año t</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Total de comunas prioritarias donde se realizan Escuelas de Gestión Pública para Dirigentes Sociales durante el año t /Total de comunas prioritarias del país)*100)</p>	22 %	76 %	100 %	100 %	100 %	SI	100%	30%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Informe de gestión anual de acreditados en Escuelas de Gestión Pública para Dirigentes Sociales realizadas.</p> <p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Lista de participantes acreditados en cada una de las Escuelas de Gestión Pública para Dirigentes Sociales desarrolladas, desagregadas por sexo.</p>	
<p>•Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social Regionales, Provinciales y Comunales</p>	<p><i>Eficacia/Producto</i></p> <p>Porcentaje de medios de comunicación social regionales, provinciales y comunales con financiamiento del Fondo Concursable de Medios de Comunicación Social Regionales, Provinciales y Comunales durante el año t</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Número de Medios de Comunicación Social Regionales, Provinciales y Comunales con financiamiento del Fondo de Medios de Comunicación Social Regionales, Provinciales y Comunales en el año t/Total Medios de Comunicación Social Regionales, Provinciales y Comunales según el Catastro de Medios vigente del año t)*100)</p>	49 %	58 %	47 %	42 %	37 %	SI	113%	25%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Reporte de Gestión Anual de los Concursos Regionales año t</p> <p><u>Base de Datos/Software</u></p> <p>Catastro sistematizado de Medios de Comunicación Regional de la Unidad de Fondos vigente del año t</p>	1

(9): Fundamentaciones o justificaciones de metas no cumplidas (cumplimiento inferior a 95%) y metas sobrecumplidas (cumplimiento superior a 105%)

Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio	100%
------------------------------------------------------	------

<b>Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas</b>	0%
-----------------------------------------------------------------------------	----

<b>Porcentaje de cumplimiento global del servicio</b>	100%
-------------------------------------------------------	------

**Notas:**

1.-El aumento respecto de lo planificado en el total de proyectos adjudicados y finalmente aquellos financiados en el 2014, se asocia principalmente a la mejora de la difusión de los concursos regionales, que incorporó una campaña a nivel nacional bajo responsabilidad de una agencia de publicidad externa. Así como, contó información permanente puesta a disposición de los interesados en el sitio web del Fondo de Medios, [www.fondodemedios.gob.cl](http://www.fondodemedios.gob.cl). A través de este sitio se informó al público de los acontecimientos y estado actual de los concursos regionales, incluyendo la disposición de las bases de cada región, manuales, formularios, material de ayuda para participar de las distintas etapas de los concursos. Por otra parte, la participación del Sr. Subsecretario General de Gobierno, quien encabezó actividades de lanzamiento en diversas regiones, permitió visibilizar el concurso en los medios de comunicación y aumentar del interés por participar.