



COLECCIÓN
OBSERVATORIO CULTURAL
DEL PROYECTO

ATALAYA

45

producto

**DOSSIER DE TRABAJO:
RESULTADOS CLAVES DE UN SERVICIO
DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA**

**(propuesta de "indicadores" y "factores" del éxito
en los Servicios de Extensión Universitaria)**

Manuel Macías García

RESULTADOS
indicadores

dossier de trabajo

Resultados claves de un
Servicio de Extensión Universitaria

dossier de trabajo

Resultados claves de un Servicio de Extensión Universitaria

Propuesta de «indicadores» y «factores» del éxito
en los Servicios de Extensión Universitaria

Manuel Macías García

Observatorio Cultural
del Proyecto Atalaya Quinta Fase (2010)



El **Observatorio Cultural**
forma parte del Proyecto Atalaya.



- © Dirección General de Universidades de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía
- © Universidad de Cádiz. Servicio de Publicaciones
- © Universidades Públicas Andaluzas
- © Manuel Macías García

Edición:

- Dirección General de Universidades de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía
- Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz

Coordinación:

El **Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya**, del que este producto forma parte, está coordinado por:

- Vicerrectorado de Extensión Universitaria. Universidad de Cádiz
- Vicerrectorado de Extensión Universitaria y Participación. Universidad Internacional de Andalucía

Coordinación Editorial:

Marieta Cantos Casenave
Antonio Javier González Rueda

Diseño, maquetación e impresión: Jiménez-Mena s.l. - Cádiz

ISBN: En trámite

DL: En trámite

Las ideas y opiniones expuestas en esta publicación son las propias de los autores y no reflejan, necesariamente, las opiniones de las entidades editoras o de la Coordinación Editorial.

Índice

Prólogo	11
INTRODUCCIÓN TEÓRICA: EL ÉXITO EN LAS ORGANIZACIONES	15
METODOLOGÍA	19
DOCUMENTO FINAL	21
Propuestas de «indicadores» y «factores» del éxito en los Servicios de Extensión Universitaria	
Propuesta de Misión para un Servicio de Extensión Universitaria.	21
Propuesta de factores de éxito de la Misión	21
Propuesta de Visión del Servicio de Extensión Universitaria	26
Propuesta de factores de éxito de la Visión	27
Propuesta de Valores de un Servicio de Extensión Universitaria	33
Propuesta de factores de éxito de los Valores	33
PROPUESTA DE INDICADORES VALIDADOS POR EL PAEL DE EXPERTO	37
Factores de éxito de la Misión.	37
Factores de éxito de la Visión	41
Factores de éxito de los Valores.	46

TRABAJOS Y ANÁLISIS REALIZADOS PARA LLEGAR A LA PROPUESTA FINAL: RESULTADO DEL GRUPO DE TRABAJO EN ANTEQUERA	49
Misión	49
Visión	51
Valores.	55
ANÁLISIS DE LA MISIÓN.	56
Primer análisis	56
Segundo análisis.	57
Tercer análisis	58
Cuarto análisis	60
Quinto análisis.	61
Sexto análisis	62
Medición de los factores de éxito de la Misión	64
ANÁLISIS DE LA VISIÓN	67
Primer análisis	67
Segundo análisis.	71
Tercer análisis	74
Cuarto análisis	77
Quinto análisis.	81
Sexto análisis	83
ANÁLISIS DE LOS VALORES.	87
Textualidad.	87
Primer análisis	87
Quinto análisis.	88
Sexto análisis	88

PROPUESTA DE AGRUPACIÓN DE FACTORES DE ÉXITO E INDICADORES DEL SERVICIO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA	91
BATERÍA DE INDICADORES VALIDADOS POR PANEL DE EXPERTOS POR VÍA TELEMÁTICA	97
Factores de éxito de la Misión.	98
Factores de éxito de la Visión	104
Factores de éxito de los Valores.	111
INTEGRANTES PANEL DE EXPERTOS.	113

PRÓLOGO

El Proyecto Atalaya inicia su andadura a finales de 2005 con el respaldo financiero y técnico de la Dirección General de Universidades de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía. Conscientes de la importancia de aunar tecnología, ciencia, cultura, patrimonio y tradición cultural, los vicerrectorados de Extensión de las universidades andaluzas asumieron el reto de la creación y puesta en marcha de una plataforma cultural universitaria andaluza, en la que se sumasen labores de investigación, de planificación, de gestión y de organización de eventos de forma coordinada, evitando, no obstante, la injerencia en iniciativas ya programadas por cada una de las universidades.

A partir de la proyección alcanzada por cada una de las diez universidades en su contexto más próximo, Atalaya proporciona un espacio de trabajo conjunto desde el que se potencia y optimiza una programación cultural heterogénea y compleja, dirigida no solo a sectores universitarios sino al público en general. La experiencia adquirida desde su inicio y hasta ahora, cuyos resultados han sido gratamente satisfactorios, ha puesto no obstante de manifiesto la necesidad de proceder a una constante actualización en su diseño y planteamientos, dada la complejidad de los distintos sectores y agentes implicados y el carácter dinámico de un ámbito de acción que se caracteriza, precisamente, por su variabilidad y transformación constante. De manera complementaria, el nuevo modelo de aprendizaje surgido como consecuencia de la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, así como el frenético ritmo que el desarrollo de las nuevas tecnologías imprimen actualmente a la sociedad, determinan nuevas orientaciones en este proyecto, al objeto de responder, en su ámbito, al compromiso de la Universidad con la formación integral, la atención a los problemas sociales, y la generación de espacios de reflexión sobre los nuevos itinerarios seguidos por la cultura, su uso y su demanda.

En este sentido, una de las actuaciones señeras del Proyecto Atalaya ha sido la de la creación del *Observatorio Universitario Andaluz de la Cultura Atalaya*, por cuanto constituye una de las iniciativas en red más novedosas y cubre un vacío importante en el sector de la gestión cultural, al ofrecer a los responsables de las políticas culturales herramientas que le permitan mejorar la perspectiva y la prospectiva de su trabajo, formar a los agentes culturales de una forma científica y adecuada, dotar al sector cultural de información estadística fiable y mensurable que mejore su quehacer diario y, finalmente y sobre todo, dar a conocer a la sociedad la situación de nuestro sector cultural universitario. Dicho proyecto, coordinado por la Universidad de Cádiz y la Universidad Internacional de Andalucía, consta ya de más de una treintena de productos específicos sobre y para la gestión cultural. La mera enumeración de los productos que han surgido al amparo de la labor de este Observatorio evidencia no solo la ambición con que desde un principio inició su actuación, sino también el rigor y el alcance de lo ya realizado en materia de investigación, diagnóstico, propuestas metodológicas, conocimiento del impacto económico, medición de su incidencia mediática, aportaciones a la gestión de la calidad, formación, estudios de prospectiva, etc. En fin una muestra más que significativa de cómo la Universidad, a través de la actuación y la gestión cultural, puede contribuir a mejorar su compromiso con la sociedad, a diseñar escenarios de futuro a través del diagnóstico de las nuevas demandas, y a visibilizar su carácter de servicio público. Los retos que la Universidad tiene son muchos y, en este sentido, es previsible que en consonancia sea amplia la trayectoria que aún le queda por recorrer a este Observatorio.



COLECCIÓN OBSERVATORIO ATALAYA

01	Dossier Metodológico: "El mapa de procesos de un programa estacional"	2006
02	Monografía: "El concepto de Extensión Universitaria a lo largo de la historia"	
03	Monografía, CD y Web: "Usos, hábitos y demandas culturales de los jóvenes universitarios andaluces"	
04	Sistema de Indicadores Culturales de las universidades andaluzas	
05	Web: www.diezenculturas.es [2006 y 2007]	
06	Estudio sobre las actividades de Extensión Universitaria durante el año 2004	
07	Análisis de las Extensiones Universitarias andaluzas: Informe Económico	
08	Estudio: "Diagnóstico y evaluación de las Aulas de Teatro en las universidades andaluzas"	
09	Diagnóstico de los Coros de las universidades andaluzas	
10	Seminario: "La extensión Universitaria del siglo XXI"	
11	Monografía: "La Extensión Universitaria que viene: estudio prospectivo de escenarios ideales"	2007
12	Dossier metodológico: "El mapa de procesos de un concierto"	
13	Monografía, CD y Web: "Estudio de usos, hábitos y demandas culturales de los profesores de las universidades andaluzas"	
14	Cuaderno de trabajo: "Validación del Sistema de Indicadores Culturales de las universidades andaluzas"	
15	Informe sobre los servicios de Publicaciones de las universidades	
16	Estudio del impacto mediático de las Extensiones Universitarias en Andalucía	
17	Seminario a nivel nacional sobre Cultura, Ciudad y Universidad	
18	Monografía, CD y Web: "Estudio de usos, hábitos y demandas culturales del Personal de Administración y Servicios de las universidades andaluzas"	2008
19	Monografía, CD y Web: "Estudio de usos, hábitos y demandas culturales de las Poblaciones con Campus Universitario de Andalucía"	
20	Revista Digital diezenculturas.es	
21	Campaña de Comunicación del Proyecto Atalaya	
22	Monografía histórica: La Extensión Universitaria en Iberoamérica y en Andalucía	
23	Dossier Metodológico: El Mapa de Procesos de una proyección cinematográfica	
24	2 Becas Atalaya de Investigación	
25	Cuaderno de trabajo: "Versión final del Sistema de Indicadores Culturales de las universidades andaluzas"	
26	Seminario La Rábida: "La Extensión Universitaria en Iberoamérica: modelos y territorios" (5 y 6 de mayo de 2009)	
27	Web y CD Usos, hábitos y demandas culturales	
28	Nuevos públicos para una universidad próxima (Estudio Prospectivo)	2009
29	Estudio cualitativo de demandas y motivaciones culturales de los universitarios andaluces (Experiencia Piloto 1)	
30	Estudio sectorial. Las Aulas de mayores en Andalucía	
31	Campaña de comunicación diezenculturas.es "¿aún crees que no hay nada que hacer?"	
32	Propuesta de un Mapa de Procesos para un Servicio de Extensión Universitaria	
33	Monografía Histórica: Una historia de los Cursos de Verano en Andalucía	
34	Becas de Investigación del Observatorio Cultural de Proyecto Atalaya	
36	Ensayo sobre Cooperación Cultural en el ámbito universitario	
36	Revista digital diezenculturas.es (Segunda fase)	
37	Seminario Nacional en Cádiz: "El papel de la Extensión Universitaria en la nueva R.S.U."	
38	Dossier Metodológico: Mapa de Procesos de una representación escénica	2010
39	CD del primer año del proyecto de Recuperación del Patrimonio Musical Andaluz (coordinado por la Universidad de Sevilla)	
40	Libro de partituras del proyecto de Recuperación del Patrimonio Musical Andaluz (coordinado por la Universidad de Sevilla)	
41	Transferencia de la revista digital diezenculturas.es al ámbito municipal: www.culturalocales	
42	Dossier Metodológico: Montaje de exposiciones	
43	Manual Práctico para la búsqueda de Patrocinio	
44	Manual de Marketing y Comunicación Cultural	
45	Dossier de Trabajo: Resultados Claves de un Servicio de Extensión Universitaria.	
46	Dossier de Trabajo: Competencias Culturales de los Universitarios.	
47	Estudio Prospectivo: ¿Cómo abordar la divulgación de la Ciencia desde la Extensión Universitaria?	
48	Becas de Investigación del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya 2010. *48 a El modelo portugués de extensión universitaria. *48 b Las actividades musicales de las Universidades andaluzas.	
29	Estudio Cualitativo de demandas y motivaciones culturales de los universitarios andaluces (Producto bienal 2009/2010)	
49	I+ D+i CELAMA, Territorio Extensión (Herramienta integral de gestión de actividades de Extensión Universitaria)	
50	Seminario "Comunicación, Marketing Cultural e Industrias Culturales"	

En resumen, el **Observatorio Universitario Andaluz de la Cultura Atalaya** (<http://observatorioatalaya.es/>) se presenta ahora para intentar, al menos en parte, ser fiel a la definición que la Real Academia Española (RAE) da sobre la palabra Atalaya: «Torre hecha comúnmente en alto para registrar desde ella el campo o el mar y dar aviso de lo que se descubre».

Firmado por

el Excmo. Sr. consejero de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía, D. Antonio Ávila Cano.

y los Excmos/as. y Magfcos/as. Sres/as. rectores/as de las universidades andaluzas

Universidad de Almería: D. Pedro Roque Molina García.

Universidad de Cádiz: D. Diego Sales Márquez.

Universidad de Córdoba: D. José Manuel Roldán Nogueras.

Universidad de Granada: D. Francisco González Lodeiro.

Universidad de Huelva: D. Francisco J. Martínez López.

Universidad de Internacional de Andalucía: D. Juan Manuel Suárez Japón.

Universidad de Jaén: D. Manuel Parras Rosa.

Universidad de Málaga: Dña. Adelaida de la Calle Martín.

Universidad de Pablo de Olavide (Sevilla): D. Juan Jiménez Martínez.

Universidad de Sevilla: D. Joaquín Luque Rodríguez.

INTRODUCCIÓN TEÓRICA: EL ÉXITO EN LAS ORGANIZACIONES

Las personas, los grupos humanos y las organizaciones que abordan un proyecto están interesados en conocer si se alcanza o no el **éxito**.

De las tres acepciones que, según la Real Academia Española, tiene el vocablo «éxito», podemos centrar la atención en la primera de ellas:

«Resultado feliz de un negocio, actuación, etc.».

Es evidente que conocer si se alcanza el «*éxito*» implica tener definido qué o cuál es el «*resultado feliz*» que se pretende lograr. Sin conocer el **resultado final** esperado es imposible determinar si un proyecto tiene éxito o no.

La Misión, Visión y Valores (MVyV) de una organización identifican el resultado esperado, final o feliz, que se espera del mismo. Identifican también la razón por la que se ha generado el Servicio (Misión), los objetivos que se pretenden alcanzar a largo plazo (Visión) y los Valores que se pretenden mantener en la gestión. En definitiva, identifican los «*resultados felices*» que deben ser alcanzados para tener éxito.

Una vez transformados en indicadores mensurables, estos resultados serían los «resultados claves» de la organización según la terminología del modelo EFQM.

Objetivos o resultados finales: fines o resultados marcados previamente como metas a las que debe dirigir sus esfuerzos la organización.

Éxito: grado en el que la organización alcanza los resultados claves.

Factor de éxito: algo que debe ocurrir o lograrse para que la organización pueda conseguir el éxito.

Factor crítico de éxito: factor de éxito imprescindible para que la organización pueda llegar al éxito.

Los objetivos son fines en sí mismos. Si un objetivo sirve para obtener otros objetivos, se considera entonces un factor de éxito.

El modelo EFQM define los factores críticos de éxito como: *«número limitado de características, condiciones o variables que inciden directamente sobre la eficacia, eficiencia y viabilidad de una organización, programa o proyecto»*.

Rockart, 1982, define a los factores críticos de éxito como: *«las áreas claves en las que son absolutamente necesarios los resultados favorables para que un gerente en particular alcance sus metas»*.

En resumen, se podría realizar un esquema muy sencillo para visualizar si una organización tiene bien definida la columna vertebral de su gestión.

MVyV —> Definen el punto al que queremos llegar a nivel de la organización.

Política y estrategia —> Exponen las ideas que la organización pondrá en marcha con el fin de alcanzar los resultados esperados y definidos en la MVyV. La política y estrategia deben tener en cuenta los recursos disponibles y las condiciones del entorno en el que la organización desarrolla y desarrollará su actividad.

Procesos —> Actividades que la organización realizará para hacer realidad la política y estrategia.

Resultados claves —> Conjuntos de resultados medidos mediante indicadores que permiten la situación en que se encuentra la organización con respecto a las metas o fines marcados en la MVyV y la política y estrategia.

En este trabajo se ha utilizado un procedimiento muy simple para proponer cuáles podrían ser los **«resultados felices»** de los Servicios de Extensión Universitaria. El mismo procedimiento se ha utilizado para proponer indicadores y factores que conduzcan al éxito.

No se pretende dar una receta sobre cuál debe ser el marco de desarrollo de la actividad de los Servicios de Extensión Universitaria. Todo lo contrario. Se pretende exponer un documento con múltiples opciones que facilite el trabajo de análisis de los Servicios de Extensión Universitaria.

Este trabajo sigue la línea abierta con la propuesta de manual de procesos como marco de referencia para los Servicios de Extensión Universitaria, publicada previamente dentro del mismo proyecto.

Metodología utilizada.

Determinación de Misión, Visión y Valores tipos

El primer paso se ha centrado en la definición de un estándar de MVyV para los Servicios de Extensión Universitaria. Para obtenerlo se realizó un trabajo de síntesis de diferentes MVyV de Servicios de varias universidades. Sobre la propuesta inicial se trabajó, con un panel de expertos de amplia experiencia en servicios de Extensión Universitaria, hasta obtener unas definiciones de MVyV con carácter general.

Se realizaron las siguientes tareas:

1. Detectar las ideas principales o básicas en cada una de las MVyV utilizadas como referencias.
2. Agrupar las ideas básicas detectadas y redactarlas recogiendo todos los matices detectados.
3. Partiendo de las ideas obtenidas, redactar una propuesta de MVyV, compendio del conjunto de los utilizados.

Identificación de los factores de éxito y sus indicadores asociados

Partiendo de la MVyV elaborada, se determinaron los factores de éxito y los indicadores que se podrían utilizar para medir el nivel de éxito del Servicio. Se realizaron los siguientes pasos:

- 1) Desde la MVyV, elaborar una lista de los objetivos que tiene o pretende alcanzar la organización.

- 2) Revisar la lista de objetivos diferenciando aquellos que constituyen un fin en sí mismos de aquellos que son medios para conseguir otros objetivos (factores de éxito).
- 3) Recopilar, para cada objetivo, la lista de factores de éxito que se le podrían asociar. Los factores de éxito pueden ser internos o externos a la organización. Aunque sobre los factores externos no se tiene posibilidad de actuar, ello no es motivo para que no se considere en el análisis y se tenga en cuenta en la planificación estratégica de la propia organización.
- 4) Eliminar factores de éxito no relevantes. Al agrupar los factores de éxito por objetivos, es posible que estén repetidos o sean sinónimos de un objetivo.
- 5) Finalmente, se proponen los indicadores para la medida del éxito

Es en la propuesta de indicadores en la que pueden existir mayores discrepancias con la realidad de gestión de los distintos Servicios de Extensión Universitaria. Por ello, estos solamente deben tomarse como posibles referencias y someterlos a un trabajo de definición y adaptación a las realidades del servicio.

Finalmente, agradecer al panel de expertos que ha colaborado en el análisis y depuración del trabajo la dedicación y cariño que han brindado a este proyecto.

METODOLOGÍA

Como quiera que en el ámbito de la Extensión Universitaria y, por qué no decirlo en muchos ámbitos de la gestión universitaria, no es habitual reflexionar en torno a los factores de éxito y/o resultados claves de un Servicio de Extensión Universitaria (SEU) optamos por una metodología de carácter participativo que integrara el máximo de opiniones sobre el tema en concreto. La metodología queda resumida en los siguientes ítems:

- Búsqueda de formulaciones de Misión, Visión y Valores de vicerrectorados y servicios de Extensión Universitaria en Andalucía.
- Elaboración de un documento de Síntesis para ser abordado en el Panel de Expertos.
- Celebración del Panel de Expertos I en Antequera (presencial) el día 10 de noviembre de 2010. En Anexo se adjunta el listado de participantes en el Panel que lo hicieron a título individual (como expertos en el tema) y no institucional.
- Elaboración de un documento de conclusiones con las aportaciones recogidas en el Panel de Expertos I.
- Celebración del Panel de Expertos II (a distancia) en el mes de enero de 2011 para validar documento de conclusiones y la batería de propuestas de indicadores.

DOCUMENTO FINAL

Propuestas de «indicadores» y «factores» del éxito en los servicios de Extensión Universitaria

PROPUESTA DE MISIÓN PARA UN SERVICIO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA (SEU)

El Servicio de Extensión Universitaria es un Servicio de la Universidad dedicado a la promoción de la creación artística y cultural, a facilitar el acceso a la cultura de la sociedad, difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual y finalmente contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.

Todo ello dirigido al ámbito de la sociedad en la que se inserta la Universidad y con especial relevancia al entorno de la comunidad universitaria (alumnos, profesorado y personal de administración y servicios).

Estos objetivos se pretenden alcanzar con actividades realizadas fuera de la programación académica reglada, aunque en coordinación con la misma cuando sea conveniente.

PROPUESTA DE FACTORES DE ÉXITO DE LA MISIÓN

Factores de éxito de la Misión (Síntesis)

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la formación integral de los estudiantes en su proceso de educación permanente.

2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitador del acceso a la cultura.
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.

Factores de éxito de la Misión. (Ampliado)

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la formación integral de los estudiantes en su proceso de educación permanente.
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - Contribución a la formación integral. Memoria anual de actividades.
 - Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.
2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.
 - Reconocimiento como promotor de la creación.
 - Actividades de promoción de la creación e indicadores de costes.
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitadoras del acceso a la cultura.
 - Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.
 - Actividades de herramienta de acceso a la cultura.

4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.
 - Reconocimiento como difusor del pensamiento.
 - Actividades de difusión del pensamiento.

Factores de éxito de la Misión. (Desplegado)

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la formación integral de los estudiantes en su proceso de educación permanente.
 - Reconocimiento de la universidad.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.
 - Contribución a la formación integral. Memoria anual de actividades.
 - INDICADOR (9a): Oferta cultural años anteriores.
 - Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.
 - INDICADOR (9b): Relación entre la financiación propia y la financiación total.
2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.
 - Reconocimiento como promotor de la creación.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como Promotor de la creación.
 - Actividades de promoción de la creación e indicadores de costes:
 - Premios, concursos y convocatorias.
 - INDICADOR (9a): Número de participantes por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por participante.

- Exposiciones.
 - . INDICADOR (9a): Visitantes año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por participante.
 - Campus de la Cultura: escuelas y cursos.
 - . INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año.
 - . INDICADOR (9a): Número de horas impartidas.
 - . INDICADOR (9a): Media del número de horas/participante.
 - . INDICADOR (9b): Coste por inscripción.
 - . INDICADOR (9b): Coste por hora impartida.
 - . INDICADOR (9b): Coste por hora/participante.
 - Coral Universitaria, Aula de Teatro y otras producciones propias.
 - . INDICADOR (9a): Número actividades por año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por actividad
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitadoras del acceso a la cultura.
- Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.
 - . INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.
 - Actividades de herramienta de acceso a la cultura.
 - Revista digital (*diezen cultura*).
 - . INDICADOR (9a): Número de visitas año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por visita.
 - Programas de música, cine, teatro.
 - . INDICADOR (9a): Número de actividades año.
 - . INDICADOR (9a): Número de asistentes año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por actividad.
 - . INDICADOR (9b): Coste por asistente.
 - Campus de la Cultura.
 - . INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por inscripción.
 - Centro de recursos culturales.
 - . INDICADOR (9a): Número de préstamos año.

- INDICADOR (9a): Número de número de registros año.
 - INDICADOR (9b): Coste por préstamo.
 - INDICADOR (9b): Coste por registro.
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.
- Reconocimiento como difusor del pensamiento.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como difusor del pensamiento.
 - Actividades de difusión del pensamiento.
 - Programas de difusión literaria.
 - INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por espectador.
 - Programas de difusión del Flamenco.
 - INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por espectador.
 - Programas de difusión de cultura científica.
 - INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por espectador.
 - Programas *estacionales*.
 - INDICADOR (9a): Número de actividades por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por actividad.

PROPUESTA DE VISIÓN DEL SERVICIO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

El Servicio de Extensión Universitaria se marca como objetivo revalorizar paulatinamente su misión, convirtiéndose en un servicio dinámico, innovador y creativo, con una destacada capacidad de adaptación de los sistemas de gestión para integrar las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés en los programas y en la gestión diaria. Impulsando un aumento gradual a nivel cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades mediante la modificación de sus estructuras.

Persigue el objetivo de convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad, punto de referencia en la programación cultural para otras universidades del marco andaluz, nacional e internacional. Ofreciendo la mejor imagen de la Universidad al público en general, a todas las instituciones públicas y privadas y a la comunidad universitaria, con el fin de vincular, cada vez más, el ámbito universitario con el de la sociedad. Convirtiéndose en la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las líneas estratégicas de la propia universidad.

Pretende ser reconocido en el seno de la Universidad, contribuyendo, con ello, al sentimiento de pertenencia a la institución de nuestros alumnos, profesores y PAS.

Pretende liderar la coordinación de la oferta cultural en su área de influencia con el objetivo de facilitar una inversión compartida que repercuta en una mayor eficiencia en la gestión y promover el diálogo intercultural con otras instituciones de Educación Superior situadas en el plano nacional e internacional.

Su actividad se dirige fundamentalmente a la comunidad universitaria y en los ciudadanos del ámbito geográfico en el que se inserta la Universidad.

Y para alcanzar los objetivos se contará con un personal cualificado, motivado e implicado en el proyecto y que desarrolle su actividad en un entorno laboral que contribuya a la consecución de los objetivos, al contar con medios e incentivos que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio, como en la carrera profesional de sus trabajadores.

PROPUESTA DE FACTORES DE ÉXITO DE LA VISIÓN:

Factores de éxito de la Visión. (Síntesis)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

1. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.
2. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia universidad.

En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:

1. Cuando el SEU sea reconocida por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.
2. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.

En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:

1. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.
2. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.

Factores de éxito de la Visión. (Ampliado)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

1. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.
 - Mejora de los indicadores de éxito de la misión.
 - Diferenciación de la actividades del SEU con respecto otros agentes culturales.
2. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.
 - Difusión de logros científicos y de la Ciencia.

En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:

1. Cuando el SEU sea reconocido por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.
 - Indicador de satisfacción y reconocimiento de la sociedad.
2. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.

- Reconocimiento de la Universidad.
- Reconocimiento como promotor de la creación.
- Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.
- Reconocimiento como difusor del pensamiento.
- Programas exclusivos en el territorio urbano de aplicación.
- Programas que han sido modelo, estándar o utilizados por otras organizaciones.
- Competencias culturales insertadas en los planes de estudio de la Universidad.
- Reconocimiento de las organizaciones culturales.

En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:

1. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.
 - Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.
2. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.
 - En relación con la percepción de las personas.
 - En relación con la mejora en las personas.

Factores de éxito de la Visión. (Desplegado)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

1. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.
 - Mejora de los indicadores de éxito de la misión.
 - Mejora de la MISIÓN.
 - INDICADOR (9a): Porcentaje de indicadores de éxito de la Misión que se mejoran.

- Diferenciación de la actividades del SEU con respecto otros agentes culturales.
 - Cuando se verifique que los programas realizados combinan formatos y contenidos tradicionales y diferenciados.
 - INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que ofrecen las programaciones de otros agentes culturales del territorio.
2. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.
- Difusión de logros científicos y de la Ciencia:
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU a la difusión de los logros científicos de la Universidad.
 - Actividades realizadas de divulgación de los logros científicos y de la Ciencia.
 - INDICADOR (9a): Número de personas que han asistido a las actividades de divulgación de la Ciencia.
 - Indicador de eficiencia en la difusión de los logros científicos y de la Ciencia.
 - INDICADOR (9b): Coste por persona asistente.

En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:

1. Cuando el SEU sea reconocido por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.
- Indicador de satisfacción y reconocimiento de la sociedad.
 - INDICADOR (9b): Nivel de reconocimiento de las organizaciones de gestión cultural a nivel provincial, andaluz, nacional e internacional (en su caso) con la programación del SEU.

2. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Grado de Valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.
 - Reconocimiento como promotor de la creación.
 - INDICADOR (9a): Grado de Valoración de reconocimiento del SEU como promotor de la creación.
 - Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.
 - Reconocimiento como difusor del pensamiento.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como difusor del pensamiento.
 - Programas exclusivos en el territorio urbano de aplicación.
 - INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que se desarrollan en el territorio urbano de aplicación.
 - Programas que han sido modelo, estándar o utilizados por otras organizaciones.
 - INDICADOR (9a): Número de programas y/o productos cuya marca, formato o contenido hayan servido de modelo o estándar para otras universidades o servicios culturales.
 - Competencias culturales insertadas en los planes de estudio de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Número de asignaturas insertadas en los planes de estudio con relación directa con las competencias culturales diseñadas por el SEU.
 - Reconocimiento de las organizaciones culturales.
 - INDICADOR (9b): Nivel de valoración de la coordinación del SEU en las actividades a nivel provincial, andaluz, nacional e internacional (en su caso) programadas conjuntamente con otras entidades u organizaciones culturales.

En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:

1. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.
 - Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.
 - INDICADOR (9b): Relación entre la financiación propia y la financiación total.

2. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.
 - En relación con la percepción de las personas.
 - Encuesta de satisfacción de las personas.
 - INDICADOR (7a): Nivel de satisfacción de las personas.
 - INDICADOR (7a): Nivel de identificación con el SEU de las personas.
 - INDICADOR (7a): Nivel de motivación de las personas en el SEU.
 - En relación con la mejora en las personas.
 - En cuanto al nivel competencial.
 - INDICADOR (7b): Nivel de adecuación de las competencias de las personas a las competencias de los puestos de trabajo.
 - En cuanto al grado de formación.
 - INDICADOR (7b): Horas de formación por persona del SEU.
 - INDICADOR (9b): Coste por hora de formación del personal del SEU.

PROPUESTA DE VALORES DE UN SERVICIO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

- Orientación a la satisfacción de nuestros usuarios externos e internos.
- Liderazgo ético y socialmente responsable.
- Diálogo con los agentes culturales de nuestro territorio.
- Respeto a la libertad de creación de autores y artistas.
- Respeto a los derechos intelectuales de autores y creadores.
- Adaptación a una sociedad en constante cambio y búsqueda de la innovación relevante (asimilación de los procesos innovadores más relevantes).
- Búsqueda de la eficiencia.
- Espíritu emprendedor.
- Uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.
- Trabajo en equipo.

PROPUESTA DE FACTORES DE ÉXITO DE LOS VALORES:

Factores de éxito de los Valores. (Síntesis)

1. Cuando se evidencie que el SEU está orientado a la satisfacción de sus usuarios internos y externos.
2. Cuando se evidencie que el SEU respeta los derechos de autores y artistas.
3. Se evidencie la existencia de un diálogo con otros agentes culturales.
4. Se evidencia el respeto a la libertad de creación.

5. Se evidencie que se realiza un liderazgo ético y socialmente responsable.
6. Cuando se evidencie que el SEU hace un uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.
7. Cuando se evidencie que el SEU trabaja en equipo.

Factores de éxito de los Valores (Desplegado)

1. Cuando se evidencie que el SEU está orientado a la satisfacción de sus usuarios internos y externos.
 - INDICADOR (9a): Porcentaje de cobertura de necesidades y expectativas.
2. Cuando se evidencie que el SEU respeta los derechos de autor y artistas.
 - INDICADOR (6b): Número de liquidaciones registradas y abonadas a la SGAE y VEGAP en concepto de Derechos de Autor.
3. Se evidencie la existencia de un diálogo con otros agentes culturales.
 - INDICADOR (6a): Satisfacción de otros agentes culturales con el liderazgo y diálogo del SEU.
4. Se evidencia el respeto a la libertad de creación.
 - INDICADOR (6a): Satisfacción de los artistas y creadores que participan en las actividades del SEU en cuanto a la libertad de acción.
5. Se evidencie que se realiza un liderazgo ético y socialmente responsable.
 - INDICADOR (9a): Memoria de actuación adaptada a las normas de responsabilidad social.

6. Cuando se evidencie que el SEU hace un uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.
 - INDICADOR (9b): Número de ponencias subidas al compromiso medioambiental.

7. Cuando se evidencie que el SEU trabaja en equipo.
 - INDICADOR (7b): Número de seminarios internos, reuniones, grupos de mejora en los que intervienen la totalidad o un alto porcentaje del personal del SEU.

PROPUESTA DE INDICADORES VALIDADOS POR EL PANEL DE EXPERTO

FACTORES DE ÉXITO DE LA MISIÓN:

Factores de éxito de la Misión. (Síntesis)

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la formación integral de los estudiantes en su proceso de educación permanente.
2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitador del acceso a la cultura.
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.

Factores de éxito de la Misión. (Ampliado)

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la formación integral de los estudiantes en su proceso de educación permanente.
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - Contribución a la formación integral. Memoria anual de actividades.

2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.
 - Reconocimiento como promotor de la creación.
 - Actividades de promoción de la creación e indicadores de costes.

3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitadoras del acceso a la cultura.
 - Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.

4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.
 - Reconocimiento como difusor del pensamiento.
 - Actividades de difusión del pensamiento.

Factores de éxito de la Misión. (Desplegado)

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la formación integral de los estudiantes en su proceso de educación permanente.
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.
 - Contribución a la formación integral. Memoria anual de actividades.
 - INDICADOR (9a): Oferta cultural años anteriores.
 - Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.

2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.
 - Reconocimiento como promotor de la creación.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como promotor de la creación.
 - Actividades de promoción de la creación e indicadores de costes:
 - Premios, concursos y convocatorias.
 - INDICADOR (9a): Número de participantes por año.
 - Exposiciones.
 - INDICADOR (9a): Visitantes año.
 - Campus de la Cultura: escuelas y cursos.
 - INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año.
 - INDICADOR (9a): Número de horas impartidas.
 - INDICADOR (9b): Coste por hora impartida.
 - Coral Universitaria, Aula de Teatro y otras producciones propias.
 - INDICADOR (9a): Número actividades por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por actividad

3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitadoras del acceso a la cultura.
 - Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.
 - . INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.
 - Actividades de herramienta de acceso a la cultura.
 - Revista digital (*diezen cultura*).
 - . INDICADOR (9a): Número de visitas año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por visita.
 - Programas de música, cine, teatro.
 - . INDICADOR (9a): Número de actividades año.
 - . INDICADOR (9a): Número de asistentes año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por actividad.
 - . INDICADOR (9b): Coste por asistente.
 - Campus de la Cultura.
 - . INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por inscripción.
 - Centro de recursos culturales.
 - . INDICADOR (9a): Número de préstamos año.
 - . INDICADOR (9a): Número de número de registros año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por préstamo.
 - . INDICADOR (9b): Coste por registro.
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.
 - Reconocimiento como difusor del pensamiento.
 - . INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como difusor del pensamiento.
 - Actividades de difusión del pensamiento.
 - Programas de difusión literaria.
 - . INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.
 - . INDICADOR (9b): Coste por espectador.

- Programas de difusión del Flamenco.
 - INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por espectador.
- Programas de difusión de cultura científica.
 - INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.
- Programas estacionales.
 - INDICADOR (9a): Número de actividades por año.

FACTORES DE ÉXITO de la VISIÓN:

Factores de éxito de la Visión. (Síntesis)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

1. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.
2. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.

En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:

3. Cuando el SEU sea reconocida por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.
4. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.

En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:

5. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.

Factores de éxito de la Visión (Ampliado)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

1. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.
 - Mejora de los indicadores de éxito de la misión.
 - Diferenciación de la actividades del SEU con respecto otros agentes culturales.
2. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.
 - Difusión de logros científicos y de la Ciencia.

En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:

3. Cuando el SEU sea reconocido por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.
 - Indicador de satisfacción y reconocimiento de la sociedad.
4. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.
 - Reconocimiento de la universidad.
 - Reconocimiento como promotor de la creación.
 - Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.

- Reconocimiento como difusor del pensamiento.
- Competencias culturales insertadas en los planes de estudio de la Universidad.

En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:

5. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.
6. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.
 - En relación con la percepción de las personas
 - En relación con la mejora en las personas

Factores de éxito de la Visión. (Desplegado)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

1. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.
 - Mejora de los indicadores de éxito de la Misión.
 - Mejora de la MISIÓN.
 - INDICADOR (9a): Porcentaje de indicadores de éxito de la Misión que se mejoran.
 - Diferenciación de la actividades del SEU con respecto otros agentes culturales.
 - Cuando se verifique que los programas realizados combinan formatos y contenidos tradicionales y diferenciados.
 - INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que ofrecen las programaciones de otros agentes culturales del territorio.

2. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.
 - Difusión de logros científicos y de la Ciencia:
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU a la difusión de los logros científicos de la Universidad.
 - Actividades realizadas de divulgación de los logros científicos y de la Ciencia.
 - INDICADOR (9a): Número de personas que han asistido a las actividades de divulgación de la Ciencia.
 - Indicador de eficiencia en la difusión de los logros científicos y de la Ciencia.

En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:

3. Cuando el SEU sea reconocido por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.
 - Indicador de satisfacción y reconocimiento de la sociedad.
4. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.
 - Reconocimiento como promotor de la creación.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como Promotor de la creación.
 - Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.

- Reconocimiento como difusor del pensamiento.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como difusor del pensamiento.
- Programas exclusivos en el territorio urbano de aplicación.
 - INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que se desarrollan en el territorio urbano de aplicación.
- Programas que han sido modelo, estándar o utilizados por otras organizaciones.
 - INDICADOR (9a): Número de programas y/o productos cuya marca, formato o contenido hayan servido de modelo o estándar para otras universidades o servicios culturales.
- Competencias culturales insertadas en los planes de estudio de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Número de asignaturas insertadas en los planes de estudio con relación directa con las competencias culturales diseñadas por el SEU.
- Reconocimiento de las organizaciones culturales.
 - INDICADOR (9b): Nivel de valoración de la coordinación del SEU en las actividades a nivel provincial, andaluz, nacional e internacional (en su caso) programadas conjuntamente con otras entidades u organizaciones culturales.

En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:

5. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.
 - Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.
6. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.
 - En relación con la percepción de las personas.
 - Encuesta de satisfacción de las personas.
 - INDICADOR (7a): Nivel de satisfacción de las personas.

- INDICADOR (7a): Nivel de identificación con el SEU de las personas.
- INDICADOR (7a): Nivel de motivación de las personas en el SEU.
- En relación con la mejora en las personas.
 - En cuanto al nivel competencial.
 - INDICADOR (7b): Nivel de adecuación de las competencias de las personas a las competencias de los puestos de trabajo.
 - En cuanto al grado de formación.
 - INDICADOR (7b): Horas de formación por persona del SEU.

FACTORES DE ÉXITO DE LOS VALORES:

Factores de éxito de los Valores. (Síntesis)

1. Cuando se evidencie que el SEU está orientado a la satisfacción de sus usuarios internos y externos.
2. Cuando se evidencie que el SEU respeta los derechos de autores y artistas.
3. Se evidencie la existencia de un diálogo con otros agentes culturales
4. Se evidencia el respeto a la libertad de creación.
5. Se evidencie que se realiza un liderazgo ético y socialmente responsable
6. Cuando se evidencie que el SEU hace un uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.
7. Cuando se evidencie que el SEU trabaja en equipo.

Factores de éxito de los Valores. (Desplegado)

1. Cuando se evidencie que el SEU está orientado a la satisfacción de sus usuarios internos y externos.
 - INDICADOR (9a): Porcentaje de cobertura de necesidades y expectativas.
2. Cuando se evidencie que el SEU respeta los derechos de autor y artistas.
 - INDICADOR (6b): Número de liquidaciones registradas y abonadas a la SGAE y VEGAP en concepto de derechos de autor.
3. Se evidencie la existencia de un diálogo con otros agentes culturales
4. Se evidencia el respeto a la libertad de creación.
 - INDICADOR (6a): Satisfacción de los artistas y creadores que participan en las actividades del SEU en cuanto a la libertad de acción.
5. Se evidencie que se realiza un liderazgo ético y socialmente responsable
 - INDICADOR (9a): Memoria de actuación adaptada a las normas de responsabilidad social.
6. Cuando se evidencie que el SEU hace un uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.
 - INDICADOR (9b): Número de ponencias subidas al compromiso medioambiental.
7. Cuando se evidencie que el SEU trabaja en equipo.
 - INDICADOR (7b): Número de seminarios internos, reuniones, grupos de mejora en los que intervienen la totalidad o un alto porcentaje del personal del SEU.

TRABAJOS Y ANÁLISIS REALIZADOS PARA LLEGAR A LA PROPUESTA FINAL: RESULTADOS DEL GRUPO DE TRABAJO EN ANTEQUERA

MISIÓN:

La Unidad de Gestión de Extensión Cultural tiene como misión contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios en un proceso de educación permanente disponiendo los medios necesarios para potenciar la reflexión intelectual, la creación artística y la difusión de la cultura.

El Área de Promoción Cultural, mediante la organización de cursos de Extensión Universitaria y actividades culturales, es el promotor de la creación, difusión del pensamiento y acceso a la cultura de la comunidad universitaria y de la sociedad en su conjunto, con la finalidad de contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios en su proceso de formación permanente y al enriquecimiento cultural de su entorno.

Prestar un servicio de promoción cultural a través de una programación que facilite a la comunidad universitaria y a la sociedad en general la reflexión intelectual, la creación artística y la transmisión de conocimientos culturales y científico.

El Servicio de Extensión Universitaria busca constituirse en promotor de la creación, en difusor del pensamiento y en herramienta de acceso a la cultura en el ámbito de la comunidad universitaria y en el de la sociedad en su conjunto, con la finalidad específica de contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios en su proceso de educación permanente.

Ideas recogidas en el taller:

- Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.
- Creación, formación, difusión y acceso a la cultura de la comunidad universitaria y de la sociedad.
 - Promover la creación artística y cultural.
 - Facilitar a la sociedad el acceso a la cultura.
- Difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.
- Interacción entre Universidad y sociedad.
 - Promover la interacción a través de proyectos socio-culturales.
 - Dar respuestas a las demandas del entorno a través del asesoramiento técnico en la organización de actividades socio-culturales.
 - Programa integral que fomente reflexión y acción y que mejore la imagen social de la Universidad.
 - Captación de alumnos de manera indirecta al mejorar la imagen social de la Universidad (trabajar institutos).

VISIÓN:

La vocación de la Unidad de Gestión de Extensión Cultural es ser reconocida en el seno de la Universidad de Almería como la unidad central de difusión, creación y reflexión cultural de la Universidad de Almería. Y pretendemos hacerlo mediante:

- La promoción del acceso a la cultura.
- Fomento y prestación de servicios culturales.
- Fomento de la reflexión y del espíritu crítico.
- Fomento y difusión de las artes escénicas, musicales, plásticas y audiovisuales.

Queremos ser un servicio dinámico, innovador, creativo, referente en la programación cultural nacional e internacional, ser el vehículo de promoción y difusión de las inquietudes culturales de nuestra comunidad universitaria, y ofrecer la mejor imagen de nuestra Universidad al público en general, a todas las instituciones públicas y privadas y la comunidad universitaria, contribuyendo al sentimiento de pertenencia a nuestra institución de nuestros alumnos, profesores y PAS, con un personal cualificado, motivado e implicado en este proyecto común.

Ser un servicio que preste una amplia, marcada e innovadora oferta cultural, que promueva la participación de la comunidad universitaria y la sociedad en general en su formación, actividad creativa y disfrute cultural, implicando a su vez a otros agentes.

El Servicio de Extensión Universitaria aspira a revalorizar paulatinamente su papel no solo dentro de la propia Universidad de Cádiz sino en el contexto de la sociedad y el ámbito cultural de la provincia a través del gradual aumento cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades.

Tal objetivo corre parejo a la configuración de un perfil profesional que vincule aun más el ámbito universitario con el de la propia sociedad en el que se inserta y a la que sirve, fomentando la creatividad y el desarrollo intelectual y crítico mediante programas que casen tradición e innovación en un armónico cauce.

Como consecuencia, el Servicio de Extensión Universitaria busca convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad de Cádiz, en uno de sus servicios de mayor y mejor penetración social y en un punto de referencia para otras universidades del marco andaluz y nacional.

Dicho objetivo aspira a desarrollarse partiendo de una acción que consolide y perfeccione su modelo programático y financiero mediante la colaboración con otras instituciones, permitiendo una inversión compartida que repercuta en la pluralidad y profundidad de sus líneas de trabajo.

La planificación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y la consiguiente reestructuración de los planes de estudio conlleva el establecimiento de objetivos generales dirigidos a la adquisición y al dominio por parte del alumno de competencias y destrezas básicas que la Universidad debe garantizar. En este marco, el Servicio de Extensión Universitaria aspira a contribuir en esta formación, potenciando en sus objetivos y en sus programas el refuerzo de aquellas relacionadas con la cultura y con la divulgación universitaria.

En igual medida, el Servicio de Extensión Universitaria desea proporcionar a su plantilla un espacio laboral que contribuya a la consecución de estos objetivos, aportando incentivos y medios que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio al usuario como en la carrera profesional de sus trabajadores.

Ideas recogidas en el taller:

Grupo A:

El Servicio de Promoción Cultural aspira a revalorizar paulatinamente su misión, no sólo dentro de la propia Universidad, sino en el contexto de la sociedad y el ámbito cultural de su entorno. A través del gradual aumento cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades pretende ofrecer una amplia, marcada e innovadora oferta cultural, que promueva la participación de la comunidad universitaria y la sociedad en general en su formación, actividad creativa y disfrute cultural, implicando a su vez a otros agentes.

Entre los objetivos del Servicio de Promoción Cultural se encuentra el de vincular, cada vez más, el ámbito universitario con el de la sociedad, fomentando la creatividad y el desarrollo intelectual y crítico mediante programas que armonicen las señas de identidad con las vanguardias creativas.

Como consecuencia, el Servicio de Promoción Cultural busca convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad, en uno de sus servicios de mayor y mejor penetración social y en un punto de referencia para otras universidades del marco andaluz, nacional e internacional.

Dicho objetivo aspira a desarrollarse partiendo de una acción que consolide y perfeccione su modelo programático y financiero mediante la colaboración con otras instituciones, permitiendo una inversión compartida que repercuta en la pluralidad y profundidad de sus líneas de trabajo.

La planificación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y la consiguiente reestructuración de los planes de estudio conlleva el establecimiento de objetivos generales dirigidos a la adquisición y al dominio por parte del alumno de competencias y destrezas básicas que la Universidad

debe garantizar. En este marco, el Servicio de Promoción Cultural aspira a contribuir a la formación de los alumnos dentro del marco del EEES, potenciando en sus objetivos y en sus programas el refuerzo de aquellas relacionadas con la cultura y con la divulgación universitaria.

En igual medida, el Servicio de Promoción Cultural desea proporcionar a su plantilla un espacio laboral que contribuya a la consecución de estos objetivos, aportando incentivos y medios que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio al usuario como en la carrera profesional de sus trabajadores.

Igualmente es necesario asumir los retos derivados de la internacionalización en la Educación Superior en lo que respecta a los dominios propios del Servicio de Promoción Cultural así como promover el diálogo intercultural con instituciones de Educación Superior situadas en el plano internacional.

Grupo B:

El Servicio de Promoción Cultural tiene entre sus objetivos conseguir mayor agilidad y adaptabilidad de la institución y sus programas al cambio general así como ganar capacidad de adaptación de los sistemas de gestión mediante la modificación de sus propias estructuras.

Otras de sus aspiraciones es lograr que la comunicación forme parte del proceso de creación y producción cultural, que se logren integrar las herramientas de detección de necesidades y expectativas de los clientes dentro de la gestión diaria y que se lideren procesos de coordinación de la oferta cultural en su área de influencia.

Asimismo, el Servicio busca erigirse en vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico de la Universidad y de las líneas estratégicas de la propia Universidad.

VALORES:

Los siguientes principios y valores orientan todas las acciones y decisiones de la Unidad de Gestión de Extensión Cultural en el desempeño de sus funciones propias:

- Orientación hacia el servicio al cliente.
- Compromiso con la institución.
- Búsqueda permanente de la excelencia en los procesos, productos y servicios.
- Trabajo en equipo y convergencia de esfuerzos.

Compromiso para prestar servicios de calidad a todos nuestros usuarios y grupos de interés:

- Prestando un trato respetuoso, amable y honesto.
- Realizando nuestras tareas con habilidad y competencia.
- Comunicando de forma clara y cortés los servicios prestados.
- Atendiendo de forma activa sus reclamos, comentarios y preocupaciones.
- Mostrando flexibilidad ante nuevas ideas.
- Suministrando lo acordado puntualmente.
- Mejorando continuamente nuestros procesos y servicios prestados.
- Proporcionando a la plantilla de la Unidad un espacio laboral y profesional que contribuya a la consecución de estos valores.
- Realizando programas de formación que contribuyan a incrementar la capacidad técnica y la satisfacción laboral del empleado.

ANÁLISIS DE LA MISIÓN:

Primer análisis MISIÓN

(Detección de las ideas principales en cada propuesta):

La Unidad de Gestión de Extensión Cultural tiene como misión contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios en un proceso de educación permanente disponiendo los medios necesarios para potenciar la reflexión intelectual, la creación artística y la difusión de la cultura.

El Área de Promoción Cultural, mediante la organización de cursos de Extensión Universitaria y actividades culturales, es el promotor de la creación, difusión del pensamiento y acceso a la cultura de la comunidad universitaria y de la sociedad en su conjunto, con la finalidad de contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios en su proceso de formación permanente y al enriquecimiento cultural de su entorno.

Prestar un servicio de promoción cultural a través de una programación que facilite a la comunidad universitaria y a la sociedad en general la reflexión intelectual, la creación artística y la transmisión de conocimientos culturales y científico

El Servicio de Extensión Universitaria busca constituirse en promotor de la creación, en difusor del pensamiento y en herramienta de acceso a la cultura en el ámbito de la comunidad universitaria y en el de la sociedad en su conjunto, con la finalidad específica de contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios en su proceso de educación permanente.

Segundo análisis MISIÓN

(Separar las ideas principales detectadas y redactarlas independientemente):

Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.
Potenciar la reflexión intelectual.
Creación artística.
Difusión de la cultura.

Promotor de la creación (cultural).
Difusión del pensamiento.
Acceso a la cultura.
Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.
Enriquecimiento cultural de su entorno.

Promoción cultural.
Reflexión intelectual.
Creación artística.
Transmisión de conocimientos culturales y científicos.

Promotor de la creación (cultural).
Difusor del pensamiento.
Herramienta de acceso a la cultura.
Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.

Características generales:

- Ámbito de la comunidad universitaria y sociedad.
- Formación en su proceso de educación permanente.

Tercer análisis MISIÓN

(Agrupar las ideas principales en función de su significación):

Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios

Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.

Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.

Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.

Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.

Promover la creación artística y cultural

Creación artística.

Creación artística.

Promotor de la creación (¿cultural?).

Promotor de la creación (¿cultural?).

Promover la creación artística y cultural.

Facilitar el acceso a la cultura de la sociedad

Acceso a la cultura.

Difusión de la cultura.

Enriquecimiento cultural de su entorno.

Herramienta de acceso a la cultura.

Promoción cultural.

Transmisión de conocimientos culturales y científico.

Facilitar a la sociedad el acceso a la cultura.

Difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual

Difusión del pensamiento.

Difusor del pensamiento.

Potenciar la reflexión intelectual.

Reflexión intelectual.

Difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.

Características generales:

- Formación en su proceso de educación permanente.
- Ámbito de la comunidad universitaria y sociedad.
- Interacción entre Universidad y sociedad.
 - Promover la interacción a través de proyectos socio-culturales.
 - Dar respuestas a las demandas del entorno a través del asesoramiento técnico en la organización de actividades socio-culturales.
 - Programa integral que fomente reflexión y acción y que mejore la imagen social de la Universidad.
 - Captación de alumnos de manera indirecta al mejorar la imagen social de la Universidad (trabajar institutos)

Cuarto análisis MISIÓN

(Partiendo de las ideas principales realizar una propuesta de Misión. Redactarla):

Resumen MISIÓN

Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.

Promover la creación artística y cultural.

Facilitar el acceso de la sociedad a la cultura.

Difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.

En el:

- Ámbito de la comunidad universitaria y sociedad.
- Ámbito de la formación permanente.

Redacción de la MISIÓN:

- ¿Quiénes somos?
- ¿A qué nos dedicamos?
- ¿En qué nos diferenciamos?
- ¿Por qué y para qué hacemos lo que hacemos?
- ¿Para quién lo hacemos? (clientes)
- ¿Cómo lo hacemos? (procesos)

El Servicio de Extensión Universitaria es un servicio de la Universidad dedicado a la promoción de la creación artística y cultural que busca facilitar el acceso de la sociedad a la cultura, difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual así como contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.

Todo ello dirigido al ámbito de la sociedad en la que se inserta la Universidad y con especial relevancia al entorno de la comunidad universitaria (alumnos, profesorado y personal de administración y servicios).

Estos objetivos se pretenden alcanzar con actividades realizadas fuera de la programación académica reglada, aunque en coordinación con la misma cuando sea conveniente.

Quinto análisis

(Encontrar dónde está el éxito en las ideas principales):

Resumen MISIÓN

Contribuir a la formación integral de los estudiantes universitarios.

Promover la creación artística y cultural.

Facilitar el acceso a la cultura de la sociedad.

Difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.

En el:

- Ámbito de la comunidad universitaria y sociedad.
- Ámbito de la formación permanente.

¿Dónde estaría el éxito de las unidades de Extensión?:

1. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria acerca de la contribución que las unidades de Extensión realizan a la **formación integral de los estudiantes universitarios**.
2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la **promoción de la creación artística y cultural** por parte de las unidades de Extensión.
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitador del **acceso a la cultura**.
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros idóneos para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.

Sexto análisis

(Proponer los indicadores claves para la medida del éxito):

Resultados claves criterio 9a y 9b del modelo EFQM

Los indicadores de resultados son generalmente de tres tipos:

- a) Indicadores de actividad realizada (criterio 9a).
- b) Indicadores de satisfacción alcanzada (criterio 9a).
- c) Indicadores de coste por actividad o unidad de servicio realizado (criterio 9b).

Ejemplo:

- 2. Cuando exista un reconocimiento de la sociedad hacia la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.
 - a) Indicadores de satisfacción alcanzada (criterio 9a).
 - i) Satisfacción de las personas asistentes a las actividades.
 - ii) Conocimiento de las actividades por las personas de la Universidad.
 - iii) Conocimiento de las actividades por la sociedad.
 - iv) Satisfacción con las actividades programadas de las personas de la Universidad.
 - v) Satisfacción con las actividades programadas de la sociedad.
 - b) Indicadores de actividad realizada (criterio 9a).
 - i) Número de actividades programadas.
 - ii) Número de asistentes a las actividades.
 - iii) Número medio de asistentes a las actividades.
 - iv) Porcentaje de asistentes sobre población posible (¿personas Universidad?).
 - c) Indicadores de coste por actividad o unidad de servicio realizado (criterio 9b).
 - i) Coste total de las actividades programadas.
 - ii) Porcentaje de autofinanciación.

¿Dónde estaría el éxito de las unidades de Extensión?:

1. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria acerca de la contribución que las unidades de Extensión realizan a la formación integral de los estudiantes universitarios.
2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitador del acceso a la cultura.
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.

MEDICIÓN de los FACTORES DE ÉXITO de la MISIÓN:

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la **formación integral de los estudiantes** en su proceso de educación permanente.
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.
 - Contribución a la formación integral. Memoria anual de actividades.
 - INDICADOR (9a): Oferta cultural años anteriores.
 - Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.
 - INDICADOR (9b): Relación entre la financiación propia y la financiación total.

2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la **promoción de la creación artística y cultural** por parte de las unidades de Extensión.
 - Reconocimiento como promotor de la creación.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como promotor de la creación.
 - Actividades de promoción de la creación e indicadores de costes:
 - Premios, concursos y convocatorias.
 - INDICADOR (9a): Número de participantes por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por participante.
 - Exposiciones.
 - INDICADOR (9a): Visitantes año.
 - INDICADOR (9b): Coste por participante.
 - Campus de la Cultura: escuelas y cursos.
 - INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año.
 - INDICADOR (9a): Número de horas impartidas.
 - INDICADOR (9a): Media del número de horas/participante.
 - INDICADOR (9b): Coste por inscripción.
 - INDICADOR (9b): Coste por hora impartida.
 - INDICADOR (9b): Coste por hora/participante.

- Coral Universitaria, Aula de Teatro y otras producciones propias.
 - INDICADOR (9a): Número actividades por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por actividad
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitador del **acceso a la cultura**.
- Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.
 - Actividades de herramienta de acceso a la cultura.
 - Revista digital (*diezen cultura*).
 - INDICADOR (9a): Número de visitas año.
 - INDICADOR (9b): Coste por visita.
 - Programas de música, cine, teatro.
 - INDICADOR (9a): Número de actividades año.
 - INDICADOR (9a): Número de asistentes año.
 - INDICADOR (9b): Coste por actividad.
 - INDICADOR (9b): Coste por asistente.
 - Campus de la Cultura.
 - INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por inscripción.
 - Centro de recursos culturales.
 - INDICADOR (9a): Número de préstamos año.
 - INDICADOR (9a): Número de número de registros año.
 - INDICADOR (9b): Coste por préstamo.
 - INDICADOR (9b): Coste por registro.
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para **difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual**.
- Reconocimiento como difusor del pensamiento.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como Difusor del pensamiento.

- Actividades de difusión del pensamiento.
 - Programas de difusión literaria.
 - INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por espectador.
 - Programas de difusión del Flamenco.
 - INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por espectador.
 - Programas de cultura científica.
 - INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por espectador.
 - Programas estacionales.
 - INDICADOR (9a): Número de actividades por año.
 - INDICADOR (9b): Coste por actividad.

ANÁLISIS DE LA VISIÓN:

Primer análisis

(Detección de las ideas principales en cada propuesta):

La vocación de la Unidad de Gestión de Extensión Cultural es ser reconocida en el seno de la Universidad de Almería como la unidad central de difusión, creación y reflexión cultural de la Universidad de Almería. Y pretendemos hacerlo mediante:

- La promoción del acceso a la cultura.
 - El fomento y prestación de servicios culturales.
 - El fomento de la reflexión y del espíritu crítico.
 - El fomento y difusión de las artes escénicas, musicales, plásticas y audiovisuales.
-

Queremos ser un servicio dinámico, innovador, creativo, referente en la programación cultural nacional e internacional, ser el vehículo de promoción y difusión de las inquietudes culturales de nuestra comunidad universitaria, y ofrecer la mejor imagen de nuestra Universidad al público en general, a todas las instituciones públicas y privadas y la comunidad universitaria, contribuyendo al sentimiento de pertenencia a nuestra institución de nuestros alumnos, profesores y PAS, con un personal cualificado, motivado e implicado en este proyecto común.

Ser un servicio que preste una amplia, marcada e innovadora oferta cultural, que promueva la participación de la comunidad universitaria y la sociedad en general en su formación, actividad creativa y disfrute cultural, implicando a su vez a otros agentes.

El Servicio de Extensión Universitaria aspira a revalorizar paulatinamente su papel no solo dentro de la propia Universidad de Cádiz sino en el contexto de la **sociedad** y el **ámbito cultural** de la provincia **a través del gradual aumento cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades.**

Tal objetivo corre parejo a la configuración de un perfil profesional que vincule aun más tanto el ámbito universitario con el de la propia sociedad en el que se inserta y a la que sirve, **fomentando la creatividad y el desarrollo intelectual y crítico mediante programas que casen tradición e innovación en un armónico cauce.**

Como consecuencia, el Servicio de Extensión Universitaria busca **convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad de Cádiz**, en uno de sus **servicios de mayor y mejor penetración social** y en un **punto de referencia para otras universidades del marco andaluz y nacional.**

Dicho objetivo aspira a desarrollarse partiendo de una acción que consolide y perfeccione su modelo programático y financiero mediante la **colaboración con otras instituciones, permitiendo una inversión compartida que repercuta en la pluralidad y profundidad de sus líneas de trabajo.**

La planificación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y la consiguiente reestructuración de los planes de estudio conlleva el establecimiento de objetivos generales dirigidos a la adquisición y al dominio por parte del alumno de competencias y destrezas básicas que la Universidad debe garantizar. En este marco, el Servicio de Extensión Universitaria aspira a **contribuir en esta formación, potenciando en sus objetivos y en sus programas el refuerzo de aquellas relacionadas con la cultura y con la divulgación universitaria.**

En igual medida, el Servicio de Extensión Universitaria desea **proporcionar a su plantilla un espacio laboral que contribuya a la consecución de estos objetivos, aportando incentivos y medios que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio al usuario como en la carrera profesional de sus trabajadores.**

Ideas recogidas en el taller:

Grupo A:

El Servicio de Promoción Cultural aspira a revalorizar paulatinamente su misión, no solo dentro de la propia Universidad, sino en el contexto de la sociedad y el ámbito cultural de su entorno. A través del gradual aumento cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades pretende ofrecer una amplia, marcada e innovadora oferta cultural, que promueva la participación de la comunidad universitaria y la sociedad en general en su formación, actividad creativa y disfrute cultural, implicando a su vez a otros agentes.

Entre los objetivos del Servicio de Promoción Cultural se encuentra el de vincular, cada vez más, el ámbito universitario con el de la sociedad, fomentando la creatividad y el desarrollo intelectual y crítico mediante programas que armonicen las señas de identidad con las vanguardias creativas.

Como consecuencia, el Servicio de Promoción Cultural busca convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad, en uno de sus servicios de mayor y mejor penetración social y en un punto de referencia para otras universidades del marco andaluz, nacional e internacional.

Dicho objetivo aspira a desarrollarse partiendo de una acción que consolide y perfeccione su modelo programático y financiero mediante la colaboración con otras instituciones, permitiendo una inversión compartida que repercuta en la pluralidad y profundidad de sus líneas de trabajo.

La planificación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y la consiguiente reestructuración de los planes de estudio conlleva el establecimiento de objetivos generales dirigidos a la adquisición y al dominio por parte del alumno de competencias y destrezas básicas que la Universidad debe garantizar. En este marco, el Servicio de Promoción Cultural aspira a contribuir a la formación de los alumnos dentro del marco del EEES, poten-

ciendo en sus objetivos y en sus programas el refuerzo de aquellas relacionadas con la cultura y con la divulgación universitaria.

En igual medida, el Servicio de Promoción Cultural desea proporcionar a su plantilla un espacio laboral que contribuya a la consecución de estos objetivos, aportando incentivos y medios que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio al usuario como en la carrera profesional de sus trabajadores.

Asumir los retos derivados de la internacionalización en la Educación Superior en lo que respecta a los dominios propios del Servicio de Promoción Cultural.

Promover el diálogo intercultural con instituciones de Educación Superior situadas en el plano internacional.

Grupo B:

Agilidad y adaptabilidad de la institución y sus programas al cambio general.

Capacidad de adaptación de los sistemas de gestión mediante la modificación de sus propias estructuras.

Comunicación como parte del proceso de creación y producción cultural.

Integración de las herramientas de detección de necesidades y expectativas de los clientes dentro de la gestión diaria.

Liderar procesos de coordinación de la oferta cultural en su área de influencia.

Vía de transmisión cultural de la líneas de desarrollo científico de la Universidad y de las líneas estratégicas de la propia Universidad.

Segundo análisis

(Separar las ideas principales detectadas y redactarlas independientemente):

Ser reconocida en el seno de la Universidad como la unidad central de difusión, creación y reflexión cultural.

Y pretendemos hacerlo mediante:

- La promoción del acceso a la cultura.
 - Fomento y prestación de servicios culturales.
 - Fomento de la reflexión y del espíritu crítico.
 - Fomento y difusión de las artes escénicas, musicales, plásticas y audiovisuales.
-

ser un servicio dinámico, innovador, creativo, referente en la programación cultural nacional e internacional, vehículo de promoción y difusión de las inquietudes culturales de nuestra comunidad universitaria, ofrecer la mejor imagen de nuestra universidad al público en general, a todas las instituciones públicas y privadas y la comunidad universitaria, contribuyendo al sentimiento de pertenencia a nuestra institución de nuestros alumnos, profesores y PAS, personal cualificado, motivado e implicado en este proyecto común.

preste una amplia, marcada e innovadora oferta cultural, promueva la participación de la comunidad universitaria y la sociedad en general en su formación, actividad creativa y disfrute cultural,

revalorizar paulatinamente su papel en la Universidad, sociedad, ámbito cultural a través del gradual aumento cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades, fomentando la creatividad y el desarrollo intelectual y crítico mediante programas que casen tradición e innovación en un armónico cauce. convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad

servicios de mayor y mejor penetración social
punto de referencia para otras universidades del marco andaluz y nacional.

colaboración con otras instituciones, permitiendo una inversión compartida que repercuta en la pluralidad y profundidad de sus líneas de trabajo.

contribuir en esta formación EEES, potenciando en sus objetivos y en sus programas el refuerzo de aquellas relacionadas con la cultura y con la divulgación universitaria.

proporcionar a su plantilla un espacio laboral que contribuya a la consecución de estos objetivos, aportando incentivos y medios que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio al usuario como en la carrera profesional de sus trabajadores.

revalorizar paulatinamente su misión, dentro de la propia Universidad, en el contexto de la sociedad y el ámbito cultural de su entorno.

gradual aumento cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades

ofrecer una amplia, marcada e innovadora oferta cultural,

promueva la participación de la comunidad universitaria y la sociedad en general en su formación, actividad creativa y disfrute cultural, implicando a su vez a otros agentes.

vincular, cada vez más, el ámbito universitario con el de la sociedad, fomentando la creatividad y el desarrollo intelectual y crítico

programas que armonicen las señas de identidad con las vanguardias creativas.

marcas de identidad de la Universidad,

punto de referencia para otras universidades del marco andaluz, nacional e internacional.

consolide y perfeccione su modelo programático y financiero mediante la colaboración con otras instituciones,

contribuir a la formación de los alumnos dentro del marco del EEES, potenciando en sus objetivos y en sus programas el refuerzo de aquellas relacionadas con la cultura y con la divulgación universitaria.

proporcionar a su plantilla un espacio laboral que contribuya a la consecución de estos objetivos.

aportando incentivos y medios que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio al usuario como en la carrera profesional de sus trabajadores.

retos derivados de la internacionalización en la Educación Superior en lo que respecta a los dominios propios del Servicio de Promoción Cultural.

Promover el diálogo intercultural con instituciones de Educación Superior situadas en el plano internacional.

Agilidad y adaptabilidad de la institución y sus programas al cambio general.

Capacidad de adaptación de los sistemas de gestión

mediante la modificación de sus propias estructuras.

Comunicación como parte del proceso de creación y producción cultural.

Integración de las herramientas de detección de necesidades y expectativas de los clientes dentro de la gestión diaria.

Liderar procesos de coordinación de la oferta cultural en su área de influencia.

Vía de transmisión cultural de la líneas de desarrollo científico de la Universidad y de las líneas estratégicas de la propia Universidad.

Tercer análisis

(Agrupar las ideas principales en función de su significación):

DEL PROPIO SERVICIO:

- Ser un servicio dinámico, innovador, creativo,
- Agilidad y adaptabilidad de la institución y sus programas al **cambio** general.
- Capacidad de **adaptación** de los sistemas de gestión
- Integración de las herramientas de detección de necesidades y expectativas de los clientes dentro de la gestión diaria.
- Gradual aumento cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades mediante
 - la modificación de sus propias estructuras.
 - programas que casen tradición e innovación en un armónico cauce.
- Fomento y difusión de:
 - la creatividad
 - el desarrollo intelectual
 - la reflexión y del espíritu crítico
 - las artes escénicas, musicales, plásticas y audiovisuales
 - de servicios culturales
 - del acceso a la cultura
 - amplia, marcada e innovadora oferta cultural

- Liderar procesos de coordinación de la oferta cultural en su área de influencia.
- **Colaboración** con otras instituciones, permitiendo una inversión compartida que repercuta en la pluralidad y profundidad de sus líneas de trabajo.
- Consolide y perfeccione su modelo programático y financiero mediante la **colaboración** con otras instituciones.
- **Comunicación** como parte del proceso de creación y producción cultural.
- convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad.
- Punto de referencia para otras universidades del marco andaluz y nacional.
- Referente en la programación cultural nacional e internacional.

- Revalorizar paulatinamente su misión, dentro de la propia Universidad, en el contexto de la sociedad y el ámbito cultural de su entorno.
- Ser reconocida en el seno de la Universidad como la unidad central de difusión, creación y reflexión cultural.
- Servicios de mayor y mejor penetración social.
- Vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico de la universidad y de las líneas estratégicas de la propia universidad.

DE LA UNIVERSIDAD:

- Contribuyendo al **sentimiento de pertenencia** a nuestra institución de nuestros alumnos, profesores y PAS.
- Ofrecer la mejor **imagen de la Universidad** al público en general, a todas las instituciones públicas y privadas y la comunidad universitaria.
- Vincular paulatinamente el ámbito universitario con el de la sociedad, fomentando la creatividad y el desarrollo intelectual y crítico.
- Programas que armonicen las señas de identidad con las vanguardias creativas.
- Marcas de identidad de la Universidad.
- **Punto de referencia** para otras universidades del marco andaluz, nacional e internacional.
- Promover el **diálogo intercultural** con instituciones de Educación Superior situadas en el plano internacional.
- Retos derivados de la **internacionalización** en la Educación Superior en lo que respecta a los dominios propios del Servicio de Promoción Cultural.
- **Promueva la participación** de la comunidad universitaria y la sociedad en general en su formación, actividad creativa y disfrute cultural, implicando a su vez a otros agentes.
- Vehículo de promoción y difusión de las **inquietudes culturales** de nuestra comunidad universitaria.

- Contribuir a la **formación de los alumnos** dentro del marco del EEES, potenciando en sus objetivos y en sus programas el refuerzo de aquellas relacionadas con la cultura y con la divulgación universitaria.
- Contribuir en esta **formación EEES**, potenciando en sus objetivos y en sus programas el refuerzo de aquellas relacionadas con la cultura y con la divulgación universitaria.

DEL PERSONAL:

- **Personal cualificado, motivado e implicado** en este proyecto común.
- Proporcionar a su plantilla un espacio laboral que contribuya a la consecución de estos objetivos.
- Aportando **incentivos y medios** que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio al usuario como en la carrera profesional de sus trabajadores.

Cuarto análisis

(Partiendo de las ideas principales realizar una propuesta de Misión. Redactarla):

Resumen VISIÓN

DEL PROPIO SERVICIO:

- Revalorizar paulatinamente su misión, dentro de la propia Universidad, en el contexto de la sociedad y el ámbito cultural de su entorno. Convirtiéndose en un servicio dinámico, innovador y creativo. Con una destacada capacidad de **adaptación** de los sistemas de gestión para integrar las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés en los programas y en la gestión diaria.
- Con un gradual aumento cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades mediante la modificación de sus estructuras para realizar programas que respondan a la tradición y la innovación en un armónico cauce. Fomentando y difundiendo la creatividad, el desarrollo intelectual, la reflexión, el espíritu crítico, las artes escénicas, musicales, plásticas y audiovisuales, el acceso a la cultura mediante una amplia, marcada e innovadora oferta cultural.
- Liderando la coordinación de la oferta cultural en su área de influencia y **co-laborando** con otras instituciones, permitiendo una **inversión** compartida que repercuta en la pluralidad y profundidad de sus líneas de trabajo.
- El Servicio persigue el objetivo de convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad, punto de referencia en la programación cultural para otras universidades del marco andaluz, nacional e internacional, siendo reconocida en el seno de la Universidad como la unidad central de difusión, creación y reflexión cultural y de mayor y mejor penetración social.
- Convirtiéndose en la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico de la Universidad y de las líneas estratégicas de la propia Universidad.

DE LA UNIVERSIDAD:

- Contribuyendo con ello al **sentimiento de pertenencia** a la institución de nuestros alumnos, profesores y PAS, ofreciendo la mejor **imagen de la Universidad** al público en general, a todas las instituciones públicas y privadas y la comunidad universitaria, vinculando, cada vez más, el ámbito universitario con el de la sociedad.
- Promover el **diálogo intercultural** con instituciones de Educación Superior situadas en el plano **internacional**. Contribuir para alcanzar los retos derivados de la **internacionalización** en la Educación Superior en cuanto a la formación de los **alumnos** dentro del marco del EEES.

DEL PERSONAL:

- **Contando con un personal cualificado, motivado e implicado** en este proyecto común en un **espacio laboral** que contribuya a la consecución de estos objetivos, aportando **incentivos y medios** que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio, como en la carrera profesional de sus trabajadores.

Redacción de la VISIÓN:

¿Qué y cómo queremos ser dentro de x años?

- El Servicio de Extensión Universitaria se marca como objetivo **revalorizar paulatinamente su misión, convirtiéndose** en un **servicio dinámico, innovador y creativo**, con una destacada capacidad de adaptación de los sistemas de gestión para integrar las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés en los programas y en la gestión diaria. Impulsando un aumento gradual a nivel **cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades** mediante la modificación de sus estructuras.

¿En qué nos queremos convertir?

- El Servicio persigue el objetivo de convertirse en una de las **marcas de identidad de la Universidad**, punto de referencia en la programación cultural para otras universidades del marco andaluz, nacional e internacional.
- Ofreciendo la mejor **imagen de la Universidad** al público en general, a todas las instituciones públicas y privadas y a la comunidad universitaria, con el fin de vincular, cada vez más, el ámbito universitario con el de la sociedad. Convirtiéndose en la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las líneas estratégicas de la propia Universidad.
- Siendo reconocida en el seno de la Universidad y contribuyendo, con ello, al **sentimiento de pertenencia** a la institución de nuestros alumnos, profesores y PAS.
- **Pretende liderar la coordinación de la oferta cultural** en su área de influencia con el objetivo de facilitar una inversión compartida que repercuta en una mayor eficiencia en la gestión.
- Persigue promover el **diálogo intercultural** con otras instituciones de Educación Superior situadas en el plano nacional e **internacional**.

¿Para quién trabajamos? (Clientes)

- Su actividad se dirige fundamentalmente a la comunidad universitaria y en los ciudadanos del ámbito geográfico en el que se inserta la Universidad.

¿En qué nos diferenciamos?

- Para alcanzar los objetivos se contará con un personal cualificado, motivado e implicado en el proyecto y que desarrolle su actividad en un entorno laboral que contribuya a la consecución de los objetivos, al contar con medios e incentivos que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio, como en la carrera profesional de sus trabajadores.

¿Qué valores respetamos?

El Servicio de Extensión Universitaria se marca como objetivo revalorizar paulatinamente su misión, convirtiéndose en un servicio dinámico, innovador y creativo, con una destacada capacidad de adaptación de los sistemas de gestión para integrar las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés en los programas y en la gestión diaria. Impulsando un aumento gradual a nivel cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades mediante la modificación de sus estructuras.

Persigue el objetivo de convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad, punto de referencia en la programación cultural para otras universidades del marco andaluz, nacional e internacional. Ofreciendo la mejor imagen de la Universidad al público en general, a todas las instituciones públicas y privadas y a la comunidad universitaria, con el fin de vincular, cada vez más, el ámbito universitario con el de la sociedad. Convirtiéndose en la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las líneas estratégicas de la propia Universidad.

Pretende ser reconocido en el seno de la Universidad, contribuyendo, con ello, al sentimiento de pertenencia a la institución de nuestros alumnos, profesores y PAS.

Pretende liderar la coordinación de la oferta cultural en su área de influencia con el objetivo de facilitar una inversión compartida que repercuta en una mayor eficiencia en la gestión y promover el diálogo intercultural con otras instituciones de Educación Superior situadas en el plano nacional e internacional.

Su actividad se dirige fundamentalmente a la comunidad universitaria y en los ciudadanos del ámbito geográfico en el que se inserta la Universidad.

Y para alcanzar los objetivos se contará con un personal cualificado, motivado e implicado en el proyecto y que desarrolle su actividad en un entorno laboral que contribuya a la consecución de los objetivos, al contar con medios e incentivos que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio, como en la carrera profesional de sus trabajadores.

Quinto análisis

(Encontrar dónde está el éxito en las ideas principales):

Resumen VISIÓN

El Servicio de Extensión Universitaria se marca como objetivo revalorizar paulatinamente su misión, convirtiéndose en un servicio dinámico, innovador y creativo, con una destacada capacidad de adaptación de los sistemas de gestión para integrar las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés en los programas y en la gestión diaria. Impulsando un aumento gradual a nivel cualitativo y cuantitativo de sus propuestas y actividades mediante la modificación de sus estructuras.

Persigue el objetivo de convertirse en una de las marcas de identidad de la Universidad, punto de referencia en la programación cultural para otras universidades del marco andaluz, nacional e internacional. Ofreciendo la mejor imagen de la Universidad al público en general, a todas las instituciones públicas y privadas y a la comunidad universitaria, con el fin de vincular, cada vez más, el ámbito universitario con el de la sociedad. Convirtiéndose en la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las líneas estratégicas de la propia Universidad.

Pretende ser reconocido en el seno de la Universidad, contribuyendo, con ello, al sentimiento de pertenencia a la institución de nuestros alumnos, profesores y PAS.

Pretende liderar la coordinación de la oferta cultural en su área de influencia con el objetivo de facilitar una inversión compartida que repercuta en una mayor eficiencia en la gestión y promover el diálogo intercultural con otras instituciones de Educación Superior situadas en el plano nacional e internacional.

Su actividad se dirige fundamentalmente a la comunidad universitaria y en los ciudadanos del ámbito geográfico en el que se inserta la Universidad.

Y para alcanzar los objetivos se contará con un personal cualificado, motivado e implicado en el proyecto y que desarrolle su actividad en un entorno laboral que contribuya a la consecución de los objetivos, al contar con medios e incentivos que redunden positivamente tanto en la organización y el servicio, como en la carrera profesional de sus trabajadores.

¿Dónde estaría el éxito de las unidades de Extensión?:

Concurrirán factores de éxito cuando:

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

1. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la Misión.
2. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.

En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:

3. Cuando el SEU sea reconocida por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.
4. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.

En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:

5. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.
6. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.

Sexto análisis

(Proponer los indicadores claves para la medida del éxito):

¿Dónde estaría el éxito de las unidades de Extensión?:

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

1. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.
2. Cuando se visualice al SEU en el ámbito universitario y social como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.

En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:

3. Cuando el SEU sea reconocido por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y como punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.
4. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.

En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:

5. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.
6. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.

Cuales serían los resultados claves de las unidades de Extensión (criterio 9a y 9b del modelo EFQM)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

1. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.
 - Mejora de los indicadores de éxito de la misión.
 - Mejora de la MISIÓN.
 - INDICADOR (9a): Porcentaje de indicadores de éxito de la Misión que se mejoran.
 - Diferenciación de la actividades del SEU con respecto otros agentes culturales
 - Cuando se verifique que los programas realizados combinan formatos y contenidos tradicionales y diferenciados.
 - INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que ofrecen las programaciones de otros agentes culturales del territorio.

2. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.
 - Difusión de logros científicos y de la Ciencia:
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU a la difusión de los logros científicos de la Universidad.
 - Actividades realizadas de divulgación de los logros científicos y de la Ciencia.
 - INDICADOR (9a): Número de personas que han asistido a las actividades de divulgación de la Ciencia.
 - Indicador de eficiencia en la difusión de los logros científicos y de la Ciencia.
 - INDICADOR (9b): Coste por persona asistente.

En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:

3. Cuando el SEU sea reconocido por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.
 - Indicador de satisfacción y reconocimiento de la sociedad.
 - INDICADOR (9b): Nivel de reconocimiento de las organizaciones de gestión cultural a nivel provincial, andaluz, nacional e internacional (en su caso) con la programación del SEU.

4. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.
 - Reconocimiento de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.
 - Reconocimiento como promotor de la creación.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como promotor de la creación.
 - Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.
 - Reconocimiento como difusor del pensamiento.
 - INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como difusor del pensamiento.
 - Programas exclusivos en el territorio urbano de aplicación.
 - INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que se desarrollan en el territorio urbano de aplicación.
 - Programas que han sido modelo, estándar o utilizados por otras organizaciones.
 - INDICADOR (9a): Número de programas y/o productos cuya marca, formato o contenido hayan servido de modelo o estándar para otras universidades o servicios culturales.

- Competencias culturales insertadas en los planes de estudio de la Universidad.
 - INDICADOR (9a): Número de asignaturas insertadas en los Planes de Estudio con relación directa con las competencias culturales diseñadas por el SEU.
- Reconocimiento de las organizaciones culturales.
 - INDICADOR (9b): Nivel de valoración de la coordinación del SEU en las actividades a nivel provincial, andaluz, nacional e internacional (en su caso) programadas conjuntamente con otras entidades u organizaciones culturales.

En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:

5. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.
 - Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.
 - INDICADOR (9b): Relación entre la financiación propia y la financiación total.

6. Se constata disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.
 - En relación con la percepción de las personas.
 - Encuesta de satisfacción de las personas.
 - INDICADOR (7a): Nivel de satisfacción de las personas.
 - INDICADOR (7a): Nivel de identificación con el SEU de las personas.
 - INDICADOR (7a): Nivel de motivación de las personas en el SEU.
 - En relación con la mejora en las personas.
 - En cuanto al nivel competencial.
 - INDICADOR (7b): Nivel de adecuación de las competencias de las personas a las competencias de los puestos de trabajo.
 - En cuanto al grado de formación.
 - INDICADOR (7b): Horas de formación por persona del SEU.
 - INDICADOR (9b): Coste por hora de formación del Personal del SEU.

ANÁLISIS DE LOS VALORES

TEXTUALIDAD

El Servicio de Extensión Universitaria trata de estar en consonancia con los siguientes valores:

- Orientación a la satisfacción de nuestros usuarios externos e internos.
- Liderazgo ético y socialmente responsable.
- Diálogo con los agentes culturales de nuestro territorio.
- Respeto a la libertad de creación de autores y artistas.
- Respeto a los derechos intelectuales de autores y creadores.
- Adaptación a una sociedad en constante cambio y búsqueda de la innovación relevante (asimilación de los procesos innovadores más relevantes).
- Búsqueda de la eficiencia.
- Espíritu emprendedor.
- Uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.
- Trabajo en equipo.

Primer análisis

(Detección de las ideas principales de la propuesta):

- **Orientación a la satisfacción** de nuestros usuarios externos e internos.
- **Liderazgo ético y socialmente responsable.**
- **Diálogo con los agentes culturales** de nuestro territorio.
- **Respeto a la libertad de creación** de autores y artistas.
- **Respeto a los derechos intelectuales** de autores y creadores.
- **Adaptación** a una sociedad en constante cambio y búsqueda de la innovación relevante (asimilación de los procesos innovadores más relevantes).
- Búsqueda de la **eficiencia**.
- Espíritu **emprendedor**.
- **Uso responsable de los recursos** de cara a la protección medioambiental.
- **Trabajo en equipo.**

Quinto análisis

(Encontrar dónde está el éxito en las ideas principales):

¿Dónde estaría el éxito en los valores?:

Concurrirán factores de éxito cuando:

- Se evidencie que el SEU está orientado a la satisfacción de sus usuarios internos y externos.
- Se evidencie la existencia de un diálogo con otros agentes culturales.
- Se evidencie el respeto a la libertad de creación.
- Se evidencie que el SEU respeta los derechos de autores y artistas.
- Se evidencie que se realiza un liderazgo ético y socialmente responsable.
- Se evidencie que el SEU hace un uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.
- Se evidencie que el SEU trabaja en equipo.

Sexto análisis

(Proponer los indicadores claves para la medida del éxito):

¿Dónde estaría el éxito de las unidades de Extensión?:

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:

- Se evidencie que el SEU está orientado a la satisfacción de sus usuarios internos y externos.
- Se evidencie la existencia de un diálogo con otros agentes culturales.
- Se evidencie el respeto a la libertad de creación.
- Se evidencie que el SEU respeta los derechos de autores y artistas.
- Se evidencie que se realiza un liderazgo ético y socialmente responsable.
- Se evidencie que el SEU hace un uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.
- Se evidencie que el SEU trabaja en equipo.

Cuáles serían los resultados claves de las unidades de extensión (criterio 9a y 9b del modelo EFQM)

1. Cuando se evidencie que el SEU está orientado a la satisfacción de sus usuarios internos y externos.
 - INDICADOR (9a): Porcentaje de cobertura de necesidades y expectativas.
2. Cuando se evidencie que el SEU respeta los derechos de autores y artistas.
 - INDICADOR (6b): Número de liquidaciones registradas y abonadas a la SGAE y VEGAP en concepto de derechos de autor.
3. Se evidencie la existencia de un diálogo con otros agentes culturales
 - INDICADOR (6a): Satisfacción de otros agentes culturales con el liderazgo y diálogo del SEU.
4. Se evidencia el respeto a la libertad de creación.
 - INDICADOR (6a): Satisfacción de los artistas y creadores que participan en las actividades del SEU en cuanto a la libertad de acción.
5. Se evidencie que se realiza un liderazgo ético y socialmente responsable.
 - INDICADOR (9a): Memoria de actuación adaptada a las normas de responsabilidad social.
6. Cuando se evidencie que el SEU hace un uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.
 - INDICADOR (9b): Número de ponencias subidas al compromiso medioambiental.
7. Cuando se evidencie que el SEU trabaja en equipo.
 - INDICADOR (7b): Número de seminarios internos, reuniones, grupos de mejora en los que intervienen la totalidad o un alto porcentaje del personal del SEU.

PROPUESTA DE AGRUPACIÓN DE FACTORES DE ÉXITO E INDICADORES DEL SEU

- INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.
- INDICADOR (9a): Oferta cultural años anteriores.
- INDICADOR (9b): Relación entre la financiación propia y la financiación total.
- INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como promotor de la creación.
- INDICADOR (9a): Número de participantes por año en premios, concursos y convocatorias.
- INDICADOR (9b): Coste por participante en premios, concursos y convocatorias.
- INDICADOR (9a): Visitantes por año a exposiciones.
- INDICADOR (9b): Coste por participante en exposiciones.
- INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año en escuelas y cursos.
- INDICADOR (9a): Número de horas impartidas en escuelas y cursos.
- INDICADOR (9a): Media del número de horas/participante en escuelas y cursos.
- INDICADOR (9b): Coste por inscripción en escuelas y cursos.
- INDICADOR (9b): Coste por hora impartida en escuelas y cursos.
- INDICADOR (9b): Coste por hora/participante en escuelas y cursos.

- INDICADOR (9a): Número actividades por año en producciones propias.
- INDICADOR (9b): Coste por actividad de producciones propias.
- INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.
- INDICADOR (9a): Número de visitas al año a la revista digital.
- INDICADOR (9b): Coste por visita en revista digital.
- INDICADOR (9a): Número de actividades año de música, cine, teatro.
- INDICADOR (9a): Número de asistentes año a música, cine, teatro.
- INDICADOR (9b): Coste por actividad de música, cine, teatro.
- INDICADOR (9b): Coste por asistente a música, cine, teatro.
- INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año al Campus de la Cultura.
- INDICADOR (9b): Coste por inscripción en el Campus de la Cultura.
- INDICADOR (9a): Número de préstamos año del Centro de Recursos Culturales.
- INDICADOR (9a): Número de número de registros año en el Centro de Recursos Culturales.
- INDICADOR (9b): Coste por préstamo del Centro de Recursos Culturales.
- INDICADOR (9b): Coste por registro del Centro de Recursos Culturales.
- INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como difusor del pensamiento.
- INDICADOR (9a): Número de espectadores por año en los programas de difusión literaria.
- INDICADOR (9b): Coste por espectador a los Programas de difusión literaria.
- INDICADOR (9a): Número de espectadores por año en los programas de difusión del Flamenco.

- INDICADOR (9b): Coste por espectador a los programas de difusión del Flamenco.
- INDICADOR (9a): Número de espectadores por año en los programas de difusión de cultura científica.
- INDICADOR (9b): Coste por espectador a los programas de difusión de cultura científica.
- INDICADOR (9a): Número de actividades por año en las programas estacionales.
- INDICADOR (9b): Coste por actividad a las programas estacionales.
- INDICADOR (9a): Porcentaje de indicadores de éxito de la Misión que se mejoran.
- INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que ofrecen las programaciones de otros agentes culturales del territorio.
- INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU a la difusión de los logros científicos de la Universidad.
- INDICADOR (9a): Número de personas que han asistido a las actividades de difusión de los logros científicos y de la Ciencia.
- INDICADOR (9b): Coste por persona asistente a las actividades de difusión de los logros científicos y de la Ciencia.
- INDICADOR (9b): Nivel de reconocimiento de las organizaciones de gestión cultural a nivel provincial, andaluz, nacional e internacional (en su caso) con la programación del SEU.
- INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.
- INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como promotor de la creación.

- INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.
- INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como difusor del pensamiento.
- INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que se desarrollan en el territorio urbano de aplicación.
- INDICADOR (9a): Número de programas y/o productos cuya marca, formato o contenido hayan servido de modelo o estándar para otras universidades o servicios culturales.
- INDICADOR (9a): Número de asignaturas insertadas en los planes de estudio con relación directa con las competencias culturales diseñadas por el SEU.
- INDICADOR (9b): Nivel de valoración de la coordinación del SEU en las actividades a nivel provincial, andaluz, nacional e internacional (en su caso) programadas conjuntamente con otras entidades u organizaciones culturales.
- INDICADOR (9b): Relación entre la financiación propia y la financiación total.
- INDICADOR (7a): Nivel de satisfacción de las personas.
- INDICADOR (7a): Nivel de identificación con el SEU de las personas.
- INDICADOR (7a): Nivel de motivación de las personas en el SEU.
- INDICADOR (7b): Nivel de adecuación de las competencias de las personas a las competencias de los puestos de trabajo.
- INDICADOR (7b): Horas de formación por persona del SEU.
- INDICADOR (9b): Coste por hora de formación del Personal del SEU.
- INDICADOR (9a): Porcentaje de cobertura de necesidades y expectativas de clientes.

- INDICADOR (6b): Número de liquidaciones registradas y abonadas a la SGAE y VEGAP en concepto de derechos de autor.
- INDICADOR (6a): Satisfacción de otros agentes culturales con el liderazgo y diálogo del SEU.
- INDICADOR (6a): Satisfacción de los artistas y creadores que participan en las actividades del SEU en cuanto a la libertad de acción.
- INDICADOR (9a): Memoria de actuación adaptada a las normas de responsabilidad social.
- INDICADOR (9b): Número de ponencias subidas al compromiso medioambiental.
- INDICADOR (7b): Número de seminarios internos, reuniones, grupos de mejora en los que intervienen la totalidad o un alto porcentaje del personal del SEU.

BATERÍA DE INDICADORES VALIDADOS POR PANEL DE EXPERTOS POR VÍA TELEMÁTICA

Esta batería de indicadores fue sometida al examen del Panel de Expertos que, por vía telemática, los validó o no a través de la técnica del Semaforo (Rojo: No / . Ámbar: Quizás. / Verde: Sí) A la propuesta final solo han pasado aquellos indicadores que han tenido una validación alta.

FACTORES DE ÉXITO DE LA MISIÓN:

Factores de éxito de la Misión. (Síntesis)

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la formación integral de los estudiantes en su proceso de educación permanente.	1	1	3
2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.	1	1	3
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitador del acceso a la cultura.	1		4
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.	1	1	3

Marcar con una X en el casillero que corresponda a su impresión:

Verde → totalmente de acuerdo

Ambar → algunas reservas

Rojo → en desacuerdo completo

Factores de éxito de la Misión. (Ampliado)

Si anteriormente se ha eliminado algún factor no contestar ahora.

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la formación integral de los estudiantes en su proceso de educación permanente.			
• Reconocimiento de la Universidad.	1		4
• Contribución a la formación integral. Memoria anual de actividades.		2	3
• Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.	3	2	
2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.			
• Reconocimiento como promotor de la creación.	1		4
• Actividades de promoción de la creación e indicadores de costes.	1	1	3
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitadoras del acceso a la cultura.			
• Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.	1		4
• Actividades de herramienta de acceso a la cultura.	1	2	2
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.			
• Reconocimiento como difusor del pensamiento.	1	1	3

Factores de éxito de la Misión. (Desplegado)

1. Cuando exista un reconocimiento de la Universidad a la contribución del SEU a la formación integral de los estudiantes en su proceso de educación permanente.			
• Reconocimiento de la Universidad.			
· INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.	1		4
• Contribución a la formación integral. Memoria anual de actividades.			
· INDICADOR (9a): Oferta cultural años anteriores.	1		4
• Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.			
· INDICADOR (9b): Relación entre la financiación propia y la financiación total.	2	3	
2. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de la promoción de la creación artística y cultural por parte de las unidades de Extensión.			
• Reconocimiento como promotor de la creación.			
· INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como promotor de la creación.	1		4
• Actividades de promoción de la creación e indicadores de costes:			
-Premios, concursos y convocatorias.			
· INDICADOR (9a): Número de participantes por año.	1		4
· INDICADOR (9b): Coste por participante.	1	3	1

-Exposiciones.			
· INDICADOR (9a): Visitantes año.	1		4
· INDICADOR (9b): Coste por participante.	1	3	1
-Campus de la Cultura: escuelas y cursos.			
· INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año.	2		3
· INDICADOR (9a): Número de horas impartidas.	1		3
· INDICADOR (9a): Media del número de horas / participante.	1		2
· INDICADOR (9b): Coste por inscripción.	1		2
· INDICADOR (9b): Coste por hora impartida.	1		3
· INDICADOR (9b): Coste por hora/participante.	2		2
-Coral Universitaria, Aula de Teatro y otras producciones propias.			
· INDICADOR (9a): Número actividades por año.	1		4
· INDICADOR (9b): Coste por actividad.	2	1	2
3. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad de las unidades de Extensión como facilitadoras del acceso a la cultura.			
• Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.			
· INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.	1		4

• Actividades de herramienta de acceso a la cultura.			
-Revista digital (<i>diezencultura</i>).			
· INDICADOR (9a): Número de visitas año.	2	2	3
· INDICADOR (9a): Coste por visita.	2	2	1
-Programas de música, cine, teatro.			
· INDICADOR (9a): Número de actividades año.	1		4
· INDICADOR (9a): Número de asistentes año.	1		4
· INDICADOR (9b): Coste por actividad.	1		4
· INDICADOR (9b): Coste por asistente.	2	2	1
-Campus de la Cultura.			
· INDICADOR (9a): Número de inscripciones por año.			4
· INDICADOR (9b): Coste por inscripción.			4
-Centro de Recursos culturales.			
· INDICADOR (9a): Número de préstamos año.	1	1	2
· INDICADOR (9a): Número de número de registros año.	1	1	2
· INDICADOR (9b): Coste por préstamo.	1	1	2
· INDICADOR (9b): Coste por registro.	1	1	2
4. Cuando exista un reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad hacia las actividades de las unidades de Extensión como foros para difundir el pensamiento y potenciar la reflexión intelectual.			
• Reconocimiento como difusor del pensamiento.			
· INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como difusor del pensamiento.	1	1	3

• Actividades de difusión del pensamiento.			
-Programas de difusión literaria.			
· INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.	1	1	3
· INDICADOR (9b): Coste por espectador.	1	2	2
-Programas de difusión del Flamenco.			
· INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.	1		4
· INDICADOR (9b): Coste por espectador.	2	1	2
-Programas de difusión de cultura científica.			
· INDICADOR (9a): Número de espectadores por año.	1		3
· INDICADOR (9b): Coste por espectador.	2		2
-Programas estacionales.			
· INDICADOR (9a): Número de actividades por año.	1		3
· INDICADOR (9b): Coste por actividad.	2		2

FACTORES DE ÉXITO DE LA VISIÓN:

Factores de éxito de la Visión. (Síntesis)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:			
3. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.	1		4
4. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia universidad.	1		4
En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:			
6. Cuando el SEU sea reconocida por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.	1		4
7. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.	1		4
En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:			
8. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.	2	1	2
9. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.	1		4

Factores de éxito de la Visión. (Ampliado)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:			
3. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la misión.			
• Mejora de los indicadores de éxito de la misión.	1		4
• Diferenciación de la actividades del SEU con respecto otros agentes culturales.	1	1	3
4. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.			
• Difusión de logros científicos y de la Ciencia			
En relación al reconocimiento de las tareas realizadas y al papel que representa el SEU:			
7. Cuando el SEU sea reconocido por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.			
• Indicador de satisfacción y reconocimiento de la sociedad.	1		4
8. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.			
• Reconocimiento de la Universidad.	1	1	3
• Reconocimiento como promotor de la creación.	1		4
• Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.	1		4
• Reconocimiento como difusor del pensamiento.	1		4
• Programas exclusivos en el territorio urbano de aplicación.	1	2	2
• Programas que han sido modelo, estándar o utilizados por otras organizaciones.	1	2	2

• Competencias culturales insertadas en los planes de estudio de la Universidad.	2		3
• Reconocimiento de las organizaciones culturales.	1	2	2
En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:			
9. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.			
• Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación.	3	1	1
10. Se constate disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.			
• En relación con la percepción de las personas.	1		4
• En relación con la mejora en las personas.	1		4

Factores de éxito de la Visión. (Desplegado)

En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:			
3. Cuando se constate una mejora constante y sostenida en los indicadores de cumplimiento de la Misión.			
• Mejora de los indicadores de éxito de la Misión.			
-Mejora de la MISIÓN	1		4
· INDICADOR (9a): Porcentaje de indicadores de éxito de la Misión que se mejoran.	1		4
• Diferenciación de la actividades del SEU con respecto otros agentes culturales.			
-Cuando se verifique que los programas realizados combinan formatos y contenidos tradicionales y diferenciados.	1	1	3
· INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que ofrecen las programaciones de otros agentes culturales del territorio.	1	1	3
4. Cuando se visualice en el ámbito universitario y social al SEU como la vía de transmisión cultural de las líneas de desarrollo científico y de las estrategias de la propia Universidad.			
• Difusión de logros científicos y de la Ciencia:			
-Reconocimiento de la Universidad.	1	1	3
· INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU a la difusión de los logros científicos de la Universidad.	1	1	3

-Actividades realizadas de divulgación de los logros científicos y de la Ciencia.	1	1	3
· INDICADOR (9a): Número de personas que han asistido a las actividades de divulgación de la Ciencia.	1	1	3
-Indicador de eficiencia en la difusión de los logros científicos y de la Ciencia.	2		3
· INDICADOR (9b): Coste por persona asistente.	2	1	2
En relación a las actividades y programas abordados por el SEU:			
7. Cuando el SEU sea reconocido por la sociedad como una marca de identidad de la Universidad y punto de referencia en la programación cultural en el marco andaluz, nacional e internacional.			
• Indicador de satisfacción y reconocimiento de la sociedad.			
· INDICADOR (9b): Nivel de reconocimiento de las organizaciones de gestión cultural a nivel provincial, andaluz, nacional e internacional (en su caso) con la programación del SEU.	3		2
8. Cuando el SEU sea reconocido en el seno de la Universidad y por la propia sociedad como líder en la coordinación de la oferta cultural.			
• Reconocimiento de la Universidad.			
· INDICADOR (9a): Grado de valoración de la aportación del SEU al currículum cultural del estudiante.	1	1	3
• Reconocimiento como promotor de la creación.			
· INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como promotor de la creación.	1		4
• Reconocimiento como herramienta de acceso a la cultura.			
· INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como herramienta de acceso a la cultura.	1		4

<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento como difusor del pensamiento. 			
· INDICADOR (9a): Grado de valoración de reconocimiento del SEU como difusor del pensamiento.	1		4
<ul style="list-style-type: none"> • Programas exclusivos en el territorio urbano de aplicación. 			
· INDICADOR (9a): Número de programas culturales cuyos formatos y contenidos sean diferentes de los que se desarrollan en el territorio urbano de aplicación.	1	1	3
<ul style="list-style-type: none"> • Programas que han sido modelo, estándar o utilizados por otras organizaciones. 			
· INDICADOR (9a): Número de programas y/o productos cuya marca, formato o contenido hayan servido de modelo o estándar para otras universidades o servicios culturales.	1	1	3
<ul style="list-style-type: none"> • Competencias culturales insertadas en los planes de estudio de la Universidad. 			
· INDICADOR (9a): Número de asignaturas insertadas en los planes de estudio con relación directa con las competencias culturales diseñadas por el SEU.	2		3
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de las organizaciones culturales. 			
· INDICADOR (9b): Nivel de valoración de la coordinación del SEU en las actividades a nivel provincial, andaluz, nacional e internacional (en su caso) programadas conjuntamente con otras entidades u organizaciones culturales.	1	1	3
En relación a los recursos humanos y materiales disponibles:			
9. Cuando se consolide un modelo financiero de cofinanciación con distintas instituciones comarcales, regionales, nacionales o internacionales.			
<ul style="list-style-type: none"> • Indicador de eficiencia en la búsqueda de financiación. 			
· INDICADOR (9b): Relación entre la financiación propia y la financiación total.	2	2	1

10. Se constata disponer de un personal cualificado, motivado e implicado.			
• En relación con la percepción de las personas.			
-Encuesta de satisfacción de las personas.			4
· INDICADOR (7a): Nivel de satisfacción de las personas.	1		4
· INDICADOR (7a): Nivel de identificación con el SEU de las personas.	1		4
· INDICADOR (7a): Nivel de motivación de las personas en el SEU.	1		4
• En relación con la mejora en las personas.			
-En cuanto al nivel competencial.	1		3
· INDICADOR (7b): Nivel de adecuación de las competencias de las personas a las competencias de los puestos de trabajo.	1		4
-En cuanto al grado de formación.			3
· INDICADOR (7b): Horas de formación por persona del SEU.	1		4
· INDICADOR (9b): Coste por hora de formación del Personal del SEU.	2	1	2

FACTORES DE ÉXITO DE LOS VALORES:

Factores de éxito de los Valores. (Síntesis)

8. Cuando se evidencie que el SEU está orientado a la satisfacción de sus usuarios internos y externos.	1		4
9. Cuando se evidencie que el SEU respeta los derechos de autores y artistas.	1		4
10. Se evidencie la existencia de un diálogo con otros agentes culturales.	1	1	3
11. Se evidencia el respeto a la libertad de creación.	1		4
12. Se evidencie que se realiza un liderazgo ético y socialmente responsable.			5
13. Cuando se evidencie que el SEU hace un uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.			5
14. Cuando se evidencie que el SEU trabaja en equipo.	1		4

FACTORES DE ÉXITO DE LOS VALORES:

Factores de éxito de los Valores. (Desplegado)

8. Cuando se evidencie que el SEU está orientado a la satisfacción de sus usuarios internos y externos.			
· INDICADOR (9a): Porcentaje de cobertura de necesidades y expectativas.	1		4
9. Cuando se evidencie que el SEU respeta los derechos de autor y artistas.			
· INDICADOR (6b): Número de liquidaciones registradas y abonadas a la SGAE y VEGAP en concepto de Derechos de Autor.	2		3
10. Se evidencie la existencia de un diálogo con otros agentes culturales.			
· INDICADOR (6a): Satisfacción de otros agentes culturales con el liderazgo y diálogo del SEU.	1	2	2
11. Se evidencia el respeto a la libertad de creación.			
· INDICADOR (6a): Satisfacción de los artistas y creadores que participan en las actividades del SEU en cuanto a la libertad de acción.	1		4
12. Se evidencie que se realiza un liderazgo ético y socialmente responsable.			
· INDICADOR (9a): Memoria de actuación adaptada a las normas de responsabilidad social.			5
13. Cuando se evidencie que el SEU hace un uso responsable de los recursos de cara a la protección medioambiental.			
· INDICADOR (9b): Número de ponencias subidas al compromiso medioambiental.	1		4
14. Cuando se evidencie que el SEU trabaja en equipo.			
· INDICADOR (7b): Número de seminarios internos, reuniones, grupos de mejora en los que intervienen la totalidad o un alto porcentaje del personal del SEU.			5

INTEGRANTES PANEL DE EXPERTOS

MODERADOR

Manuel Macías García
Director de la Unidad de Evaluación y Calidad
manuel.macias@uca.es

RELATOR:

Antonio J. González Rueda
Director del Servicio de AACC de la UCA
antonio.gonzalez@uca.es

ASISTENTES:

Domingo González Lavado
Director de la Bienal de Flamenco
dgonzalez.bienal@sevilla.org

Salvador Catalán Romero
Técnico de la UCA
salvador.romero@uca.es

Lorenzo Oliva García
Técnico de la UCA
lorenzo.oliva@uca.es

INTEGRANTES PANEL DE EXPERTOS

José Luis Hohenleitter
Jefe de Gestión de la Universidad de Sevilla
hohenleiter@us.es

Juan Diego Martín Cabeza
Técnico de la USE
jdmcabeza@gmail.com

Manuel Jesús Rodríguez Rodríguez
Técnico de la UAL
mjrodrig@ual.es

Carmen Fátima Blanco Valdés
Directora de Cultura de la UCO
ff1valdes@uco.es



Rosario Pérez del Amo
Técnica de la UNIA
R.perez@unia.es

Daidee Veloz
Técnica de la UPO
dvelcan@admon.upo.es

Pedro J. Luque Ramos
Psicólogo Social de la UJA
pjluque@ujaen.es





COLECCIÓN OBSERVATORIO ATALAYA

01	Dossier Metodológico: "El mapa de procesos de un programa estacional"	2006
02	Monografía: "El concepto de Extensión Universitaria a lo largo de la historia"	
03	Monografía, CD y Web: "Usos, hábitos y demandas culturales de los jóvenes universitarios andaluces"	
04	Sistema de Indicadores Culturales de las universidades andaluzas	
05	Web: www.diezenculturas.es [2006 y 2007]	
06	Estudio sobre las actividades de Extensión Universitaria durante el año 2004	
07	Análisis de las Extensiones Universitarias andaluzas: Informe Económico	
08	Estudio: "Diagnóstico y evaluación de las Aulas de Teatro en las universidades andaluzas"	
09	Diagnóstico de los Coros de las universidades andaluzas	
10	Seminario: "La extensión Universitaria del siglo XXI"	
11	Monografía: "La Extensión Universitaria que viene: estudio prospectivo de escenarios ideales"	2007
12	Dossier metodológico: "El mapa de procesos de un concierto"	
13	Monografía, CD y Web: "Estudio de usos, hábitos y demandas culturales de los profesores de las universidades andaluzas"	
14	Cuaderno de trabajo: "Validación del Sistema de Indicadores Culturales de las universidades andaluzas"	
15	Informe sobre los servicios de Publicaciones de las universidades	
16	Estudio del impacto mediático de las Extensiones Universitarias en Andalucía	
17	Seminario a nivel nacional sobre Cultura, Ciudad y Universidad	
18	Monografía, CD y Web: "Estudio de usos, hábitos y demandas culturales del Personal de Administración y Servicios de las universidades andaluzas"	2008
19	Monografía, CD y Web: "Estudio de usos, hábitos y demandas culturales de las Poblaciones con Campus Universitario de Andalucía"	
20	Revista Digital diezenculturas	
21	Campaña de Comunicación del Proyecto Atalaya	
22	Monografía histórica: La Extensión Universitaria en Iberoamérica y en Andalucía	
23	Dossier Metodológico: El Mapa de Procesos de una proyección cinematográfica	
24	2 Becas Atalaya de Investigación	
25	Cuaderno de trabajo: "Versión final del Sistema de Indicadores Culturales de las universidades andaluzas"	
26	Seminario La Rábida: "La Extensión Universitaria en Iberoamérica: modelos y territorios" (5 y 6 de mayo de 2009)	
27	Web y CD Usos, hábitos y demandas culturales	
28	Nuevos públicos para una universidad próxima (Estudio Prospectivo)	2009
29	Estudio cualitativo de demandas y motivaciones culturales de los universitarios andaluces (Experiencia Piloto 1)	
30	Estudio sectorial. Las Aulas de mayores en Andalucía	
31	Campaña de comunicación diezenculturas "¿aún crees que no hay nada que hacer?"	
32	Propuesta de un Mapa de Procesos para un Servicio de Extensión Universitaria	
33	Monografía Histórica: Una historia de los Cursos de Verano en Andalucía	
34	Becas de Investigación del Observatorio Cultural de Proyecto Atalaya	
36	Ensayo sobre Cooperación Cultural en el ámbito universitario	
36	Revista digital diezenculturas.es (Segunda fase)	
37	Seminario Nacional en Cádiz: "El papel de la Extensión Universitaria en la nueva RS.U."	
38	Dossier Metodológico. Mapa de Procesos de una representación escénica	2010
39	CD del primer año del proyecto de Recuperación del Patrimonio Musical Andaluz (coordinado por la Universidad de Sevilla)	
40	Libro de partituras del proyecto de Recuperación del Patrimonio Musical Andaluz (coordinado por la Universidad de Sevilla)	
41	Transferencia de la revista digital diezenculturas.es al ámbito municipal: www.culturalocal.es	
42	Dossier Metodológico: Montaje de exposiciones	
43	Manual Práctico para la búsqueda de Patrocinio	
44	Manual de Marketing y Comunicación Cultural	
45	Dossier de Trabajo: Resultados Claves de un Servicio de Extensión Universitaria	
46	Dossier de Trabajo: Competencias Culturales de los Universitarios	
47	Estudio Prospectivo: ¿Cómo abordar la divulgación de la Ciencia desde la Extensión Universitaria?	
48	Becas de Investigación del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya 2010. *48 a El modelo portugués de extensión universitaria. *48 b Las actividades musicales de las Universidades andaluzas.	
29	Estudio Cualitativo de demandas y motivaciones culturales de los universitarios andaluces (Producto bienal 2009/2010)	
49	I+ D+i CELAMA, Territorio Extensión (Herramienta integral de gestión de actividades de Extensión Universitaria)	
50	Seminario "Comunicación, Marketing Cultural e Industrias Culturales"	

