

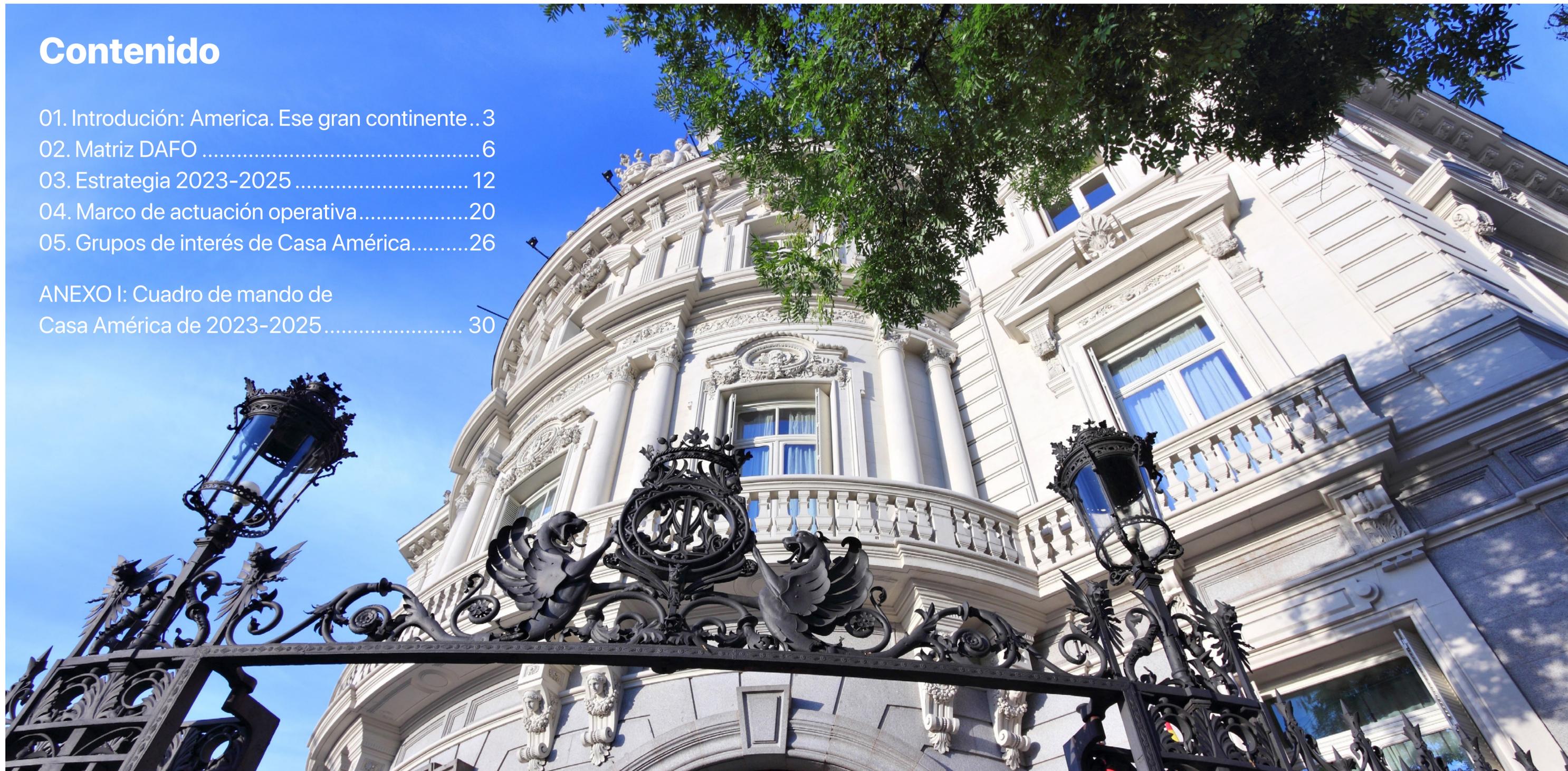


CASAMÉRICA

Plan Estratégico Casa América 2023-2025

Contenido

01. Introducción: America. Ese gran continente..	3
02. Matriz DAFO	6
03. Estrategia 2023-2025	12
04. Marco de actuación operativa.....	20
05. Grupos de interés de Casa América.....	26
 ANEXO I: Cuadro de mando de Casa América de 2023-2025.....	 30





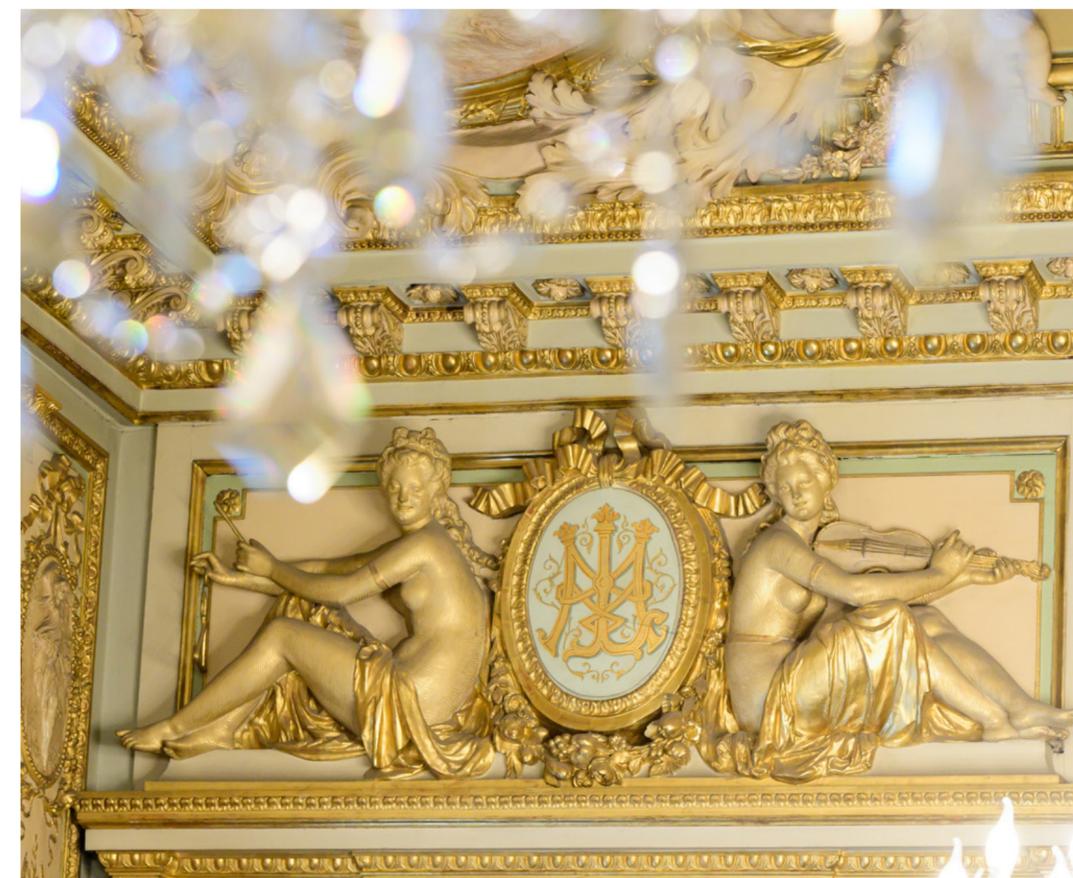
CASAMÉRICA

01 América. Ese gran continente

América, ese gran continente

Según establece el artículo primero de los estatutos de Casa de América, el objetivo primordial de la institución es reforzar los lazos de España con “el continente americano”, y ese marco social, ciudadano y geopolítico, más que el meramente geográfico, debe ser el campo de actuación de esta en los próximos tres años y ello en todos los ámbitos en que la misma desarrolla su labor (política, economía, sociedad, arte, cultura, ciencia...). Por supuesto, dentro del continente americano se privilegia la actuación, la relación y el diálogo con los países del ámbito iberoamericano, y así sucede desde la creación de la Casa de América, pero ello no es, ni debe ser, obstáculo para esa visión global del conjunto del continente.

Por supuesto que, ante un marco conceptual y de actuación tan amplio y extenso es necesario partir evitando generalizaciones, siendo conscientes de las numerosas particularidades de los países, sociedades y culturas que componen el conjunto del continente. Todas ellas caben en la programación de Casa de América, y con todas ellas se debe conversar y dialogar, reforzando el papel de la Casa de América como institución de referencia, en España y



en Europa, para lograr una mejor comprensión tanto de las fuerzas y tendencias que están modelando la América de la tercera década del siglo XXI como para seguir fortaleciendo el vínculo iberoamericano que estuvo precisamente en el origen de la Casa en 1992.



Sobre este Plan

Este Plan Estratégico de Casa América ha sido aprobado por el secretario de Estado para Iberoamérica y el Caribe y el Español en el Mundo y por el Consejo Rector del Consorcio, en Madrid, en su reunión del 22 de noviembre de 2022. Plan que estará vigente hasta finales del año 2025. Busca alinear la actividad de la institución con las necesidades de sus grupos de interés e impulsar una mejora de los resultados de su programación en coherencia con la misión, la visión, los valores y los objetivos propuestos.

El marco normativo para el diseño del Plan Estratégico viene determinado por los principios generales de actuación de los entes del sector público, previstos en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público: planificación y dirección por objetivos, control de la gestión, evaluación de los resultados de las políticas públicas, eficacia en el cumplimiento de los objetivos fijados, economía, suficiencia y adecuación estricta de los medios a los fines institucionales.

Asimismo, para las entidades del Sector Público Estatal, como Casa América, la citada ley establece la obligación de

disponer de un plan de actuación plurianual que marque las líneas estratégicas de la entidad. Además, la institución debe elaborar tantos planes anuales como ejercicios abarque el desarrollo del Plan Estratégico.

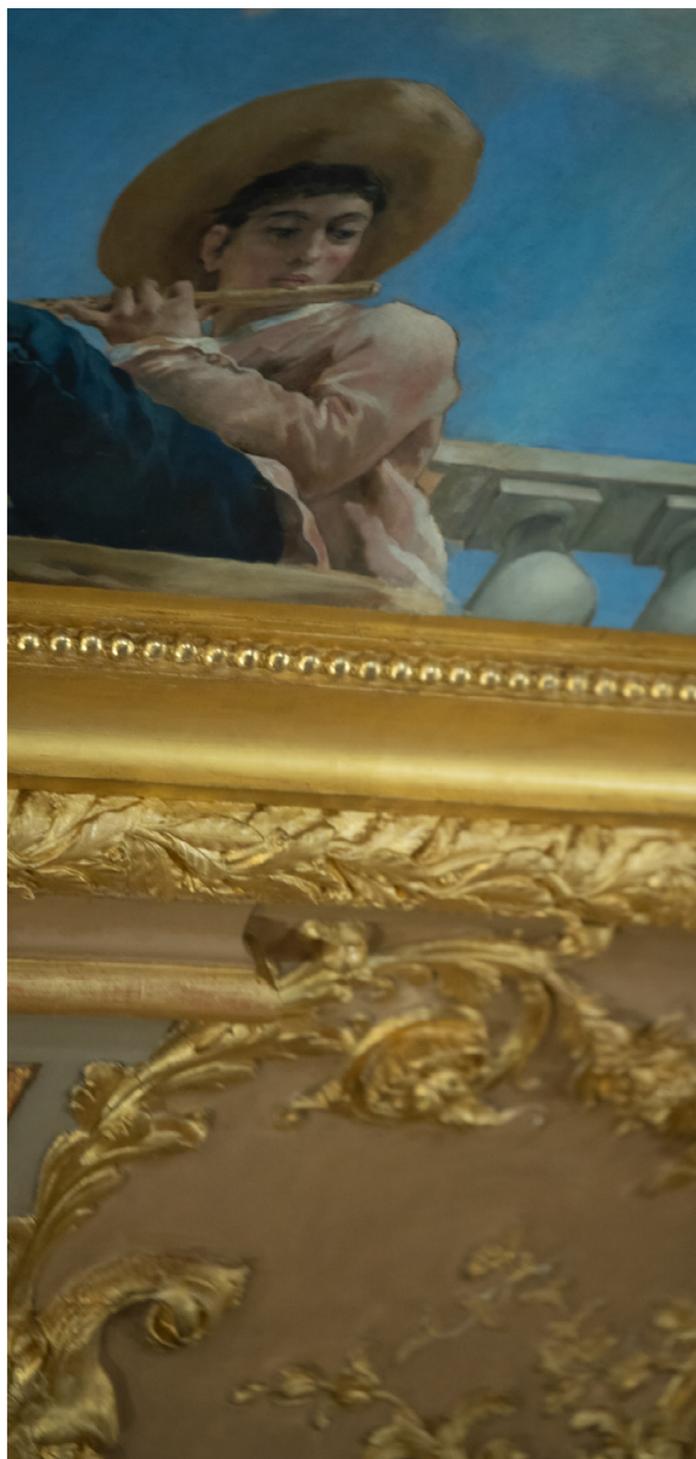
Este plan se divide en varios apartados. El primero propone la estrategia para el próximo trienio. Esta se ha definido a partir del método de análisis para la planificación estratégica DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), que nos permite identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la propia institución, teniendo en cuenta su situación interna y externa actual.

El segundo define el marco de actuación de la Casa, englobando aspectos administrativos, de gobierno, conceptuales, estratégicos y la situación socio económica actual. Son aspectos que contextualizan la acción de la institución. El tercero son los grupos de interés en Casa América para finalizar con un cuadro de mandos para los próximos 3 años.



02 Matriz DAFO





Matriz DAFO-Casa América

DEBILIDADES

- 1 El alto coste de las inversiones requeridas para mantener en óptimas condiciones un edificio de comienzos del S. XIX.
- 2 Los desafíos regulatorios, habitualmente diseñados para la Administración General del Estado y que para una institución de tamaño pequeño y actividad tan peculiar, requiere de una adecuación tecnológica y de Recursos Humanos y Financieros, con los que no se cuenta, para su implementación.
- 3 El creciente número de instituciones que trabajan en el área de América, surgidas en los últimos 15 años.
- 4 Recursos Humanos y Financieros muy limitados.

AMENAZAS

- 1 La alta dependencia de los ingresos privados ya que cualquier efecto que impida la posibilidad de alquilar espacios incide en la capacidad de gasto en actividades y proyectos.
- 2 El amplio número de competidores cerca de nuestra sede, en lo que a alquiler de espacios se refiere.
- 3 Un evento sobrevenido (una epidemia) que obligue a un confinamiento estricto, ya que impediría continuar cobrando el canon del restaurante y demás servicios gastronómicos y alquiler de espacios.

FORTALEZAS

- 1 La buena imagen que la institución tiene a todos los niveles.
- 2 La alta difusión de las actividades en sus redes sociales, que permite llegar a un público fuera de nuestras fronteras.
- 3 El nivel de ponentes y personalidades que pasan por la Casa, no los tienen otras instituciones similares.

OPORTUNIDADES

- 1 Concepto único y diferenciador como instrumento de diplomacia pública entre España y el continente americano con el apoyo de las diferentes administraciones públicas.
- 2 Tener como sede un fantástico y muy funcional Palacio en muy buenas condiciones en pleno centro de Madrid.
- 3 Convertirse en un altavoz autorizado entre los centros culturales, thinks tanks y otras instituciones en América.

Marco de actuación de Casa América

Marco administrativo

Los entes que forman el Consorcio Casa América son: el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (MAUEC), la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid.

Con el objetivo de fomentar el mejor conocimiento entre España y los países del continente americano, en particular de Latinoamérica y el Caribe, la Casa de América se configura como una institución para el desarrollo de actividades que fomenten el debate y la reflexión para asuntos de interés común. Las áreas de actuación son las siguientes: Política, Economía, Social, Cultura y Ciencia y Tecnología.

Se trata de un foro abierto orientado a la difusión de aquellos elementos que contribuyan a estrechar los lazos que unen a los países integrantes de la Comunidad Iberoamericana de Naciones, así como al acercamiento institucional entre América y Europa. El propósito de fomentar el intercambio de personas entre ambas orillas del atlántico.



Marco conceptual y Propósito

¿Qué es la Casa de América? No es ni puede ser una realidad inmutable y fija. En estos 30 años la institución ha ido evolucionando, cambiando, creciendo y transformándose al hilo de cómo lo hacían las relaciones entre España y América Latina, cómo se transformaban las sociedades españolas y las latinoamericanas y sus vínculos entre sí. Por eso: si la idea era construir un espacio de relación y de encuentro: ese espacio tiene que ser una realidad viva y que vaya tomando el pulso de las dinámicas relaciones y a las complejidades de cada momento. La sociedad española hace 30 años tenía poco conocimiento general de América y de sus peculiaridades, mientras que ahora la sociedad española está absolutamente permeada por lo americano (inmigración, segundas generaciones, dobles nacionales, muchas familias



mixtas, sociedad de la información y culturas compartidas- música, gastronomía, cine... cultura compartida).

Sede

La sede de Casa América se encuentra ubicada en el emblemático Palacio de Linares de la ciudad de Madrid, de propiedad del Ayuntamiento de Madrid, quien cedió por 75 años al Consorcio el edificio para que fuera la sede de Casa de América.

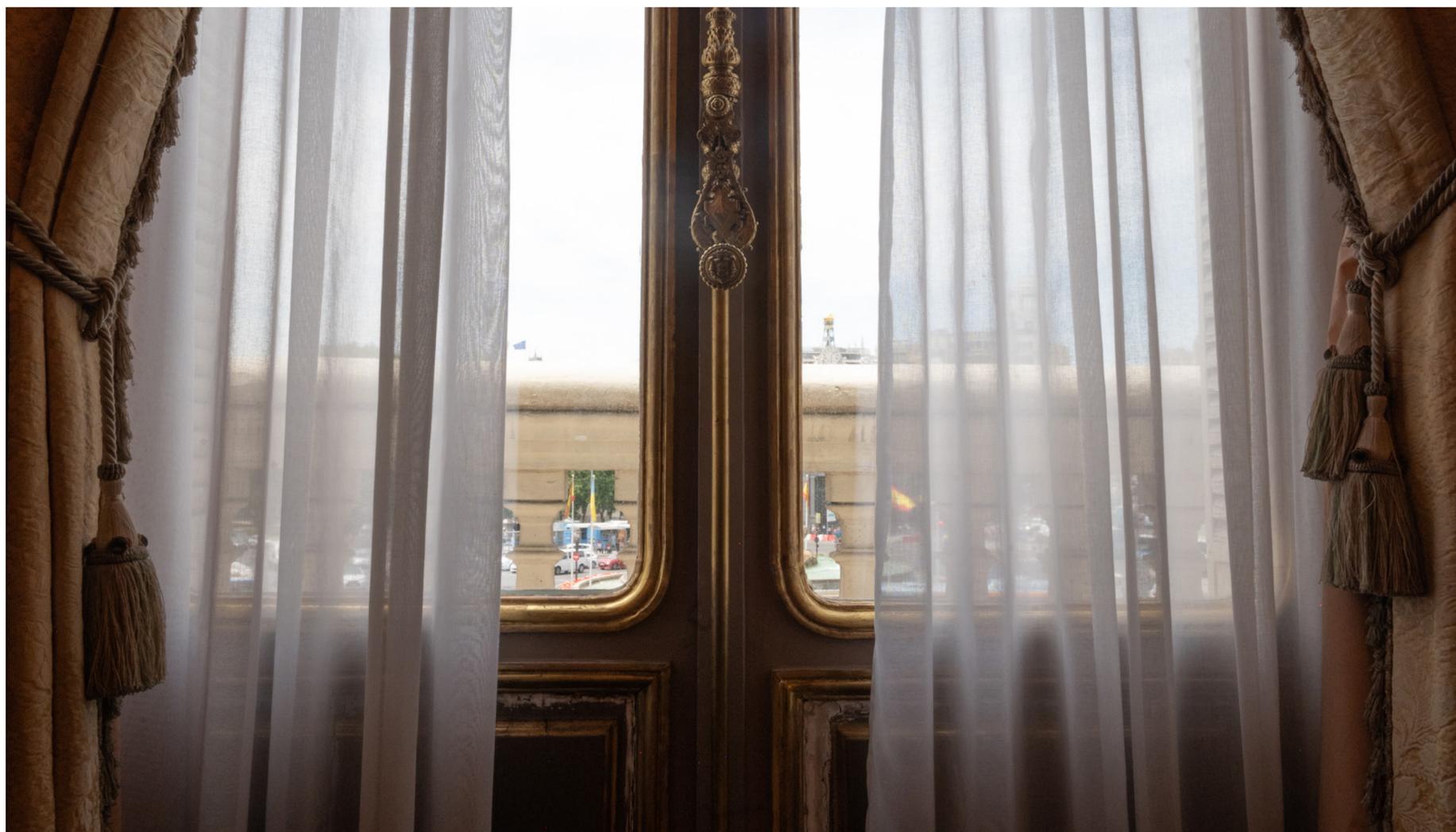
Contexto socioeconómico actual

En la actualidad, la Casa se enfrenta a la redacción de este nuevo plan estratégico en un contexto en el que la situación económica de la región latinoamericana en 2022 ha sido especialmente compleja y presenta serias vulnerabilidades. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en su *Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2022: dinámica y desafíos de la inversión para impulsar una recuperación sostenible e inclusiva*, publicado en agosto de 2022, analiza la compleja coyuntura económica que enfrentan los países de la región por varias causas entre las que se destaca el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, que abrió un frente de incertidumbre para la economía mundial y está afectando negativamente a su crecimiento (un 3,3% menos de lo que se proyectaba antes del inicio de

la invasión rusa). En la región latinoamericana este menor crecimiento irá acompañado de problemas inflacionarios, aumento de la volatilidad y los costes financiero y una lenta recuperación del empleo. Por todo ello, se prevé una media de crecimiento del 1,8% para la región. Las economías de América del Sur crecerán 1,5%, las de América Central más México un 2,3%, mientras que las del Caribe crecerían un 4,7% (excluyendo Guyana).

De acuerdo con la CEPAL, también se espera que las relaciones comerciales internacionales se perjudiquen por el conflicto bélico, lo que provocaría una disminución de la demanda externa de América Latina y el Caribe. Otro problema es que los principales socios comerciales de la región tendrán tasas de crecimiento inferiores a las previstas en el contexto anterior al conflicto bélico, lo que incidirá directamente en los intercambios económicos: Estados Unidos (crecimiento de 2,8%, 1,2 puntos porcentuales por debajo de lo previsto), China (crecimiento de 5%, 0,7 puntos porcentuales por debajo de lo previsto) y la Unión Europea (crecimiento del 2,8%, 1,4 puntos porcentuales por debajo de lo previsto).

La guerra en Ucrania también provocó un aumento de precios de los productos básicos, principalmente de los



hidrocarburos, algunos metales, alimentos y fertilizantes. Esto se suma a las alzas de costos provocadas por las disrupciones en las cadenas de suministros y en el transporte marítimo. Estas alzas han redundado en un impulso de la inflación a nivel mundial, que en algunos países ha alcanzado máximos históricos en 2022. Ante la persistencia y aumento

de la inflación se esperan mayores alzas en las tasas de interés de los países desarrollados.

La comisión regional de las Naciones Unidas ha señalado que el ajuste monetario de los países del Norte ha acentuado el endurecimiento de las condiciones financieras globales que se venía observando en los últimos meses, y esto ha provocado una mayor volatilidad en los mercados financieros, lo que ha perjudicado los flujos de capital hacia los mercados emergentes. Estas tendencias podrían acentuarse en los próximos meses, en especial si persisten las presiones inflacionarias en las economías desarrolladas, y los bancos centrales de estas economías profundizan políticas monetarias contractivas, como la subida de tipos de interés.

La CEPAL advierte de que, como en el resto del mundo, la dinámica inflacionaria en América Latina y el Caribe se ha acelerado. En marzo de 2022 se estimaba que la inflación regional era de 7,5%, y se prevé que se mantenga elevada en lo que queda de año, teniendo en cuenta que continua la incertidumbre geoestratégica, los elevados precios internacionales de la energía, de los alimentos y el transporte. Por último, es importante señalar que, si bien los mercados laborales dan señales de recuperación, esta ha sido lenta e incompleta. Para 2022 y, en concordancia con la

desaceleración que se espera en el ritmo de crecimiento de la región, se prevé que el ritmo de creación de empleo se reduzca. La acción conjunta de una mayor participación laboral, y de un bajo ritmo de creación de empleos, impulsará un alza en la tasa de desocupación durante el presente año, según alerta la CEPAL.

A pesar de la incertidumbre en la economía global, un 77% de las empresas españolas en la región prevén aumentar sus inversiones en este 2022 (importante que un 68% son Pymes y el único país en el que caerían las inversiones es Venezuela).

Las desavenencias políticas en los países más grandes, como por ejemplo México, en general no cambian la percepción de los inversores españoles, de hecho, México vuelve a ser el país en el que más empresas españolas piensan aumentar sus inversiones durante 2022, seguido por Perú, Brasil o Chile, lo cual demuestra que dicha percepción es estable y no está influida por condicionamientos políticos a priori.

El 86% de las pymes espera aumentar su facturación en la región, superando a otras regiones como EE. UU. y Canadá (77%) e incluso la Unión Europea (67%).

Sobre la mejor ciudad para ubicar las operaciones centrales, en los últimos años la elegida es Ciudad de México en términos empresariales y la mejor valorada en términos generales (seguridad, conexiones, calidad de vida familiar u ocio) es Ciudad de Panamá.

Otro dato interesante es que un 93% de los empresarios creen que el acuerdo UE-Mercosur será beneficioso para los intereses de su empresa así que en general, la mayoría apuesta por las políticas de integración regional. Así que América Latina consolida su posición como destino para las inversiones españolas, lo cual genera optimismo en la relación bilateral en un contexto de muchas incertidumbres en el orden global.

El gran reto para la región es que se suba al tren de la digitalización y la inteligencia artificial, que pueden ser catalizadores de nuevas oportunidades y pueden cerrar la gran brecha social de la que ya hemos hablado. Este es el gran reto de compromiso de las empresas (inversión para generar desarrollo inclusivo, equitativo y sostenible). Hay otro asunto fundamental que es la incorporación del talento femenino (las mujeres directivas sin el 19% en matrices españolas y el 4% en filiales latinoamericanas).



CASAMÉRICA

03 Estrategia 2023-2025

S.M. EL REY DE ESPAÑA
D. DON ALFONSO XIII
REY DE ESPAÑA Y DE BOHEMIA
14
REPUBLICA ARGENTINA
REPUBLICA BOLIVIANA
REPUBLICA BRASILEÑA
REPUBLICA CHILENA
REPUBLICA COLOMBIANA
REPUBLICA CUBANA
REPUBLICA DOMINICANA
REPUBLICA GUAYANESE
REPUBLICA HAITIANA
REPUBLICA PARAGUAYESA
REPUBLICA PERUANA
REPUBLICA PUERTORRIQUEÑA
REPUBLICA URUGUAYESA
REPUBLICA VENEZOLANA
CASA DE AMÉRICA
CON EL APOYO DE LA D. D. DON CARLOS DE ESPAÑA
REY DE BOHEMIA Y DE HUNGRÍA
REY DE ESPAÑA Y DE BOHEMIA

La estrategia incluye la definición de la Misión, la Visión y los Valores de la institución que marcan la meta y el camino a seguir durante los próximos tres años. A partir de estos se exponen los Fines Generales de la actividad y las Metas institucionales y dos tipos de ejes estratégicos: los Ejes Sustantivos, que definen el "qué hacer", y los *Ejes Transversales*, que marcan "cómo actuar" para generar los mejores resultados.





Resumen de prioridades estratégicas

EJES SUSTANTIVOS

Prioridades temáticas

- Fortaleza institucional y calidad democrática.
- Cambio climático y transición ecológica
- Flujos migratorios y sus consecuencias
- Papel de la mujer en el desarrollo del continente americano

Prioridades geográficas: México; Brasil; Estados Unidos; América Central y Caribe; Países Mercosur; Países Andinos.

EJES TRANSVERSALES

- Presencia de España en América.
Actualidad del vínculo Iberoamericano.
- Innovación y transformación digital
Procesos de integración en las Américas

MEDIOS E INSTRUMENTOS

- Gestión eficiente, ágil, accesible y transparente
- Formación continua
- Ampliación de los recursos humanos
- Sostenibilidad y solidez financiera

Misión, visión, valores

Misión

Hablar de y con América escuchando a todas las voces y acentos de América. Mantener un diálogo constante y productivo reafirmando como el espacio donde la Comunidad Iberoamericana conversa sobre todas las cuestiones (economía, política, cultura, arte, medios de comunicación...).

Visión

Ser el espacio natural donde se generen relaciones entre el continente americano y España, aportando valor mutuo.

Valores

- La apropiación de la Institución por parte de los países del continente americano y muy especialmente los de América Latina.
- Institución abierta a todas las ideas y a todas las personas.
- Profesionalidad y búsqueda de la excelencia en el trabajo por parte de todo el personal que conforma el equipo de Casa América.

Fines Generales

Son fines generales de Casa de América:

- a) Fomentar la realización de actuaciones y proyectos que contribuyan al mejor conocimiento entre los países del continente americano, en particular, de Latinoamérica y el Caribe, y España.
- b) Impulsar el desarrollo de las relaciones de España con los países americanos, y especialmente con los miembros de la Comunidad Iberoamericana de Naciones, en los ámbitos institucionales, culturales, sociales, científicos, empresariales y económicos.
- c) Estrechar los vínculos de amistad, solidaridad y cooperación entre los países miembros de la Comunidad Iberoamericana de Naciones.
- d) Promocionar Madrid como lugar de encuentro entre Europa y América, facilitando el acercamiento institucional entre los dos continentes.



- e) Servir de foro a las representaciones diplomáticas de los países iberoamericanos para la difusión de los intereses y realidades de dichos países en España y en Europa.
- f) Promover la relación con otras administraciones dedicadas a diversos ámbitos que conciernen a las relaciones entre España y el continente americano, así como con las demás Casas del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.
- g) Promover una mayor presencia en todos los ámbitos de la cultura de raíz hispánica y las relaciones con comunidades tan importantes como los hispanos de Estados Unidos de América.

Prioridades temáticas

Las *Prioridades temáticas* son aquellos contenidos prioritarios que darán sentido y coherencia a nuestra planificación. Son asuntos y contenidos clave, amplios y complejos, que se pueden tratar desde diversas perspectivas.

Casa América define sus prioridades temáticas en su propio campo de actuación: la diplomacia pública. Las áreas elegidas para el próximo trienio corresponden a algunos de los retos más importantes de nuestro tiempo y se consideran especialmente significativas para las relaciones con el continente vecino.

Cabe destacar que, de forma transversal, se dará prioridad a nuevos enfoques interdisciplinares que crucen los límites tradicionales entre varias temáticas y que puedan dar lugar a nuevas relaciones entre el desarrollo económico, social y humano.

Ejes transversales

1. Participación ciudadana.

Como parte de la administración pública española, las necesidades y aspiraciones de la ciudadanía son el punto de partida de nuestra acción. Ella es la verdadera protagonista de nuestro trabajo y debe, por tanto, trascender el papel de mera receptora para devenir colaboradora indispensable, tanto en la definición de los servicios como en la generación de sus resultados. La participación ciudadana es una herramienta esencial en una sociedad democrática y



abogamos, pues, por un modelo de servicios orientado a generar diálogo, interacción y proyectos de creación conjunta con diferentes actores de la ciudadanía, americanos y españoles. Queremos ser una administración cercana, capaz de fidelizar a nuestros beneficiarios gracias al valor real generado para ellos.

2. Contribución del continente a través de sus embajadas.

La participación de las misiones diplomáticas de los países del continente americano en la actividad de Casa América y su definición es indispensable para su apropiación de la agenda y generación de un relato propio, alcanzando de esta manera un conocimiento más profundo sobre su situación, necesidades, prioridades y proyectos. Nadie puede explicar mejor América que las personas e instituciones americanas.

3. Colaboración académica y científica.

La diplomacia científica está llamada a desempeñar un papel destacado en la consolidación de las relaciones entre el continente americano y España y, sobre todo, en la generación de nuevas soluciones a los retos que compartimos. La colaboración científica ha demostrado ser un elemento fundamental para promover la integración y la cohesión, y por eso, Casa América pone énfasis en la coordinación entre las instituciones académicas y científicas y la puesta en común de mejores prácticas.

4. Presencia de España en América.

Además de la ya asumida labor de difundir una imagen positiva de América en España, Casa América refuerza su proyección de España como país de confianza. El

compromiso de España con el continente, nuestra cultura, el idioma español, los sectores de excelencia y otros aspectos que supongan una ventaja competitiva para la mejor comprensión de aquel continente.

5. Innovación y transformación digital.

Casa América impulsa la innovación como herramienta para hacer frente a los nuevos retos globales de interés compartido entre América y España. Las nuevas tecnologías amplían horizontes para compartir y generar ideas, valores, soluciones y alianzas de forma colaborativa ampliando el alcance de nuestra acción pública. Asimismo, la mejora continúa acompañada por la transformación digital se ha convertido en una necesidad para asegurar la relevancia y continuidad de nuestros servicios.

Medios e instrumentos

La consecución de los objetivos descritos en este plan exige aunar esfuerzos y procurar los medios y los recursos necesarios para que aquellos se conviertan en una realidad, más allá de meras declaraciones de intención. Para ello, es necesario contar con los *Medios e instrumentos* que permite alcanzar objetivos propuestos.

Procesos internos

1. Gestión eficiente, ágil, accesible y transparente.

En concordancia con los valores de la institución y con la finalidad de aumentar la confianza de ciudadanos y otros grupos de interés, Casa América ejerce una administración ética y responsable que presta atención a la eficiencia en la gestión y en el uso de los recursos. Para acercarnos aún más a las sociedades americanas y españolas y poner sus necesidades en el centro de atención, se considera fundamental avanzar hacia una entidad ágil y dinámica, ajena a los tradicionales modelos burocráticos, e incrementar la transparencia proporcionando información completa, útil y veraz sobre la actividad de la institución.

2. Gestión responsable y sostenible.

Como ente público comprometido con la sostenibilidad y la Agenda 2030, Casa América pretende ser un modelo de gestión sostenible. Esto implica actuar de forma responsable y sostenible en nuestra propia actividad administrativa y contractual siguiendo los principios de racionalidad, necesidad, idoneidad y eficiencia.



Aprendizaje y crecimiento

1. Formación continua.

En un contexto tan cambiante como el actual, de aprendizaje a lo largo de toda la vida, se hace necesario mantener la calidad profesional del equipo y su motivación para contribuir a una mejor calidad del servicio. Por ello, Casa América está comprometida con llevar a cabo acciones de formación y otras iniciativas de capacitación que promuevan el desarrollo personal y profesional, tanto a través de la formación de tipo formal como informal, incidiendo en la conciliación personal y laboral del equipo.

2. Ampliación de los recursos humanos.

La intensa actividad del consorcio requiere la adecuación de la plantilla con el fin de que esté en consonancia con las prioridades del presente plan estratégico y las demandas de los entes consorciados. La tendencia de la institución hacia una mayor profesionalidad y el incremento de actividades y ámbitos de acción han de venir acompañados de los recursos necesarios para cumplir el compromiso con los entes consorciados.

Recursos Financieros

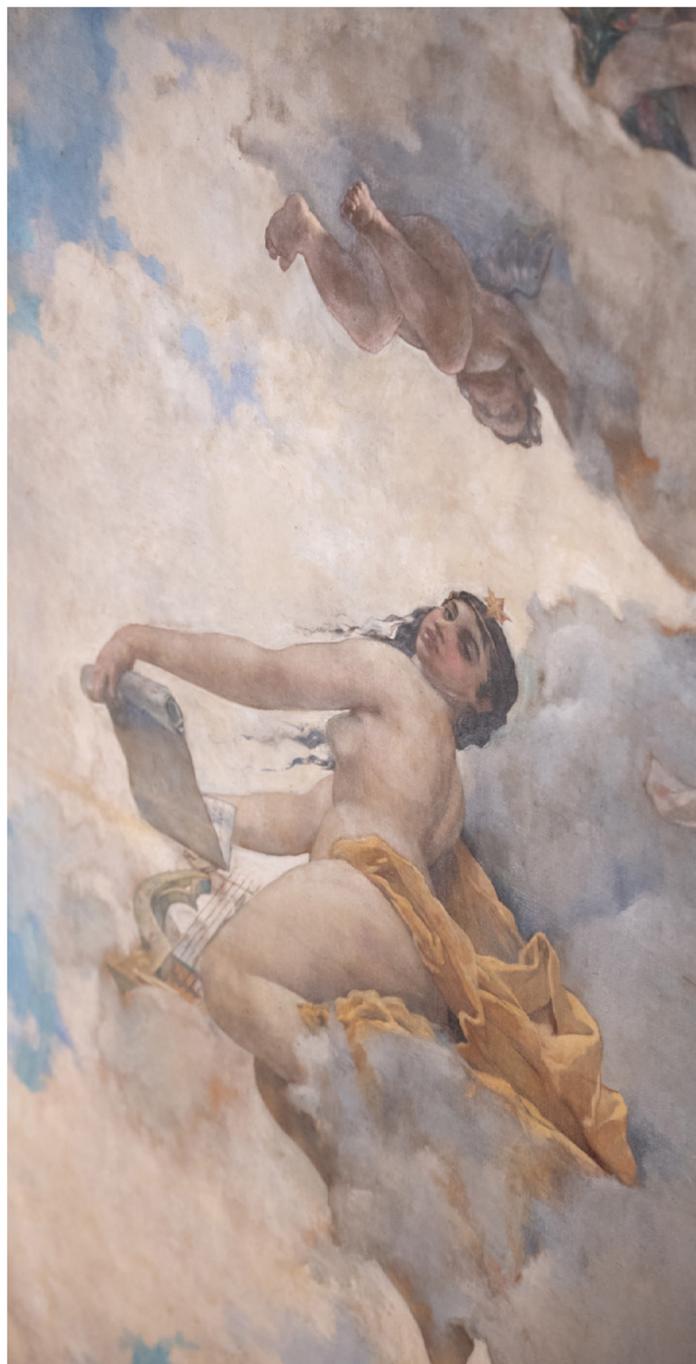
1. Sostenibilidad y solidez financiera.

Los principios de sostenibilidad y equilibrio presupuestario guían nuestra actuación, optimizando los recursos. La consecución de nuestros objetivos requiere de medios o recursos estables que los entes consorciados deben asegurar de manera constante y garantizar su futuro a largo plazo, ya que el confinamiento al que nos vimos obligados a causa de la pandemia dejó en evidencia que los recursos privados por alquiler de espacios o por la concesión administrativa pueden estar en riesgo de reducirse drásticamente o perderse y pone en riesgo la viabilidad del Consorcio.



CASAMÉRICA

04 Marco de actuación operativa



El cuarto apartado de este plan describe el marco operacional de la institución y recoge **las áreas temáticas, ámbitos de actuación y la actividad operativa.**

A partir de la definición de los programas, nacen los Planes de actividades anuales, que son planes operativos que materializan las prioridades establecidas en el Plan Estratégico y consiguen la máxima coherencia entre la estrategia y la acción. Los programas o actividades están sujetos a modificación en cada ejercicio si el contexto así lo exige. Es a nivel de programa que se determinan los objetivos operativos específicos, medibles, alcanzables, realistas y delimitados en el tiempo, puesto que su definición depende de los recursos disponibles en cada ejercicio.

Cabe subrayar que el éxito de este Plan Estratégico depende de su proceso de implementación, el liderazgo de la dirección y la implicación del equipo, además de la asignación de recursos económicos, humanos, administrativos y tecnológicos necesarios.



Actividad operativa

Casa América organiza anualmente algo más de 450 actividades, entre eventos de todo tipo. Las actividades van destinadas a diferentes públicos dependiendo de las temáticas y objetivos definidos, tanto *online* como *offline*. En cuanto al área comercial, se realizan algo más de un centenar de eventos, anualmente.

Toda la programación se realiza con carácter anual y contiene, por un lado, programas que se han ido consolidando en el tiempo por su calidad y sus buenos resultados, que denominamos ciclos y por otro, programas nuevos cuya oportunidad se aprecia.

Por último, para conseguir la sostenibilidad financiera y la coherencia estratégica en la programación, ésta se vincula a un presupuesto anual, adaptando la clasificación presupuestaria a la planificación estratégica. Se cuenta con los mecanismos internos de control del gasto.

Ámbitos de actuación de los servicios

Dado que la diplomacia pública en su conjunto es un concepto muy amplio, el establecimiento de ámbitos de actuación, como subcategorías conceptuales, permite conseguir una mayor eficacia a nivel operativo, incluyendo la gestión, organización y comunicación de los servicios. Existen siete áreas temáticas: Política, economía, social, cultura (teatro, literatura, cine, artes plásticas, música,) ciencia y tecnología, y comunicación e internamente la propia gestión del consorcio.

Actividades

Dentro de cada ámbito de actuación se desarrollan diferentes programas que se han ido estableciendo como resultado de las buenas prácticas desarrolladas. La gestión por programas brinda ventajas, como una mayor eficiencia en su gestión, organización, comunicación y en la evaluación de resultados.

La gran parte de los programas de Casa América tienen como fin ofrecer uno o varios servicios a los diferentes

Áreas Temáticas

Política

con actividades tales como:

- Tribuna EFE-Casa de América
- Ciclo América Vota
- Cooperación con organismos multilaterales de la región (BID, CAF, SEGIB, OEI)
- Relanzamiento de las relaciones entre la Unión Europea y América Latina.

Economía

con actividades tales como:

- Diálogos del agua
- Energías tradicionales y renovables
- Agricultura, alimentación y cadenas de suministro
- Informes sectoriales y regionales de la situación económica y política de A.L.

Social

con actividades tales como:

- Ciclo complejidades de América Latina
- América es mujer
- Ciclo diálogos con nuestra memoria
- Ciclo Acá es Aquí (colectividades latinoamericanas en España)
- Próceres americanos
- Diversas celebraciones y conmemoraciones relativos a países, sociedades y personajes de cada uno de ellos.

Cultura

con actividades tales como:

- *Literatura*:
 - Ciclo Describo que escribo
 - Presentación de libros
 - Nuevas voces en la narrativa hispanoamericana
 - Semana de autor
 - Ciclo veladas literarias
 - Premio Poesía Casa de América
- *Teatro*: Presentaciones de grupos tanto noveles como consagrados con obras de marcada connotación iberoamericana.
- *Música*: Conciertos con personas y grupos noveles y consagrados cuya música influye en la cultura



Iberoamericana. Música en palacio.

- *Cine*: La sala Iberia de Casa de América es la única sala de cine catalogada como sala dedicada en exclusiva a la difusión del cine latinoamericano. Programación regular con la presentación de películas, de documentales, pre-

estrenos y presentaciones especiales, habitualmente con presencia de su director y/o protagonistas.

- *Artes Plásticas*: Exposiciones de diversa procedencia y niveles, todas relacionadas con temas y/o artistas Iberoamericanos.

Ciencia y Tecnología

con actividades tales como

- Inteligencia artificial y ética.

Comunicación

- Todas las actividades realizadas se difunden a través de nuestros canales tradicionales: Web y redes sociales.
- Además, se lleva a cabo el programa "conversatorios en Casa de América", en colaboración con RTVE.
- Programas de radio, en directo y diferido.
- Ruedas de prensa.

Otros

Algunas actividades y programas se llevan a cabo por fuera del marco de las áreas temáticas, pero son muy importantes dentro del ADN de la Casa, tales como:

- Colaboración con las Fundaciones Consejo
- Premio Bartolomé de las Casas (con AECID)
- Premio Casa de America de poesía

- Colaboraciones con Universidades y centros de pensamiento
- Otras muchas más actividades de diplomacia pública. Visitas de escuelas diplomáticas de Iberoamérica.
- Acogimiento de actos institucionales de relevancia
- Elaboración de la memoria anual de actividades

Estas prioridades se alinean con los *Ejes Sustantivos de la Estrategia de Acción Exterior de España*, así como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Y en cuanto a la gestión

- Gestión económica y financiera
- Gestión comercial y de Mk
- Gestión sostenible
- Contratación administrativa
- Recursos humanos
- Gestión patrimonial
- Transparencia y buen gobierno
- Formación continua
- Gestión jurídica de los convenios
- Análisis y estrategia
- Modernización administrativa
- Reuniones con el Consejo Rector y el Alto Patronato



CASAMÉRICA

05 Grupos de interés de Casa América



Casa América define los siguientes grupos principales de interés:

- Beneficiarios de los servicios.
- Colaboradores
- Entes consorciados
- Alto Patronato
- Directivos y equipo de Casa América

Beneficiarios de los servicios

El principal beneficiario de los servicios de la institución es España, como estado y país que debe cuidar y reforzar la relación con el continente americano, por lo que supone para nuestra posición en el mundo, para nuestra sociedad, nuestra cultura y nuestro sector privado. También, por supuesto, la ciudadanía española, ocupando un lugar destacado los residentes en Madrid que pueden venir presencialmente y en general los ciudadanos de América que ven nuestra sede como un espacio natural donde reencontrarse con sus países y culturas, un lugar donde se conversa y dialoga con representantes de sus sociedades.

Casa América se dirige directamente a la ciudadanía española y americana para seguir manteniendo vigente el vínculo entre América y España, sus gentes y las relaciones entre ambas. Entre estos beneficiarios se encuentran representantes de instituciones, empresas y sus diferentes asociaciones, universidades y centros de pensamiento, ONG, medios de comunicación y otros protagonistas relevantes.

Cada uno de los programas de Casa América tiene uno o varios públicos objetivos definidos. Es clave establecer en detalle quiénes son, diferenciarlos e identificar, en cada caso, sus necesidades y patrones de consumo de comunicación para poder ofrecerles servicios y establecer una relación bidireccional.

Colaboradores

Las colaboraciones con otras entidades públicas y privadas es el modus operandi de Casa América. Ello permite un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles y una mayor eficacia en la gestión, con un efecto multiplicador que beneficia a las partes. Casa América consigue de esta manera movilizar esfuerzos y recursos adicionales importantes para el cumplimiento de su misión y visión.



En un contexto cada vez más complejo, la diversificación y ampliación de estas alianzas estratégicas son necesarias, no solo para la organización de la actividad y su alcance, sino también para la innovación y la transformación digital, sin olvidar la eficiencia en el uso de los recursos públicos.

Por otro lado, la actividad de Casa América depende en gran medida de la aportación activa de expertos, personalidades, artistas, periodistas, profesionales de todo tipo y otras personas con capacidad de influencia en diferentes entornos que, con sus conocimientos, aportan valor a las actividades de la programación. En este sentido, gracias a la interconexión mundial, los actores no oficiales o no gubernamentales tienen cada vez más influencia sobre la opinión pública y las relaciones internacionales. De hecho, de cara a públicos especializados, tienen muchas veces mayor credibilidad que otros actores.

Por ello, los actores americanos a los que se invita a participar no pertenecen necesariamente a las estructuras de gobierno o poder, como en el caso de la diplomacia tradicional. Hablamos de intelectuales, profesores e investigadores del ámbito universitario, artistas, activistas, emprendedores, periodistas y miembros de la sociedad civil que trabajan tanto dentro como fuera de sus países para crear conocimiento,

difundirlo y generar pensamiento, debate y desarrollo. Muchos de ellos son líderes de opinión que dan voz o movilizan a un determinado grupo de personas, sensibilizan sobre determinadas temáticas o promueven agendas acordes con los objetivos de la Casa.

Los medios de comunicación, dada su repercusión sobre la opinión pública y su amplio alcance, también resultan colaboradores clave. Estos medios han demostrado un creciente interés por la cobertura y los enfoques abiertos y sensibles sobre América, prestando atención y apoyo especial y facilitando una comunicación diferente sobre el continente americano y sus realidades. Se trata no solo de medios tradicionales, sino también alternativos, incluyendo un amplio espectro de actores activos en redes sociales

Entes Consorciados

Fundamental no solo su apoyo económico, sino su guía en cuanto a la línea estratégica a seguir. Tienen cada uno tres representantes en el Consejo Rector con reuniones de al menos dos veces al año.



Alto Patronato

Son empresas e instituciones que con su apoyo financiero contribuyen a la realización de las actividades de la Casa. También sus sugerencias en cuanto a temas de interés para el sector privado son fundamentales para construir una programación atractiva y realista frente al amplio espectro de público al que llegamos.

Equipo y Directivos de Casa de América

Las empresas e instituciones no son as que la suma del esfuerzo de sus equipos de trabajo. El personal trabaja con compromiso y amor por el proyecto "Casa de América" y prueba de ello es la baja rotación que tiene. Si la Casa tiene 30 años de vida, 8 de sus 24 empleados actuales llevan 30 años de vinculación y no solamente la gente de plantilla, 3 de los 20 empleados de contratos de servicios externos, llevan 30 años. Sus Directivos tienen la misión de llevar a buen término el lineamiento estratégico marcado por el Consejo Rector, así como mantener las buenas relaciones externas e internas, la Gestión transparente y eficiente de los recursos públicos puestos bajo su responsabilidad.y eficiente de los recursos públicos puestos bajo su responsabilidad.

Anexo I

Cuadro de Mando de Casa América 2023-2025

	OBJETIVOS	INDICADORES	OBJETIVOS	INICIATIVAS
Perspectiva financiera	Mantener los ingresos privados en una cifra no inferior a 1.200.000€	Ingresos por alquiler de espacios e ingresos empresas Alto Patronato	Incrementar los ingresos tanto por transferencias públicas como privadas	Presentar proyectos atractivos a los Consorciados para conseguir su apoyo económico. Presentar el proyecto Casa de America a empresas que se sumen al Alto Patronato
Perspectiva del público	Incrementar el número de público que ve nuestras actividades en nuestras plataformas ON LINE	Número de visualizaciones en nuestro canal de Youtube	Conseguir que el público más joven se interese por nuestras actividades	Hacer actividades que conecten mejor con un público joven
Perspectiva de Procesos internos	Conseguir sistematizar los procesos internos	Número de procesos sistematizados anualmente	Lograr mejorar la eficiencia en los procesos internos con un menor coste económico por actividad	Evitar la realización de actividades simultáneas y optimizar los espacios adecuándolos a los aforos realistas
Perspectiva de aprendizaje y desarrollo	Mantener la formación continua en todas las áreas de la empresa	Cursos realizados por el personal	Implementar procesos de productividad, innovación y calidad	Inculcar en el personal el concepto de productividad e innovación en todos los procesos y proyectos que se planteen

CASA AMÉRICA

Consortio Casa de América



Comunidad de Madrid



MADRID

Alto Patronato

//ABANCA

BBVA

CAF BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA



Fundación
IBERDROLA
ESPAÑA

Con el especial apoyo de

Telefónica

REPSOL
Fundación

GRUPO
EULEN

IBERIA

Naturgy

Entidades colaboradoras

EFE:

ICEX

rtve