



PLAN MUNICIPAL DE CULTURA COMUNA DE HUALQUI 2015-2019

CONSULTORA
MOIRA DÉLANO URRUTIA

AGOSTO – DICIEMBRE 2014

Índice	
Contenido	Página
01. DIAGNÓSTICO CON ANTECEDENTES REGIONAL, PROVINCIAL Y COMUNAL	
1.1 Diagnóstico territorial Región del Bío Bío	5
1.2 Diagnóstico territorial Provincia de Bío Bío	21
1.3 Diagnóstico territorial de la comuna de Hualqui	33
02. DIAGNOSTICO CULTURAL GENERAL	
2.1 Identidad Regional	44
2.2 Política Cultural Nacional 2011-2016	47
2.3 Política Cultural Regional 2011-2016	52
2.4 Participación y Consumo Cultural	57
2.5 Oferta Cultural Provincial	57
2.6 Medios de Comunicación	64
2.7 Caracterización cultural regional	67
2.8 Perfil cultural comunal	68
2.9 Catastro y equipamiento cultural local	73
2.10 Gestión Cultural Municipal	75
2.11 Ficha síntesis Diagnóstico	77
2.12 Anexos 1 (en cd adjunto)	
<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la Asesoría, metodologías y plazos • Ficha de perfil municipal • Ficha Catastro de los Agentes Culturales Comunales • Ficha para Agentes Culturales comunales • Ficha para Organizaciones de la Comunidad • Actas firmadas • Fotografías 	
03. DIAGNOSTICO CULTURAL COMUNAL	
3.1 Diagnóstico Municipal: Unidad de Cultura y caracterización	80
3.2 Catastro Agentes Culturales y caracterización	89
3.3 Metodología para el Levantamiento de la Cadena de Valor de la comuna	89
3.4 Conclusión general de la etapa	90
3.5 Anexos 2 (en cd adjunto)	
<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de perfil municipal, contestada • Catastro de los Agentes Culturales Comunales vaciado • Actas firmadas • Fotografías 	
04. DIAGNOSTICO CULTURAL COMUNAL	
4.1 Diagnóstico Cultural y Cadena de Valor Local	91
4.2 Análisis de la Cadena de Valor Cultural	112
4.3 Levantamiento de la Demanda Cultural de la Comunidad	117
4.3.1 Resultados de las encuestas aplicadas a los Agentes de la comunidad	
4.3.2 Resultados de los Encuentros con la comunidad	134
4.4 Conclusión general de la etapa	137
4.5 Anexos 3 (en cd adjunto)	
<ul style="list-style-type: none"> • Presentación con los resultados que se usó para dar a conocer los resultados del diagnóstico en la comuna • Metodología para construir el Plan Municipal de Cultura • Actas firmadas • Fotografías 	

05. PLAN DE CULTURA MUNICIPAL COMUNA DE HUALQUI 2015-2019	
5.1 PLAN DE CULTURA MUNICIPAL DE HUALQUI 2015-2019, CONTEXTO Y DEFINICIONES	140
5.1.1 Principios orientadores	141
5.1.2 Visión	141
5.1.3 Misión	141
5.1.4 Objetivos	141
5.1.5 Lineamientos Estratégicos	142
5.1.6 Tipos de públicos para el desarrollo del plan	143
06. PLAN DE CULTURA MUNICIPAL COMUNA DE HUALQUI 2015-2019	
6.1 PLAN DE CULTURA MUNICIPAL DE HUALQUI 2015-2019, PLANIFICACIÓN	146
6.1.1 Planificación Plan Municipal de Cultura 2015-2019	147
6.1.2 Propuesta Anual Plan Municipal de Cultura 2015	154
6.1.3 Plan de financiamiento municipal y externo anual y proyectado	162
6.1.4 Plan inversiones y gastos asociados	164
6.1.5 Mecanismos de evaluación: seguimiento y control	165
6.2 Anexos 4 (en cd adjunto)	
<ul style="list-style-type: none"> • Presentación con los resultados que se usó para dar a conocer los resultados del diagnóstico en la comuna • Presentación del Plan Municipal de Cultura para validación con la comunidad • Actas firmadas jornadas • Fotografías jornadas • Instrumentos de evaluación: seguimiento y control del Plan Municipal de Cultura Municipal. 	



Plan Municipal de Cultura de Hualqui

Moira Déiano Urrutia
CULTURA Y ARTE
ASESORÍAS Y PROYECTOS INTEGRALES

Presentación:

El presente **Plan Municipal de Cultura 2015-2019 de Hualqui** es el resultado del convenio suscrito entre la Dirección Regional del Consejo de la Cultura y las Artes de la Región del Biobío, a través del Programa Red Cultura, con la Municipalidad de Hualqui, en su modalidad de Asesorías para el desarrollo de Planes Municipales de Cultura. El trabajo realizado se desarrolló en cuatro etapas consecutivas: diagnóstico, conceptualización, planificación y validación del mencionado Plan y contó con la participación de las Unidades Secplan y Cultura, algunos agentes culturales relacionados con el municipio y representantes de la comunidad organizada en sus distintas etapas. Ello permitió evidenciar un desarrollo precario, hasta ahora, de la gestión cultural de la comuna.

La comuna de Hualqui se caracteriza por haber desarrollado una identidad basada en lo rural a pesar de ser parte del Gran Concepción urbano lo que ha devenido en un desarrollo cultural enfocado en lo rural-folclórico lo que ha inhibido la búsqueda de otras manifestaciones culturales, tanto artísticas como patrimoniales, invisibilizando a otras expresiones artísticas especialmente relacionada con las manifestaciones de los jóvenes. A pesar de ello, posee distintos componentes necesarios para contar con un potente **desarrollo cultural** local, ya que dispone de múltiples y variados actores culturales, con distintas manifestaciones relacionadas principalmente con la música folclórica, la artesanía y su patrimonio material y natural, identificados en el proceso de desarrollo del estudio y Asesoría. Otra característica relevante es la vinculación espontánea entre lo cultural y el desarrollo del turismo, relación que se transforma en un desafío de la nueva mirada sobre el desarrollo cultural de la comuna para cumplir con su misión institucional. Por otro lado, cuenta con una participación de la comunidad mediante las organizaciones comunitarias tradicionales las que concurren de manera masiva en las distintas actividades culturales que se organizan en la localidad y donde el municipio es uno de los actores relevante en este campo. Una de las fortalezas centrales es el compromiso político de la autoridad municipal para propiciar el desarrollo cultural, lo que se manifiesta en establecer esta Asesoría, pero no necesariamente de gestión, ya que dispone de recursos limitados en lo creativo, económico y donde hay una carencia importante de infraestructura e institucionalidad municipal que complejiza su una proyección en el campo de la gestión local, ya que el desafío real, y que el Plan propone es diversificar la **oferta cultural** tanto en el campo artístico como en el formativo y patrimonial, como también el fortalecimiento de la **cadena de valor** cultural local para satisfacer la **demandas de la comunidad** en materia social y cultural, componentes con los que cuenta el presente Plan Municipal de Cultura, instrumento que guiará las acciones y recursos para lograr sus metas en el horizonte de los próximos cinco años.

01


Diagnóstico Territorial General ANTECEDENTES REGIÓN BÍO BÍO, PROVINCIA BIO BIO Y COMUNAL DE HUALQUI

1. DIAGNOSTICO TERRITORIAL

1.1.- Diagnóstico territorial Región del Bío Bío

La Región del Bío Bío es la tercera región más grande de Chile. El país está dividido en 15 regiones y la región se ubica en la zona centro-sur, limita al norte con la Región del Maule, al sur con la Región de la Araucanía, al este con la República Argentina y al oeste con el Océano Pacífico. Su símbolo natural más importante es el río Bío Bío. Cuenta con una superficie de 37.068,7 km².



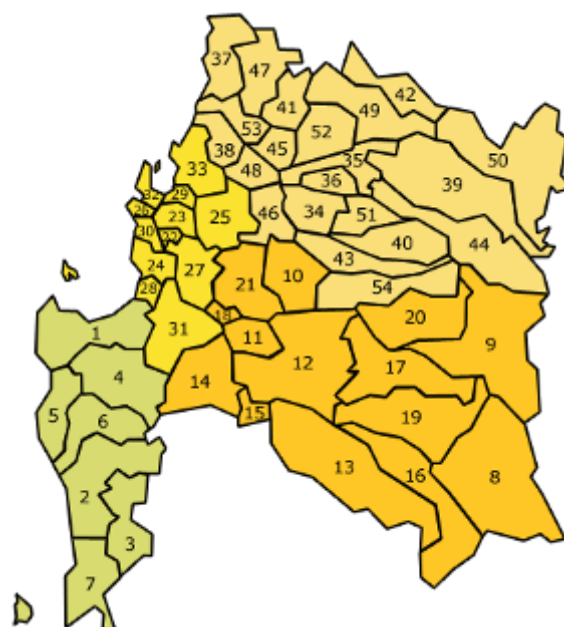
Capital	Concepción
• Población	1.040.586 ¹
• Coordenadas	 36°46'22"S, 73°3'47"O
Intendente	Rodrigo Díaz Wörner
Subdivisiones	4 provincias: Arauco, Biobío, Concepción y Ñuble
Superficie	Puesto 8. º, 37,068.7 km ²
Población	Puesto 2. º, 2, 036,443 hab.
• Densidad	53,49 hab/km ²
• PIB per cápita Total (2011)	<u>CLP</u> 8.429.169 millones <u>USD</u> 14.951
IDH	0,900 (7º) Muy alto

La Región del Bío Bío es una de las zonas más productivas del país además es la 3era región más poblada de Chile y tiene una gran diversidad de recursos naturales. Los atributos que hacen de la

región una de las más importantes a nivel nacional es por su aporte al PIB y su gran capacidad exportadora, gracias a sus múltiples actividades productivas: industrial, pesquera, agrícola, forestal y al gran capital humano que son los habitantes del Bío Bío.

El potencial de la región esta su heterogeneidad geográfica, social, económica y cultural que se ve expresada en cada localidad de sus 54 comunas, organizadas en 4 provincias, Arauco, Bío Bío, Concepción y Ñuble.

Provincia	Capital	Comuna
Arauco	Lebu	1. Arauco
		2. Cañete
		3. Contulmo
		4. Curanilahue
		5. Lebu
		6. Los Álamos
		7. Tirúa
Bío Bío	Los Ángeles	8. Alto Bío Bío
		9. Antuco
		10. Cabrero
		11. Laja
		12. Los Ángeles
		13. Mulchén
		14. Nacimiento
		15. Negrete
		16. Quilaco
		17. Quilleco
		18. San Rosendo
		19. Santa Bárbara
		20. Tucapel
		21. Yumbel
Concepción	Concepción	22. Chiguayante
		23. Concepción
		24. Coronel
		25. Florida
		26. Hualpén
		27. Hualqui
		28. Lota
		29. Penco
		30. San Pedro de la Paz
		31. Santa Juana
		32. Talcahuano
		33. Tomé



Provincia	Capital	Comuna
Ñuble	Chillán	34. Bulnes
		35. Chillán
		36. Chillán Viejo
		37. Cobquecura
		38. Coelemu
		39. Coihueco
		40. El Carmen
		41. Ninhue
		42. Ñiquén
		43. Pemuco
		44. Pinto
		45. Portezuelo
		46. Quillón
		47. Quirihue
		48. Ranquil
		49. San Carlos
		50. San Fabián
51. San Ignacio		
52. San Nicolás		
53. Trehuaco		
54. Yungay		

División político-administrativa de la Región del Biobío

La zona del Bío Bío funciona en la misma lógica que el Estado en su nivel central. El Gobierno Regional administra el desarrollo de la región en relación con los parámetros establecidos por el Gobierno de turno. Esta manera de conducir el país muestra falencias ya que es muy evidente el centralismo en la toma de decisiones en todo ámbito de cosas.

GEOGRAFIA REGIONAL

La Región del Bío Bío cuenta con la biodiversidad riquísima, con diversos climas y tipos de vegetación y paisajes para disfrutar de ella.

El atractivo de la Región está precisamente en sus múltiples ofertas de espacios naturales: playas, cordillera, campo y ríos y lagunas, etc. Así como también están los recursos naturales explotables como los bosques, las minas, el mar, entre otros. La actividad productiva de la zona se basa en el uso de estos recursos y por tanto es un atractivo para la inversión foránea.

Clima

El clima de esta región se llama mediterráneo con estaciones semejantes, pero al sur, la influencia mediterránea cambia. Se desarrolla en una franja longitudinal, pero al interior y al sur

se deja sentir la influencia mediterránea lluviosa, llegando a más de 2.400 mm de precipitaciones concentradas en invierno. Hacia la pre cordillera, el clima frío presenta una alta oscilación térmica, con un promedio de 1.850 mm de precipitaciones. En el sector costero predomina un clima mediterráneo con influencia oceánica.

Características geográficas



Cordillera de Los Andes

Con un promedio de 3.300 msnm y fuerte actividad volcánica como el Volcán Callaqui (3.164 msnm), el Volcán Antuco (2.979 msnm), el Volcán Chillán (3.212 msnm) y el Volcán Copahue (2.965 msnm). Otras cimas relevantes son la Sierra Velluda (3.585 msnm) y de menor altura la Cordillera de Polcura. Continúa el relieve precordillerano La Montaña.

Depresión Intermedia

Se encuentran diferencias como una mayor anchura en el sector norte de la Región y más cercano a Chillán. Aquí se concentra gran cantidad de Recursos Hídricos que permiten actividad forestal, agrícola y ganadera, a partir de los sistemas fluviales del río Itata y del río Biobío, que con sus 380 kilómetros de extensión, es uno de los ríos más caudalosos del país, lo que favorece la instalación de plantas de energía hidroeléctrica. El asentamiento humano se encuentra en menor proporción que en otras regiones, ya que esta se concentra en la Costa.

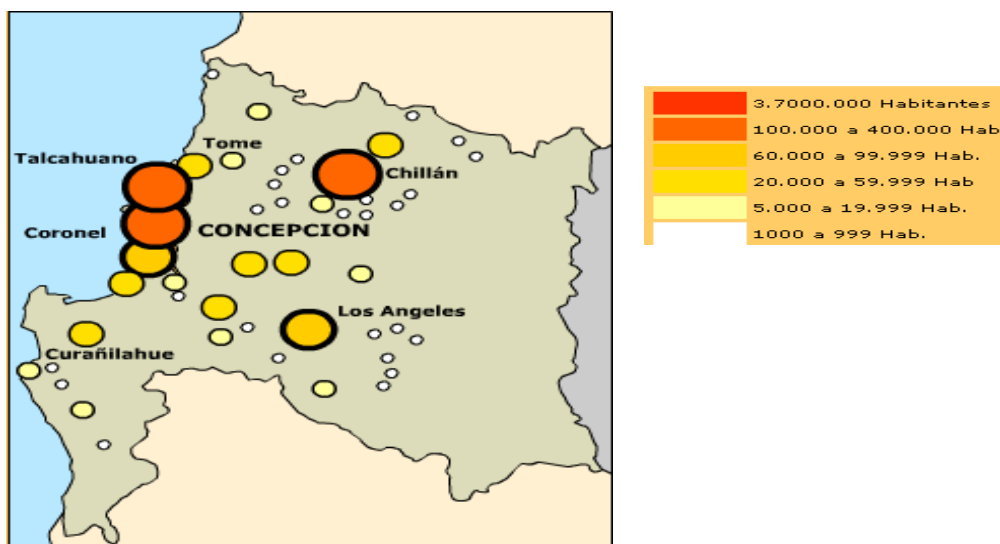
Planicies Litorales

En esta región se amplían luego del Golfo de Arauco con áreas de abundante recurso Carbón, pero que se ha dejado de explotar debido a su alto costo de explotación. Desde el año 2007 se ha iniciado la exploración de gas de carbón.

La Región del Bío Bío, de acuerdo a los datos del censo de 2002¹ y la información contenida en documentos del Gobierno Regional del Bío Bío², cuenta con una población de 1.861.562 habitantes, es la segunda región más poblada del país, después de la Región Metropolitana de Santiago. En relación con el censo de 1992, que reflejaba una población total de 1.734.305 habitantes, se produjo un crecimiento poblacional de 7,3% en 10 años (1992-2002), el segundo menor a nivel nacional, después de la Región de Magallanes y la Antártica Chilena. Tomando en cuenta sus 37.062,6 km² de superficie, tenía en 2002, una densidad de 50,23 habitantes por km², la tercera más alta a nivel nacional. La población se distribuye en 4 Provincias, donde las más pobladas con también con mayor densidad son la de Concepción y Ñuble.

Provincia	Nº de habitantes	Porcentaje	Densidad (hab/km ²)
Concepción	1.010.957	50,9	294
Ñuble	441.604	22,2	33,5
Bío Bío	353.315	17,8	23,5
Arauco	164.857	8,3	30,2

Censo 2002



FUENTE: Gran Atlas de Chile, Histórico, Geográfico y Cultural

1 Se utilizan los datos del Censo 2002 para el Diagnóstico, ya que los del 2012 no tienen validez reconocida.

2 www.gorebiobio.cl

El censo de 2002 arrojó una población urbana de 1.528.306 habitantes, correspondientes al 82,1% de la población regional, y una población rural de 333.256 habitantes, equivalentes al 17,9% de la población de la región. De los 1.861.562 habitantes de la Región del Bío Bío en 2002, 915.200, el 49,16%, eran hombres, y 946.362 habitantes, el 50,84%, mujeres. En cuanto a pertenencia a Pueblos Originarios o Indígenas, 52.918 personas se declararon, en el censo de 2002, como mapuche, esto es un 2,84% de la población regional.

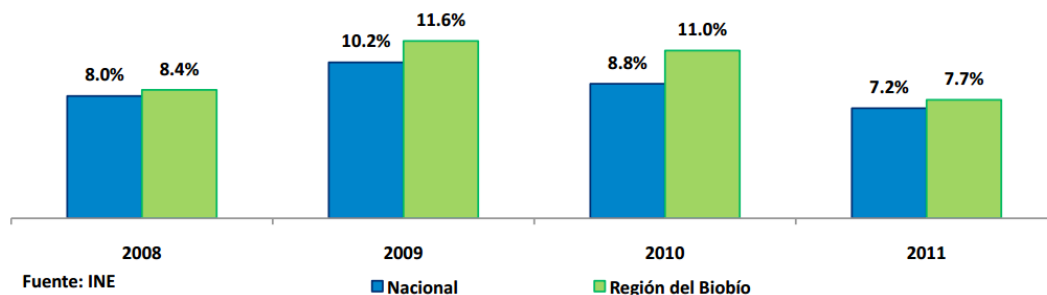
Del total de la población regional, un 83.6% de ésta habita en zonas urbanas y el restante 16.4% en zonas rurales. Cerca de un millón de personas habita en la conurbación costera del Gran Concepción, que comprenden las comunas de Concepción, Chiguayante, Penco, San Pedro de la Paz, Talcahuano, Hualqui, Tomé, Coronel, Lota y Hualpén.

Situación del empleo

Según datos del INE, a nivel nacional el número de ocupados superó los 7,2 millones de personas, con una creación de más de 472mil empleos desde el trimestre marzo a mayo 2010 al trimestre marzo a mayo 2011. Asimismo, en la Región del Biobío, se crearon 99.287 empleos en el mismo periodo, lo que equivale a más de 835 mil personas ocupadas. Esta cifra representa una tasa de ocupación en la región del 52%, 5,5 puntos porcentuales más que el mismo trimestre móvil de 2010.

En la siguiente figura se observa la tasa de desempleo regional y nacional del trimestre marzo a mayo para los años 2008 en adelante.

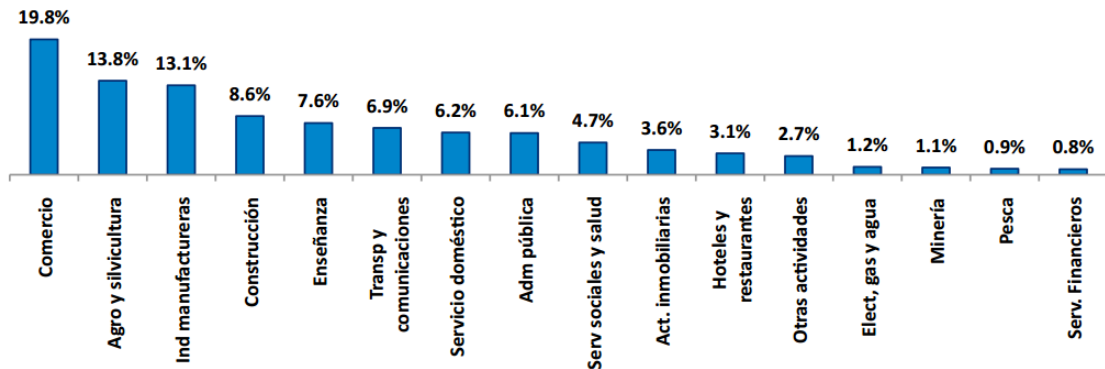
Figura 1: Tasa de Desempleo Nacional v/s Regional
Trimestre Marzo-Mayo



Respecto a la distribución de ocupados por sector económico, destaca el Comercio con un 19,8, Agro y Silvicultura con un 13,8 Industrias Manufactureras con un 13,1 y Construcción con un 8,6%. Los demás sectores se encuentran bajo el 8%, como se observa en la figura a continuación:

3 Datos del Plan Región del Biobío 2010-2014, www.intendenciabiobio.gov.cl

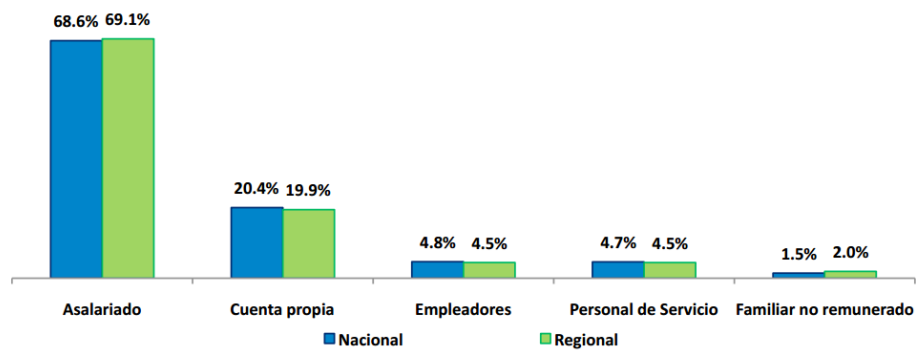
Figura 2: Distribución de Ocupados por Sector Económico
Promedio trimestres Marzo-Mayo 2010 a Marzo-Mayo 2011



Fuente: INE

De las personas ocupadas en la región, un 69,1% de éstas trabaja como asalariado, porcentaje mayor al nacional que es de un 68,6%, mientras que el promedio de los trabajadores a cuenta propia de la región es menor al nacional, con un 19,9% y 20,4% respectivamente. Los restantes tipos de ocupación (empleadores, personal de servicio y familiar no remunerado) no superan el 5%.

Figura 3: Distribución de Ocupados por Sector Económico
Promedio trimestres Marzo-Mayo 2010 a Marzo-Mayo 2011



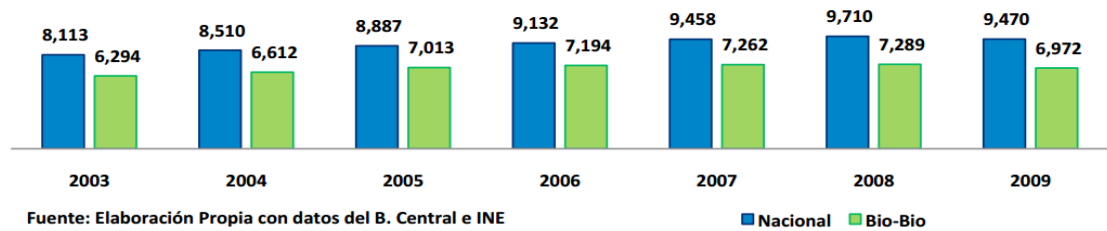
Fuente: INE

Producción

El PIB de la Región del Biobío, a precios constantes del 2003, se ubicó En torno a los \$5.700 miles de millones para el año 2009, lo que equivale al 8,7% del producto nacional, cifra que evidencia la caída experimentada desde el año 2005, en el que la participación del producto regional alcanzaba el 9,6%.

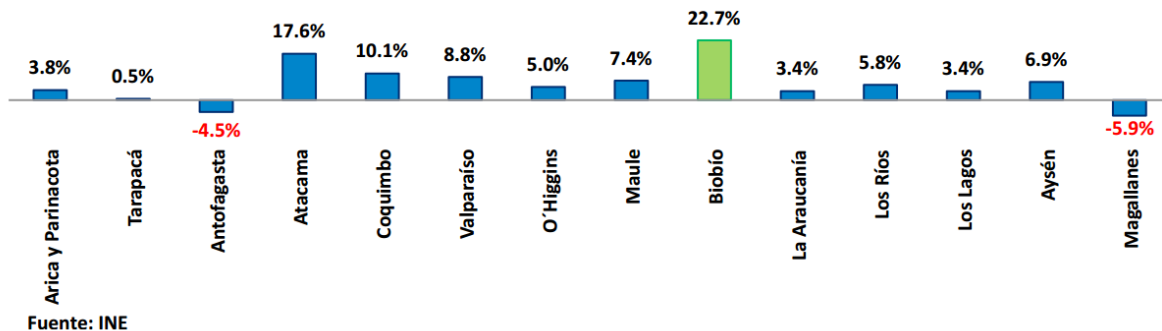
El PIB per cápita regional durante el mismo año alcanzó (sin ajustar por poder de compra) los US\$6.972 per cápita entre los 5 menores a nivel nacional. El PIB per cápita regional equivale a un 73,6% del PIB per cápita promedio nacional para el mismo periodo (alrededor de US\$9.470).

Figura 4: PIB per cápita Regional y Nacional
US\$ del año 2009



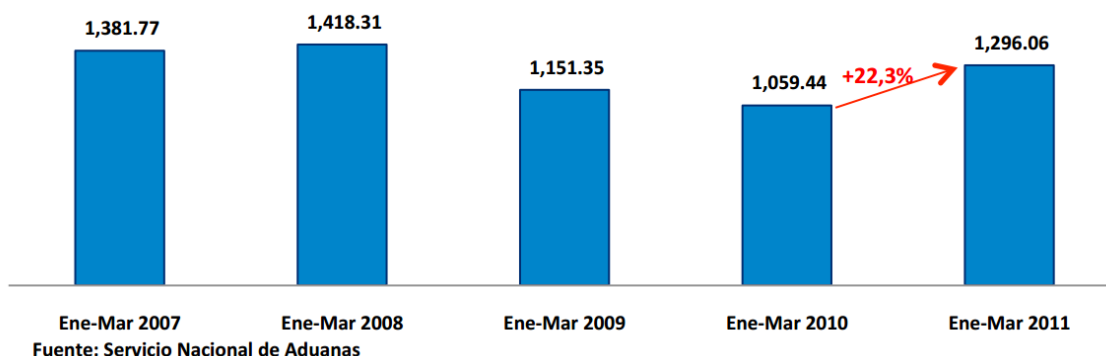
En el primer trimestre, la actividad económica de la región presentó un crecimiento del 22,7% en 12 meses según el INACER de enero a marzo 2011, cifra influenciada por los efectos del terremoto del 27F y la reconstrucción. Los sectores que más incidieron positivamente en el resultado del indicador fueron la Industria Manufacturera, Construcción y Pesca.

Figura 5: Variación INACER, Enero-Marzo 2011 v/s igual periodo año 2010



Respecto a las exportaciones, según el Servicio Nacional de Aduanas, la región exportó durante el primer trimestre del año 2011 aproximadamente US\$1.296 millones FOB, lo que representa un aumento del 22,3% respecto a las exportaciones realizadas en igual periodo durante el año 2010.

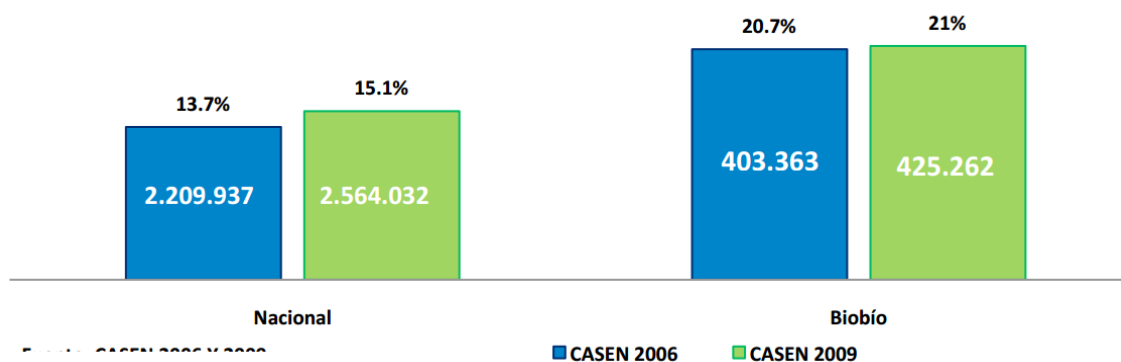
Figura 6: Variación de las Exportaciones Trimestre Enero- Marzo, US\$ MM, FOB



Pobreza

La última medición de la encuesta CASEN revela que la región, hacia fines de 2009, presentaba una tasa de pobreza del 21% y una tasa de pobreza extrema del 5,2%, lo que posiciona a ésta como la segunda región con mayor porcentaje de personas pobres en el país. Concretamente, esto significa que en el año 2009 más de 425 mil personas se encontraban viviendo en condiciones de pobreza, de las cuales 105 mil se encontraban en situación de extrema pobreza (indigencia).

Figura 7: Proporción y Número de Pobres, según CASEN 2006 y CASEN 2009 Región del Biobío y Nacional



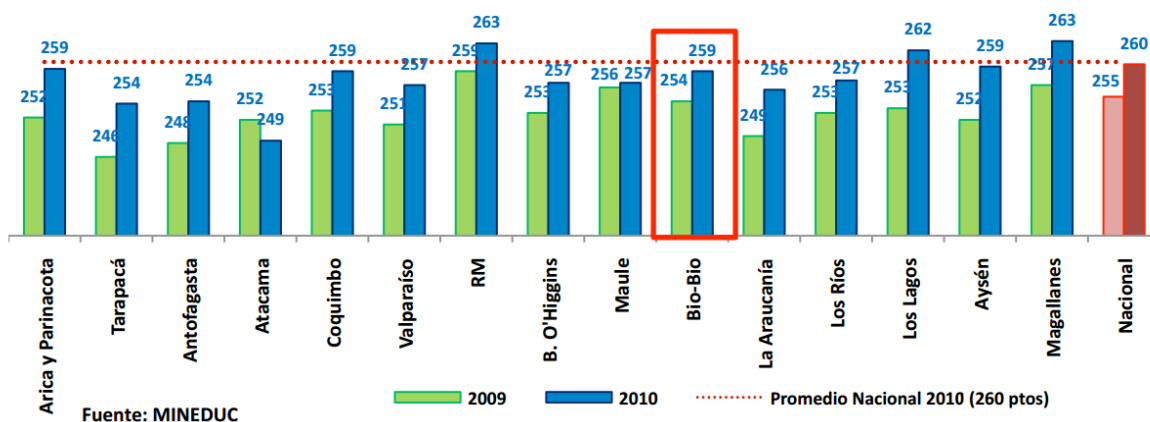
Educación

La Región de Bío Bío cuenta con una infraestructura educacional de gran cobertura, tanto en educación formal (básica y media) y de educación superior, como instituciones como la Universidad de Concepción y del Bío Bío entre las más conocidas.

El rendimiento de los establecimientos de la Región del Bío Bío y a para todo el país se mide a través de 2 evaluaciones: una es el SIMCE, prueba que se aplica a los 4tos y 8vos básicos y se agregó recientemente el nivel 2do medio y la PSU (Prueba de Selección Universitaria) que entrega insumos para analizar el nivel último de aprendizaje y conocimientos que alcanza un alumno antes de entrar la universidad y que claramente es la herramienta que determina el futuro universitario todos los alumnos de 4to medio del país.

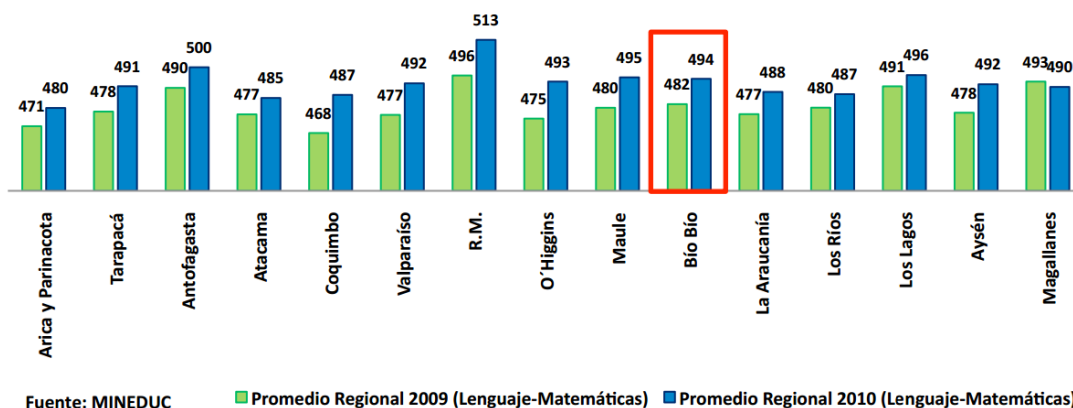
En las prueba SIMCE 2010, la Región del Biobío logró un promedio de 259 puntos mejorando su desempeño en 5 puntos respecto a los resultados del SIMCE 2009. El resultado del año 2010 es 1 punto más bajo que la media nacional para el mismo año, lo que iguala el desempeño del Biobío con las regiones de Aysén, Coquimbo y Arica y Parinacota.

Figura 9: Resultado Prueba SIMCE 2010 por región
Promedio pruebas 4° básico



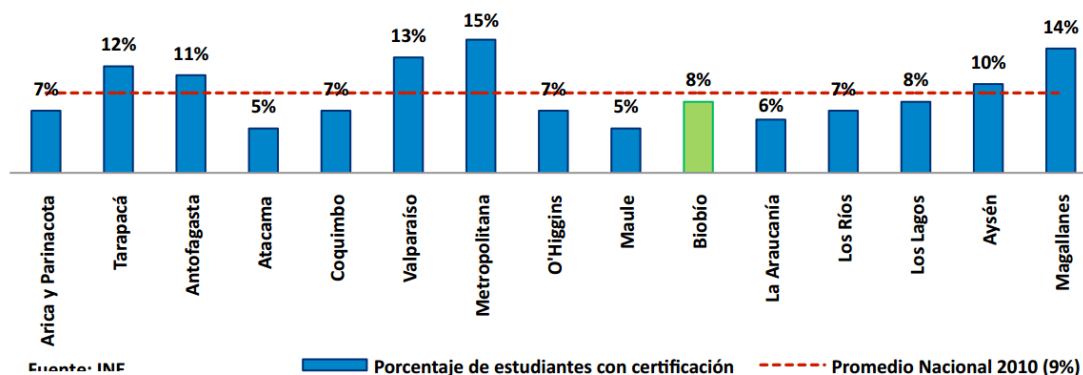
Asimismo, en la Prueba de Selección Universitaria (PSU), la Región del Biobío obtuvo 494 puntos promedio, 6 puntos por debajo del promedio nacional (500 puntos). La región aumentó en 12 puntos su promedio PSU en comparación con los resultados obtenidos el año 2009 (482 puntos promedio).

Figura 10: Resultados PSU 2010 por región
Promedio pruebas de Lenguaje y Matemáticas



En cuanto al SIMCE de Inglés, el 8% de los estudiantes de la Región del Biobío recibió una certificación de dominio de este idioma, proporción menor al promedio nacional, equivalente al 9%.

Figura 11: Porcentaje de personas que recibieron su Certificación de Dominio del Idioma Inglés⁶
Año 2010 por región



A continuación se muestra una tabla con toda la descripción del sistema educativo a nivel regional, dividido por comunas. Considerando el número de matrículas, número de docentes y alumnos de Educación Media y básica.

SISTEMA ESCOLAR: EDUCACIÓN BÁSICA Y MEDIA.

COMUNA	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	UNIDADES	MATRICULA	DOCENTES	Alumnos X Uni	Docentes X Alum
CHILLAN	Establecimientos Municipales	46	12.407	861	269,72	14,41
CHILLAN	Particulares Subvencionados	55	27.511	1.354	500,20	20,32
CHILLAN	Particulares Pagados	5	730	80	146,00	9,13
CHILLAN	Establecimientos de Corporaciones	4	3.566	155	891,50	23,01
SAN CARLOS	Establecimientos Municipales	37	6.298	594	170,22	10,60
SAN FABIAN	Establecimientos Municipales	7	824	79	117,71	10,43
COIHUECO	Establecimientos Municipales	26	3.514	254	135,15	13,83
COIHUECO	Particulares Subvencionados	8	1.152	65	144,00	17,72
PINTO	Establecimientos Municipales	14	1.451	137	103,64	10,59
PINTO	Particulares Subvencionados	2	709	42	354,50	16,88
SAN IGNACIO	Establecimientos Municipales	15	2.479	178	165,27	13,93
SAN IGNACIO	Particulares Subvencionados	2	608	33	304,00	18,42
EL CARMEN	Establecimientos Municipales	25	2.376	182	95,04	13,05
YUNGAY	Establecimientos Municipales	18	2.644	166	146,89	15,93
YUNGAY	Particulares Subvencionados	3	1.261	68	420,33	18,54
PEMUCO	Establecimientos Municipales	13	1.610	111	123,85	14,50
PEMUCO	Particulares Subvencionados	1	117	5	117,00	23,40
BULNES	Particulares Subvencionados	4	1.294	68	323,50	19,03
QUILLON	Establecimientos Municipales	17	2.248	154	132,24	14,60
QUILLON	Particulares Subvencionados	3	300	19	100,00	15,79
RANQUIL	Establecimientos Municipales	9	1.046	107	116,22	9,78
PORTEZUELO	Establecimientos Municipales	7	417	51	59,57	8,18
PORTEZUELO	Particulares Subvencionados	4	564	34	141,00	16,59
COELEMU	Establecimientos Municipales	18	2.917	196	162,06	14,88
COELEMU	Particulares Subvencionados	4	504	31	126,00	16,26
TREHUACO	Establecimientos Municipales	11	857	77	77,91	11,13
TREHUACO	Particulares Subvencionados	1	6	1	6,00	6,00
COBQUECURA	Establecimientos Municipales	16	777	72	48,56	10,79
QUIRIHUE	Establecimientos Municipales	19	1.742	168	91,68	10,37
QUIRIHUE	Particulares Subvencionados	3	539	32	179,67	16,84
NINHUE	Establecimientos Municipales	9	912	91	101,33	10,02
NINHUE	Particulares Subvencionados	1	68	6	68,00	11,33
SAN NICOLAS	Establecimientos Municipales	15	2.101	191	140,07	11,00
CHILLAN VIEJO	Establecimientos Municipales	7	1.251	102	178,71	12,26

COMUNA	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	UNIDADES	MATRICULA	DOCENTES	Alumnos X Uni	Docentes X Alum
CHILLAN VIEJO	Particulares Subvencionados	9	4.179	171	464,33	24,44
LOS ANGELES	Establecimientos Municipales	57	19.562	1.056	343,19	18,52
LOS ANGELES	Particulares Subvencionados	68	214.091	1.192	3148,40	179,61
LOS ANGELES	Particulares Pagados	4	2.237	183	559,25	12,22
LOS ANGELES	Establecimientos de Corporaciones	1	374	27	374,00	13,85
CABRERO	Establecimientos Municipales	20	4.223	213	211,15	19,83
CABRERO	Particulares Subvencionados	5	2.092	87	418,40	24,05
TUCAPEL	Establecimientos Municipales	13	2.116	155	162,77	13,65
TUCAPEL	Particulares Subvencionados	3	586	34	195,33	17,24
ANTUCO	Establecimientos Municipales	4	833	72	208,25	11,57
QUILLECO	Establecimientos Municipales	14	1.428	98	102,00	14,57
QUILLECO	Particulares Subvencionados	3	273	17	91,00	16,06
STA. BARBARA	Establecimientos Municipales	14	2.041	150	145,79	13,61
STA. BARBARA	Particulares Subvencionados	9	1.343	79	149,22	17,00
QUILACO	Establecimientos Municipales	8	490	52	61,25	9,42
MULCHEN	Establecimientos Municipales	24	5.149	288	214,54	17,88
MULCHEN	Particulares Subvencionados	10	1.067	79	106,70	13,51
NEGRETE	Establecimientos Municipales	4	1.451	94	362,75	15,44
NEGRETE	Particulares Subvencionados	4	356	28	89,00	12,71
NACIMIENTO	Establecimientos Municipales	22	4.234	261	192,45	16,22
NACIMIENTO	Particulares Subvencionados	6	2.517	112	419,50	22,47
LAJA	Establecimientos Municipales	15	4.655	287	310,33	16,22
LAJA	Particulares Subvencionados	7	1.053	82	150,43	12,84
LAJA	Particulares Pagados	1	206	33	206,00	6,24
SAN ROSENDO	Establecimientos Municipales	4	521	36	130,25	14,47
SAN ROSENDO	Particulares Subvencionados	1	55	2	55,00	27,50
YUMBEL	Establecimientos Municipales	13	2.833	240	217,92	11,80
YUMBEL	Particulares Subvencionados	5	1.444	71	288,80	20,34
ALTO BIO BIO	Establecimientos Municipales	5	765	59	153,00	12,97
ALTO BIO BIO	Particulares Subvencionados	5	302	20	60,40	15,10
CONCEPCION	Establecimientos Municipales	38	18.627	1.085	490,18	17,17
CONCEPCION	Particulares Subvencionados	75	26.010	1.450	346,80	17,94
CONCEPCION	Particulares Pagados	14	5.326	446	380,43	11,94
CONCEPCION	Establecimientos de Corporaciones	4	4.851	208	1212,75	23,32
TALCAHUANO	Establecimientos Municipales	35	16.870	979	482,00	17,23

TALCAHUANO	Particulares Subvencionados	36	13.064	9.548	362,89	1,37
COMUNA	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	UNIDADES	MATRICULA	DOCENTES	Alumnos X Uni	Docentes X Alum
TALCAHUANO	Particulares Pagados	2	1.098	89	549,00	12,34
PENCO	Establecimientos Municipales	15	4.580	321	305,33	14,27
PENCO	Particulares Subvencionados	15	3.087	158	205,80	19,54
TOME	Establecimientos Municipales	34	8.836	577	259,88	15,31
TOME	Particulares Subvencionados	6	1.621	88	270,17	18,42
TOME	Establecimientos de Corporaciones	1	713	32	713,00	22,28
FLORIDA	Establecimientos Municipales	17	1.703	141	100,18	12,08
FLORIDA	Particulares Subvencionados	4	154	9	38,50	17,11
HUALQUI	Establecimientos Municipales	22	2.883	208	131,05	13,86
HUALQUI	Particulares Subvencionados	7	1.240	68	177,14	18,24
SANTA JUANA	Establecimientos Municipales	22	1.676	119	76,18	14,08
SANTA JUANA	Particulares Subvencionados	4	1.110	51	277,50	21,76
LOTA	Establecimientos Municipales	15	7.291	444	486,07	16,42
LOTA	Particulares Subvencionados	12	4.319	219	359,92	19,72
CORONEL	Establecimientos Municipales	27	11.641	617	431,15	18,87
CORONEL	Particulares Subvencionados	37	12.299	568	332,41	21,65
CORONEL	Establecimientos de Corporaciones	1	269	23	269,00	11,70
SAN PEDRO	Establecimientos Municipales	10	5.558	287	555,80	19,37

COMUNA	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	UNIDADES	MATRICULA	DOCENTES	Alumnos X Uni	Docentes X Alum
SAN PEDRO	Particulares Subvencionados	40	12.806	658	320,15	19,46
SAN PEDRO	Particulares Pagados	5	3.946	271	789,20	14,56
CHIGUAYANTE	Establecimientos Municipales	9	4.225	294	469,44	14,37
CHIGUAYANTE	Particulares Subvencionados	32	11.752	637	367,25	18,45
CHIGUAYANTE	Particulares Pagados	6	1.890	170	315,00	11,12
HUALPEN	Establecimientos Municipales	13	6.651	354	511,62	18,79
HUALPEN	Particulares Subvencionados	23	6.138	363	266,87	16,91
HUALPEN	Particulares Pagados	1	1.527	96	1527,00	15,91
HUALPEN	Establecimientos de Corporaciones	1	669	43	669,00	15,56
LEBU	Establecimientos Municipales	20	5.686	341	284,30	16,67
LEBU	Particulares Subvencionados	3	313	18	104,33	17,39
ARAUCO	Establecimientos Municipales	32	5.176	352	161,75	14,70
ARAUCO	Particulares Subvencionados	6	2.580	108	430,00	23,89
ARAUCO	Particulares Pagados	1	283	31	283,00	9,13
CURANILAHUE	Establecimientos Municipales	19	5.769	359	303,63	16,07
CURANILAHUE	Particulares Subvencionados	5	2.627	139	525,40	18,90
LOS ALAMOS	Establecimientos Municipales	13	3.264	198	251,08	16,48
LOS ALAMOS	Particulares Subvencionados	3	1.635	90	545,00	18,17
CAÑETE	Establecimientos Municipales	26	5.121	325	196,96	15,76
CAÑETE	Particulares Subvencionados	13	3.531	2.463	271,62	1,43
CONTULMO	Establecimientos Municipales	15	1.145	98	76,33	11,68
CONTULMO	Particulares Subvencionados	5	190	12	38,00	15,83
TIRUA	Establecimientos Municipales	16	1.678	133	104,88	12,62
TIRUA	Particulares Subvencionados	7	522	35	74,57	14,91
TOTALES		1.554	613.226	36.365	300	17

RESUMEN			
MUNICIPALES	950	222.501	14.361
SUBVENCIONADOS	559	368.989	20.414
PARTICULARES	37	16.145	1.310
CORPORACIONES	8	5.591	280
TOTAL	1.554	613.226	36.365



Plan Municipal de Cultura de Hualqui

Moira Déiano Urrutia
CULTURA Y ARTE
ASESORÍAS Y PROYECTOS INTEGRALES

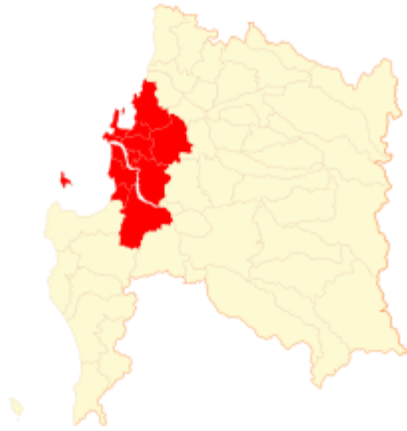
Como el cuadro resumen lo indica el sistema educativo chileno, en su estructuración se puede desagregar en establecimientos: Municipales que en la región son 950, colegios subvencionados que son 559, particulares que son 37 y corporaciones educacionales que existen 8. El panorama nos sirve para tener un paneo que permita identificar a los potenciales consumidores culturales de la región.

La red del sistema educativo regional comprender no sólo la enseñanza básica y media, sino también la educación superior: universidades y centros de formación técnica que entregan los conocimientos que dan valor agregado a miles de personas no tan sólo de la región sino también de otros puntos de país. A continuación un catastro de todos los centros de educación superior de la región.

La educación superior en la región está constituida por 32 instituciones de las cuales corresponden 22 a Universidades, 3 Centros de Formación Técnica y 10 Institutos Profesionales. La mayoría de las universidades son privadas sólo hay una estatal y 4 públicas, estas se concentran en la comuna de Concepción, le sigue Talcahuano y hay 2 sedes de la Universidad de Concepción en Chillán y Los Ángeles, y la Universidad del Bío Bío que tiene una sede en Chillán, ambas capitales provinciales. El total de alumnos universitarios que existen hoy en la Región del Bío Bío es de 75.735 aproximadamente. Los Centro de Formación técnica, de la información que se pudo recoger, hay sólo 3 de ellos, 2 que se encuentran en Concepción y otro en Lota, el número de alumnos y profesores no está disponible. Los institutos profesionales están localizados en Concepción, 8 de ellos y 2 en Talcahuano, la información sobre la cantidad de alumnos y docentes no es abierta para la comunidad. La cantidad de profesores que enseñan en la educación superior en la región es alrededor de 6.400 docentes.

Podemos decir que el sistema educativo público y privado en la Región del Bío Bío concentra la mayor cantidad de establecimiento en el Gran Concepción y en las capitales provinciales (Lebú, Chillán, Los Ángeles). En las localidades con menos habitantes, comunas rurales, no existen colegios privados, estos prevalecen en sectores urbanos más poblados. Las universidades también están concentradas en Concepción, lo que no entrega un panorama de centralización en el acceso a la educación.

1.2.- Diagnóstico territorial Provincia de Concepción



La Provincia de Concepción es el territorio más poblado de la zona con un 50.9% de la población regional, lo que corresponde a 1.010.957 personas y donde existe una densidad de ella de un 294 habitantes por kilómetro cuadrado, según los datos del censo.

12 comunas integran la provincia y Concepción es su capital provincial y también la capital regional. El Área Metropolitana de Concepción es la segunda zona más poblada del país, con una población de 979.937

habitantes, correspondiente a la suma de la población de las diez comunas del Gran Concepción: Concepción (216.061 hab.), Talcahuano (250.348 hab.), Hualpén (88.046 hab.), San Pedro de la Paz (80.447 hab.), Chiguayante (81.302 hab.), Coronel (95.528 hab.), Lota (49.089 hab.), Penco (46.016 hab.), Tomé (52.440 hab.) y Hualqui (20.660 hab.)


El acceso a la provincia de Concepción es a través de la **Ruta 150** que une Concepción con Penco y así con toda la costa hacia el norte. La **Ruta 152** o del Itata que une Concepción con Chillán en sólo 45 minutos. Por la **Ruta 156** o de la Madera se une con Sta. Juana, Nacimiento hacia el Sur y por Cabrero accede hacia la Ruta 5 Sur.

A continuación se detalla el perfil de las comunas de la Provincia:

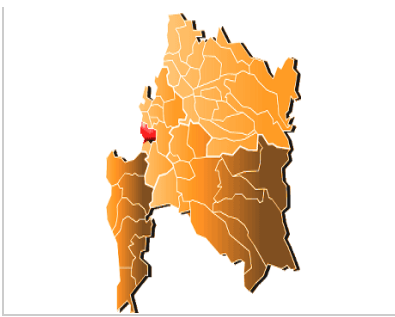
1.- Comuna Chiguayante:

	ANTECEDENTES GENERALES		
	RUT MUNICIPIO	69264700-9	
ALCALDE	Antonio Rivas Villalobos		
PARTIDO POLITICO	PS		
PACTO	Concertación Democrática		
DIRECCION	Orozimbo Barbosa N° 104		
TELEFONO	(41) 2508106 - 2508100		
FAX	(41) 2508106 - 2508100		
WEB	www.chiguayante.cl		
EMAIL	antoniorivas@chiguayante.cl		
REGION DE DEL BIOBIO INTENDENTE: ■ Rodrigo Díaz Wornor	CONCEJO MUNICIPAL		
PROVINCIA DE CONCEPCION GOBERNADOR: ■ María Andrea Muñoz Araya	NOMBRE	PARTIDO POLITICO	PACTO
CIRCUNSCRIPCION XII SENADORES: ■ Alejandro Navarro Brain - MAS ■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI	PAULETTE GERALDINE PIERART ROA	PPD	Por un Chile Justo
DISTRITO 44 DIPUTADOS: ■ Jose Miguel Ortiz Novoa - PDC ■ Enrique Van Rysselberghe Herrera - UDI	CARLOS BENEDETTI REIMAN	PS	Concertación Democrática
	JUAN EDUARDO QUILODRAN ROJAS	PDC	Concertación Democrática
	JOSE EDUARDO VILCHES VILCHES	PDC	Concertación Democrática
	ALDO JAVIER ARAVENA SILVA	MAS	Mas Humanos
	MARIO OSBEN MENDEZ	UDI	Coalición

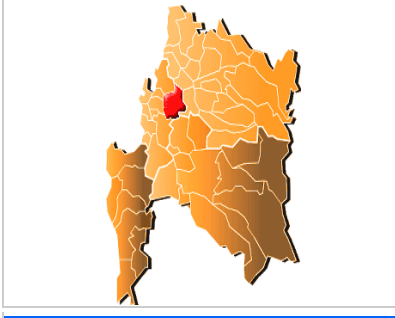
2.- Comuna Concepción:

	ANTECEDENTES GENERALES		
	RUT MUNICIPIO	69150400-k	
ALCALDE	Álvaro Ortiz Vera		
PARTIDO POLITICO	PDC		
PACTO	Concertación Democrática		
DIRECCION	OHiggins N° 525		
TELEFONO	(41) 2236930		
FAX	(41) 2236930		
WEB	www.concepcion.cl		
EMAIL	alcaldia@concepcion.cl		
REGION DE DEL BIOBIO INTENDENTE: ■ Rodrigo Díaz Wornor	CONCEJO MUNICIPAL		
PROVINCIA DE CONCEPCION GOBERNADOR: ■ María Andrea Muñoz Araya	NOMBRE	PARTIDO POLITICO	PACTO
CIRCUNSCRIPCION XII SENADORES: ■ Alejandro Navarro Brain - MAS ■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI	ALEX ITURRA JARA	PC	Por un Chile Justo
DISTRITO 44 DIPUTADOS: ■ Jose Miguel Ortiz Novoa - PDC ■ Enrique Van Rysselberghe Herrera - UDI	ALEJANDRA SMITH BECERRA	PDC	Concertación Democrática
	JAIME MONJES FARIAS	PDC	Concertación Democrática
	FABIOLA TRONCOSO ALVARADO	PDC	Concertación Democrática
	ERIC AEDO JELDRES	PDC	Concertación Democrática
	ARIEL ULLOA AZOCAR	PS	Concertación Democrática
	PATRICIO KUHN ARTIGUES	UDI	Coalición
	JOAQUIN EGUILUZ HERRERA	RN	Coalición
	HECTOR JUAN MUÑOZ URIBE	IND-H	Coalición
	CHRISTIAN PAULSEN ESPEJO-PANDO	IND-H	Coalición


3.- Comuna Coronel:

	ANTECEDENTES GENERALES		
	RUT MUNICIPIO	69151200-2	
ALCALDE	Leónidas Andrés Romero Sáez		
PARTIDO POLITICO	IND-H		
PACTO	Coalición		
DIRECCION	Los Notros N° 1489 Lagunillas 2		
TELEFONO	(41) 2407000		
FAX	(41) 2407000		
WEB	www.coronel.cl		
EMAIL	lrodriguez@coronel.cl		
REGION DE DEL BIOBIO INTENDENTE: ■ Rodrigo Díaz Wornor	CONCEJO MUNICIPAL		
PROVINCIA DE CONCEPCION GOBERNADOR: ■ María Andrea Muñoz Araya	NOMBRE	PARTIDO POLITICO	PACTO
CIRCUNSCRIPCION XII SENADORES: ■ Alejandro Navarro Brain - MAS ■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI	FRANCISCO JAVIER REYES AGUAYO	PPD	Por un Chile Justo
DISTRITO 45 DIPUTADOS: ■ Clemira Pacheco Rivas - PS ■ Marcelo Chavez Velasquez - PDC	EDMUNDO SALAS NORAMBUENA	PDC	Concertación Democrática
	JOSE SUAZO MUÑOZ	PS	Concertación Democrática
	HUGO MONSALVES OBREQUE	PS	Concertación Democrática
	FRANCISCO HERNAN MERINO OLIVARES	MAS	Mas Humanos
	CARMEN MADINAGOITIA CHAMORRO	RN	Coalición
	DANIEL ROSALES SALGADO	UDI	Coalición
	OSVALDO PATRICIO CAMPOS TORRES	IND-B	Regionalistas e Independientes

4.- Comuna Florida:


	ANTECEDENTES GENERALES		
	RUT MUNICIPIO	69150700-9	
ALCALDE	Jorge Roa Villegas		
PARTIDO POLITICO	PDC		
PACTO	Concertación Democrática		
DIRECCION	Arturo Prat N° 675		
TELEFONO	(41) 2668900		
FAX	(41) 2668900		
WEB	www.muniflorida.cl		
EMAIL	info@muniflorida.cl		
REGION DE DEL BIOBIO INTENDENTE: ■ Rodrigo Díaz Wornor	CONCEJO MUNICIPAL		
PROVINCIA DE CONCEPCION GOBERNADOR: ■ María Andrea Muñoz Araya	NOMBRE	PARTIDO POLITICO	PACTO
CIRCUNSCRIPCION XII SENADORES: ■ Alejandro Navarro Brain - MAS ■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI	JUAN CONTRERAS PARRA	PS	Concertación Democrática
DISTRITO 45 DIPUTADOS: ■ Clemira Pacheco Rivas - PS ■ Marcelo Chavez Velasquez - PDC	JUAN VERA LOPEZ	PH	Mas Humanos
	CLAUDIO PARRA HIDALGO	UDI	Coalición
	RAQUEL CROVETTO HICKMANN	IND	Independientes (fuera de pacto)
	MIGUEL CID CAAMAÑO	IND-F	Concertación Democrática
	MAGALY CORTES CARVAJAL	IND-B	Regionalistas e Independientes

5.- Comuna Hualpén:


REGION DE DEL BIOBIO
INTENDENTE: ■ Rodrigo Díaz Worner
PROVINCIA DE CONCEPCION
GOBERNADOR: ■ María Andrea Muñoz Araya
CIRCUNSCRIPCION XII
SENADORES: ■ Alejandro Navarro Brain - MAS ■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI
DISTRITO 43
DIPUTADOS: ■ Cristian Campos Jara - PPD ■ Jorge Ulloa Aguillon - UDI

ANTECEDENTES GENERALES		
RUT MUNICIPIO	69264400-k	
ALCALDE	Fabiola Lagos Lizama	
PARTIDO POLITICO	PPD	
PACTO	Por un Chile Justo	
DIRECCION	COLON 7948	
TELEFONO	(41) 2429758	
FAX	41- 2429758	
WEB	www.hualpenciudad.cl	
EMAIL	flagosalcaldesa@hualpenciudad.cl	
CONCEJO MUNICIPAL		
NOMBRE	PARTIDO POLITICO	PACTO
JUAN CRUZ RIVERA	PPD	Por un Chile Justo
KATHERINE TORRES MACHUCA	PPD	Por un Chile Justo
LUIS ARAYA VALENZUELA	PPD	Por un Chile Justo
LUIS CHAMORRO URIBE	PS	Concertación Democrática
PATRICIA SALDIAS CARREÑO	PDC	Concertación Democrática
ERIKA SOLEDAD BELTRAN SOTO	RN	Coalición
RUBEN ULLOA AGUILLON	UDI	Coalición
DANIEL ANGEL VALDEBENITO CERDA	IND-E	Por un Chile Justo

6.- Comuna Hualqui:


REGION DE DEL BIOBIO
INTENDENTE: ■ Rodrigo Díaz Worner
PROVINCIA DE CONCEPCION
GOBERNADOR: ■ María Andrea Muñoz Araya
CIRCUNSCRIPCION XII
SENADORES: ■ Alejandro Navarro Brain - MAS ■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI
DISTRITO 45
DIPUTADOS: ■ Clemira Pacheco Rivas - PS ■ Marcelo Chavez Velasquez - PDC

ANTECEDENTES GENERALES		
RUT MUNICIPIO	69150600-2	
ALCALDE	Ricardo Fuentes Palma	
PARTIDO POLITICO	IND-F	
PACTO	Concertación Democrática	
DIRECCION	Freire Nº 351	
TELEFONO	(41) 2101100	
FAX	SIN FAX	
WEB	www.munihualqui.cl	
EMAIL	comunicaciones@munihualqui.cl	
CONCEJO MUNICIPAL		
NOMBRE	PARTIDO POLITICO	PACTO
ALEJANDRO ASTETE GUTIERREZ	PPD	Por un Chile Justo
JUAN BARRENECHEA HERRERA	PS	Concertación Democrática
SERGIO FUENTES SANHUEZA	PDC	Concertación Democrática
LILIANA DIAZ VARGAS	UDI	Coalición
LUIS CARRIEL PEREZ	IND-E	Por un Chile Justo
RENATO GALAN OROSTICA	IND-B	Regionalistas e Independientes

7.- Comuna Lota:

	ANTECEDENTES GENERALES	
	RUT MUNICIPIO	69151300-9
	ALCALDE	Patricio Marchant Ulloa
	PARTIDO POLITICO	IND-B
	PACTO	Regionalistas e Independientes
	DIRECCION	Pedro Aguirre Cerda N° 302
	TELEFONO	(41) 2405000
	FAX	
	WEB	www.lota.cl
	EMAIL	oficina.partes@lota.cl
	CONCEJO MUNICIPAL	
	NOMBRE	PARTIDO POLITICO
	TAMARA ANGELICA CONCHA CABRERA	PC
	JUAN VILLA SOLAR	PDC
	VASIL GUILLERMO CARRILLO NOVA	MAS
	ANSELMO PEÑA RODRIGUEZ	RN
	LUIS AVELINO CEBALLOS BUSTOS	IND-B
	MAURICIO GABRIEL VELASQUEZ VALENZUELA	IND-F
	PACTO	
		Por un Chile Justo
		Concertación Democrática
		Mas Humanos
		Coalición
		Regionalistas e Independientes
		Concertación Democrática
REGION DE DEL BIOBIO		
INTENDENTE:		
■ Rodrigo Díaz Worner		
PROVINCIA DE CONCEPCION		
GOBERNADOR:		
■ María Andrea Muñoz Araya		
CIRCUNSCRIPCION XIII		
SENADORES:		
■ Felipe Harboe Bascañan - PPD		
■ Victor Perez Varela - UDI		
DISTRITO 46		
DIPUTADOS:		
■ Manuel Monsalve Benavides - PS		
■ Ivan Norambuena Farias - UDI		


8.- Comuna Penco:

	ANTECEDENTES GENERALES	
	RUT MUNICIPIO	69150500-6
	ALCALDE	Víctor Hugo Figueroa Rebolledo
	PARTIDO POLITICO	PDC
	PACTO	Concertación Democrática
	DIRECCION	OHiggins N° 500
	TELEFONO	(41) 2261453
	FAX	(41) 2261460
	WEB	www.penco.cl
	EMAIL	municipalidad@penco.cl
	CONCEJO MUNICIPAL	
	NOMBRE	PARTIDO POLITICO
	VERONICA ROA DURAN	PDC
	HECTOR PEÑAILILLO NUÑEZ	UDI
	JUSTO INZUNZA HABACH	IND-E
	ERIC FORCAEL DURAN	IND-E
	RODRIGO OSVALDO VERA RIQUELME	IND-H
	REINALDO FLORES ASTUDILLO	IND-H
	PACTO	
		Concertación Democrática
		Coalición
		Por un Chile Justo
		Por un Chile Justo
		Coalición
		Coalición
REGION DE DEL BIOBIO		
INTENDENTE:		
■ Rodrigo Díaz Worner		
PROVINCIA DE CONCEPCION		
GOBERNADOR:		
■ María Andrea Muñoz Araya		
CIRCUNSCRIPCION XII		
SENADORES:		
■ Alejandro Navarro Brain - MAS		
■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI		
DISTRITO 45		
DIPUTADOS:		
■ Clemira Pacheco Rivas - PS		
■ Marcelo Chavez Velasquez - PDC		

9.- Comuna San Pedro de la Paz:

	ANTECEDENTES GENERALES		
	RUT MUNICIPIO	69264800-5	
	ALCALDE	Audito Retamal Lazo	
	PARTIDO POLITICO	IND	
	PACTO	Independientes (fuera de pacto)	
	DIRECCION	Las Acacias N° 43	
	TELEFONO	(41) 2501952	
	FAX	(41) 2501952	
	WEB	www.sanpedrodelapaz.cl	
	EMAIL	gabrielurbano@sanpedrodelapaz.cl	
REGION DE DEL BIOBIO			
INTENDENTE:			
■ Rodrigo Díaz Worner			
PROVINCIA DE CONCEPCION			
GOBERNADOR:			
■ María Andrea Muñoz Araya			
CIRCUNSCRIPCION XII			
SENADORES:			
■ Alejandro Navarro Brain - MAS			
■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI			
DISTRITO 44			
DIPUTADOS:			
■ Jose Miguel Ortiz Novoa - PDC			
■ Enrique Van Rysselberghe Herrera - UDI			
CONCEJO MUNICIPAL			
NOMBRE	PARTIDO POLITICO	PACTO	
FERNANDO VASQUEZ CISTERNAS	PRI	Regionalistas e Independientes	
JUAN JIMENEZ FUENTES	PPD	Por un Chile Justo	
JAVIER ENRIQUE GUIÑEZ CASTRO	PDC	Concertación Democrática	
FELIPE VASQUEZ CARRASCO	PS	Concertación Democrática	
SERGIO LEONELLI LEONELLI	RN	Coalición	
PEDRO VENEGAS GUERRA	IND	Independientes (fuera de pacto)	

10.- Comuna Santa Juana:

	ANTECEDENTES GENERALES		
	RUT MUNICIPIO	69151400-5	
	ALCALDE	Ángel Castro Medina	
	PARTIDO POLITICO	PDC	
	PACTO	Concertación Democrática	
	DIRECCION	Yungay N° 125	
	TELEFONO	(41) 2779242	
	FAX	(41) 2779242	
	WEB	www.santajuana.cl	
	EMAIL	santajuana@santajuana.cl	
REGION DE DEL BIOBIO			
INTENDENTE:			
■ Rodrigo Díaz Worner			
PROVINCIA DE CONCEPCION			
GOBERNADOR:			
■ María Andrea Muñoz Araya			
CIRCUNSCRIPCION XII			
SENADORES:			
■ Alejandro Navarro Brain - MAS			
■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI			
DISTRITO 45			
DIPUTADOS:			
■ Clemira Pacheco Rivas - PS			
■ Marcelo Chavez Velasquez - PDC			
CONCEJO MUNICIPAL			
NOMBRE	PARTIDO POLITICO	PACTO	
JAIME GUILLERMO PEZO CUEVAS	PRI	Regionalistas e Independientes	
ALEJANDRO CHAVEZ HIDALGO	PPD	Por un Chile Justo	
ISABEL CASTRO MEDINA	PDC	Concertación Democrática	
JOSE LUIS VALLEJOS RIOS	PDC	Concertación Democrática	
VICTOR PALMA CRUCES	RN	Coalición	
ARIEL MORALES MARTINEZ	RN	Coalición	

11.- Comuna Talcahuano:

	ANTECEDENTES GENERALES	
	RUT MUNICIPIO	69150800-5
	ALCALDE	Gastón Saavedra Chandía
	PARTIDO POLITICO	PS
	PACTO	Concertación Democrática
	DIRECCION	Bulnes N° 266 2° Piso
	TELEFONO	(41) 2504295
	FAX	(41) 2504205
	WEB	www.talcahuano.cl
	EMAIL	alcaldia@talcahuano.cl
	CONCEJO MUNICIPAL	
	NOMBRE	PARTIDO POLITICO
	LEOCAN PORTUS URBINA	PPD
	GUSTAVO MEDEL NIÑO	PPD
	MIREYA GALLARDO RAMIREZ	PS
	ABEL ANTONIO CONTRERAS BUSTOS	PDC
	ERICK VERGARA MORENO	UDI
	FRANCISCO VERA LASTRA	UDI
	HERNAN PINO SEGUEL	IND-G
	JAIME IVAN PEÑAILILLO GARRIDO	IND-E
	PACTO	
		Por un Chile Justo
		Por un Chile Justo
		Concertación Democrática
		Concertación Democrática
		Coalición
		Coalición
		Mas Humanos
		Por un Chile Justo
REGION DE DEL BIOBIO		
INTENDENTE:		
■ Rodrigo Díaz Worner		
PROVINCIA DE CONCEPCION		
GOBERNADOR:		
■ María Andrea Muñoz Araya		
CIRCUNSCRIPCION XII		
SENADORES:		
■ Alejandro Navarro Brain - MAS		
■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI		
DISTRITO 43		
DIPUTADOS:		
■ Cristian Campos Jara - PPD		
■ Jorge Ulloa Aguillon - UDI		

12.- Comuna Tomé:

	ANTECEDENTES GENERALES	
	RUT MUNICIPIO	69150100-0
	ALCALDE	Ivonne Rivas Ortiz
	PARTIDO POLITICO	PDC
	PACTO	Concertación Democrática
	DIRECCION	Mariano Egaña 1115
	TELEFONO	(41) 2406400
	FAX	(41) 2659383
	WEB	www.tome.cl
	EMAIL	municipalidad@tome.cl
	CONCEJO MUNICIPAL	
	NOMBRE	PARTIDO POLITICO
	HUMBERTO QUEZADA QUEZADA	PC
	OSCAR CANTO GARRIDO	PDC
	JONATHAN SEGUNDO HIDALGO HIDALGO	MAS
	JOSE FUENTEALBA PARDO	UDI
	EDUARDO AGUILERA AGUILERA	IND-E
	RUTH GABRIELA ACUÑA GOMEZ	IND-H
	PACTO	
		Por un Chile Justo
		Concertación Democrática
		Mas Humanos
		Coalición
		Por un Chile Justo
		Coalición
REGION DE DEL BIOBIO		
INTENDENTE:		
■ Rodrigo Díaz Worner		
PROVINCIA DE CONCEPCION		
GOBERNADOR:		
■ María Andrea Muñoz Araya		
CIRCUNSCRIPCION XII		
SENADORES:		
■ Alejandro Navarro Brain - MAS		
■ Jacqueline Van Rysselberghe Herrera - UDI		
DISTRITO 45		
DIPUTADOS:		
■ Clemira Pacheco Rivas - PS		
■ Marcelo Chavez Velasquez - PDC		

La Provincia de Concepción es una de las cuatro provincias que conforman la Región del Bío-bío, que se ubica en la zona centro sur de Chile. Es la que alberga la mayoría de la población regional, así como a todas las comunas que conforman el Gran Concepción.

Su población es de 1.010.957 habitantes (de acuerdo al Censo del 2002) y posee una superficie de 3.439 km².

Su clima es mediterráneo, lluvioso y húmedo en invierno y cálido en verano. Las estaciones son muy marcadas.

En la Provincia de Concepción se encuentra uno de los polos industriales más importantes del país, que comprende desde la empresa siderúrgica a la alimentaria, pasando por la refinación de petróleo, petroquímica, pesquera, plantas de celulosa, aserraderos e industrias afines: textil, vidrio, metalmecánica, astilleros, cerámica, entre otros⁴

Sistema Escolar: Educación básica y media⁵

COMUNA	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	UNIDADES	MATRICULA	DOCENTES	Alumnos X Uni	Docentes X Alum
CONCEPCION	Establecimientos Municipales	38	18.627	1.085	490,18	17,17
CONCEPCION	Particulares Subvencionados	75	26.010	1.450	346,80	17,94
CONCEPCION	Particulares Pagados	14	5.326	446	380,43	11,94
CONCEPCION	Establecimientos de Corporaciones	4	4.851	208	1212,75	23,32
TALCAHUANO	Establecimientos Municipales	35	16.870	979	482,00	17,23
TALCAHUANO	Particulares Subvencionados	36	13.064	9.548	362,89	1,37
TALCAHUANO	Particulares Pagados	2	1.098	89	549,00	12,34
PENCO	Establecimientos Municipales	15	4.580	321	305,33	14,27
PENCO	Particulares Subvencionados	15	3.087	158	205,80	19,54
TOME	Establecimientos Municipales	34	8.836	577	259,88	15,31
TOME	Particulares Subvencionados	6	1.621	88	270,17	18,42
TOME	Establecimientos de Corporaciones	1	713	32	713,00	22,28
FLORIDA	Establecimientos Municipales	17	1.703	141	100,18	12,08
FLORIDA	Particulares Subvencionados	4	154	9	38,50	17,11
HUALQUI	Establecimientos Municipales	22	2.883	208	131,05	13,86
HUALQUI	Particulares Subvencionados	7	1.240	68	177,14	18,24
SANTA JUANA	Establecimientos Municipales	22	1.676	119	76,18	14,08

4 Datos entregados por la Gobernación Provincial de Concepción.

5 Datos Mineduc, elaboración propia.

COMUNA	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	UNIDADES	MATRICULA	DOCENTES	Alumnos X Uni	Docentes X Alum
SANTA JUANA	Particulares Subvencionados	4	1.110	51	277,50	21,76
LOTA	Establecimientos Municipales	15	7.291	444	486,07	16,42
LOTA	Particulares Subvencionados	12	4.319	219	359,92	19,72
CORONEL	Establecimientos Municipales	27	11.641	617	431,15	18,87
CORONEL	Particulares Subvencionados	37	12.299	568	332,41	21,65
CORONEL	Establecimientos de Corporaciones	1	269	23	269,00	11,70
SAN PEDRO	Establecimientos Municipales	10	5.558	287	555,80	19,37
SAN PEDRO	Particulares Subvencionados	40	12.806	658	320,15	19,46
SAN PEDRO	Particulares Pagados	5	3.946	271	789,20	14,56
CHIGUAYANTE	Establecimientos Municipales	9	4.225	294	469,44	14,37
CHIGUAYANTE	Particulares Subvencionados	32	11.752	637	367,25	18,45
CHIGUAYANTE	Particulares Pagados	6	1.890	170	315,00	11,12
HUALPEN	Establecimientos Municipales	13	6.651	354	511,62	18,79
HUALPEN	Particulares Subvencionados	23	6.138	363	266,87	16,91
HUALPEN	Particulares Pagados	1	1.527	96	1527,00	15,91
HUALPEN	Establecimientos de Corporaciones	1	669	43	669,00	15,56
TOTAL		583	204.430	20.621	0	0

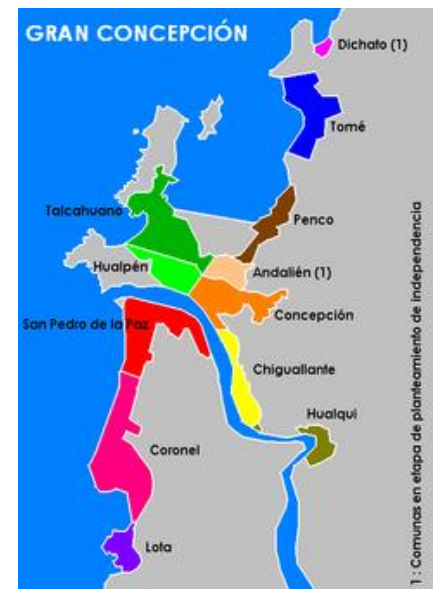
Resumen	Nº Establecimientos	Nº Matriculas	Nº Docentes
REGIONAL			
Municipales	950	222.501	14.361
Subvencionados	559	368.980	20.414
Particulares	37	16.145	1.310
Corporaciones	8	5.501	280
Total	1.554	613.226	36.365
PROVINCIAL			
Municipales	13	6.651	354
Subvencionados	291	93.600	13.817
Particulares	28	13.787	1072
Corporaciones	7	6.502	306
Total	339	120.540	15.549

Según los datos extraídos de los registros del Ministerio de Educación se puede establecer que existen 339 establecimientos en total, 13 municipales, 291 subvencionados, 28 particulares y 7 de Corporaciones, con un total de 120.540 matrículas y 15.549 docentes en la Provincia de Concepción.

EL GRAN CONCEPCIÓN O TERRITORIO PENCOPOLITANO

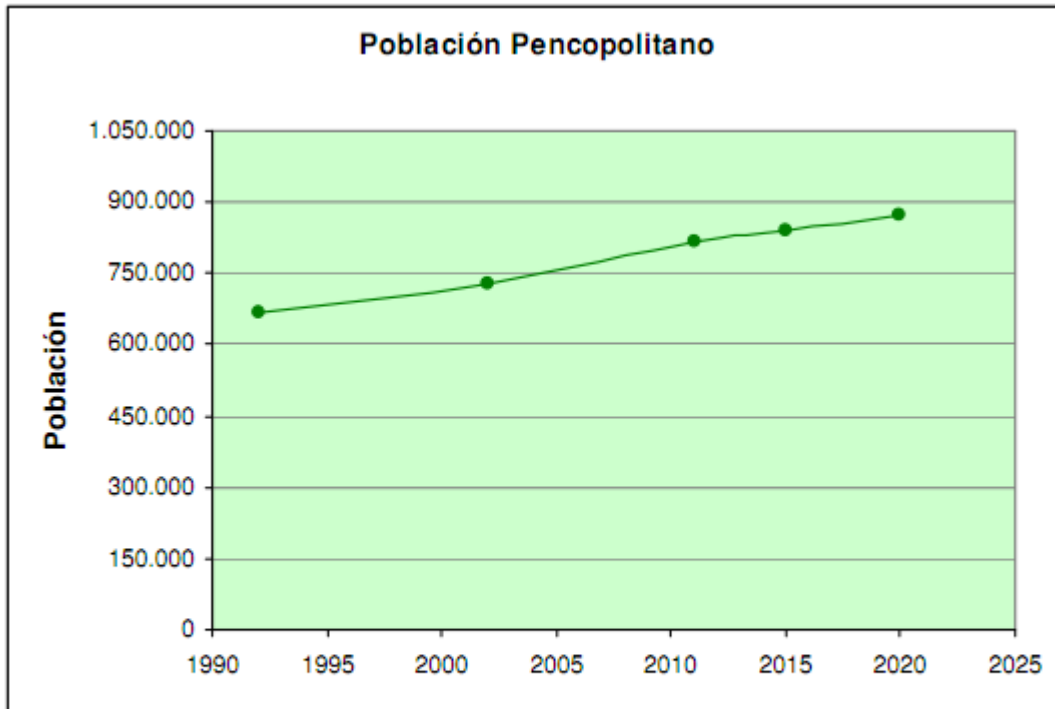
La división político-administrativa, Gran Concepción, o Territorio Pencopolitano para el Gobierno Regional, se expresa la dinámica de la conurbación que se produce entre 7 comunas: Concepción en el centro y hacia la periferia están Chiguayante al sur, hacia el norte Penco, hacia el oeste Talcahuano y Hualpén y para el suroeste se encuentra San Pedro de la Paz. Centro neurálgico de la región.

Las características de esta zona están dadas por la riqueza e identidad de cada comuna. En conjunto alcanzan una población estimada de 816.711 al 2011 habitantes que corresponde a un 39,86 % de la población regional. En la siguiente tabla se exhiben los datos de población del Gran Concepción y sus proyecciones para el 2015 y el 2020.



En el gráfico a continuación podemos observar el aumento exponencial de la población del Gran Concepción considerando que para el 2015 habrá un crecimiento de 3,09% y el porcentaje estimado para de aumento para el 2020 será de 6,86%, será un crecimiento de la población de casi un 4% en 5 años.

Pencopolitano	1992	2002	2011	2015	2020
Población Total Regional	1.734.305	1.861.562	2.048.998	2.099.096	2.154.389
Población Total Territorio	669.213	726.614	816.711	841.965	872.793
Relación de la Población Territorial del Total Regional	38,59	39,03	39,86	40,11	40,51



* Proyección Población INE año 2011, 2015 Y 2020
Fuente Censo de Población y Vivienda INE años 1992 y 2002

POBLACIÓN POR COMUNA DEL GRAN CONCEPCIÓN

COMUNA	Nº DE HABITANTES ⁶	% población total del Gran Concepción
Chiguayante	120.265	14,7%
Concepción	229.651	28,1%
Talcahuano	172.779	21,1%
Hualpén	86.712	10,6%
Penco	53.992	6,7%
San Pedro de la Paz	97.222	11,9%
Tomé	56.090	6,9%
TOTAL	816.711	100%

⁶ Fuente: <http://www.sinim.gov.cl/>

El Gran Concepción está constituido por 7 comunas, Concepción es la que concentra mayor población, le sigue Chiguayante y con un poco menos de habitantes está Talcahuano. Esta tabla nos muestra que Concepción es el centro de la actividad regional por tanto es una comuna atractiva para vivir y desarrollarse. Chiguayante en cambio es una ciudad dormitorio de personas que en su mayoría trabajan en la intercomuna. Talcahuano en cambio es un puerto que tenía su dinámica económica propia por tanto atraía muchas personas para emplearse en las pesqueras o en el sector industrial. La migración desde Talcahuano se ha producido después del Terremoto del 27/F, pero los datos aún no registran ese cambio.

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA POR COMUNA DE LA REGIÓN DEL BÍO BÍO

A modo de síntesis, la población de la Región del Bío Bío según el Censo del 2002 corresponde a 1.861.562 habitantes, de lo cuales un 49,16% son hombres, un 50,84% son mujeres y un 2,84% se dicen integrantes de Pueblos Originarios.

La Región se divide en 4 provincias. Arauco tiene 164.857 habitantes, lo que corresponde a un 8,3% de la población total regional. Bío Bío tiene 353.315 habitantes que es el 17,8% del total regional. Ñuble, por su parte, tiene 441.664 habitantes que es el 22,2% y la provincia de Concepción concentra el 50,9% de toda la población del Bío Bío con un total de 1.010.957 personas por km². Dentro de la Provincia de Concepción, se encuentra la división político-administrativa más importante de la Región, llamada “Gran Concepción” o Territorio Pencopolitano que comprende las comunas de Chiguayante, Concepción, Penco, San Pedro de la Paz, Tomé y Hualpén, que en conjunto reúnen una población de 816.711 personas que es casi el 40% de la población de la región.

1.3.- Diagnóstico territorial de la comuna de Hualqui



Comuna que está ubicada 24 Km. al sureste de la ciudad de Concepción, se emplaza a orillas del río Bío Bío. Limita al norte con las comunas de Chiguayante, Concepción y Florida, al sur con la comuna de Santa Juana, al este con las comunas de San Rosendo y Yumbel y al oeste con las comunas de Coronel y Concepción. La comuna de Hualqui abarca una superficie de 534,6 km² y una población de 16.156 habitantes.

Fue fundada oficialmente en 1757 por el Gobernador español Amat y Juniet, y elevada al rango de villa con el nombre de San Juan Bautista de Hualqui. La palabra Hualqui significa “rodeo del riachuelo”.

Esta es una comuna de tradición campesina que destaca por su clima, sus parajes naturales de gran belleza y la gran calidez de su gente. Es un importante centro hortofrutícola, con casa quintas que rodean la plaza y la iglesia. Por otro lado, potencia su actividad turística en un entorno cultural e histórico que junto a su privilegiado clima y carácter medio ambientalista y ecológico, invita a disfrutar de la naturaleza.

INDICES DEMOGRÁFICOS

Población total 2002 y proyectada 2012 INE

Territorio	Año 2002	Año 2012	Variación (%)
Comuna de Hualqui	18.768	22.877	21,90
Región del Bío Bío	1.861.562	2.061.544	10,70
País	15.116.435	17.398.632	15,10

Fuente: Censo 2002 y Proyección de Población 2012, Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Población por sexo

Territorio	Año 2002		Año 2012	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Comuna de Hualqui	9.293	9.475	11.142	11.735
Región del Biobío	915.200	946.362	1.015.586	1.045.958
País	7.447.695	7.668.740	8.610.934	8.787.698

Fuente: Censo 2002 y Proyección de Población 2012, Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

Población por grupos de edad 2002 y proyectada 2012 INE

Edad	2002	2012	% según Territorio 2012		
			Comuna	Región	País
0 a 14	5.169	5.440	23,78	21,48	21,77
15 a 29	4.406	5.450	23,82	24,58	24,56
30 a 44	4.553	4.857	21,23	20,74	21,08
45 a 64	3.039	5.089	22,25	23,45	23,08
65 y más	1.601	2.041	8,92	9,76	9,52
Total	18.768	22.877	100	100,01	100,01

Fuente: Censo 2002 y Proyección de Población 2012, Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

INDICES SOCIALES

Población según pobreza CASEN 2003-2009

- **Incidencia de la Indigencia en los Hogares:** "Porcentaje de hogares cuyos ingresos no son suficientes para costear una canasta básica de alimentos a sus miembros."
- **Incidencia de la Pobreza en los Hogares:** "Porcentaje de hogares cuyos ingresos no son suficientes para satisfacer las necesidades básicas de sus miembros."

Población según pobreza CASEN 2003-2009

Pobreza en las Personas	2003	2006	2009	% según Territorio (2009)		
				Comuna	Región	País
Pobre Indigente	2.022	660	1.520	6,89	5,16	3,74
Pobre no Indigente	3.654	4.391	4.994	22,65	15,81	11,38
No Pobre	13.834	15.874	15.533	70,45	79,02	84,88
Total	19.510	20.925	22.047	100	100	100

Fuente: Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN), Ministerio de Desarrollo Social

Ingreso promedio de los hogares CASEN 2003-2009

Ingresos Promedios	2003	2006	2009	Región	País
Ingreso autónomo	248.729	312.183	329.632	517.696	735.503
Subsidio monetario	10.894	15.865	29.678	24.921	18.792
Ingreso monetario	259.624	328.047	359.310	542.617	754.295

Fuente: Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN), Ministerio de Desarrollo Social.

INDICADORES EDUCACIONALES

Establecimientos educacionales por dependencia 2005-2010

Establecimientos	Comuna		Región		País	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
Corporación Municipal	0	0	0	0	1.215	1.166
Municipal	23	22	1.070	991	4.883	4.573
Particular Subvencionado	3	7	405	554	4.630	5.681
Particular Pagado	0	0	43	38	763	674
Corporación Privada	0	0	12	12	70	70
Total	26	29	1.530	1.595	11.561	12.164

Fuente: Elaboración propia en base a Matrículas, Ministerio de Educación (MINEDUC).

Matrícula por dependencia 2005-2010

Matrícula según Dependencia	Comuna		Región		País	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
Corporación Municipal	0	0		0	613.791	507.379
Municipal DAEM	3.206	2.968	286.442	228.624	1.227.124	999.530
Particular Subvencionado	552	1.338	153.140	191.038	1.626.855	1.877.514
Particular Pagado	0	0	17.806	18.004	254.572	262.108
Corporación Privada	0	0	10.874	10.631	57.117	54.743
Total	3.758	4.306	468.262	448.297	3.779.459	3.701.274

Fuente: Elaboración propia en base Matrículas, Ministerio de Educación (MINEDUC).

Matrícula por nivel de educación 2005-2010

Matrícula según Nivel	Comuna		Región		País	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
Ed. Parvularia	418	431	36.821	42.631	301.177	349.720
Ed. Básica Niños	2.616	2.692	277.723	249.036	2.227.777	2.056.779
Ed. Básica Adultos	18	0	2.468	0	20.512	261
Escuelas Cárceles		0	667	36	2.972	112
Ed. Especial	0	432	8.443	20.006	93.907	145.873
Ens. Media Niños	653	618	130.435	123.737	1.029.366	1.001.930
Ens. Media Adultos	53	93	11.705	11.120	103.748	123.808
Total	3.758	4.306	468.262	448.297	3.779.459	3.701.274

Fuente: Elaboración propia en base a Matrículas, Ministerio de Educación (MINEDUC).

Nivel educacional de la población 2003-2009

Nivel Educacional	2003	2006	2009	% según Territorio (2009)		
				Comuna	Región	País
Sin Educación	713	1.311	593	4,11	4,27	3,52
Básica Incompleta	3.996	3.721	3.698	25,65	17,40	14,34
Básica Completa	2.034	2.231	2.137	14,82	12,44	10,97
Media Incompleta	2.895	3.044	2.738	18,99	18,49	18,98
Media Completa	2.991	4.173	4.103	28,46	28,45	29,90
Superior Incompleta	817	690	697	4,83	9,34	9,86
Superior Completa	480	869	450	3,12	9,61	12,43
Total	13.926	16.039	14.416	99,98	100	100

Fuente: Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN), Ministerio de Desarrollo Social

INDICADORES ECONÓMICOS

Población ocupada, desocupada e inactiva CASEN 2003-2006-2009

Territorio	Ocupados			Desocupados			Inactivos		
	2003	2006	2009	2003	2006	2009	2003	2006	2009
Comuna de Hualqui	5.589	6.792	6.919	504	912	1.129	7.928	8.335	8.986
Región del Biobío	645.756	690.359	704.005	79.714	76.036	101.369	694.696	744.914	780.902
País	5.994.561	6.577.961	6.636.881	643.977	519.357	755.252	4.995.468	5.288.126	5.871.272

Fuente: Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN), Ministerio de Desarrollo Social

Tasas de ocupación, desocupación y participación 2003-2006-2009

Territorio	Tasa de Ocupación			Tasa de Desocupación			Tasa de Participación		
	2003	2006	2009	2003	2006	2009	2003	2006	2009
Comuna de Hualqui	39,86	42,35	40,62	8,27	11,84	14,03	43,46	48,03	47,25
Región del Biobío	45,47	45,68	44,38	10,99	9,92	12,59	51,08	50,71	50,77
País	51,53	53,11	50,04	9,70	7,32	10,22	57,06	57,30	55,73

Fuente: Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN), Ministerio de Desarrollo Social.

Número de empresas por rama de actividad 2006-2008-2010

Origen	Comuna			Región			País		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	70	67	57	13.211	12.473	11.958	95.630	90.691	86.709
Pesca	1	1	2	488	464	459	3.558	3.242	2.904
Explotaciones de Minas y Canteras	1	2	2	193	219	255	4.279	5.127	5.183
Industrias manufactureras no metálicas	45	48	46	4.525	4.543	4.676	42.722	42.769	43.177
Industrias manufactureras metálicas	11	12	14	2.761	2.929	3.051	24.216	25.695	26.664
Suministro de electricidad, gas y agua	5	4	4	333	338	352	2.792	2.912	3.041
Construcción	24	29	26	5.835	6.019	6.272	52.919	54.344	55.409
Comercio al por mayor y menor, repuestos, vehículos, automotores/enseres domésticos	323	328	329	33.993	33.618	33.161	320.215	315.657	314.140
Hoteles y restaurantes	45	44	54	3.940	4.043	4.239	35.129	36.599	37.962

Origen	Comuna			Región			País		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	45	50	54	10.241	10.626	10.653	93.713	96.119	95.401
Intermediación financiera	3	3	4	1.197	1.416	1.636	32.660	37.486	42.900
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	25	38	43	8.127	9.231	9.921	96.570	104.791	113.904
Adm. pública y defensa, planes de seg. social afiliación obligatoria	2	2	2	91	91	95	603	603	686
Enseñanza	6	6	5	687	726	813	8.304	8.782	9.583
Servicios sociales y de salud	6	6	5	1.545	1.721	1.873	16.075	17.744	19.664
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	34	47	57	4.625	5.358	6.367	50.513	60.155	70.803
Consejo de administración de edificios	0	0	0	1	8	14	247	411	547
Organizaciones y órganos extraterritoriales	0	0	0	0	1	3	52	57	60
Sin información	0	0	0	80	57	146	724	452	976
Total	646	687	704	91.873	93.881	95.944	880.921	903.636	929.713

Fuente: Servicio de Impuestos Internos (SII)

Número de trabajadores por rama de actividad 2006-2008-2010

Origen	Comuna			Región			País		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	248	314	158	69.547	74.344	72.603	751.280	797.203	723.829
Pesca	40	36	47	14.378	17.773	12.252	55.356	66.474	44.858
Explotaciones de Minas y Canteras	0	9	0	3.639	2.516	2.430	61.924	77.081	84.349
Industrias manufactureras no metálicas	208	213	184	41.145	43.418	40.123	542.998	595.103	581.357
Industrias manufactureras metálicas	2	2	10	23.644	26.108	26.928	214.087	249.442	255.733

Origen	Comuna			Región			País		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
Suministro de electricidad, gas y agua	2	2	4	1.961	2.283	2.534	27.798	31.668	34.610
Construcción	19	45	64	94.878	96.526	87.664	1.018.769	1.155.742	1.099.563
Comercio al por mayor y menor, repuestos, vehículos, automotores/enseres domésticos	102	204	143	60.926	71.913	72.097	974.981	1.134.332	1.155.785
Hoteles y restaurantes	13	11	11	14.212	16.266	16.742	225.210	274.885	288.891
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	46	48	54	24.829	29.380	31.397	392.803	473.912	495.613
Intermediación financiera	1	0	0	3.343	3.962	4.175	198.453	237.885	238.612
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	30	13	12	55.130	62.775	70.209	862.223	1.043.076	1.152.174
Adm. pública y defensa, planes de seg. social afiliación obligatoria	392	466	750	25.319	25.319	29.000	310.100	310.100	387.477
Enseñanza	73	190	202	34.747	40.294	44.453	335.260	378.259	415.977
Servicios sociales y de salud	23	2	16	12.300	13.962	15.558	174.542	199.477	214.074
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	35	35	103	21.364	26.666	29.360	310.964	338.233	360.543
Consejo de administración de edificios	0	0	0	9	26	107	2.243	4.147	5.501
Organizaciones y órganos extraterritoriales	0	0	0	0	1	1	647	578	1.662
Sin información	0	0	0	25	20	12	355	273	195
Total	1.234	1.590	1.758	501.396	553.552	557.645	6.459.993	7.367.870	7.540.803

Fuente: Servicio de Impuestos Internos (SII)

Siguiendo la tendencia nacional y regional el número de mujeres (11.735) es mayor al de hombres (11.142) en la comuna de Hualqui, así también se detecta que los grupos etáreos de mayor proporción son los de 15 a 29 años y 45 a 64, con un porcentaje del 23,82% y 22,25% respectivamente. Destaca el promedio de ingresos monetarios por hogar 359.310 muy por debajo de la media regional de 542.617 así también la tasa de desocupados 14,03% para el año 2009, debajo del porcentaje regional (12,59%)

Respecto a los datos de fuerza laboral se presenta una incongruencia en las cifras arrojadas por el Servicio de Impuestos Internos ya que determina, por ejemplo, que el número de empresas del área Comercio al por mayor y menor, repuestos, vehículos, automotores/enseres domésticos asciende al número de 329 al año 2009, en tanto que el número de trabajadores del área es de 143 para el mismo periodo, lo que hace deducir un error de vaciado de información.

CATASTRO ESTABLECIMIENTOS EDUCACIONALES EN HUALQUI

El siguiente es el listado de establecimientos educacionales que comprenden el total administrados por el DAEM de la comuna de Hualqui. No se han encontrado a la fecha del presente diagnóstico datos sobre establecimientos educacionales particulares subvencionados en la comuna.

Establecimiento	Nivel	Dirección	Contactos
Agua Corta	BÁSICA	Camino Hualqui Yumbel Km.4 Agua Corta	Fono: 0- 91379256
Alejandro Varela Santa María	BÁSICA	Principal s/n Quilacoya	Fono: 0- 93693987
Armando Ibañez Vargas	BÁSICA	Camino Hualqui Agua la Gloria Km. 8 Redolino	Fono: 0- 87466895
Barrancas Juntas	De 1° a 6° año básico. Capacidad: 15 alumnos	Ruta Hualqui-Rere km 15	Fono: 91580266
Carlos Fernández Castillo	PRE BÁSICA Y BÁSICA	CALLE BENAVENTE S/N°	Fono: 412777076
Chillancito	1º A 6º Año Básico Capacidad: 30 ALUMNOS	CAMINO QUILACOYA KM 16	Fono: 84665256
El Maitén	BÁSICA	Camino Hualqui Yumbel Km. 18 El Maitén	Fono: 0- 82985288

Establecimiento	Nivel	Dirección	Contactos
El Roble	BÁSICA	Camino Hualqui Yumbel Km. 26 El Roble	Fono: 0-98767366
Escuela Básica Ranguel	Básica Capacidad: 30 ALUMNOS	Camino Talcamávida Rere Km.12	Fono: 98726249
Gomero	BÁSICA	Fundo Mardoñal Km. 35 Gomero	Fono: 041-2949359
Guillermo Barberís Massa	BÁSICA	Camino Hualqui Copiulemu Km. 14 Huidanqui	Fono: 0-98125363
La Calle	BÁSICA	Camino San Onofre Km. 12 La Calle	Fono: 0-95747422
Liceo San Juan Bautista	MEDIA	O'Higgins 635	Fono: 041-2780453
Los Libertadores	BÁSICA	Yaganes 290	Fono: 041-2780918
Manuel Amat y Juniet	BÁSICA	Errázuriz 535	Fono: 041-2780741
Maqueuto	BÁSICA	Camino La Calle Quilacoya Km 16 Chllancito	Fono: 041-2781417
Nueva República	BÁSICA	Onas 251	Fono: 041-2780904
Quinquihueno	BÁSICA	Camino Hualqui Rere Km. 34 Quiquihueno	Fono: 0-81595693
San José de la Palma	No Menciona	Camino Talcamávida Rere Km. 6 La Palma	Fono: 0-96107399
San Nicanor	BÁSICA	Camino Hualqui Km.20 Vegas de Diucas	Fono: 0-90801011
Santa Filomena de Pichaco	BÁSICA	Camino Cerro Alto Km 18 Pichaco	Fono: 0-77858626
Santa Susana Dirección	Nivel de Atención: de 1° a 6° año básico Capacidad: 25 alumnos	Camino Hualqui Copiulemu Km. 14	Fono: 2799009
Unihue	BÁSICA	Recinto Estación s/n Unihue	Fono: 0-90027685

Datos extraídos desde www.daemhualqui.cl

02

DIAGNÓSTICO CULTURAL GENERAL REGIÓN DE BÍO BÍO

Diagnóstico y desafíos en el ámbito del desarrollo de la cultura y la diversidad⁷.

La Estrategia Regional de Desarrollo del Bío Bío 2008-2015 establece que *la cultura y diversidad como área de desarrollo está centrada en el conjunto de la sociedad regional, siendo su principal eje los niños y niñas, jóvenes, mujeres y hombres, adultos y adultos mayores, todas las personas, como representantes de heterogéneas realidades sociales y culturales, con sus manifestaciones, producciones artístico-culturales, legados patrimoniales y diferentes como similares sentidos de pertenencia o identidades culturales y sociales, locales, territoriales y regionales. Esta posee una gran diversidad cultural. En la actualidad su población estimada es de alrededor de 2.000.000 de habitantes, de los cuales poco más de 50 mil pertenecen a pueblos originarios.*

En las últimas décadas se ha producido un importante desplazamiento de población rural a los sectores urbanos, los cuales se han establecido en las principales ciudades de la región. Esta situación se suma a otras importantes realidades locales que presentan sus particulares identidades, conformadas a lo largo de la historia nacional y territorial. Existen diferentes modos de habitar el territorio que están asociados a actividades socioproductivas. El litoral costero regional cuenta con más de 70 caletas de pescadores artesanales, algunas de estas actividades son complementarias y/o aledañas a la desarrollada por la cultura campesina tradicional de autosubsistencia. Además de la explotación industrial minera, textil y acerera, el rubro forestal, petrolero, artesanal y comercial, etc. Cada uno de éstos con diferentes niveles de productividad y grados de transformación.

De la misma manera, se cuenta con configuraciones identitarias que se construyen como respuesta a la dinámica propia de la diversidad humana y de la inmigración que ha recibido la región, tanto desde otras regiones como de otros países.

⁷ Estrategia Regional de Desarrollo 2008-2015, páginas 40-45, www.gorebiobio.cl

En este contexto, se enmarcan los principales problemas relacionados al desarrollo cultural y de la diversidad de la Región del Bío-Bío. No obstante el importante avance, se reconoce que la región aún puede avanzar en la puesta en valor de su patrimonio histórico, natural y cultural.

Sin duda, se requieren mayores recursos para difundir y generar nuevas producciones artístico-culturales, así como para realzar y promover a los artistas regionales. En este sentido, se constata una incipiente valoración de contar con una identidad regional, que requiere ser fortalecida con el reconocimiento de las identidades locales. De esta manera, la importancia de la dimensión cultural radica, entre otras cosas, en que aporta de manera preponderante a la construcción de un desarrollo integral que moviliza a sus habitantes, desde sus similitudes, particularidades e historias.

Esta dimensión de desarrollo ha ido adquiriendo mayor relevancia y presencia con el paso de los años en las planificaciones regionales de la Región del Bío Bío y en las demandas del conjunto de actores regionales, tanto de los ámbitos público, privado y social. Por ejemplo, se ha manifestando la necesidad de aumentar la dotación de recursos humanos y económicos, de transversalizar la perspectiva intercultural en las áreas de educación y salud, así como también intensificar las acciones tendientes a fortalecer esta dimensión de desarrollo en el quehacer de los servicios públicos, como en las distintas municipalidades de la Región.

Esta es una manera de avanzar en la valoración y reconocimiento de todas las personas y sus culturas locales, con participación de la diversidad en las instancias públicas y municipales a nivel local, territorial y regional. Es un impulso al rescate, restauración, protección, fortalecimiento y difusión de un sinnúmero de legados patrimoniales hasta ahora no catastrados, recuperados, ni declarados monumentos nacionales. Es una forma de enaltecer e incentivar la producción artístico-cultural, la profesionalización de la gestión cultural en los municipios y la difusión de la misma, con participación local y también a nivel empresarial. Finalmente, es un aporte para la discusión, conocimiento y configuración de una identidad regional. Siendo esto último un ámbito que recoge, cobija y articula todas las tareas pendientes antes presentadas.

La cultura y diversidad humana como fenómeno multidimensional nos obliga a pensar el futuro de la Región del Bío Bío, apostando por ampliar y profundizar el trabajo que hasta la fecha se ha hecho en estos ámbitos. La Región, imbuida en el proceso de la globalización, debe ser capaz de dar una respuesta pertinente y oportuna a las emergentes manifestaciones socioculturales e identitarias y profundizar en su reconocimiento e inclusión.

Las heterogéneas realidades de la Región del Bío Bío han cambiado en el tiempo y además en el espacio, como algunas que, de la ruralidad cordillerana y costera, hoy se encuentran en los centros urbanos de los territorios. Por esto es que toda nueva acción debe tener como foco el

principio del reconocimiento de la diversidad cultural porque permite el fortalecimiento de las identidades en diferentes niveles sociales y económicos, posibilitando la inserción de la población antes excluida, lo que estimula la articulación de los sectores disgregados en los territorios. Lo anterior, además, facilita e impulsa el proceso descentralizador, promueve la regionalización desde una mirada endógena que se centra en los componentes geográficos, históricos y culturales, en el capital social regional y propicia el encadenamiento socioproductivo diverso, sustentable, y la emergencia de nuevas áreas económicas, como el turismo con identidad cultural. El reconocimiento de la diversidad y la cultura, como ámbito de desarrollo facilita la construcción de la sociedad regional integrada y más igualitaria.

2.1.- Identidad Regional

La Política Cultural Regional del Bío Bío 2011-2016 define que el territorio *alberga una amplia diversidad social, política, económica y religiosa. El Estudio de fortalecimiento de la identidad regional, Región del Biobío, realizado por la Universidad del Biobío y el Gobierno Regional del Biobío, propuso una aproximación a las identidades de este territorio, reconociendo la complejidad y lo profundo de dicho objetivo. Considerando las transformaciones sociales, económicas y culturales, la identidad regional está en un proceso de transformación constante. Por ello, se acordó dar cuenta solo de las identidades de mayor relevancia en el ámbito regional.*

En el Estudio se identificaron las siguientes identidades regionales:

1. **Identidad Lafquenche:** (gente del mar): una de las seis identidades territoriales del pueblo mapuche, cuya principal autodefinición se desarrolla con base en un estrecho vínculo y pertenencia con la tierra y el mar.
2. **Identidad Pehuenche:** (gente del pehuén): perteneciente a otra de las identidades territoriales de los mapuches, debe su nombre a su ancestral relación con el pehuén (árbol conocido como araucaria). Su vida en áreas cordilleranas y la recolección del piñón (fruto del pehuén), como una ancestral forma de subsistencia, los identifican y caracterizan, además de definir su forma de vida. Y es que, antiguamente, el piñón constituía el principal alimento de las familias pehuenche, aunque en la actualidad ha sido reemplazado con otros productos cultivados o adquiridos.
3. **Identidad mapuche urbana:** constituye un nuevo actor al interior de la realidad mapuche actual. Su aparición se ha producido a partir de las transformaciones experimentadas por la sociedad mapuche, en que la ciudad es identificada como un nuevo espacio de reproducción y transmisión cultural.

4. **Identidad campesina:** el elemento central en la definición de esta identidad es su vínculo con la tierra, relación que, partiendo de una lógica emocional, sería parte del constructo histórico como medio de subsistencia familiar y cotidianeidad. De esta forma, el campesino encontraría su origen y raíces en la tierra, y esta condición perduraría en el tiempo.
5. **Identidad agricultor:** uno de los actores relevantes para la tradición cultural campesina es el agricultor tradicional; este mantendría una estrecha relación con el campo que, si bien correspondería al medio central para la producción, también constituiría el delimitador de su estilo de vida y sus formas de ser. Ello quedaría de manifiesto en el pasado de la hacienda, institución característica del campo chileno. El agricultor de la región ha tenido cambios radicales en su modo de vida y en la dependencia del terruño, ya que hoy en día, para que sean viables económicamente, los campos se han convertido en grandes empresas agrícolas ligadas al desarrollo global y las exportaciones de bienes.
6. **Identidad del pescador artesanal:** territorialmente extendida por toda la costa de la región. Estos pescadores tienen un estilo de vida que podría asociarse a lo rural, sin embargo, en esta región gran parte de caletas se ubican en las inmediaciones de los centros urbanos, o directamente dentro de estos, lo que los hace habitantes urbanos, relacionados directamente con la ciudad.
7. **Identidad marítima portuaria:** representa una amplia gama de actividades productivas que se ligan a los procesos de la economía de los puertos, y por supuesto, a los trabajadores que las desarrollan (empresas portuarias, transportes, alimentación y otros servicios).
8. **Identidad obrera industrial:** transita entre una relación identitaria de tipo instrumental y emocional. Este es un proceso siempre relacionado con la consolidación de un sector productivo y la mantención de un grupo de trabajadores significativo en el tiempo, llegando a conformar una cultura trabajadora que permanece más allá del vínculo laboral.
9. **Identidad minera:** se construye por medio de la actividad económica histórica relacionada con el carbón mineral. La identidad minera ha sido protagonista de grandes demandas sociales, y también de procesos de crecimiento poblacional en torno a la explotación de este mineral, en donde familias y generaciones enteras se vieron ligadas al mundo minero y a la extracción del carbón. **Identidad forestal:** una de las más importantes fuentes de producción en la región, que incorpora, a la vez, una

considerable fuerza de trabajo en distintas comunas del territorio. Así, la identidad forestal reconoce en ella el vínculo laboral y el compromiso de los diversos actores que intervienen en diversas áreas del proceso, como siembra, tala y transporte, además de la producción de derivados industriales.

10. **Universitario estudiantil:** una de las principales características de la ciudad de Concepción es su perfil universitario. Este se inicia con la creación de la Universidad de Concepción en el año 1919, primera universidad que surge como un proyecto de carácter regional y al mismo tiempo laico; posteriormente, se sumarían universidades tradicionales como la Universidad del Bío-Bío, la Universidad Católica de la Santísima Concepción y la Universidad Federico Santa María; atrayendo, todas ellas, no solo a estudiantes de la región, sino de todo el país.

Esta variedad de 11 grupos identitarios, que dificulta un sentido más unitario de región, es dinámica y compleja, dadas las transformaciones económicas, las migraciones y la transculturización urbana. Lo minero se ha extinguido como actividad, lo forestal reemplaza y le resta fuerza a lo agrario, y lo industrial muta en su estabilidad laboral desperfilando una conciencia obrera.

Las industrias desaparecen o surgen otras, reconvirtiéndose las formas de trabajo y su organización social. Los modos de trabajo independientes, como el freelance, son inestables y carecen de identificación con lo institucional.

El creciente proceso de urbanización territorial, donde lo rural pierde estatus, está debilitando los rasgos más constantes de las culturas locales. En estas comunidades, con menor estabilidad, tiende a desaparecer el sentido de lo propio, la identidad, el lugar, la historia, la imagen cultural. Se percibe una desprotección en cuanto al origen y a lo fundacional, pues los procesos de desarrollo no consideran lo cultural como factor. Ello desvaloriza los productos culturales.

El estado cultural, en transición, tampoco valora lo patrimonial. La riqueza histórica del pasado se olvida, la memoria tangible e intangible desaparece y todo esto conduce a una crisis identitaria que afecta la autoestima colectiva y lleva al desarraigo.

Por otro lado, la fragmentación geográfica mantiene zonas sin suficientes elementos en común, lo que produce divisiones culturales, a veces insalvables, y las distintas áreas no se relacionan como debieran. En lugar de complementarse, se diluyen los factores aglutinantes que pudiesen existir. Ñuble es rural y cercano al valle central, Arauco es una zona aislada, Concepción es industrial y Bío-Bío es forestal.



Plan Municipal de Cultura de Hualqui

Moira Déiano Urrutia
CULTURA Y ARTE
ASESORÍAS Y PROYECTOS INTEGRALES

2.2.- Política Cultural Nacional 2011-2016

CARACTERÍSTICAS DE LA POLÍTICAS CULTURALES IMPLANTADAS Y POR IMPLANTAR EN MATERIAS CULTURALES A NIVEL REGIONAL Y COMUNAL.

POLÍTICA CULTURAL NACIONAL 2011-2016.

El 25 de noviembre del 2011 se dio a conocer la Política Cultural nacional para el período 2011 – 2016 del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Esta Política Cultural se articula en torno a tres ejes:

A.- EJES DE LA POLITICA:

- 1. Creación Artística**
- 2. Patrimonio Cultural**
- 3. Participación Ciudadana**

B.- VALORES Y PRINCIPIOS:

Esta Política se inspira en 17 valores y principios que guían el espíritu de las acciones que se propone emprender, con el fin de llevar a cabo la visión.

4. La Libertad de creación y de expresión con dignidad y en condiciones de equidad.
5. El libre acceso al patrimonio cultural como manifestación de las diferentes culturas, así como el de su preservación, conservación y difusión.
6. El rescate de la memoria histórica y el diálogo intercultural como motor de identidad.
7. El acceso a la información pública, a la libre circulación y a la difusión cultural.
8. La igualdad de oportunidades para disfrutar y participar en la vida artística y cultural.
9. La libertad de elección y de ejercicio de las prácticas culturales.
10. La participación desconcentrada y descentralizada de las regiones en la actividad artístico-cultural.
11. La independencia de las regiones para ser gestoras de su desarrollo artístico-cultural y de su diversidad territorial.
12. La defensa de los derechos humanos y el respeto por las minorías.
13. La multiculturalidad y el respeto a la diversidad étnica y las expresiones culturales de los pueblos originarios.
14. El derecho de toda persona de elegir su identidad cultural, en la diversidad de sus modos de expresión.
15. La igualdad de género que garantice el respeto, las oportunidades y la no discriminación en la convivencia de la sociedad.

16. La protección del derecho de autor que corresponde a los creadores, artistas e intérpretes.
17. La participación real de la ciudadanía en la toma de decisiones, con mecanismos amplios de consulta.
18. La educación integral y armónica que respete los principios constitucionales y fomente la apreciación del arte y la cultura como motor de un espíritu crítico y reflexivo.
19. El respeto por un Estado facilitador de las oportunidades de acceso a la cultura y subsidiario con la actividad creativa, considerada ésta como un aporte sustantivo para el desarrollo del país.
20. La promoción del intercambio cultural en un mundo globalizado y la internalización de la cultura chilena.

C.- OBJETIVOS DE LA POLITICA:

Se establecen 14 objetivos estratégicos de gestión para el período:

1. Fortalecer la creación artístico-cultural.
2. Visibilizar y fomentar las industrias culturales como motor de desarrollo.
3. Fortalecer y actualizar las normativas relacionadas con el arte y la cultura.
4. Contribuir a instalar los bienes y servicio artístico culturales en el escenario internacional.
5. Fortalecer el reconocimiento de los derechos de autor.
6. Promover la creación cultural vinculada a plataformas digitales a través de las nuevas tecnologías de la comunicación.
7. Promover el acceso y la participación de la comunidad en iniciativas artístico-culturales.
8. Generar acceso a una oferta artístico-cultural.
9. Promover la formación de hábitos de consumo artístico-culturales en la comunidad.
10. Potenciar y promover el rol de los agentes culturales en la creación y difusión de las artes y la cultura.
11. Promover el intercambio de contenidos culturales a través de las nuevas tecnologías de la comunicación.
12. Contribuir a que se valore y resguarde el patrimonio cultural material.
13. Contribuir a que se valore y resguarde el patrimonio cultural inmaterial.
14. Contribuir a fomentar el turismo cultural respetando la diversidad y la conservación del patrimonio cultural de la nación.

D.- PROPÓSITOS Y ESTRATEGIAS (MEDIDAS DE ACCION)

A los objetivos estratégicos le darán respuesta 29 propósitos y 120 medidas concretas.

2.3.- Política Cultural Regional 2011-2016

Líneas estratégicas y acciones de la Política Regional de Cultura del Consejo Regional de la Cultura y las Artes de la Región del Bío Bío para el periodo 2011 – 2016, cuenta con los ejes: Promoción de las Artes, Participación ciudadana y Patrimonio Cultural, estos ejes a su vez se dividen en 3 objetivos, 8 propósitos totales y 24 estrategias, servirán de orientación para la formulación del Plan Municipal de Cultura 2014 para la comuna, lo que a continuación se describe:

Promoción de las Artes	
Objetivo: Promover, socializar y destacar la importancia de la Actividad artístico-cultural en las vidas de ciudadanos y artistas de la región.	
Propósito: Descentralizar la actividad artístico-cultural y vincular asociativamente la Institucionalidad	
Estrategias:	Se vinculan y generan estrategias en favor del arte y la cultura de la región entre el gobierno regional, y los gobiernos provinciales, comunales y nacional.
	Se vinculan y establecen nexos entre encargados de cultura municipales, gestores culturales, Gobierno Regional, corporaciones culturales, fundaciones y mundo empresarial.
Propósito: Implementar estrategias para demostrar el impacto de la actividad artístico- cultural en la región	
Estrategias:	Se desarrolla evaluación técnica y de impacto social de las iniciativas artístico-culturales regionales.
	Se realizan y difunden diagnósticos y catastros de la actividad artístico-cultural en la región.
Propósito Impulsar iniciativas de formación, financiamiento y asociatividad entre las instituciones culturales y los artistas de la región	
Estrategias	Se promueve la profesionalización de las artes y sus actores a través de seminarios, encuentros, intercambios, residencias y coproducción entre las regiones, ciudades y otros países.
	Se promueve la asociatividad de los diferentes actores e intermediarios del arte formando alianzas entre actores y/o instituciones.
	Se conocen y fortalecen los mecanismos de financiamiento público-privado para actividades artístico culturales de la región.

Participación ciudadana	
Objetivo Fortalecer la equidad e igualdad en el acceso y participación de la ciudadanía a las diferentes actividades del arte y la cultura que se realiza en la región	
Propósito: Promover estrategias que estimulen la participación ciudadana en cultura a través de instancias consultivas, levantamiento de información y difusión y formación de audiencias	
Estrategia:	Se promueve la capacitación de los encargados de cultura municipales para mejorar la gestión cultural en las comunas.
	Se crean y fomentan instancias participativas y consultivas de actores culturales regionales con el fin de recoger propuestas para una mejor toma de decisiones en el desarrollo cultural de la región.
	Se elabora un estudio que identifique los intereses y necesidades ciudadanas en el ámbito de cultura.
	Se crea un programa de circulación de productos y/o manifestaciones artísticas, propiciando su gratuidad o subsidio a través de vínculos con la empresa pública y privada que responda a los intereses y necesidades ciudadanas.
	Se desarrollan estrategias comunicacionales para promover el acceso a la oferta artística cultural por parte los habitantes de la región.
	Se desarrolla un programa de formación (formal y/o informal) de audiencias en la región.
Propósito: Fortalecer estrategias formativas que incentiven la participación artística y consumo cultural con énfasis en la etapa escolar	
Estrategias	Se fortalece el vínculo del sector cultura con el de educación, para promover la formación inicial de audiencias.
	Se incentivan mecanismos participativos que promuevan el desarrollo artístico cultural en la región con énfasis en los diferentes niveles educacionales.

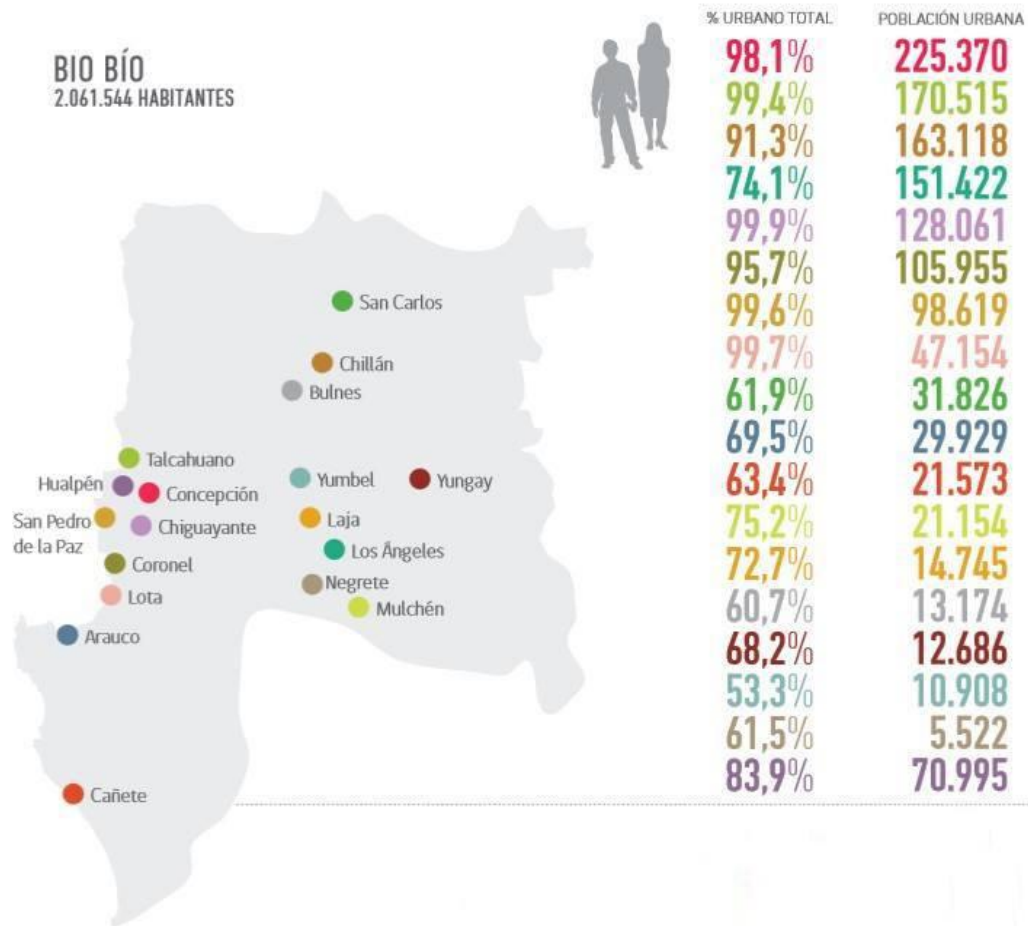
Propósito: Promover la articulación de organismos públicos y privados a nivel regional y local para fortalecer el desarrollo cultural	
Estrategias	Se promueve y fortalece el trabajo colaborativo entre los servicios públicos para incorporar la dimensión artística y cultural en su quehacer.
	Se promueve y fortalece el trabajo colaborativo con organizaciones de la sociedad civil y/o privados con la finalidad de fortalecer el desarrollo artístico cultural en la región.
Patrimonio Cultural	
Objetivo: Promover la puesta en valor del patrimonio cultural de la región.	
Propósito: Fomentar iniciativas de conservación del patrimonio cultural en la región	
Estrategias	Se incentiva la inversión en recuperación y restauración de infraestructura patrimonial a través de la diversificación de fuentes de financiamiento.
	Se identifican y difunden las buenas prácticas en restauración de patrimonio arquitectónico.
	Se fortalecen las competencias en gestión del patrimonio cultural de la región en los gobiernos locales.
	Se promueven la integración de asociaciones ciudadanas en la gestión del patrimonio local.
Propósito: Estimular la puesta en valor del patrimonio a través de acciones de promoción y formación	
Estrategias	Se facilitan herramientas que contribuyan a incorporar la formación patrimonial en el espacio escolar.
	Se promueve, fomenta y difunde el reconocimiento de las culturas originarias en los distintos territorios de la región.
	Se implementan programas y proyectos de promoción y difusión del turismo patrimonial cultural.

2.4.- Participación y Consumo Cultural

Análisis de la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2012

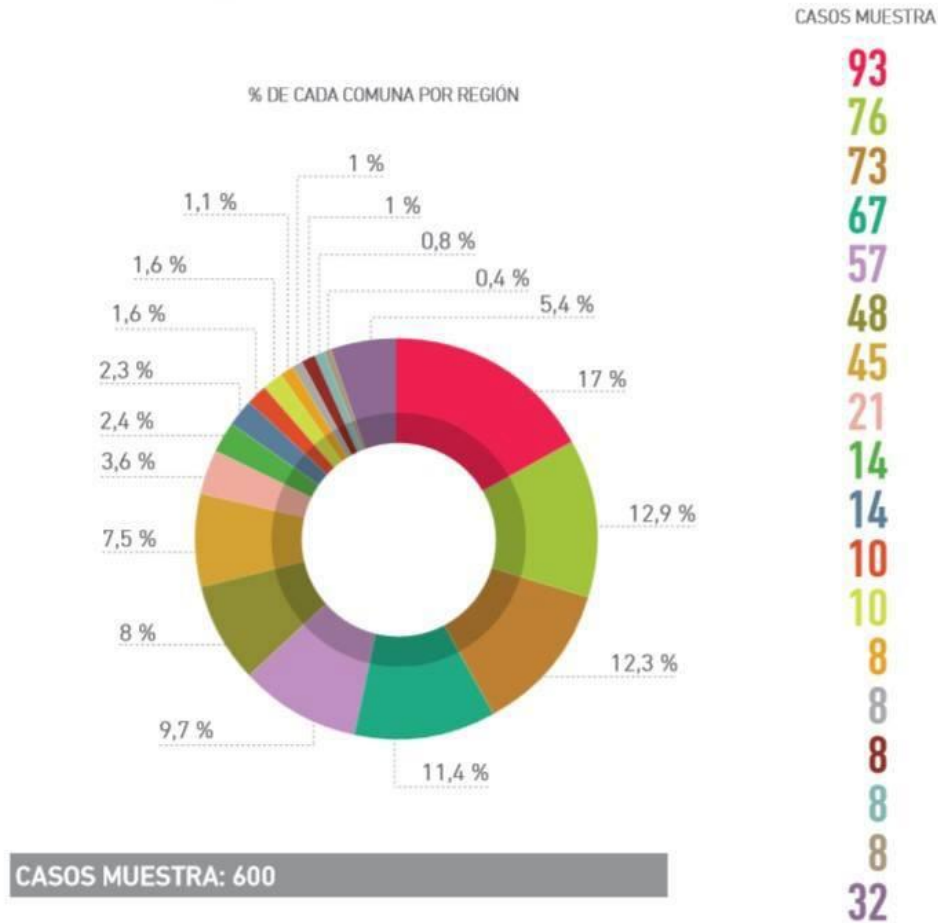
Según la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural del 2012⁹ ha existido una disminución evidente en el consumo cultural respecto a las cifras entregadas por encuestas anteriores del 2005 y 2009, lo cual hace repensar las estrategias aplicadas en el aumento de la participación ciudadana actividades artístico culturales.

Antes de presentar las estadísticas por disciplina a nivel nacional, es pertinente conocer el universo de encuestados en la región para la encuesta de este periodo, lo cual manifiesta además la situación centralista tomando en cuenta el alto porcentaje de encuestados en la ciudad de Concepción y las capitales provinciales.



9 Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2012, desarrollada entre el CNCA y el INE.

Detalle de porcentaje de encuestados por comuna en las cuales se anuncio la mayor participación proviene de la ciudad de Concepción y comunas cercanas pertenecientes a la Provincia de Concepción:



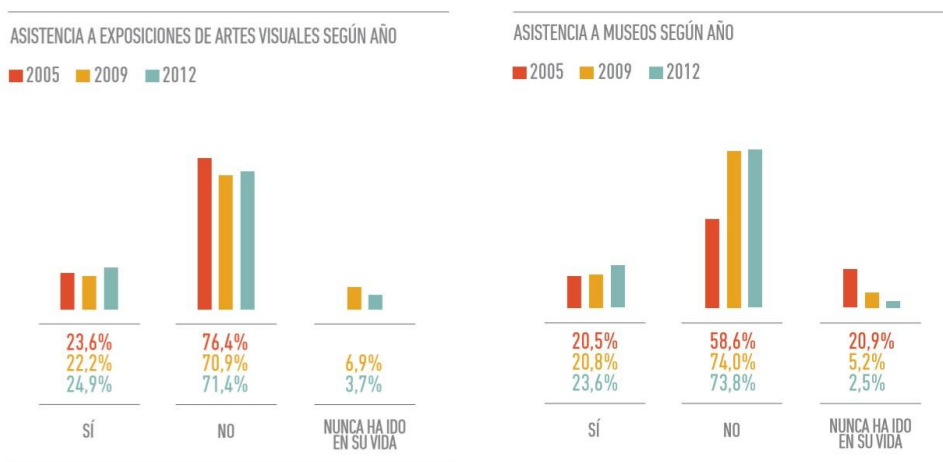
A continuación podemos apreciar las estadísticas nacionales referentes a la asistencia a espectáculos culturales (teatro, danza, conciertos, cine), el siguiente cuadro comparativo distingue mediante gráficos, la participación en los periodos especificados como 2004/2005, 2009 y 2012. En el año 2005 el índice de concurrencia al cine alcanzó un 34,7%, porcentaje que aumentó levemente en el período 2009 hasta alcanzar un 34,9%, mientras que asistencia al cine para el año 2012 se elevó considerablemente hasta el 45,2%. La asistencia de la población a obras de teatro, en tanto, presenta un descenso gradual durante los períodos 2005 (20,1%), 2009 (18,6%) y 2012 (17,8%). Finalmente, los porcentajes de la población que declaró haber asistido a espectáculos de danza y conciertos muestran oscilaciones: observamos en el período 2009 un incremento en la asistencia a estos espectáculos en relación a los índices de la medición anterior, que alcanzan un 23,5% en danza y un 29,3% en conciertos, respectivamente; sin

embargo, para el año 2012 el porcentaje disminuyó, llegando en danza al 22,9% y en conciertos al 25,8%.

Hábitos de consumo

Artes Visuales

En relación a la asistencia a exposiciones de artes visuales, observamos en el gráfico que, para el año 2005, el número de concurrencia alcanzó un 23,6%, mientras que para el período 2009 descendió levemente a 22,2%. En el período 2012, en tanto, este número experimentó un aumento hasta alcanzar un 24,9%. La población que no concurre a exposiciones de artes visuales, en cambio, ha ido disminuyendo gradualmente en cada uno de los períodos. Se aprecia que durante el año 2005 un 76,4% de la población no acudió a este tipo de exhibiciones, cifra que en el período 2009 cayó al 70,9%, y luego en el año 2012 se elevó apenas a un 71,4%. Cabe destacar que la población que “nunca ha ido en su vida” a una exposición de artes visuales ha ido disminuyendo considerablemente. Para el período 2009, el porcentaje alcanzaba a un 6,9%, mientras que para el año 2012 está cifra descendió a un 3,7%.



Museo

El porcentaje de la población que visitó museos es muy similar en los períodos 2005 y 2009, tal como se puede apreciar en el gráfico, alcanzando un 20,5% y un 20,8%, respectivamente; mientras que en el año 2012, la concurrencia experimentó un alza de casi 3 puntos (23,6%). Respecto a la población que en los 12 meses anteriores a la consulta no había asistido a museos, observamos que para el período 2005 el porcentaje alcanzó un 58,6%, aumentando luego casi 20 puntos para el año 2009 (74%) y disminuyendo apenas para el período 2012 hasta un 73,8%. El porcentaje de la población que nunca ha ido a un museo, en tanto, disminuyó considerablemente respecto al año 2005: en ese período alcanzó un 20,9%, cayendo drásticamente a un 5,2% para año 2009, y manteniendo la tendencia para el periodo 2012 en que el porcentaje de la población que “Nunca ha ido en su vida” a un museo disminuyó hasta un 2,5%.

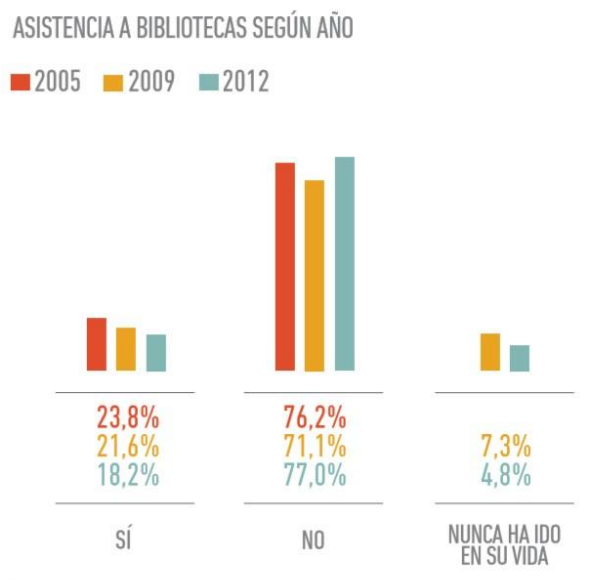
Música

Como se demuestra el gráfico, la población que reportó escuchar música en los períodos 2005 (95,4%), 2009 (92,5%) y 2012 (97,1%) se mantiene estable y no baja del 90%, mientras que el porcentaje de la población que declaró no escuchar música es muy bajo.



Asistencia a Bibliotecas

En el gráfico se observa que la población que asistió a bibliotecas alcanzó, durante el año 2005, un 23,8%, mientras que para el período 2009 este número descendió levemente hasta el 21,6%, continuando a la baja en el año 2012 con un 18,2%.



Libros leídos

En las mediciones 2005, 2009 y 2012 se consultó a la población respecto al número de libros que había leído en los últimos 12 meses. Para el período 2005, la población que había leído al menos 1 libro alcanzó solo el 22,6%, mientras que en el 2009 aumentó casi al doble, concentrando al 41,4% en el 2012, en tanto, la cifra se acrecentó en casi 6 puntos porcentuales alcanzando un 47%.



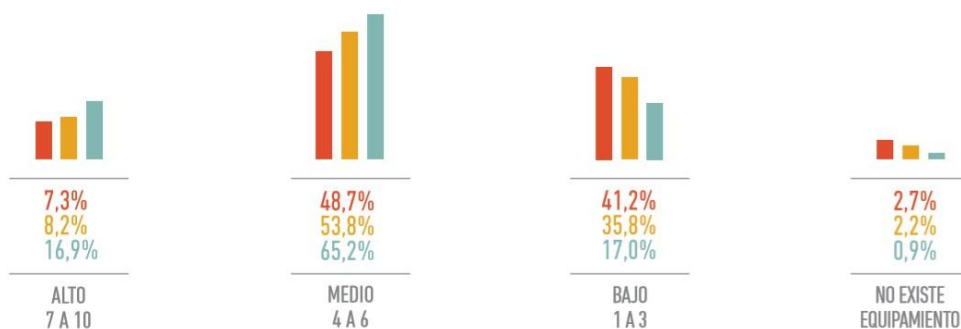
Índice de equipamiento cultural en el hogar según años 2004/2005, 2009, 2012

En las mediciones 2005, 2009 y 2012 se consultó a la población cuál o cuáles de los instrumentos o materiales posee en su hogar; instrumentos musicales, amplificadores de sonido y programas computacionales para componer música, materiales para artes visuales, cámara fotográfica no digital y digital, instrumentos para fabricar artesanía, cámara de video, programas computacionales para montaje de imágenes digitales y banda sonora, maquillaje y vestuario para teatro, instrumentos para malabarismo y acrobacia, DVD, VHS, CD, casetes, discos y libros. A partir de estas variables se construyó un índice para identificar el nivel de equipamiento que existe en el hogar.

En el gráfico observamos que ha ido disminuyendo la población que carece de instrumentos o materiales culturales en el hogar en el transcurso de los períodos 2005 (41,2%), 2009 (35,8%) y 2012 (17%). La población que posee “equipamiento cultural medio”, en cambio, ha ido aumentando gradualmente. Se aprecia que, en el año 2005, el índice alcanzaba al 48,7%, creciendo cinco puntos para el período 2009 (53,8%) y en más de 11 puntos porcentuales para el 2012 (65,2%). En relación a los hogares que cuentan con “alto equipamiento”, es decir, que poseen entre 7 y 10 instrumentos o materiales culturales, observamos que el porcentaje en los períodos 2005 (7,3%) y 2009 (8,2%) se mantuvo estable y sin variaciones significativas, en cambio para el año 2012 aumentó al doble respecto a la medición anterior, alcanzando un 16,9%.

EQUIPAMIENTO CULTURAL EN EL HOGAR SEGÚN AÑO

■ 2005 ■ 2009 ■ 2012



Para complementar la información de la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural del 2012, se construyó una tabla resumen con toda la oferta cultural y los espacios culturales que tienen las comunas de la Provincia y que le da un perfil que nutre su identidad local lo que le permite mostrar un atractivo para los habitantes y los visitantes.

2.5.- Oferta Cultural Provincial

Oferta cultural comunal de la Provincia de Concepción Bío de la Región del Bío Bío¹⁰

A continuación se presenta una tabla resumen con toda la oferta disponible en la zona que contiene, tanto patrimonio cultural tangible: espacios culturales, barrios típicos, monumentos, museos, bibliotecas, salas de cine, entre otros y el patrimonio cultural intangible que son las actividades como: fiestas costumbristas, festivales y eventos artísticos.

¹⁰ Datos obtenidos del Diagnóstico Cultural Regional realizado por la Consultora EstudioCero el 2010 y de las bases de datos disponibles de la Dirección Regional del CNCA, el sitio oficial de esta institución: www.espaciosculturales.cl y publicación del 2010 de la Dirección Regional del CNCA sobre fiesta tradicionales locales en el Bío Bío.

PROVINCIA DE CONCEPCIÓN						
Comuna	Museo	Espacios culturales	Barrios Típicos	Monumentos	Fiestas tradicionales	Eventos Artísticos
Chiguayante	-Museo Stom	-Fábrica textil Machasa -Sindicato Machasa -Biblioteca pública nº 17 -Casa del Adulto mayor -Gimnasio municipal				-Fiesta de la Primavera -Homenaje a los Poetas
Concepción	-Galería de la Historia -Museo de Artes Sagrado -Museo de historia Natural -Museo Geológico Profesor Lajos Biró Bagoczki	-Biblioteca pública nº 337 -Teatro Universidad de Concepción -Sala Andes -Escuela de música Universidad del Bío Bío -Galería de los Ocho -Academia de Música Marlon Romero -Espacio 1199 -Casa del Deporte -Sala Universitaria -Auditorio Dr. Ignacio González Ginuves -Academia de danza Juanita Toro -Galería de Arte Caballo Verde -Academia de Flamenco Viviana Medina -Corporación Cultural Alianza Francesa -Corporación Cultural Artistas del Acero		-Palacio Castellón -Mausoleo General Don José María de la Cruz -Resto de Muro de Piedra del Convento de la Merced -Ruinas del Teatro Enrique Molina -Portal Plaza Perú -Edificio Tribunales de Justicia -Campanil y Foro Abierto UdeC -Casa del Arte UdeC -Facultad de Medicina UdeC -Biblioteca Central UdeC -Edificio de Lenguas UdeC -Facultad de Cs. Jurídicas y Sociales UdeC -Facultad de Cs. Biológicas UdeC -Facultad de Farmacia UdeC -Edificio de Anatomía -Casa del Deporte UdeC		-Programa Martes Cinematográficos

Comuna	Museo	Espacios culturales	Barrios Típicos	Monumentos	Fiestas tradicionales	Eventos Artísticos
Concepción		<ul style="list-style-type: none"> -Corporación Cultural Balmaceda Arte Joven -Escuela de Flamenco Rocío González -Agrupación de cultores del folclore español -Auditorio de Lenguas UdeC -Teatro Sala 2 -Multisala Museo de Historia Natural -Pinacoteca UdeC -Sala de Exposiciones Federico Ramírez Sepúlveda -Recinto SURACTIVO -Sala Exposiciones Universidad del Bío Bío -Aula Magna UCSC -Sala de Conferencia y exposiciones UCSC -biblioteca Instituto Norteamericano de Cultura -Biblioteca José Toribio Medina -biblioteca del Instituto Chileno-británico de cultura -Estudio de Grabación Gdeon Producciones 		<ul style="list-style-type: none"> -Edificio Gobierno Regional -Parroquia la Merced -Parroquia San Agustín -Casa Dr. Wilhelm -Ex Intendencia regional. -Edificio Lotería -Edificio Baldi -Ex Sede DuocUC UC -Ex Ferretería Gleisner. -Cada Loosly y Residencial Metro -Palacio Hirmas -Oficina Correos de Chile -Catedral de Concepción y edificios episcopales -Mural Presencia de América Latina -Mural de la historia de Concepción -Mural de la Catedral de Concepción -Mural Colegio Salesiano -Mural Las tres Pascualas. Mural Farmacia Maluje -Mural Casino Los Patos -Mura del Facultad Química y Farmacia UdeC 		

Comuna	Museo	Espacios culturales	Barrios Típicos	Monumentos	Fiestas tradicionales	Eventos Artísticos
Coronel		-Biblioteca pública nº 40 -Gimnasio municipal -Auditorio Sala Teatro -Estadio Municipal Federico Schwager -Espacio cultural Anfiteatro natural -Espacio Jardín Cultural -Galería exposiciones -Casa de la Cultura -Sala de exposiciones Parque educativo Jorge Alessandri	-Sector Schwager	-Parque Hito Aglavario - Casa Schwager -Palacio Maule -Piques de Maule -Edificio Administración Ex Mina -Parque Alessandri	-Fiesta Huasa en Medialuna escuadrón	-Schwager costumbre y tradiciones -Aniversario de la ciudad -Show Pirotécnico de Fin de Año -Feria Artesanal
Florida		-Biblioteca pública nº 264 - Auditorio Municipal			-Camaronada -fiesta de las Palmas -Fiesta del Rosario	-Rodeo Oficial -Semana Floridana
Hualpén	Museo Casa Hualpén: Pedro del Río Zañartu	-Biblioteca pública nº 276 -Gimnasio municipal	-Caleta Lenga -Cerro Amarillo	-Casas patronales y parques del Fundo Hualpén -Península de Hualpén	-Fiesta de San Pedro en Caletas Lenga, Chóme, Peroné	-Fiesta Esperando la Primavera -Jornada de Cultura y recreación -Campeonato de Cueca
Hualqui		-Biblioteca pública nº 26 -Salón municipal -Gimnasio municipal			-Peregrinación Santa de Piedra -Fiesta de la Manzana -Noche de San Juan -Cruz de San Francisco -Fiesta Costumbrista de Hualqui y del Choclo	-Carnaval de Talcamavida -Fiesta de la Madera de Quilacoya -Rodeo Oficial

Comuna	Museo	Espacios culturales	Barrios Típicos	Monumentos	Fiestas tradicionales	Eventos Artísticos
Lota	-Museo de Lota -Museo Mina Chiflón del Diablo -Museo interactivo Big-Bang -Museo Central Hidroeléctrica Chivilingo	-Pabellón nº 83 -Casa de la Cultura -Biblioteca pública nº 39 -Centro Cultural Anfiteatro municipal -Gimnasio municipal -Parque de Lota Isidora Cousiño		-Parque Isidora Cousiño -Planta Hidroeléctrica de Chivilingo -Fuerte de Lota -Fuerte de Colcura -Pabellón nº 88 -Pabellón nº 48 Parroquia San Matías Apóstol -Casa Gota de Leche -Teatro de Lota bajo -Pabellón nº 81 -Capilla de las monjas Carmelitas -Casa de Empleados Avenida el Parque -Hornos comunitarios -Pabellón nº 42, 44, 40, 26, 50, 37, 51, 46, 68, 68b, 68d, 68g, 28, 30, 23, 20, 22, 10, 9, 6 -Pabellón Inglés -Casa Empleados - Pabellones de 2 y 3 pisos -Escuela Arturo Cousiño -Casa Carlos Cousiño	-Cruz de Mayo	-Carnaval de la Cultura -Desfile de Lota -Expresiones juveniles -Fiesta de la Challa -Semana lotina
Penco		-Biblioteca pública nº 33 -Gimnasio municipal	-Barrio de Chino -Paseo la Planchada -Barrio Crav -Mirador Lirquén	-Fuerte de la Planchada -Recinto Loza Penco -Monasterio Las monjas de trinitarias		-Semana Pencona

Comuna	Museo	Espacios culturales	Barrios Típicos	Monumentos	Fiestas tradicionales	Eventos Artísticos
San Pedro de la Paz		-Centro Cultural y tradicional Curarrehue -Anfiteatro municipal Laguna Grande -Corporación Cultural de San Pedro de la Paz -La Tina Taller y galería de Arte -Sala Blanco -Sede Social 8R -Gimnasio municipal Villa San Pedro		-Capilla Antigua Lomas Coloradas		-Carnaval de todas las artes Víctor Jara -Festival de Teatro al Aire Libre -Jornada Artístico Cultural -Festival de Jazz -Concierto de Navidad
Santa Juana		-Casa de la Cultura -Biblioteca pública n° 388		-Fuerte de Santa Juana de Guadalcazar	-Fiesta de la Miel -Fiesta de San Juan -Fiesta del Camarón	-Semana de Santa Juana
Talcahuano	-Museo reliquia histórica Monitor Huáscar	-Gimnasio municipal La Tortuga -biblioteca pública n° 57 -Sala de exposiciones -Centro Cultural -Sala Biblioteca Viva -Sala de exposiciones Museo de Bellas Artes -Sala de Eventos Juveniles Espacios	-Barrio Puerto -Paseo Ventana al Mar	-Monumento trabajo marítimo Ram Poderoso -Puntilla de los Perales -Ponchera del Zar Rusia	-Fiesta Patrono de los pescadores de San Pedro	-Carnaval comunal
Tomé		-Cine Teatro Tomé -Explanada del Muelle -Deportivo y Cine Bellavista Tomé -Biblioteca pública n° 59 -Casa de la Cultura -Circulo de Bellas Artes El Vagón	-Población Carlos Manhs y Fiat -Bellavista -California	-Iglesia católica de Bellavista -Ruinas de la Fabrica FIAP -Pileta de la Plaza de Tomé -Fuerte Punta de Parra	-Día de la Tortilla -San Pedro y San Pablo -	-Fiesta de Navidad -Navidad en el Mar -Campeonato Nacional de Cueca del Adulto mayor -Semana Tomecina -Festival de cantar popular

La Provincia de Concepción es el territorio que está compuesto por 12 comunas y que agrupa a comunas de la Rivera del Río Bío y el Borde Costero central de la región, lo que le otorga una mixtura cultural particular a esta zona del Bío Bío, mezclando la cultura urbana, costera y la rural.

La característica de la actividad cultural en la provincia se relaciona directamente con su labor productiva, la que está ligada a la industria, los servicios, el comercio, la educación y en menor grado a la pesca. Es el territorio de mayor densidad de población de la región y tienen 12 comunas que la integran:

1. Chiguayante, 2. Concepción, 3. Coronel, 4. Florida, 5. Hualpén
6. Hualqui, 7. Lota, 8. Penco, 9. San Pedro de la Paz, 10. Santa Juana,
11. Talcahuano y 12. Tomé

El territorio de Concepción dispone de:

MUSEO	ESPACIOS CULTURALES	BARRIOS TÍPICOS	MONUMENTOS Y PATRIMONIO	FIESTAS TRADICIONALES	EVENTOS ARTÍSTICOS
12	Centros Culturales y Casas de la Cultura: 54	9	76	16	32
	Bibliotecas: 14				
	Gimnasios y Estadios: 16				
	Teatros: 2				
	Auditorios y salas: 28				

De su oferta de espacios culturales de destacan los centros culturales y casas de la cultura; los auditorios y salas, los monumentos y el patrimonio tangible es destacable en número, el teatro de carácter regional (Universidad de Concepción por su infraestructura y programación) y los eventos artísticos que son valorados por su comunidad.

Las fiestas tradicionales más destacadas por los actores locales son:

Coronel: Fiesta Huasa en Medialuna Escuadrón; Florida: Camaronada, fiesta de las Palmas, Fiesta del Rosario; Hualpén: Fiesta de San Pedro en Caletas Lengua, Chóme, Peroné; Hualqui: Peregrinación Santa de Piedra, Fiesta de la Manzana, Noche de San Juan, Cruz de San Francisco y **Fiesta Costumbrista de Hualqui** y del Choclo; Lota: Cruz de Mayo; Santa Juana: Fiesta de la Miel, Fiesta de San Juan y Fiesta del Camarón; Talcahuano: Fiesta Patrono de los pescadores de San Pedro; Tomé: Día de la Tortilla y San Pedro y San Pablo.

Los eventos artísticos más destacados son:

Chiguayante: Fiesta de la Primavera y Homenaje a los Poetas; Concepción: Programa Martes Cinematográficos, Temporada Orquesta Sinfónica, Exposiciones Pinacoteca UdeC; Coronel: Schwager costumbre y tradiciones, Aniversario de la ciudad, Show Pirotécnico de Fin de Año y Feria Artesanal; Florida: Rodeo Oficial y Semana Floridana; Hualpén: Fiesta Esperando la Primavera, Jornada de Cultura y recreación y -Campeonato de Cueca; **Hualqui: Carnaval de Talcamavida, Fiesta de la Madera de Quilacoja, Rodeo Oficial**; Lota: Carnaval de la Cultura, Desfile de Lota, Expresiones juveniles, Fiesta de la Challa, Semana Lotina; Penco: Semana Pencona; San Pedro de la Paz: Carnaval de todas la artes Víctor Jara, Festival de Teatro al Aire Libre, Jornada Artístico, Cultural, Festival de Jazz y Concierto de Navidad; Santa Juana: Semana de Santa Juana; Talcahuano: Carnaval comunal y Tome: Fiesta de Navidad, Navidad en el Mar, Campeonato Nacional de Cueca del Adulto mayor, Semana Tomecina y Festival de cantar popular.

2.6.- Medios de Comunicación en la Región del Bío Bío

La Región del Bío Bío cuenta con 219 medios de comunicación, los que se desagregan de la siguiente manera:

TIPO MEDIO	CANTIDAD
Diarios	9
Periódicos	8
Revistas	7
Radios	149
Portales y Blogs	26
Canales Televisión	20
Total Medios	219

Los medios existentes en la Provincia de Concepción y que serán utilizados para construir la cadena de valor del diagnóstico cultural son:

Medios de Comunicación Provincia Concepción

TIPO MEDIO	NOMBRE	ALCANCE
Diarios	Crónica	Provincia Concepción y regional
	El Sur	
	Diario de Concepción	
Periódicos	El Pregón (Periódico del Adulto Mayor)	Provincia Concepción
Revistas	Nos	Provincia Concepción
	Estilo 08	
	Ver de	
	Medioambiente, Economía, Comunidad	
Radios	U. de Concepción FM	Provincia Concepción y regional
	ADN	
	El Conquistador	
	Digital	
	Llacolén	
	Inés de Suárez 860 am	
	Radio Punto 7	
	Radio Femenina FM	
	Infinita, Romántica y Tiempo	
	UBB	
	Lorenzo Arenas	
	Bío-Bío	
	Nonguén	
	Positiva	
	Espacios F M	
	Univ. Del Bío Bío	
	Voz de la Mujer	
	Onda Cero	
	Catalina FM	Comuna Coronel
	Dinámica FM	
	Elyon	
	Alternativa	Comuna Chiguayante
	Tu voz en el aire	
	Libertad	
	Mesías	
	Liceo Pedro del Río	Comuna Hualpén
	Hualpén	
	El Carbón	Comuna de Lota
	Conexión	
	Matías Cousiño FM	
	Alas de Águila	
	Aliento de Vida	
	La Radio de Penco	Comuna Penco

TIPO MEDIO	NOMBRE	ALCANCE
Radios	Escuela	Comuna San Pedro de la Paz
	Radio Lomas Coloradas	
	Radio Energía	
	Espontánea de la Costa	
	Primavera	
	Radio María Inmaculada	Comuna Talcahuano
	Radio Etchegoyen	
	Radio Oceanía	
	Los Cerros	Comuna Tomé
	Radio Aguamarina	
	Onda Ese	
	Radio La Amistad	
Portales y Blogs	Tribuna del Bío Bío	Regional
	Agencia de Noticias Medio a Medio	
	Enciclopedia Bío Bío	
	Que viene	Provincia Concepción
	Coronel B	Comuna Coronel
	San Pedro mejor comuna	San Pedro
	El saber	Tomé
	Dichato al Día	
	Visión Ciudadana	Provincia Concepción
	Viveconce	Concepción
	El Mirador de Hualpén	Hualpén
	PencoB	Penco
	Penco de pie ahora	
	Sur Urbano	Talcahuano
	Canales Televisión	Canal 13
Canal 9, Canal Regional		
TVN. Red Bío Bío		
TVU		
TV8		Comuna Concepción
Dinámica Televisión		Comuna Coronel
Canal Zonal de TV 5		Comuna Lota

TIPO MEDIO	CANTIDAD
Diarios	3
Periódicos	1
Revistas	4
Radios	45
Portales y Blogs	14
Canales Televisión	7
Total Medios	74

2.7.- Caracterización cultural regional

Según el diagnóstico cultural regional presentado por la Consultora EstudioCero, en su propuesta del Modelo de Gestión Cultural para el Teatro Regional del Bío Bío, realizado en el año 2011, se establece que la dinámica cultural de la región y en específico en las provincias de Arauco, Bío Bío y Ñuble es muy similar y donde las manifestaciones culturales se concentran básicamente en: música popular, la artesanía y las tradiciones de carácter campesino y en Bío Bío y Arauco se incorporan las tradiciones mapuches y en Arauco la música clásica como consecuencia del gran desarrollo del movimiento de orquesta juveniles e infantiles, concentrado básicamente en Curanilahue.

Se evidencia una diferencia notable en la Provincia de Concepción con respecto a las manifestaciones culturales, ya que si bien las fiestas y celebraciones locales son una realidad permanente, es la actividad netamente artística – literatura, artes visuales y audiovisuales, la música y las artes escénicas las que son parte contundente de la oferta.

Tanto los líderes culturales como los políticos coincidieron que en hay una falta de infraestructura cultural con las características de un teatro que pueda contener toda la demanda regional para con los espectáculos de gran envergadura y todos plantearon su disposición para participar y colaborar en materializar, desde sus capacidades, el proyecto.

Una de las fortalezas de la región es que la cadena de valor cultural tiene desarrollo en todo sus eslabones. Cuenta con instancias con trayectoria en el ámbito de la formación, lo que se evidencia en la producción de oferta en las distintas áreas del arte y la cultura. Esta característica se refleja en el espacio de la creación donde encontramos un conjunto importante de actores en las distintas disciplinas. La diversidad de la oferta cultural releva las capacidades de producción en la cadena, permitiendo la distribución e intermediación de los distintos bienes y servicios culturales disponibles. Los servicios creativos e insumos se han ido desarrollando en el tiempo y hoy se cuenta con una oferta en este campo. Con respecto a la

divulgación y la crítica en lo cultural también hay un grado de desarrollo interesante, todo esto permite inferir que está será una fortaleza para el desarrollo cultural de la Región del Bío Bío.

Que la demanda cultural de la Región del Bío Bío es amplia y abarca distintos sectores sociales. Desde el turismo, las personas que visitan la región esperan una oferta cultural interesante y diversa. Por otro lado, la zona poseen una población de estudiantes de educación superior flotante, que ha ido en franco aumento la última década con la instalación de instituciones de educación superior. Esta población exige y demanda una oferta cultural de calidad. Otro desafío que la región debe plantearse, tiene relación con generar políticas de formación para los escolares, puesto que la desigualdad en este segmento es clara en relación a colegios municipalizados, subvencionados y particulares.

A modo de síntesis, es posible afirmar que desde los datos obtenidos y procesados para ese estudio, se puede afirmar que para los distintos actores regionales es relevante materializar iniciativas que aporten al desarrollo cultural local como crear Planes de Cultura Municipal como también generar infraestructuras que permitan la circulación de bienes artísticos locales y foráneos, ya que se entiende que ello permitirá fortalecer y visibilizar la dinámica regional en cultura.

2.8.- Perfil cultural comunal

PERFIL CULTURAL DE LA COMUNA DE HUALQUI

La comuna de Hualqui posee reducida infraestructura cultural según datos del municipio, a continuación los detalles de sus equipamientos.

Infraestructura cultural					
Establecimiento	Dirección	Contactos		Capacidad y uso	Dimensiones
Biblioteca Marcela paz nº 26		Nombre	Jefe de		
		Biblioteca:	Sra. Nancy		
		Sepúlveda			
Sala Municipal	Freire 351	Teléfono /Fax 041-2447100		Cantidad de Salas	30 Metros
		Nombre Del Encargado	Alcaldía Municipalidad De	1	Cuadrados
		Hualqui		Cantidad de Sillas	
				20	
				Amplificación No	
				Posee	
				Iluminación No	
				Posee	
				Escenario No	
				Posee	

Establecimiento	Dirección	Contactos	Capacidad y uso	Dimensiones
Gimnasio Municipal	La Concepción 737	Teléfono /Fax 041-671 (Dideco) Mail Meduza477@gmail.com Nombre del encargado Alejandro Astete (Encargado de Deporte) Alejandra Salas (Encargada de Cultura).	Cantidad de Salas 1 Salón de Folklore Cantidad de Butacas, Sillas, Etc. Graderías para 1.000 Personas Servicios Higienicos (Cantidad) 3 Varones y 3 Damas de Uso Publico 2 De Dama y 2 de Varón en el Área Camarines. Amplificación No Posee Iluminación No Posee Escenario Si Posee	Dimensiones del Espacio 300 Metros Cuadrados Superficie Escenario El Escenario es Desmontable 20 Piezas de 1,40 X 2,20 Mts y 1, 30 Mt. de Alto.

El catastro general dispone al inicio de la Asesoría en materia cultural cuenta con los datos que a continuación se presentan:

Agentes Culturales:

Academia de Danza Antulaf (sin mayor descripción)

Agrupación Cultural Los Zorzalitos (sin mayor descripción)

Unión Comunal de Talleres Laborales de Hualqui: Es una organización de mujeres, dueñas de casa, urbana y rural, que se reúnen para la realización de manualidades, con la finalidad de aportar a la economía familiar.

* No existe un catastro elaborado de asociaciones, agentes y actores locales al inicio del Estudio.

FIESTAS TRADICIONALES Y EVENTOS ARTÍSTICOS EN HUALQUI

Fiestas Tradicionales			
Fiesta	Fecha	Lugar	Descripción
Peregrinación Santa de Piedra:	8 de diciembre	Sector San Onofre a 15 km. de Hualqui urbano	Los fieles caminan desde los distintos sectores de la comuna para celebrar misas y agradecer las peticiones y favores concebidos, principalmente ligados a las faenas agrícolas. El nombre que da origen a la Santa es la forma natural de una piedra en la cual se refleja la imagen de una Virgen; quien está rodeada por rostros de ángeles cuyo número aumenta con el pasar de los años. La Iglesia celebra junto a la imagen, 3 misas para recibir a los fieles y conmemorar la Inmaculada Concepción.
Noche de San Juan	23 de junio.	Sector Urbano	Festividad religiosa pagana, que comienza con muestras artísticas, continúa con una procesión hacia la iglesia, donde se celebra una misa, luego se culmina con una muestra folclórica y concurso culinario.
Cruz de San Francisco	4 de octubre.	Localidad rural del Roble	Fiesta religiosa que consiste en la Bendición del Trigo, realizando una procesión en donde este la siembra, amenizada con conjuntos folklóricos. La comunidad se organiza, para ofrecer a los visitantes comidas típicas, empanadas, pajaritos, mistelas, etc. La alegría de compartir y el entorno campestre se funden para otorgar a las familias visitantes gratos momentos.


Fiesta	Fecha	Lugar	Descripción
Rodeo oficial	Se realiza la 1° Semana de octubre en	Media Luna de Hualqui urbano.	El rodeo Oficial es una actividad organizada por el Club de Rodeo de Hualqui, quienes hacen extensiva la invitación a colleras de la región: Cabrero, Florida, Yumbel, entre otros. El Rodeo se realiza un fin de semana como evento de clausura del aniversario de la comuna. Se llevan a cabo actividades complementarias como palo encebado, manejo de riendas, gimcana, pillar el chanco, amenizado por grupos folclóricos y venta de gastronomía típica.
Fiesta costumbrista de Hualqui y Fiesta del Choclo	Tercera semana de abril	Sector Urbano	Muestra gastronómica, artesanal y de manualidades, con aproximadamente 30 expositores locales. Dicha muestra tiene una duración de 4 días (jueves a Domingo), además existen muestras artísticas y competencias típicas. a) Trafkintu (intercambio de semillas): Esta actividad se realiza la 3° semana de abril y consiste en el intercambio de semillas, actividad tradicional donde las curaderas (quienes cuidan y mantienen las semillas) intercambian semillas, plantas y productos campesinos. b) Trilla a Yegua Suelta: Festividad campesina que involucra la tradicional trilla a yegua suelta, venta de comida típica y fiesta campesina. El sector donde se realiza rota cada año, en virtud de la junta de vecinos de turno que asume la organización del evento.


Eventos artísticos			
Evento	Fecha	Lugar	Descripción
Fiesta de la madera de Quilacoya	primera semana de febrero	Sector de Quilayoca	Carnaval que se realiza en el sector de Quilacoya, cuyo objetivo es ratificar la vocación maderera (forestal) de la localidad. Durante esta semana se realizan múltiples actividades recreativas, integrando a la comunidad en general.
Carnaval de Talcamávida	3° Semana de febrero	Sector de Talcamávida	Carnaval de tipo familiar, en el cual se realizan competencias tradicionales de la localidad, además construyen carros alegóricos con representaciones típicas de la historia de Talcamávida. Por su tranquilidad y ruralidad mezcla el entusiasmo de su gente con la tranquilidad de la naturaleza
Fiesta de la manzana	Primera semana de febrero	Sector Urbano	Festividad caracterizada por la participación de alianzas que compiten en diferentes actividades recreativas, artísticas y deportivas. En el transcurso de la semana de actividades se realizan veladas, presentación de carros alegóricos, etc. Las alianzas buscan ganar las pruebas para coronar a su candidata. Se celebran miniveladas y veladas con números artísticos, donde participan toda la familia, finalmente se clausura con la coronación de la reina, fiesta y carros alegóricos.


2.9.- Catastro y equipamiento cultural local

Infraestructura y espacios de interés cultural en Hualqui (cabe destacar que del castro inicial realizado por el Ministerio de Obras Públicas la mayoría de las construcciones sufrieron un alto deterioro con el terremoto 27F del 2010 y han sido excluidas de este documento).

	Nombre: Estación de Ferrocarriles	Dirección: Borde ferrocarril, Hualqui
	Propietario: FFCC	Área: Urbana, sin protección legal Georeferencia: 683498-22-5905692
	Calidad del propietario:	
Año Construcción: 1960	Observación: Mal estado	
Destino Original: Estación		
Destino Actual: estación		
Fuente: Ministerio de Obras Públicas, Región del Bío Bío		

	Nombre: Bodega de Ferrocarriles	Dirección: Borde estación, Hualqui
	Propietario: FF CC del Estado	Área: Urbana, sin protección legal Georeferencia: 683463-28-5905781
	Calidad del propietario:	
Año Construcción: sin información	Reseña Histórica: Obra que da cuenta de la importancia de la relación de la ciudad con el ferrocarril en épocas anteriores.	
Destino Original: bodega	Observación: Mal estado	
Destino Actual: bodega		
Fuente: Ministerio de Obras Públicas, Región del Bío Bío		

	Nombre: Vivienda	Dirección: La Esmeralda 212 esq. P. Lynch, Hualqui
	Propietario: sin información	Área: Urbana, sin protección legal
	Calidad del propietario:	
Año Construcción: sin información	Reseña Histórica: Pertenece a la primera época del asentamiento.	
Destino Original: vivienda		
Destino Actual: vivienda y comercio		
Fuente: Ministerio de Obras Públicas, Región del Bío Bío		

	Nombre: Puente Ferrocarril	Dirección: Quilacoya, Hualqui
	Propietario: FF CC del Estado	Área: Urbana, sin protección legal
	Calidad del propietario:	
Año Construcción: sin información	Reseña Histórica: Hermoso puente del ferrocarril que cruza el estero Quilacoya a la altura de ese centro poblado, es un ejemplo de las obras de ingeniería, diseñado y construido en el país con tecnologías antiguas de pernos y remaches, que han permanecido funcionando en el tiempo.	
Destino Original: puente ferroviario		
Destino Actual: puente ferroviario		
Fuente: Ministerio de Obras Públicas, Región del Bío Bío		

	Nombre: Puente de Arco Talcamavida	Dirección: Talcamavida, Hualqui
	Propietario: Fisco de Chile	Área: Urbana, sin protección legal
	Calidad del propietario:	
Año Construcción: sin información	Reseña Histórica: Puente de arco de albañilería a la vista que muestra espesores y su concepción estructural que lo han mantenido en el tiempo. Construido para acceder a Talcamávida , cruzando sobre la línea que en esa parte va parcialmente encajonada por la situación topográfica del lugar. Puente de una sola vía, forma parte de la ruta Mop 060.	
Destino Original: puente sobre vía férrea		
Destino Actual: puente sobre vía férrea		
Fuente: Ministerio de Obras Públicas, Región del Bio Bio		

2.10.- Gestión Cultural Municipal

La mención formal en torno a Cultura se elabora en la comuna de Hualqui mediante el documento **PLADECO 2011-2015** como subárea de desarrollo social cuyo Objetivo General es *“Implementar una estrategia de integración social, cultural y territorial que se desarrolle desde la gestión municipal incorporando la activa participación ciudadana.”* En base a los siguientes ejes:

Eje 1: Fortalecimiento de la participación ciudadana – corresponsabilidad social

Eje 2: Perfeccionamiento de la relación municipio comunidad (formas institucionales y formas de trato cotidiano)

Eje 3: Planificación y evaluación de la gestión municipal en el área social.

Textualmente se desprende el siguiente texto para el área de cultura, con sus respectivos objetivos, ejes y lineamientos de desarrollo.

Cultura

Objetivos

e.1. Elaboración de Plan Comunal de Cultura

e.2. Promover el desarrollo de nuevos espacios de expresión artística y cultural.

e.3. Implementar infraestructura cultural.

e.4. Integrar la diversidad cultural en el quehacer comunal, destacando los elementos tradicionales y nuevos que componen la identidad actual de la comuna.

Eje 1: Re-construcción de la identidad comunal.

Eje 2: Expresiones y espacios artísticos-culturales. Oferta cultural.

Lineamiento de Desarrollo:

En términos culturales, Hualqui se ha visto enfrentado a un proceso de re-construcción de su identidad, eso quiere decir que la identidad hualquina ha dejado de ser lo que era tradicionalmente, y aunque no ha perdido lo esencial, ha incorporando otros elementos a través de la llegada de nuevos habitantes y de otras influencias externas. Lo nuevo y lo tradicional están construyendo una nueva identidad, que está atravesada por las características del mundo rural y del urbano, de los ciudadanos cuyas familias siempre han vivido en Hualqui junto a aquellos que han llegado hace algunos años, del campesino que trabaja su tierra con el trabajador que diariamente toma locomoción para dirigirse a trabajar a otra comuna, etc. Esa situación encuentro y desencuentro es la que se debe enfrentar. Y para eso hay que plantear una política comunal de integración sociocultural, que valore las diferencias, recuperando lo tradicional y acogiendo lo nuevo. Las fiestas costumbristas son una práctica útil para dicha integración, ya que acerca a los ciudadanos a un espacio común y rescatando la idea del Hualqui campesino y tradicional, invita a los nuevos habitantes a conocer esa experiencia y valorarlo.

Por otro lado, las expresiones artístico-culturales no son visibles, ya que espacios para su desarrollo existen muy pocos. Hualqui tiene una valoración especial por las muestras artísticas de carácter folclórico, pero no ha desarrollado una política de apoyo a otras expresiones como el teatro, que aparece permanentemente mencionado como elemento de interés en la población, lo mismo con la plástica y artes visuales y la música. La creación de una escuela artística que acoja a los niños y jóvenes puede ser un camino interesante a seguir, así como la instalación de una casa de la cultura o un anfiteatro que acoja actividades de esta índole. El Espacio del Fuerte, que se encuentra a orillas del río, es comúnmente mencionado como un lugar que podría ser rescatado para esos fines. En los centros urbanos como Talcamávida, Quilacoya y Unihue, también se valoraría contar con espacios para el desarrollo artístico cultural.

La Municipalidad de Hualqui dispone de una Unidad de Cultura.

2.11. Ficha de síntesis de la caracterización de la comuna de Hualqui

ELEMENTO	REGIONAL	PROVINCIAL	COMUNAL
Población Regional	1.861.562	0	0
Población Provincia	0	Concepción: 1.010.957 hab. Ñuble: 441.604 hab. Arauco: 164.857 hab Bío Bío: 353.315 hab	0
Población Comuna	0	0	16.156 habitantes
Tipo de población	Urbana: 1.528.306 (81%) Rural: 333.256 (17,1%)	Urbana: 245.775 Rural: 107.540	80,41 % a población urbana. 19,59 % población rural y
Población por género	Hombres: 915.200 (49,16%) Mujeres: 946,362 (50,84%)	0	50,41 % hombres 49,59 % mujeres
Densidad	53,49 hab/km2	Concepción: 294 hab/km2 Ñuble: 33,5 hab/km2 Arauco: 30,2 hab/km2 Bío Bío: 2,5 hab/km2	43,34 hab/km
Superficie	37. 068,7 km2	Concepción: 5678 km2 Ñuble: 13,178 5 km2 Arauco: 5,457 2 km2 Bío Bío: 14,987 9 km ²	531 km2

ELEMENTO	REGIONAL	PROVINCIAL	COMUNAL
Ubicación	36°46'22"S, 73°3'47"O	Concepción: 36°58'00"S 72°56'00"O Ñuble: 36°37'00"S 71°57'00"O Arauco: 37°46'00"S 73°20'00"O Bío Bío: 37°23'00"S 71°52'00"O	36°58'00"S 72°56'00"O
N° de Matriculas de Establecimientos Educativos por tipo	Municipales: 222.501 Subvencionados: 368.989 Particulares: 16.145 Corporaciones: 5.591 Universitaria: 75.735	Municipales: 6.651 Subvencionados: 93.600 Particulares: 13.787 Corporaciones: 6.502	Municipales: 2.883 alumnos Subvencionados: 1.240 alumnos
N° Universidades y centros de estudio Superior	36 Centros de Estudio Superior	0	No existen
Infraestructura cultural idónea		Arauco: 42.8% Bío Bío: 78.5% Concepción: 58.3% Ñuble: 33.3%	1
Cantidad de Monumentos Patrimoniales	121 Monumentos Patrimoniales Regionales	Arauco: 8 Bío Bío: 12 Concepción: 76 Ñuble: 25	0
Cantidad de Eventos costumbristas o típicos catastrados	123 Eventos costumbristas o típicos catastrados	Arauco: 8 Bío Bío: 28 Ñuble: 71 Concepción: 16	5 Fiestas costumbristas 3 eventos artísticos

ELEMENTO	REGIONAL	PROVINCIAL	COMUNAL
Cantidad de Turistas visitantes	Región Bío Bío: 35.100 turistas	Ñuble: 9.808 turistas Concepción: 18.711 turistas Arauco: 1.096 turistas Bío Bío: 5.485 turistas	0
Número de actividades según disciplina artístico cultural	17% Talleres y Cursos 16% Música Folclórica 12% Música Popular 10% Teatro 9% Artes Visuales 8% Literatura 8% Danza 7% Audiovisual 5% Artesanía 4% Música Clásica 4% Otras	0	0
Proyección porcentual de la oferta existente por disciplina	Teatro: 15.8% Danza: 34.6% Conciertos: 37.2%	0	0

03

Diagnóstico Cultural Local COMUNA DE HUALQUI

3.1. DIAGNOSTICO MUNICIPAL: UNIDAD DE CULTURA

Para determinar las competencias de la Unidad de Cultura del municipio se aplicó una encuesta, la que permitió dimensionar las capacidades instaladas y las deficiencias en las prácticas y metodologías aplicadas por el municipio en su trabajo programático en materia cultural.

La síntesis de la encuesta aplicada se resume en los siguientes tópicos (ficha completa en adjuntos).

INDICADOR	CARACTERÍSTICA
Años de creación de la Unidad de Cultura	Unidad con una antigüedad de entre 16 a 20 años.
Nº trabajadores Unidad Cultura	Sólo un encargado, no existe equipo, hay colaboración de otras áreas cuando se solicita.

INDICADOR	CARACTERÍSTICA
<p>Formación del Equipo de Cultura Municipal</p>	<p>Se señala formación en las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Marketing cultural b. Gestión de Recursos c. Planificación estratégica d. Producción de eventos artístico culturales e. Gestión de bibliotecas f. Diseño <p>No hay formación en ámbitos como la formulación de proyectos; políticas culturales, y liderazgo y trabajo en equipo.</p>
<p>Oficina de Cultura</p>	<p>Sí, compartida.</p>
<p>Infraestructura cultural especializada</p>	<p>1 Biblioteca</p>
<p>Otros espacios utilizados para la actividad cultural</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Estadio Municipal b. Gimnasio c. Sede junta de vecinos d. Colegio, liceo, escuela e. Plaza o espacio de uso público
<p>Equipamiento Disponible</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Equipo de Proyección (Data) b. Telón para proyección c. Cámara fotográfica digital d. Cámara fotográfica digital e. Cámara video f. Tarimas o escenarios móviles g. Equipamiento computacional h. Mesas i. Sillas j. Transporte

INDICADOR	CARACTERÍSTICA
Planificación de la actividad cultural municipal	Si bien planifica el trabajo, pero no hay objetivos definidos.
Principales objetivos del Plan Anual	No hay.
El PLADECOS o las Políticas Culturales Regionales son referentes para el trabajo cultural municipal	Si bien se indica en la encuesta que si utiliza referencias para el diseño del trabajo cultural, no hay evidencias que muestren referencias a otros instrumentos de planificación.
Público objetivo de las actividades culturales del municipio	Todo espectador, lo que dificulta perfilar del público beneficiario de la gestión municipal cultural.
N° de Actividades realizadas durante el 2013	30 actividades.
Nº de público beneficiario el 2013	El público asistente a las actividades ejecutadas, durante el año pasado fue de 138.000 personas.
Épocas del año donde se concentraron las principales actividades	Enero-febrero Junio-agosto Septiembre
Épocas del año donde se concentró la mayor cantidad de público	Enero-febrero
Tipo de actividades organizadas por la Municipalidad	La oferta mayoritaria es la música popular y también folclórica, en el marco de fiestas costumbristas. Además de presentaciones de danza. Otras actividades en menor cantidad relacionas con la artesanía y también actividades formativas en formatos de charlas, talleres y presentaciones de libros.

INDICADOR	CARACTERÍSTICA
Tipo de actividades propuestas por la comunidad el año pasado	<ul style="list-style-type: none"> a. Presentaciones de música folclórica b. Presentaciones de danza c. Charlas d. Seminarios
Principales actividades realizadas el año pasado	Actividad de verano: “Fiesta del Choclo” reúne al 72.4% de público del año y las Fiestas de Invierno equivale al 21.7% de la audiencia.
Oferta Cultural desde los municipios y relacionados con otros agentes	La oferta mayoritaria es la música popular y la música folclórica.
Medios de difusión utilizados por la unidad de cultura	Las actividades son difundidas principalmente a través de: <ul style="list-style-type: none"> a. Volantes (flyers) b. Boletines informativos c. Afiche d. Avisos radiales (en otras radios) e. Avisos en TV (en otros canales de TV) f. Página web del municipio g. Correo electrónico h. Facebook
Valor actividades culturales	Actividades gratuitas.
Presupuesto Municipal	\$ 95.000.000 de pesos chilenos.

INDICADOR	CARACTERÍSTICA
Fuentes de financiamiento del presupuesto municipal de cultura	Los datos recabados indican que el financiamiento en materia cultural proviene desde el Presupuesto Municipal en un 80% y el 20% restante proviene se Aportes de Empresas. No hay postulaciones desde la Unidad de Cultura a proyectos provenientes de Fondos Públicos.
Capacidad de armar redes y asociatividad	<p>La unidad de cultura municipal tiene con algunas áreas del municipio una “muy buena relación”, entre ellas están la Alcaldía, Dideco, Secplan y la Administración Municipal, con otras unidades municipales como el Departamento Jurídico y el de Comunicaciones se tiene una “buena” relación.</p> <p>Se califica de “regular” la relación con el CNCA y una “suficiente” con el GORE, y con instituciones como: Dibam; Empresas; Corporaciones y fundaciones; Elencos; Creadores independientes; Instituciones similares Nacionales e Instituciones similares Internacionales tienen una relación “insuficiente”.</p>
Funcionamiento de la Mesa Municipal para el PMC.	Funciona la mesa, la integra el Encargado de Cultura, encargados Dideco y Secplan de parte del municipio de manera activa.



CARACTERIZACIÓN

Según los datos entregados por la contraparte técnica de la Municipalidad se explicita que si bien existe una Unidad de Cultura formal, con una antigüedad de entre 16 y 20 años, sólo cuenta con un funcionario a cargo, el cual indica contar con formación en ámbitos como Marketing cultural; Gestión de Recursos; Planificación estratégica; Producción de eventos artístico culturales; Gestión de bibliotecas y Diseño. No hay formación en ámbitos como la formulación de proyectos; políticas culturales, y liderazgo y trabajo en equipo, competencias centrales para una buena gestión cultural municipal.

La Unidad de Cultura no cuenta con una planificación explícita del trabajo cultural en la comuna y si bien se indica que toman como referencias algún lineamiento regional o nacional del Consejo de la Cultura y la Artes o del Gobierno Regional, éstos nos están reflejados en ningún documento o accionar del municipio en materia cultural, y por tanto, la gestión se desarrolla en base a actividades puntuales, sin objetivos ni evaluaciones. Ello se ve reflejado en el PLADECO actual de la comuna, ya que no cuenta con un diagnóstico cultural explícito, ni lineamientos específicos de acción para el fomento de esta área.

El municipio cuenta además con una Biblioteca Pública y con la cual, la Unidad de Cultura, mantiene una relación distante, lo explican indicando que la biblioteca realiza acciones acotadas hacia la comunidad escolar y por tanto se relacionan puntualmente para acciones concretas durante el año.

En relación a la infraestructura y espacios para la gestión cultural local informan que la Unidad de Cultura posee una oficina compartida con el área de comunicaciones del municipio. Los espacios utilizados para actividades artístico-culturales, son el Estadio Municipal; Gimnasio comunal; las Sedes Junta de Vecinos; colegios, liceo y escuelas, y la Plaza. Todos lugares que deben ser adecuados para realizar actividades artísticas y culturales, lo que tiene como consecuencia destinar recursos para adecuar esos espacios técnicamente, a pesar de contar con una dotación básica con equipamientos, tales como: Equipo de Proyección (Data); Telón para proyección; Cámara fotográfica digital y de video; Tarimas o escenarios móviles, Equipamiento computacional, Mesas. Sillas y Transporte.

Para lograr integrar a la comunidad en su calendario cultural, planifican ciertas actividades con organizaciones locales, la oferta mayoritaria es la música popular y también folclórica, en el marco de fiestas costumbristas. Además de presentaciones de danza y otras actividades en menor cantidad relacionas con la artesanía y también actividades formativas en formatos de charlas, talleres y presentaciones de libros.

Al consultarles sobre las actividades realizadas durante el 2013, informan que tienen una audiencia promedio de 138 mil personas asistentes a las actividades, definen a su público objetivo es todo espectador: niños, jóvenes, adultos y tercera edad, población urbana y rural, lo que nos les permite focalizar su accionar o satisfacer necesidades puntuales de la población. El perfil descrito dificulta la labor de planificación de las actividades, lo que tiene como consecuencia que la oferta cultural municipal sea miscelánea y realizada sólo en base a eventos puntuales, los que no reflejan objetivos a lograr para cada grupo etario, quienes tienen intereses diferentes. Las actividades destacadas son la del verano: “Fiesta del Choclo” reúne al 72.4% de público del año y las Fiestas de Invierno equivale al 21.7% de la audiencia, dejando un porcentaje de 5.9% para el resto de las actividades descritas.

Las actividades organizadas por el municipio se concentran en el verano y en el invierno y son gratuitas para la comunidad, lo que no les permite tener retribución de recursos para poder generar más actividades y contar con un programa sostenido y permanente durante al año. El presupuesto anual con el que cuentan es de 95 millones de pesos, recursos que provienen en un 80% desde el municipio y el 20% restante de aportes de empresas, no hay postulación ni adjudicación de proyectos provenientes de Fondos Públicos para la labor del Area de Cultura.

La difusión de sus actividades la realizan para la convocatoria a las actividades que organizan, situadas puntualmente durante el verano, en enero y febrero, y en el invierno en el mes de julio de cada año. Los soportes que destacan son: Volantes (flyers); Boletines informativos; Afiche; Avisos radiales (en otras radios); Avisos en TV (en otros canales de TV); Página web del municipio; Correo electrónico y Facebook, lo que evidencia un manejo estacional en la gestión de comunicaciones, pero cubriendo distintos segmentos de público y que les ha permitido contar con público masivo.

Por último, y en relación con la capacidad de armar redes y asociatividad, se da cuenta que la unidad de cultura municipal tiene con algunas áreas del municipio una “muy buena relación”, entre ellas están la Alcaldía, Dideco, Secplan y la Administración Municipal. Con otras unidades municipales como el Departamento Jurídico y el de Comunicaciones se tiene una “buena” relación. Se califica de “regular” la relación con el CNCA y una “suficiente” con el GORE, y con instituciones como: Dibam; Empresas; Corporaciones y fundaciones; Elencos; Creadores independientes; Instituciones similares Nacionales e Instituciones similares Internacionales tienen una relación “insuficiente”, lo que permite inferir que tienen una estructura de redes insuficiente en materia cultural que habrá que fortalecer.

ANÁLISIS FODA

A continuación se presenta el siguiente Análisis FODA, para revelar el escenario actual en el que se encuentra la Unidad de Cultura Municipal, entidad con la que se está ejecutando la Asesoría, a pesar de haber constituido una Mesa de Contraparte Municipal, es el Encargado de Cultura la contraparte para la construcción y posterior implementación del Plan Municipal de Cultura de la comuna de **Hualqui** para el período del 2015-2019.

INTERNO	EXTERNO	
Fortalezas	Oportunidades	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuentan con un presupuesto asignado para actividades culturales. 2. Tiene un promedio de 138 mil personas de público al año. 3. Valoran su patrimonio cultural, destacando el patrimonio natural. 4. Buena capacidad de comunicación con la comunidad. 5. Compromiso formal de la administración municipal con el tema cultural. 6. Tienen constituida una mesa de trabajo con agentes culturales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visibilizar y estimular la participación de los agentes culturales como la oferta que existe en la comuna. 2. Considerar a los Fondos de Cultural, tanto los del Gobierno Regional como los del Consejo de la Cultura y las Artes como fuentes potenciales de financiamiento complementario. 3. El municipio es beneficiario del Programa Agenda Municipal del CNCA. 4. Atraer una oferta cultural diversa y de calidad a la comuna. Programación Red Cultura. 5. Estrechar relaciones de trabajo e intercambio con agentes culturales regionales y nacionales. 6. Cercanía con Concepción, capital regional del Bío-bío y posibilidad de fortalecer y amplia redes de trabajo. 	P O S I T I V O
Debilidades	Amenazas	
<ol style="list-style-type: none"> 1. La dotación funcionaria de la Unidad de Cultura es insuficiente. 2. Baja capacidad para planificar la acción cultural, pero cuentan con una alta capacidad organizativa. 3. Falta de formación en gestión cultural del encargado municipal. 4. Las actividades culturales son vistas como eventos sin planificación al mediano, largo plazo. 5. No tienen identificados a los grupos etarios para poder focalizar las acciones culturales hacia públicos objetivos. 6. Baja relación con agentes culturales distintos a los integrantes de la mesa de trabajo culturales, especialmente con grupos de jóvenes de la comuna. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Que la comunidad artística no se sienta representada por la gestión cultural municipal. 2. Debilidad para lograr alianzas con el mundo privado y público en materia cultural. 3. No contar con el financiamiento y apoyo de las entidades estatales. 4. No lograr involucrar al resto de las unidades municipales con el desafío de implementar el PMC en la comuna de Hualqui. 	N E G A T I V O

CONCLUSION

El análisis FODA es una estrategia que se utiliza para determinar las ventajas competitivas de una entidad. En este caso lo hemos utilizado con el fin de identificar el panorama en que tiene en la actualidad la actividad cultural municipal en la comuna de **Hualqui**.

El análisis realizado evidencia que dentro de las **fortalezas** se destaca que cuentan con un presupuesto asignado para actividades culturales, que la actividad municipal es capaz de convocar a un público masivo, que para el 2013 fue de 138 mil personas, se destaca la valoración que poseen de su patrimonio cultural, especialmente el natural. Poseen una buena capacidad de comunicación con la comunidad, si bien existe un compromiso formal de la administración municipal con el desarrollo del tema cultural se requiere de mayor apoyo a la Unidad de Cultura, la que ha sido capaz de constituir una mesa de trabajo con agentes locales que trabajan de manera sistemática.

Las **oportunidades** que se muestran son que están en capacidad visibilizar y estimular la participación de los agentes culturales como la oferta que existe en la comuna, que podrían considerar a los Fondos de Cultura, tanto los del Gobierno Regional como los del Consejo de la Cultura y las Artes como fuentes potenciales de financiamiento complementario, instrumentos de gestión no utilizados por la Unidad de Cultura. Ello se podría complementar con el ser beneficiarios del Programa Agenda Municipal del CNCA. Podrían atraer una importante oferta cultural diversa y de calidad a la comuna, a través del Programación Red Cultura y también por la cercanía que tienen con la ciudad de Concepción, capital regional del Biobío y posibilitando fortalecer y ampliar sus redes de trabajo a nivel regional y nacional.

Como **debilidad** se evidencia que la dotación funcionaria de la Unidad de Cultura es insuficiente y que existe una baja capacidad para planificar la acción cultural, pero cuentan con una alta capacidad organizativa que les permite implementar actividades masivas en la comuna. Existe falta de formación en gestión cultural del encargado municipal, sobre todo en ámbitos que le permitan conocer las políticas culturales vigentes, tener como referencia a organismos públicos que ejecutan políticas en el campo cultural, también crear capacidades para la formulación de proyectos y trabajo en equipo y liderazgo, habilidades y conocimientos claves para una gestión cultural exitosa. Otra debilidad evidente es que las actividades culturales son vistas como eventos sin planificación al mediano, largo plazo; no tienen identificados a los grupos etarios y las necesidades territoriales para poder focalizar las acciones culturales hacia públicos objetivos y por último existe una baja relación con agentes culturales distintos a los integrantes de la mesa de trabajo culturales, especialmente con grupos de jóvenes de la comuna.

Las **amenazas** que se presentan son que la comunidad artística no se sienta representada por la gestión cultural municipal, ya que podría mantenerse una débil alianza con el mundo privado y público en materia cultural. Esto dificultaría contar con financiamientos sostenidos desde el estado, incrementando el presupuesto municipal. Una amenaza latente es no lograr involucrar al resto de las unidades municipales con el desafío de implementar el PMC en la comuna de Hualqui.

3.2. CATASTRO AGENTES CULTURALES

El municipio no disponía de un Catastro de los Agentes Culturales locales, sólo contaba con un listado limitado con información de contacto de algunos de ellos y por tanto se pretendía en este plazo contra con uno actualizado y que dispusiera de información de calidad, pero lo logró ser entregado en los plazos propuestos, pero sigue en desarrollo y será informado, si es entregado por el municipio durante el informe del mes de octubre. La contraparte dispone de una planilla base confeccionada por la Asesoría, en formato excell, que se está construyendo. El catastro será un instrumento de trabajo permanente para la Unidad de Cultura Municipal y dará cuenta de los agentes culturales locales agrupados por las áreas artísticas, que ha determinado el Consejo de la Cultura en las Artes, y que se transformaron en categorías para organizar la información, en las áreas de artesanía, artes visuales, danza, música y patrimonio e identidad. El resultado del levantamiento del catastro de agentes culturales está disponible en el próximo capítulo.

3.3. METODOLOGÍA PARA EL LEVANTAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR DE LA COMUNA

Para concluir el Diagnóstico Cultural de la comuna, se requiere levantar lo que se denomina cadena de valor cultural, que es un Estudio para determinar la forma en que se articulan diversos agentes que operan en un proceso productivo de un bien o un servicio específico destinado a satisfacer una demanda en un territorio. En el caso de la producción de bienes y servicios culturales. La cadena de valor hace referencia a la construcción y revisión crítica del funcionamiento de cada uno de los segmentos, buscando aportar mejoras en gestión y en el servicio que se entrega al destinatario, último eslabón de la cadena. Además, se deberá levantar la demanda cultural de la comunidad mediante metodologías participativas que faciliten conocer las necesidades de la población comunal.



Plan Municipal de Cultura de Hualqui

Moira Délano Urrutia
CULTURA Y ARTE
ASESORÍAS Y PROYECTOS INTEGRALES

Para construir la Cadena de Valor Cultural de la comuna se elaboró el instrumento denominado Ficha de Agentes Culturales – insumo entregado en 1° Informe de Pre-Diagnóstico - , herramienta que arrojará, luego de su procesamiento y análisis, datos relevantes para establecer el Diagnóstico Cultural requerido para diseñar el Plan Municipal de Cultura.

Las Fichas para los Agentes Culturales se están aplicando en la comuna y posteriormente se procesará la información arrojada para poder concluir el Diagnóstico Cultural Comunal.

4.4. CONCLUSIÓN GENERAL

Para esta segunda etapa de la Asesoría, se puede informar que los plazos diseñados con la contraparte municipal se han cumplido con un cierto retraso, lo que ha impedido cumplir a cabalidad con el cronograma inicial propuesto al Consejo Regional de la Cultura y las Artes para el proceso de la Asesoría, pero se ha logrado aplicar la metodología propuesta para cumplir con el trabajo diseñado para la construcción del Plan Municipal de Cultura.

En esta etapa de la Asesoría ya se cuenta con información procesada y pertinente del Diagnóstico Territorial Comunal; de la Ficha de Diagnóstico Municipal y en proceso ; realizado el Catastro de Infraestructura Cultural, pero no el de Agentes y organizaciones culturales que está en proceso. Los resultados que se informan en el presente documento se obtuvieron de la aplicación de cuatro instrumentos, especialmente elaborados para su desarrollo y que forman parte de la metodología propuesta para esta Asesoría. Se ha logrado identificar a través del Diagnóstico Territorial el contexto local con sus características generales, lo que permitirá contextualizar el Plan de Cultura Municipal. Con la Ficha de Diagnóstico Municipal se consiguió describir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene la Unidad de Cultura del municipio y su relación con los agentes relevantes de la comunidad, entregando información importante para su accionar en los próximos años. El Catastro de Infraestructura y permitió identificar y describir los espacios comunales de **Hualqui**. Información que es clave para la caracterización cultural de la comuna en miras a la elaboración de un modelo de gestión municipal cultural acorde con las necesidades del entorno y su comunidad.

La próxima etapa será concluir el Catastro de Agentes Culturales y levantar la Demanda Cultural y la Cadena Valor Local, mediante instrumentos elaborados por la Asesoría y que ya se están trabajando para poder cerrar la Etapa de Diagnóstico y avanzar hacia la Etapa 2, la de Elaboración de Plan Municipal de Cultura que se desarrollará en el mes de octubre, tal como establece el cronograma de la Asesoría.

04

Diagnóstico Cultural Local COMUNA DE HUALQUI

4.1. CATASTRO AGENTES CULTURALES

El municipio no disponía de un Catastro de los Agentes Culturales locales, sólo contaba con un listado limitado con información de contacto de algunos de ellos y por tanto se realizó un Catastro actualizado a partir de una planilla confeccionada por la Asesoría, en formato excell, que sea un instrumento de trabajo permanente para la Unidad de Cultura Municipal.

A continuación se detalla por categoría, a los agentes catastrados en la comuna de Hualqui, a octubre de 2014.

ARTESANIA

APELLIDO	NOMBRE	EDAD	SEXO	NIVEL DE ESCOLARIDAD	DIRECCION	SECTOR	TELEFONO	TECNICA	TIPO DE PRODUCTO	AÑOS DE OFICIO
CUEVAS	ISABEL		FEMENINO			RURAL	412780672		CUERO NATURAL	
MORAGA	PEDRO		MASCULINO				87281262		MARROQUERIA	
HERNANDEZ	AUDOMILIA	75	FEMENINO	BASICO INCOMPLETA	TEGUALDA, PARCELA 10	LA GRANJA	88307029	COIRON	COIRON	20 AÑOS
ARANEDA	ROSA		FEMENINO			RURAL	412957921		GREDA	
RUIZ	TERESA		FEMENINO			RURAL	65728149		LICORES ARTESANALES	
CASCASON	GEMA		FEMENINO		ESMERALDA 395	ESTACION	412780565		MUÑECAS ARTESANALES	

APELLIDO	NOMBRE	EDAD	SEXO	NIVEL DE ESCOLARIDAD	DIRECCION	SECTOR	TELEFONO	TECNICA	TIPO DE PRODUCTO	AÑOS DE OFICIO
ESTRADA	MARGARITA		FEMENINO		BLANCO ENCALADA N°25	LOS LIBERTADORES	412782668		COIRON	
MUÑOZ	PABLO	34	MASCULINO	SUPERIOR INCOMPLETO	LINCH N°625	CENTRO	96948528		ORFEBRERIA	10 AÑOS
LAGOS BARRIENTOS	ANA MARIA	58	FEMENINO	SUPERIORES	LOS CARRERAS 28, INTERIOR	CENTRO	84797517	PALILLOS	TELAR	2 AÑOS
GONZALEZ CONTRERAS	GLORIA	35	FEMENINO	TECNICO COMPLETO	LINCH N°625	CENTRO	84089419	LANA NATURAL	TEXTIL	3 AÑOS
VALENZUELA	BELARMINO	59	MASCULINO	MEDIA INCOMPLETA	BULNES N°840	MATADERO	89889927	SOLDADURA	ARTESANIA EN FIERRO	30 AÑOS
SOTO	JOHANNA	35	FEMENINO	MEDIA COMPLETA	ERRAZURIZ N°8	CENTRO	83092665	LANA NATURAL	TELAR MAPUCHE	1 AÑO
ORELLANA	ERASMO	37	MASCULINO	SUPERIORES	PARCELA LA GRANJA	ESTACION	77663477	MADERA	FLORES SECAS	8 AÑOS
LLACAPAN	CECILIA	49	FEMENINO	MEDIA COMPLETA	LEFRARO N°524	STA. JOSEAFINA II	97695561	MADERA	ARTESANIA MAPUCHE	10 AÑOS
TOLEDO	IVONNE	55	FEMENINO	BASICO COMPLETA	CONDELL 497	MIRADOR	97140311	COIRON	COIRON	40 AÑOS
ESPINOZA	OLGA		FEMENINO		PEDRO DE VALDIVIA 357	CENTRO	84390363			

ARTES VISUALES

APELLIDO	NOMBRE	EDAD	SEXO	NIVEL DE ESCOLARIDAD	DIRECCION	SECTOR	TELEFONO	DISCIPLINA	TECNICA	TIPO DE PRODUCTO	AÑOS DE OFICIO
ARRIAGADA	REGNER	33	MASCULINO	TECNICO SUPERIORES	PJ. LOS LAURELES N°260	LA ARBOLEDA	78368276	GRABADOS	LASER	GRABADOS	5 AÑOS
CARRILLO	EDMUNDO	46	MASCULINO	SUPERIOR	FREIRE 351	CENTRO	62293785	AUDIOVISUAL	FOTOGRAFIA	FOTOGRAFIAS	15 AÑOS

MUSICA

APELLIDO	NOMBRE	EDAD	SEXO	NIVEL DE ESCOLARIDAD	DIRECCION	SECTOR	TELEFONO	ESTILO	INSTRUMENTO	AGRUPACIÓN	TIPO DE PRACTICA	AÑOS DE OFICIO
RAMIREZ	JOSE	49	MASCULINO	MEDIA COMPLETA	IRARRAZABAL N°316	CENTRO	84218316	CUECA CHORA	PANDERO	GUACHACAS DEL SON	PROFESIONAL	14 AÑOS
CONTRERAS	MIGUEL	51	MASCULINO	SUPERIORES	PARCELA CRUCERO KM.8	QUILACO YA	79189436	FOLCLOR	ACORDEON-ARPA Y GUITARRA	RAICES DE HUALQUI	PROFESIONAL	34 AÑOS

DANZA

APELLIDO	NOMBRE	EDAD	SEXO	NIVEL DE ESCOLARIDAD	DIRECCION	SECTOR	TELEFONO	DISCIPLINA	TECNICA	AGRUPACIÓN	TIPO DE PRACTICA	AÑOS DE OFICIO
GALLEGOS	ANA	33	FEMENINO	SUPERIOR	PJE. VAQUERIA 546	VILLA EL AGUILA	93052466	DANZA POPULAR	INSTRUCTOR	ANTULAF	AMATER	8 AÑOS
LOPEZ	SEBASTIAN	33	MASCULINO	SUPERIOR	CEMENTERIO N°517	VILLA EL AGUILA	74131396	DANZA POPULAR	ACROBACIA	GLAMOUR	PROFESIONAL	10 AÑOS

LITERATURA

APELLIDO	NOMBRE	EDAD	SEXO	NIVEL DE ESCOLARIDAD	DIRECCION	SECTOR	TELEFONO	DISCIPLINA	ESTILO	N° PUBLICACIONES	AÑOS DE OFICIO
CASTILLO	CECILIA		FEMENINO	SUPERIOR			82217759				
ESPINOZA	LUIS		MASCULINO	SUPERIOR			92604404				
DELGADO	VIOLANDA	71	FEMENINO	MEDIA COMPLETA	PEDRO DE VALDIVIA 341	CENTRO	95005913		VERSOS	2	14 AÑOS
SAAVEDRA	JUAN		MASCULINO								

AUDIOVISUAL

APELLIDO	NOMBRE	EDAD	SEXO	NIVEL DE ESCOLARIDAD	DIRECCION	SECTOR	TELEFONO	DISCIPLINA	TECNICA	AGRUPACIÓN	TIPO DE PRACTICA	AÑOS DE OFICIO
ALARCON	LEONARDO	36	MASCULINO	SUPERIORES	FREIRE N°351	CENTRO	52195302	AUDIOVISUAL		PARTICULAR	PROFESIONAL	15
PEREIRA	ALFREDO	25	MASCULINO	SUPERIORES	FREIRE 752	CENTRO	98932876	FOTOGRAFIA	DOCUMENTAL - CORTOMETRAJE	PARTICULAR	PROFESIONAL	5

PATRIMONIO E IDENTIDAD

APELLIDO	NOMBRE	EDAD	SEXO	NIVEL DE ESCOLARIDAD	DIRECCION	SECTOR	TELEFONO	ESPECIALIDAD	TIPO DE PRODUCTO	AÑOS DE OFICIO
HUAIQUILLAN	OCTAVIO	60	MASCULINO	MEDIA COMPLETA	LEFRARO N°440	STA. JOSEFINA II	91566363	LENGUA MAPUDUNGUM	SABIO LENGUA MAPUCHE	40 AÑOS
BARRA	ISABEL	54	FEMENINO	MEDIA COMPLETA	AV. ARAUCANA N°371	CENTRO	62256615	GASTRONOMIA	COMIDA TIPICA	5 AÑOS

CARACTERIZACIÓN

Las áreas artísticas, determinadas por el Consejo de la Cultura en las Artes, se transformaron en categorías para poder construir la base del Catastro de Agentes Culturales para la comuna, estas son: artesanía, artes visuales, danza, música y patrimonio e identidad.

Sobre el Catastro de los Agentes Culturales de **Hualqui** podemos indicar que:

En el área de **Artesanía** se registran 16 personas, 12 mujeres y 4 hombres, de ellos 5 pertenecen al área urbana y 11 de la zona rural de la comuna. Las técnicas que ejecutan son variadas entre ellas en cuero, coirón, greda, textil, fierro, artesanía mapuche y orfebrería. Sus años de experiencia indicados van entre los 2 y 40 años.

El registro en **Artes Visuales** contempla a 2 creadores, ambos hombres y de la zona urbana. Las técnicas en las que trabajan son grabado y fotografía. Sus años de experiencia están entre 5 y 15 años.

Los representantes de la **Música** lo integran 2 personas, ambos son hombres, uno de ellos de la zona urbana y el otro de lo rural. El estilo musical que representan es el folclórico. Los años de experiencia están entre el rango de los 14 y 34 años.

En el área de **Danza** lo integran 2 exponentes, un hombre y una mujer, ambos residen en la zona rural de la comuna. El estilo que realiza es danza folclórica y tienen una trayectoria de entre 8 a 10 años.

En el campo de la **Literatura** hay 4 representantes, dos son hombres y dos mujeres y el género de trabajo es la poesía. Todos pertenecen al área urbana y tienen una trayectoria de entre 4 y 14 años.

En el sector del **Audiovisual** hay 2 exponentes, ambos son hombres y de la zona urbana, se dedican a realizar documentales y cortometrajes y tienen una trayectoria de entre 5 y 15 años.

Por último, en el ámbito de **Patrimonio e Identidad**, se registran 2 personas, 1 hombre y 1 mujer, uno pertenece a la zona urbana y el otro en la zona rural. La trayectoria de la que disponen es de entre 5 y 40 años. Su campo de acción está relacionado con la cultura mapuche y la gastronomía.

Cabe mencionar que el ámbito del **Teatro** no hay agentes catastrados a la fecha en la comuna. Es importante señalar que este es el primer catastro cultural que desarrolla el municipio, en el



Plan Municipal de Cultura de Hualqui

Moira Délano Urrutia
CULTURA Y ARTE
ASESORÍAS Y PROYECTOS INTEGRALES

que deberán seguir incorporando datos que permita caracterizar, de mejor manera, a los agentes artísticos locales y también, se deberán sumar nuevos exponentes, sobre todo del segmento de jóvenes que no han sido incorporados.

4.2 DIAGNOSTICO CULTURAL Y CADENA DE VALOR LOCAL

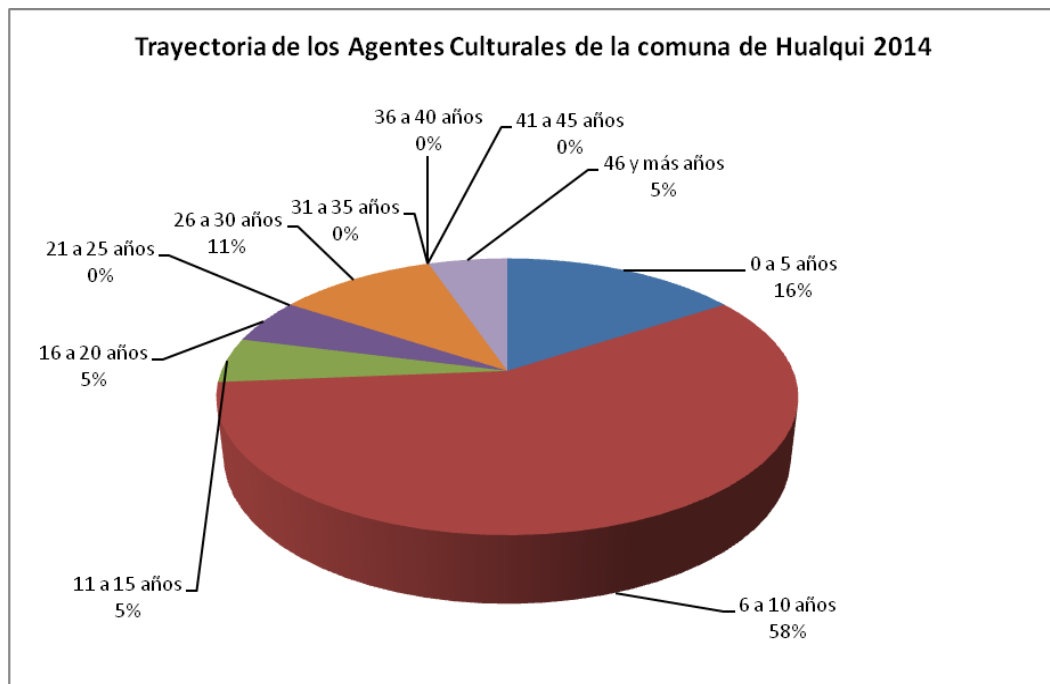
Entre septiembre y octubre de 2014 se aplicaron fichas de caracterización a Agentes Culturales comunales para levantar la Cadena de Valor Cultural local a partir de los agentes identificados en el Castro de Actores Culturales de la comuna, que corresponde a una muestra del 63% de ellos. Además, de realizar diversos encuentros y reuniones con la comunidad y los agentes culturales, cabildo cultural con metodología de Espacio Abierto, instancias que permitieron recoger los datos requeridos para levantar la Cadena de Valor Cultural Local.

Los aspectos consultados en la Ficha para los Agentes Culturales fueron *institucionalidad y trayectoria* de la institución; *infraestructura y equipamiento* que disponen y utilizan para la realización de sus actividades culturales. La capacidad en *gestión cultural* que tienen los agentes; la identificación de la *oferta cultural* que realizan; el tipo de *financiamiento* de sus entidades y los medios y soportes que utilizan en la *comunicación* con la comunidad, los resultados son los siguientes:

1. INSTITUCIONALIDAD DE LOS AGENTES CULTURALES

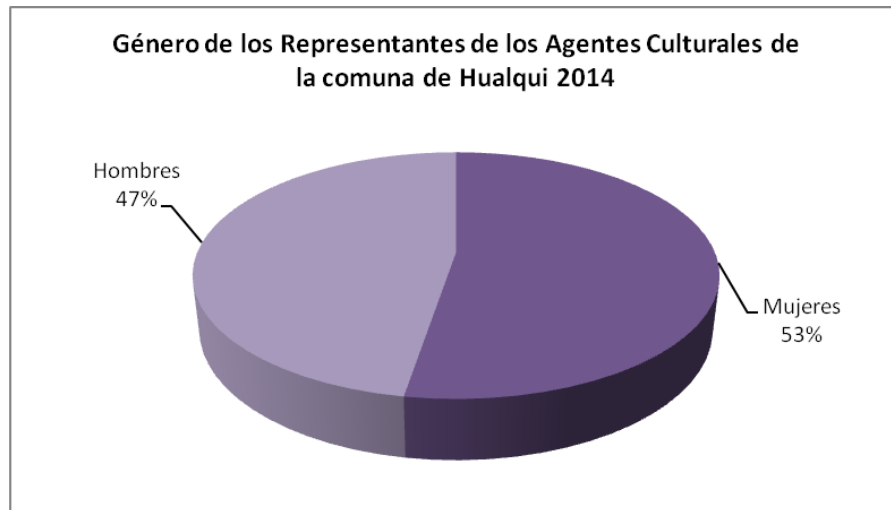
1.1 Años de antigüedad de las instituciones culturales:

Campo que busca conocer la trayectoria y años de antigüedad de las organizaciones y agentes culturales locales de 2014.



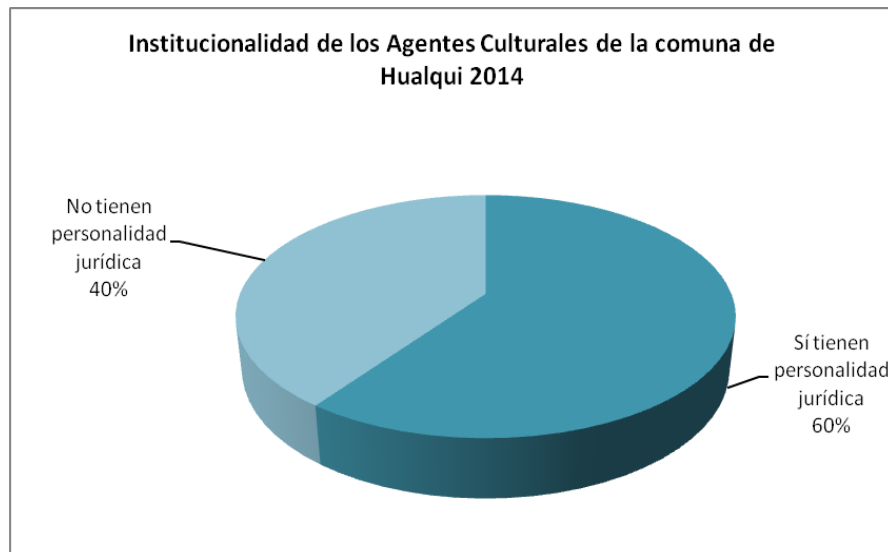
Los agentes culturales tienen una trayectoria de entre 1 y 50 años de trabajo en el campo cultural. **El 58% de las organizaciones y creadores tienen una trayectoria de entre 6 y 10 años**, el 16% de ellos tiene una antigüedad menor a 5 años. Otro 11% corresponde al grupo de entre 26 a 30 años. Los tramos de trayectoria de entre 46 y más años representa un 5%, con el mismo porcentaje está el tramo de entre 11 y 15 años y el de 16 a 20 años.

1.2.- Género de los Agentes Culturales, dirigentes de las instituciones:



Los representantes y responsables de la organizaciones culturales en la comuna son mayoritariamente **mujeres y representan el 53% del universo**, el 47% restante son hombres.

1.3 Tipo de Institucionalidad de los Agentes Culturales:



El **60% de los Agentes Culturales comunales disponen de personalidad jurídica** y el 40% restante no cuentan con ella.

1.4 Número de integrantes de las Organizaciones Culturales:

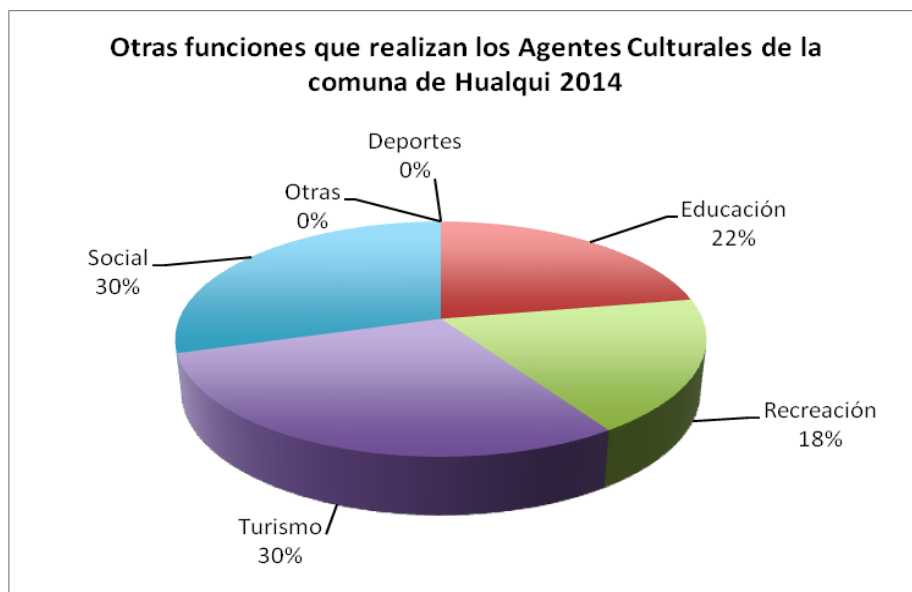
Las organizaciones culturales de la comuna cuentan con un promedio de 24 integrantes en un tramo entre 15 y 65 integrantes.

1.5 Motivaciones para crear su organización:

Los Agentes Culturales locales, desde sus distintas áreas de gestión, manifestaron que las principales motivaciones, las que agrupamos por eje, para crear sus instituciones han sido:

Eje	Motivación
PATRIMONIO	Agrupar a las artesanías locales para compartir técnicas y tradiciones
	Rescatar la tradición de la artesanía en fierro
	Conservar y rescatar la lengua originaria mapuchedugun
	Rescatar la tradición culinaria local
	Producir artesanía y comercializarla
DESARROLLO ARTISTICO:	Fomentar la participación y conocimiento de los jóvenes y niños la tradición de la cueca
	Difundir el arte a través de la danza
	Realizar actividades para que los niños accedan y participen de manifestaciones artísticas
	Aportar a la diversidad de manifestaciones culturales en la comuna, más allá a las tradicionales ligadas al folclor
PARTICIPACION DE LAS PERSONAS (ACCESO):	Fomentar el uso del tiempo libre con actividades culturales
	Crear espacios para compartir con la comunidad
	Crear instancias para que las personas puedan expresarse y recrearse

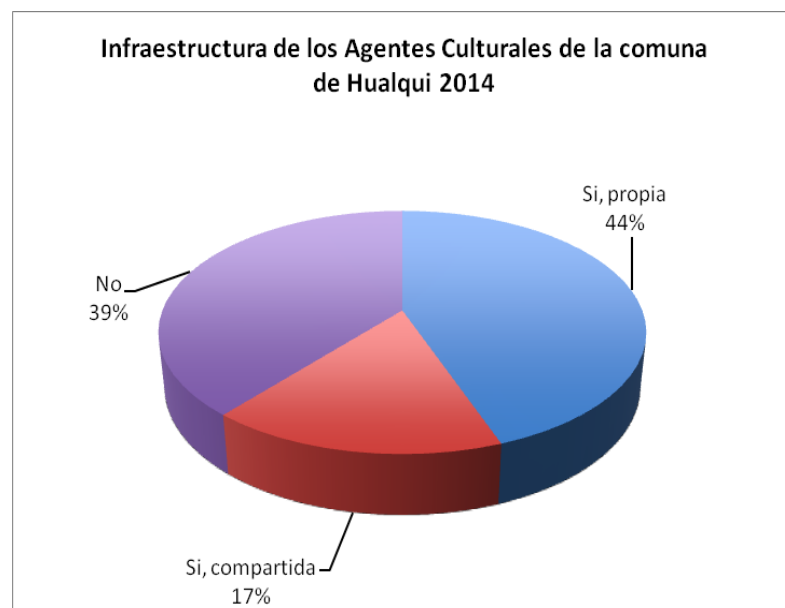
1.6 Otras funciones que desarrollan los Agentes Culturales:



Consultados los Agentes Culturales sobre otras acciones que desarrollan en su actividad permanente, a parte de la cultural, indican que **30% de ellos también realizan actividades sociales** y con el **mismo porcentaje acciones relacionadas con el turismo**. Con un 22% están las actividades vinculadas con la educación y con un 18% las relacionadas con la recreación.

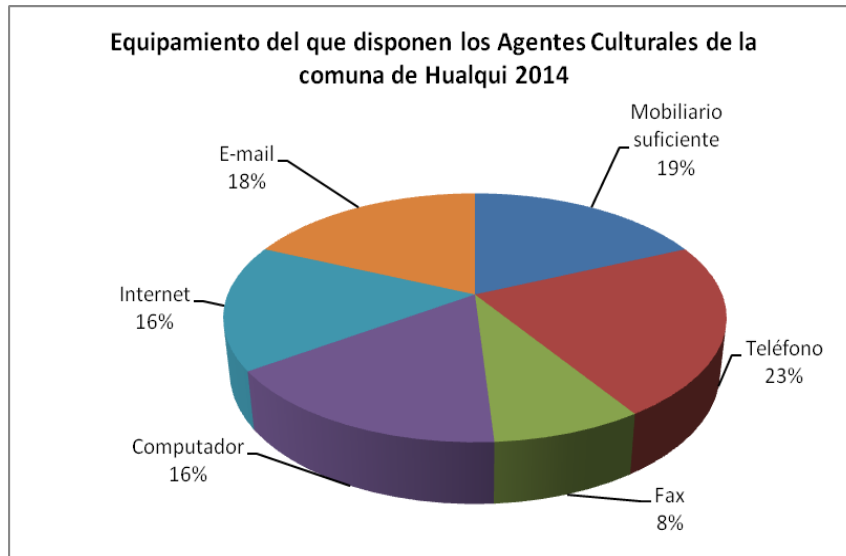
2.- INFRAESTRUCTURA y EQUIPAMIENTO

2.1. Infraestructura para sus actividades permanentes, sí cuentan con oficina, sede o taller



Los Agentes Culturales en un **44%** indican que cuentan con una sede, oficina o recinto propio para su actividad, se suma un 17% de los agentes que cuentan con sede compartida, lo que establece que el 61% de los agentes culturales cuentan con espacios para su actividad, el último 39% no dispone de infraestructura para su tarea cultural.

2.2. Equipamiento básico disponible:



Consultados sobre la disponibilidad de equipamiento básico para su trabajo cultural, indicaron que el 23% cuenta con acceso a teléfono; un 19% cuenta con mobiliario suficiente, un 18% cuenta con correo electrónico, del equipamiento disponible un 16% dispone de acceso a internet y con el mismo porcentaje disponen de computador, estos porcentajes presentados establece que **existe una precariedad en el equipamiento para el trabajo de los agentes culturales**, dificultando la interacción oportuna y fluida con otros y de las gestiones propias para el buen desarrollo de su labor.

3. CAPACIDAD EN GESTIÓN CULTURAL DE LOS AGENTES

Busca conocer la capacidad en gestión cultural que tienen los Agentes Culturales de la comuna.

3.1 Objetivos explícitos de las organizaciones culturales



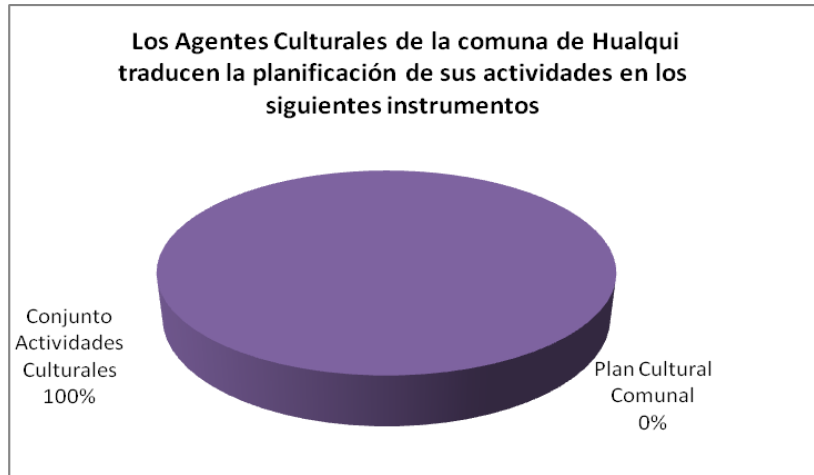
Consultados los Agentes Culturales sobre los objetivos que orientan su accionar, todos establecen, de manera explícita, sus metas de trabajo.

3.2 Planificación del trabajo de los Agentes Culturales locales



Los Agentes Culturales locales indican, en un **79%**, que **planifican su trabajo**, el 21% de ellos no lo hace, sólo ejecuta acciones puntuales y emergentes.

3.3 Instrumentos de planificación de los Agentes Culturales locales



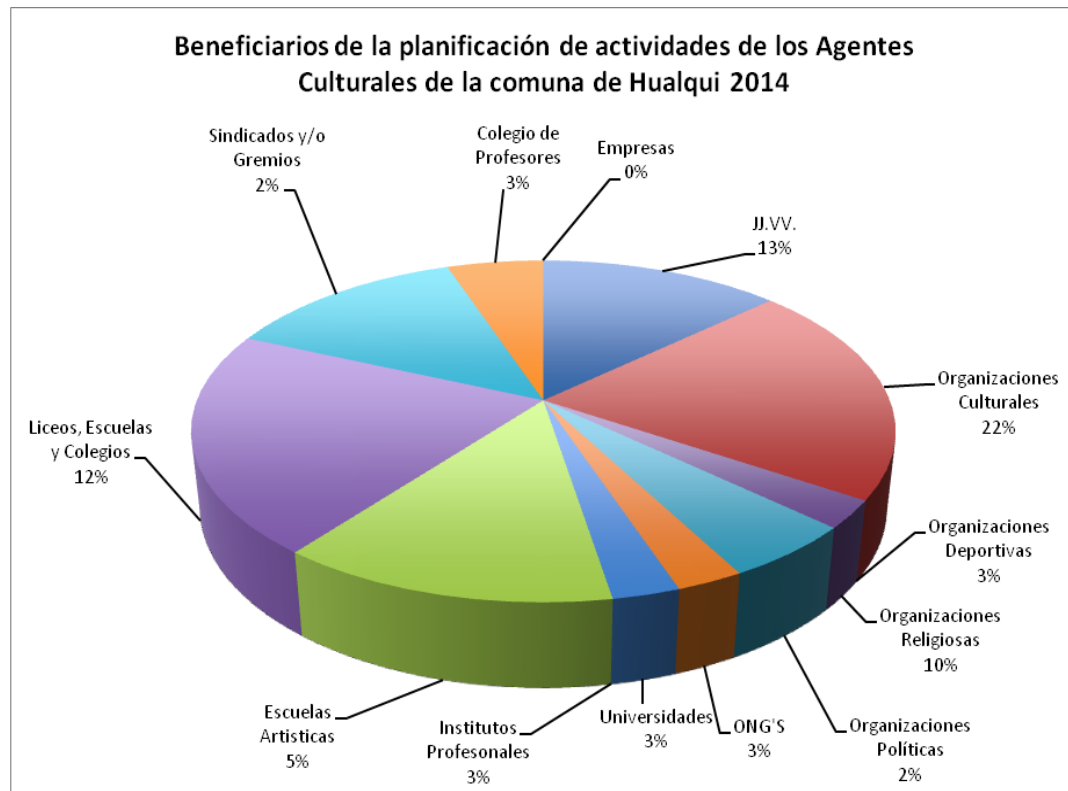
El **100%** de los Agentes Culturales no construyen un Plan sólo genera un conjunto de actividades para ejecutar su trabajo.

3.4 Relación entre la planificación del trabajo de los Agentes Culturales Locales como las políticas municipales vigentes



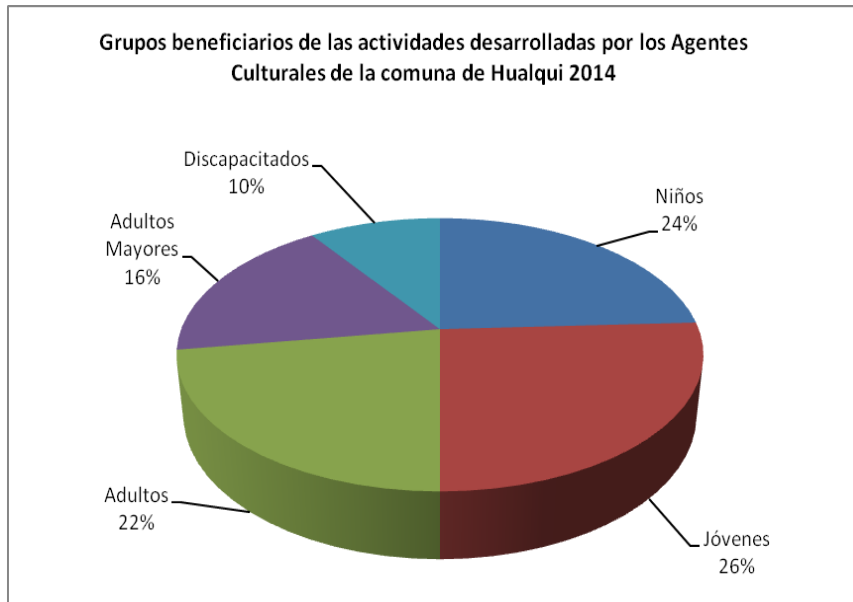
Consultados los Agentes Culturales sobre si tomaban como referencia el Pladeco (Plan de Desarrollo Comunal), informaron que un **95% no lo tiene como referente**. Indicando que sólo un 5% utiliza este instrumento de gestión pública para su trabajo local.

3.5 Tipos de instituciones beneficiados del trabajo de los Agentes Culturales locales



Las organizaciones locales beneficiarias, son en un **22%**, **las organizaciones culturales; las Juntas de Vecinos lo son en un 13%**; con un 12% están los establecimientos educacionales y las organizaciones religiosas con un 10%. Las Escuelas Artísticas, Institutos Profesionales, Universidades, ONG'S, Colegio de Profesores, Organizaciones Deportivas, Organizaciones políticas y Sindicatos tienen un porcentaje similar a 5% y menos.

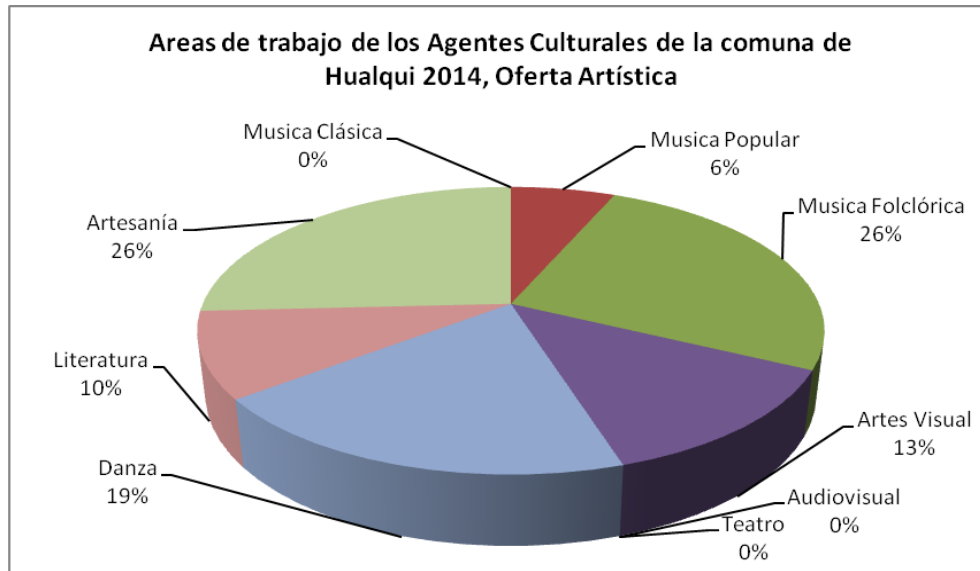
3.6 Público objetivo de las actividades culturales que desarrollan los Agentes locales



El público objetivo hacia el que se orientan las acciones que realizan los Agentes Culturales es en un **26% hacia los jóvenes; en un 24% hacia los niños**: Los adultos son beneficiarios en un 22%, los adultos mayores y discapacitados tienen los menores porcentajes con un 16% y un 10% respectivamente.

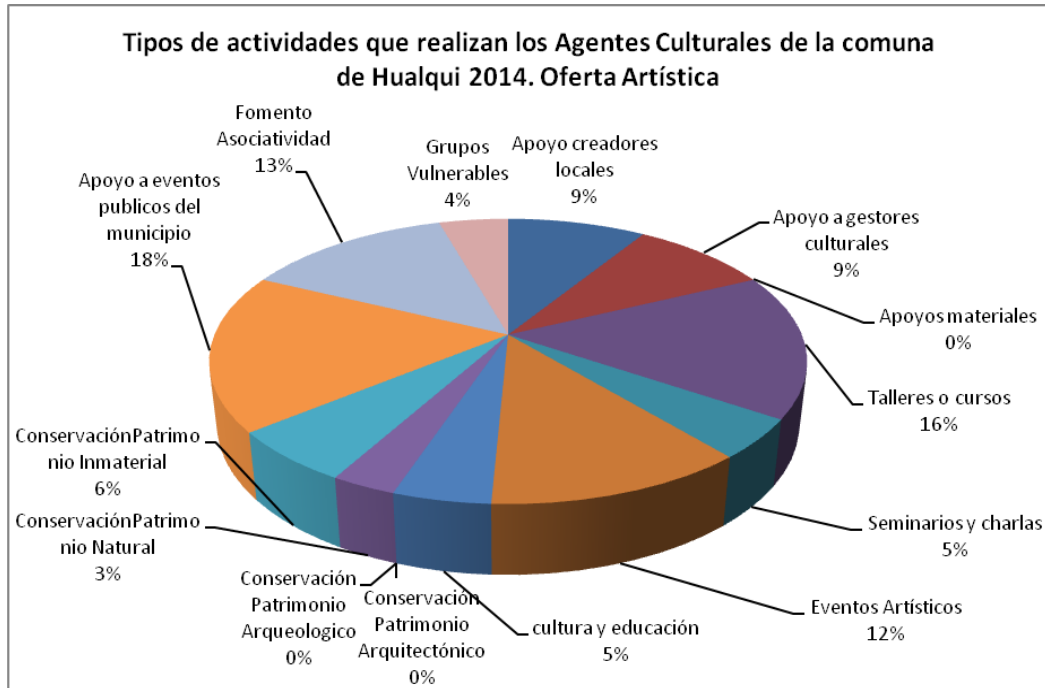
4. OFERTA CULTURAL

4.1 Ambitos del trabajo donde se concentra la oferta de los Agentes Culturales locales.



La oferta cultural que desarrollan los Agentes Culturales locales tiene un importante **tendencia en el campo de la música folclórica y en la artesanía, ambas con un 26% de la oferta**. El 48% restante se distribuye así: Danza con un 19%, mayoritariamente folclórica también; Artes Visuales con un 13%; Literatura con un 10%, bajo esa cifra están la Música Popular con sólo 6 % y las áreas de la Música Clásica, Audiovisual y Teatro no tienen oferta, indicando 0% cada una de ellas.

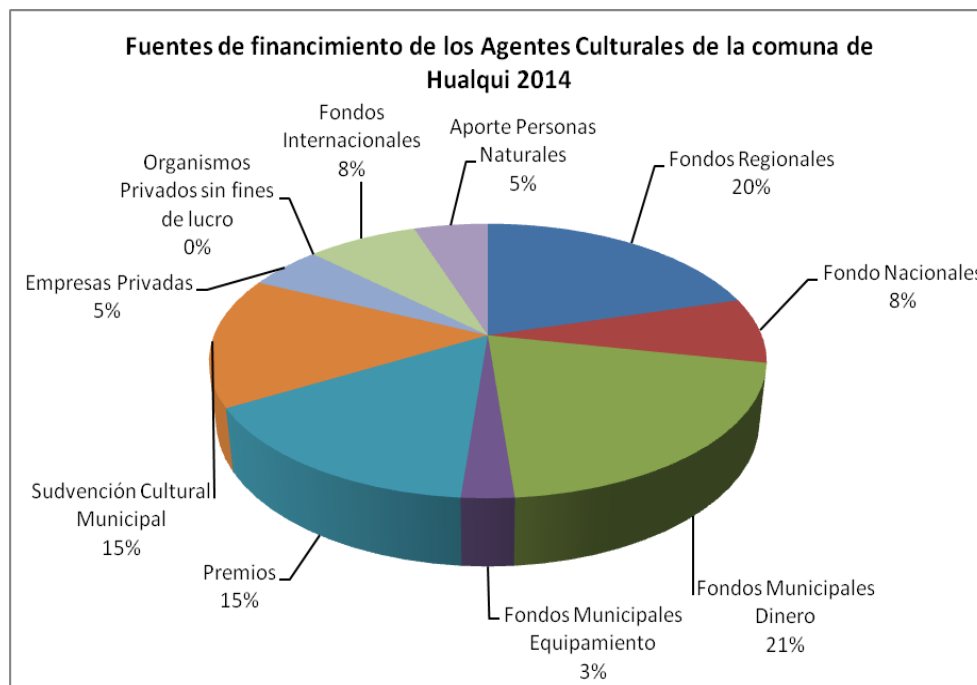
4.2 Tipos de actividades de la oferta cultural local



La oferta cultural local se construye en base a las acciones que realizan los Agentes Culturales locales quienes indican que en un 18%, porcentaje más alto de la tipología, participan en Eventos que organiza la Municipalidad; luego le sigue, con un 16% la realización de Talleres y Cursos; un 13% de ellos indica que fomentan la Asociatividad entre los agentes locales; en un 12% apoyan a los Eventos Artísticos. El resto de los items consultados disponen de menos de dos dígitos: con un 9% indican que ofrecen Apoyo a Creadores Locales y a Gestores Culturales, cada una con el mismo porcentaje; con un 6% están las acciones relacionadas con la Conservación del Patrimonio Inmaterial; con sólo un 5% están las relacionadas con la actividad formativa como Seminarios y Charlas; y Actividades Culturales-Educativas. Con sólo 4% están las acciones diseñadas para Grupos Vulnerables y con 3% las relacionadas con la Conservación del Patrimonio Natural: tienen porcentaje 0 las relacionadas con Conservación del Patrimonio Arquitectónico y Arqueológico, lo que establece un oferta cultural reducida en la comuna.

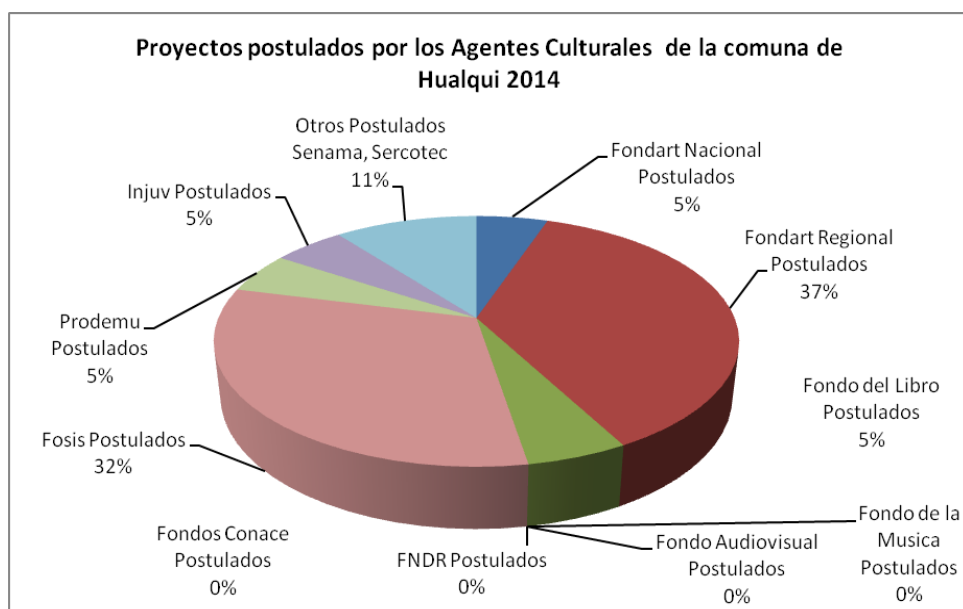
5. FINANCIAMIENTO

5.1 Fuentes de financiamiento de los Agentes Culturales locales



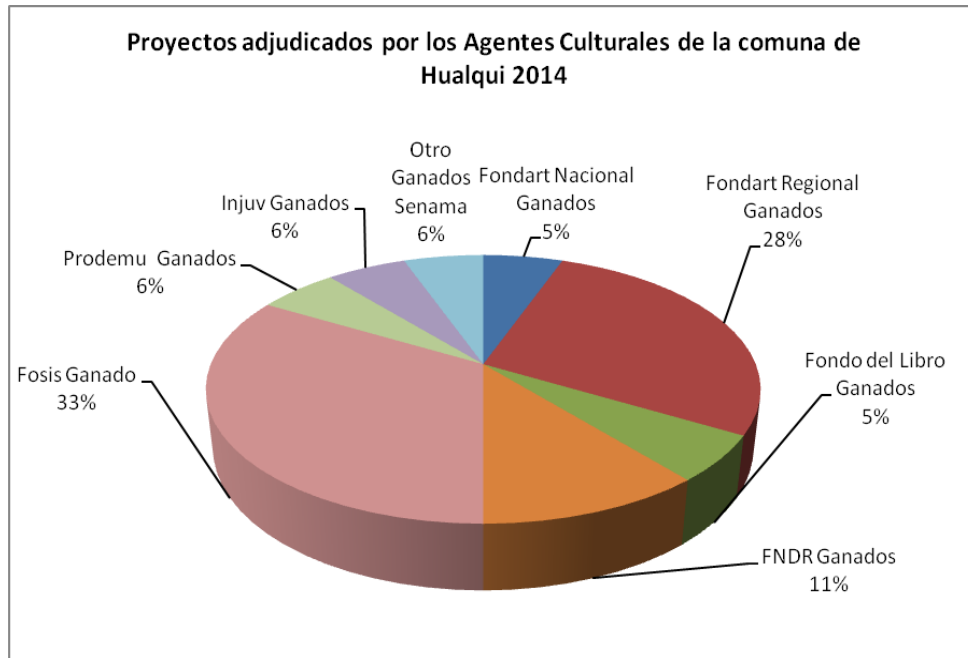
Los Agentes Culturales locales financian sus acciones, mayoritariamente, a través de **fondos provenientes en un 39% de la Municipalidad**, tanto a través de la subvención municipal como también el aporte en equipamiento y en dinero que hace el municipio a actividades puntuales. El 20% restante proviene de los fondos regionales, tanto del Gobierno Regional del Bío-Bío como del Consejo de la Cultura y las Artes. El 15% de los recursos proviene de Premios obtenidos por los Agentes Culturales, con un 8% están los recursos obtenidos de Fondos Nacionales y con el mismo porcentaje los obtenidos desde Fondos Internacionales. Con un 10% restante se desagrega en un 5% del aporte de Empresas y el último 5% del Aporte de Personas, **mostrando una dependencia de los agentes locales de los recursos municipales.**

5.2 Postulación de proyectos



Consultados los Agentes Culturales sobre su capacidad para poder buscar recursos externos, a través de la postulación de proyectos a distintas fuentes de financiamiento, informaron que en un **60% postulan proyectos al Gobierno Regional**, en un **20% presentan iniciativas al Fondart Regional** y con **10% cada uno al Fondart Nacional y al Fondo del Audiovisual**. Otros fuentes de recursos como el Fondo del Libro y la Lectura o el de la Música no han sido utilizados como otros sectoriales de Prodemu, Injuv y otros organismos públicos que también cuentan con fondos concursables.

5.3 Proyectos financiados



Sobre la capacidad de financiamiento con que cuentan los proyectos postulados por los Agentes Culturales locales indican que obtuvieron financiamiento de sus proyectos a través de las siguientes fuentes: en un **33% desde Fosis**, que no es precisamente un fondo para financiar actividades culturales, en segundo lugar están las iniciativas obtenidas desde el **Fondrat Regional con un 28% y desde el Fndr con un 11%**. El resto de los fondos son bajos y donde están el Prodemu, Injuv, Senama, Fondrat Nacional y Fondo del Libro y la Lectura.

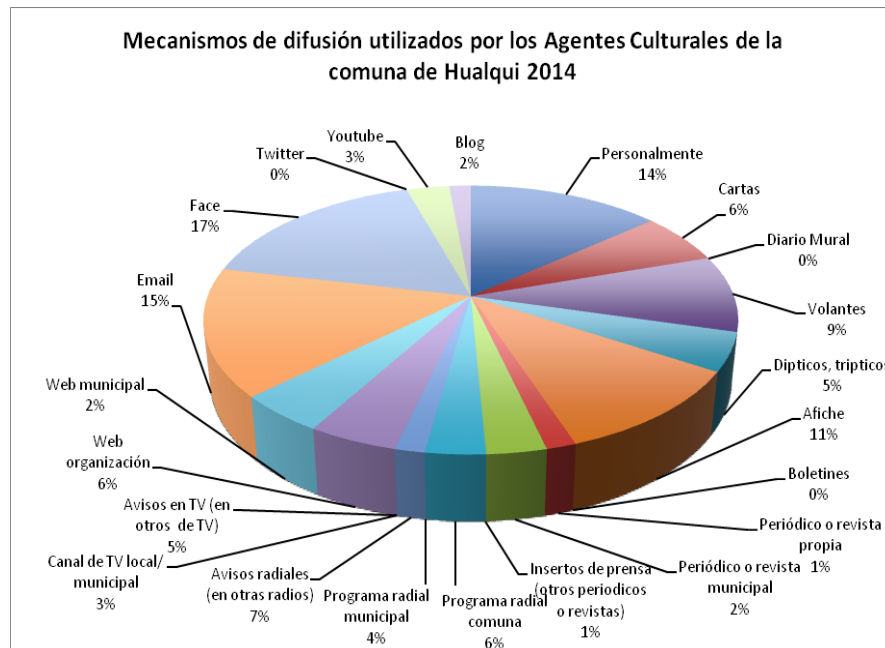
5.4 Uso Ley de Donaciones con Fines Culturales



El uso de la Ley de Donaciones con Fines Culturales es nulo, ya que **ninguno de los Agentes Locales la ha utilizado.**

6. COMUNICACIONES

6.1 Medios y soprtres comunicaciones utilizados por los Agentes Culturales locales para convocar al público a las actividades que planifican

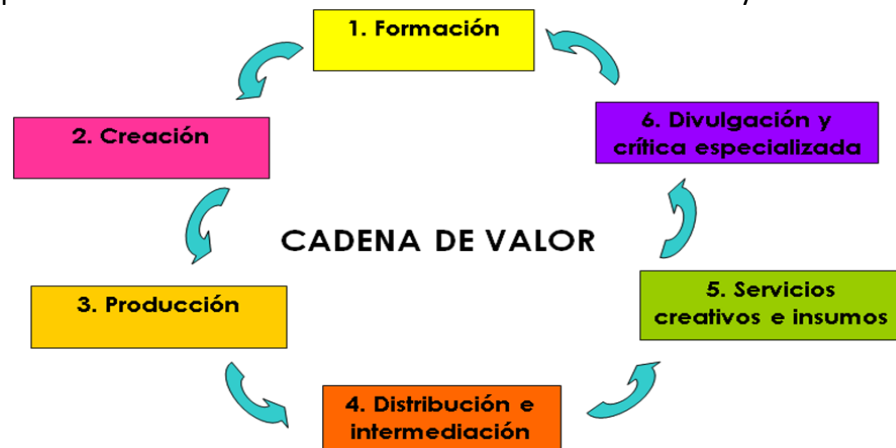


Las vías y soportes comunicacionales utilizados por los Agentes Culturales de la comuna son los informados desde el mayor porcentaje al menor. La comunicación a través de **Facebook es la que tiene el mayor porcentaje con un 17% del soporte más usado; le sigue el envío de Mail (Correos Electrónicos) con un 15%, a continuación con un 14% está el contacto descrito como Personalmente (de voz en voz);** con un 11% está el uso de *Afiches* y los *Volantes* representan el 9%, los *Avisos Radiales* corresponden al 6% y con el mismo porcentaje están las *Cartas Dirigidas* y la *Web de la Organización*. Otra de las fuentes es, con un 7%, es el *Programa radial de la comuna*; los soportes *Web de la organización*; *Afiches* y *Programa Radial Comunal* tiene un 6% de porcentaje. Con un 5% y menos porcentajes están los *Dípticos*; *Boletines* y *Avisos de Tv (en otros de Tv)*. *Programa Radial Municipal Canal de Tv municipal* y *Blogs* con un 3% y con 2% utilizan: *Web municipal*; *Yuotube*; *Diario Mural*; *Periódico o Revista Municipal*, *Twitter*; *Periódico o Revista propia e Inserto de Prensa (otros periódico o revistas)*, lo que evidencia una planificación en el diseño de la comunicación con la comunidad utilizando variedad de soportes y vías de contacto con el público lo que les ha permitido las masivas concurrencias a las actividades culturales.

4.2. ANÁLISIS CADENA DE VALOR

La Cadena Valor de la Cultura local es un **Estudio** para determinar la forma en que se **articulan diversos agentes** que operan en una escena y el **proceso productivo** de un bien o un servicio específico destinado a **satisfacer una demanda en un territorio**. Las **Estrategias** que se pueden adoptar para **alinear las acciones** de manera de maximizar su efecto, **aumentando el valor percibido** por el **usuario**. En el caso de la producción de bienes y servicios culturales, las **cadena de valor** hacen referencia a la **construcción y revisión crítica del funcionamiento** de cada uno de los **segmentos**, buscando aportar mejoras en su gestión y en el servicio que se entrega al **destinatario**, último eslabón de la cadena.

El esquema que evidencia la Cadena de valor en el sector de las artes y la cultura es:



1. Formación

Ámbito: Formación	Observación
Número de centros de enseñanza, según diferentes niveles.	No hay programas de formación en el área artística en la comuna, solo algunos programas aislados para escolares en programas transversales impulsados por el Daem local.
Número de personas con formación y/o en formación.	El 77% de los actores culturales no tiene formación en ámbito cultural, según el catastro realizado y en el levantamiento sobre sus capacidades de gestión en las encuestas aplicadas.
Origen de la formación.	El trabajo cultural en su mayoría es amateur y la actividad que realizan la han consolidado con su trayectoria. El municipio ofrece algunos talleres y cursos sin continuidad y sin levantar la demanda de la comunidad.
Áreas del sector cultural que comprende la formación ofrecida.	Formal no hay. Algunos de los talleres realizados tienen relación con la formulación de proyectos.
Público objetivo al que está dirigida la formación ofrecida.	Sistemática no existe. La ofrecida por el municipio está orientada a los actores locales de organizaciones culturales tradicionales.
Sistemas de financiamiento para las distintas alternativas de formación disponibles.	Los talleres realizados son financiados por el municipio.

2. Creación

Ámbito: Creación	Observación
Número de creadores (compañías, grupos, colectivos y artistas individuales), según diferentes niveles.	Catastros de 30 agentes locales.
Espacios destinados a la creación.	Ninguno.
Mecanismos de financiamiento de los creadores.	Los Agentes Culturales locales financian sus acciones, mayoritariamente, a través de fondos provenientes en un 39% de la Municipalidad, tanto a través de la subvención municipal como también el aporte en equipamiento y en dinero que hace el municipio a actividades puntuales. El 20% restante proviene de los fondos regionales, tanto del Gobierno Regional del Biobío como del Consejo de la Cultura y las Artes. El 15% de los recursos proviene de Premios obtenidos por los Agentes Culturales, con un 8% están los recursos obtenidos de Fondos Nacionales y con el mismo porcentaje los obtenidos desde Fondos Internacionales. Con un 10% restante se desagrega en un 5% del aporte de Empresas y el último 5% del Aporte de Personas, mostrando una dependencia de los agentes locales de los recursos municipales.

3. Producción

Ámbito: Producción	Observación
Número de actividades culturales programadas, según tipo, origen y nivel de profesionalización.	Actividades amateur, el 90% de las actividades se concentran en el tramo de entre 1 y 19 actividades en el año. La oferta cultural que desarrollan los Agentes Culturales locales tiene un importante tendencia en el campo de la música folclórica y en la Artesanía, ambas con un 26% de la oferta. El 48% restante se distribuye así: Danza con un 19%, mayoritariamente folclórica también; Artes Visuales con un 13%; Literatura con un 10%, bajo esa cifra están la Música Popular con sólo 6 % y las áreas de la Música Clásica, Audiovisual y Teatro no tienen oferta, indicando 0% cada una de ellas.
Ámbito de acción territorial de las diferentes actividades culturales programadas.	70% urbanas y 30% rurales.
Mecanismos de financiamiento de las actividades culturales.	Municipales fundamentalmente en un 39% y el resto de fondos públicos.
Número de otros agentes involucrados en la producción y venta de creaciones artístico-culturales como manager, productor u otro.	Muy bajo, sin identificación de cantidad, cada agrupación realiza su propia gestión cultural en el territorio.

4. Distribución e Intermediación

Ámbito: Distribución e Intermediación	Observación
Canales y ventanas de distribución de los productos o servicios culturales, según tipo, origen y nivel de profesionalización.	No existen medios especializados en ámbito cultural en la comuna, cada agrupación realiza la distribución e intermediación de sus acciones. Lo más usado son las redes sociales y personalmente.
Número de espacios culturales a nivel local, con sus respectivas capacidades y equipamiento técnico.	Hoy el único espacio especializado para lo cultural es la biblioteca comunal. Los agentes culturales utilizan espacios alternativos dentro de la comuna. La tendencia marca que los espacios más utilizados para realizar actividades culturales son los establecimientos educacionales, las sedes de las juntas de vecinos lo que muestra que esas locaciones, no adecuadas técnicamente, requieren de una inversión extra para ser adaptados para la realización de actividades culturales.

5. Servicios creativos e insumos

Ámbito: Servicios creativos e insumos	Observación
Número de proveedores relacionados con la creación y producción de productos o servicios culturales, según tipo y nivel de profesionalización.	Servicios especializados en producción de actividades culturales no hay. El municipio es el principal proveedor de equipamiento técnico especializado, los que subcontrata desde Concepción. La tendencia refleja que los agentes culturales locales tienen una baja dotación de equipamientos básicos para el desarrollo de sus actividades, lo que aumenta cualquier tipo de presupuesto necesario para la concreción de sus actividades.

6. Divulgación y crítica especializada

Ámbito: Divulgación y crítica especializada	Observación
Número de medios de comunicación que cubren cultura, con sus respectivos índices de lectoría o audiencia.	No hay medios especializados en la comuna.
Número de medios de comunicación especializados en temas artístico-culturales, con sus respectivos índices de lectoría o audiencia.	No hay medios especializados en la comuna.
Número de periodistas culturales y/o críticos especializados en cada una de las disciplinas artísticas.	No hay profesionales de las comunicaciones dedicados a visibilizar la actividad cultural local.

CARACTERIZACIÓN:

En el ámbito de la **formación artística y cultural** en la comuna de **Hualqui** podemos indicar que no hay programas de formación en el área artística en la comuna, solo algunos programas aislados para escolares en programas transversales impulsados por el Daem local. Además, se evidencia que el 77% de los actores culturales no tiene formación en ámbito cultural, según el catastro realizado y en el levantamiento sobre sus capacidades de gestión en las encuestas aplicadas.

El trabajo cultural de los agentes, en su mayoría, es amateur y la actividad que realizan la han consolidado con su trayectoria. El municipio ofrece algunos talleres y cursos sin continuidad y sin levantar la demanda de la comunidad.

No existe un plan de formación para los agentes culturales y comunidad, sólo se han realizado algunos de los talleres que han sido en el ámbito de la transferencia de conocimientos para formular proyectos.

En el segmento de la **creación**, se han catastrado 30 actores locales: 16 actores que realizan actividades ligadas a la artesanía, equivalente al 53.3%; la literatura reúne a 4 exponentes correspondiente al 13.3%. Con dos exponentes equivalente al 6.6%, porcentaje que tiene las áreas de las artes visuales, música, danza, audiovisual y patrimonio e identidad. El área de teatro no cuenta con exponentes en la comuna.

Los creadores locales hoy no disponen de espacios especializados para concretar su trabajo y el financiamiento que utilizan es en un 39% proveniente de fondos municipales y otro 20% de fondos concursables públicos. Ninguno de los Agentes Locales ha utilizado la Ley de Donaciones con Fines Culturales para lograr levantar recursos.

El tercer eslabón de la Cadena de Valor Cultural establece el ámbito de la **producción**, la que caracteriza la oferta local como una actividad en general amateur, el 90% de las actividades se concentran en el tramo de entre 1 y 19 actividades en el año. La oferta cultural que desarrollan los Agentes Culturales locales tiene un importante tendencia en el campo de la Música Folclórica y en la Artesanía, ambas con un 26% de la oferta. El 48% restante se distribuye así: Danza con un 19%, mayoritariamente folclórica también; Artes Visuales con un 13%; Literatura con un 10%, bajo esa cifra están la Música Popular con sólo 6 % y las áreas de la Música Clásica, Audiovisual y Teatro no tienen oferta, indicando 0% cada una de ellas.

La relación del desarrollo de la oferta se da en una proporción territorial de 70% de las actividades en espacios urbanos y un 30% en zonas rurales.

En el ámbito de la **distribución e intermediación** de la actividad cultural local, no hay medios especializados del ámbito en la comuna, cada agrupación realiza la difusión de sus acciones y sus principales vía de comunicación son las redes sociales y personalmente. Con respecto a los espacios culturales, hoy la única infraestructura especializada es la biblioteca comunal. Los agentes culturales utilizan espacios alternativos y donde los espacios más utilizados para realizar actividades culturales son los establecimientos educacionales, las sedes de las juntas de vecinos lo que muestra que esas locaciones, no adecuadas técnicamente, requieren de una inversión extra para ser adaptados para la realización de actividades culturales.

El último eslabón de la Cadena de Valor es el de la **divulgación y crítica especializada**, categoría que consulta sobre el número de medios de comunicación que cubre de manera destacada lo cultural, y el número de periodistas y críticos especializados, ante lo cual se detectó que no hay

medios especializados, ni profesionales de las comunicaciones expertos en temas culturales en la comuna, que realicen una tarea específica, con opinión fundada, sobre la escena cultural local.

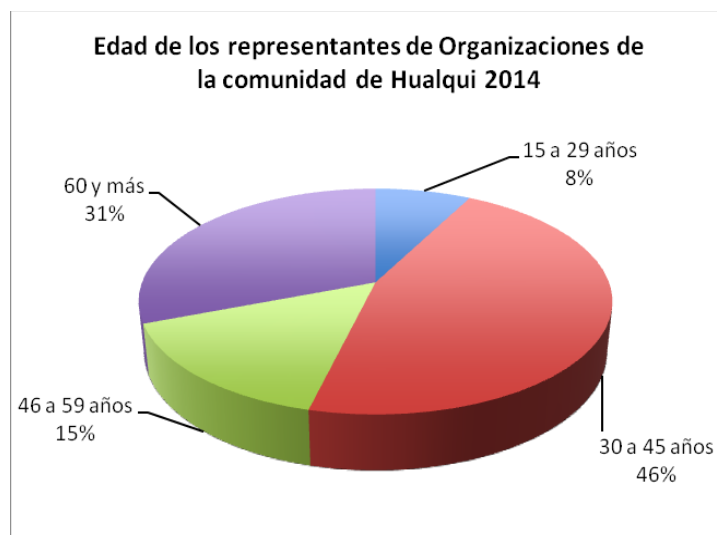
4.3. LEVANTAMIENTO DE LA DEMANDA CULTURAL DE LA COMUNIDAD

Con el objetivo de conocer la demanda cultural de la comunidad de **Hualqui** se realizaron múltiples instancias de trabajo con las organizaciones de la comuna, donde se aplicaron encuestas, más un cabildo y una jornada de trabajo con la metodología de Espacio Abierto, que es un tipo de conferencia masiva, una nueva forma de intervención en grupos de personas, que puede ser descrito como una tecnología que genera ideas innovadoras, creativas y que genera un espacio abierto accesible por todo las opiniones, reflexiones y aportes de los participantes.

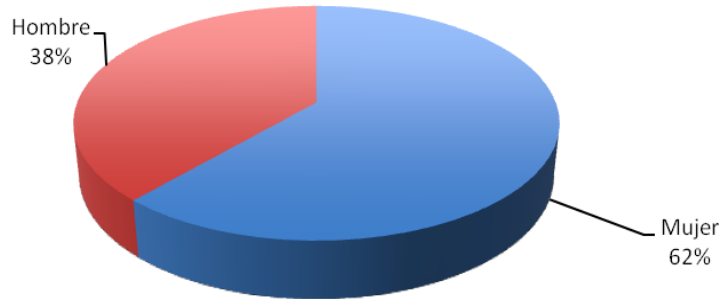
4.3.1 Resultados encuestas a agentes comunitarios (Demanda Cultural)

Las encuestas arrojaron los siguientes resultados:

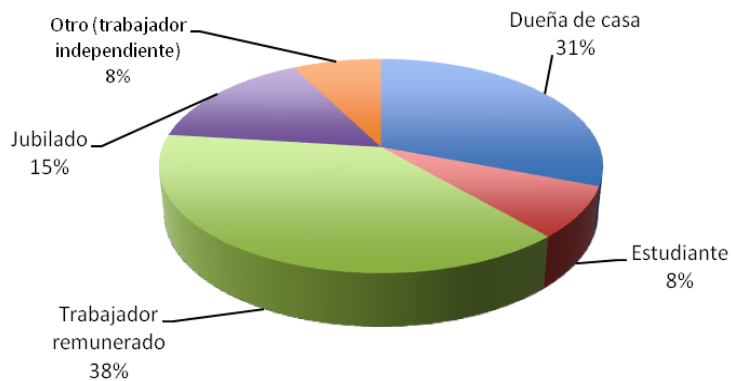
1. Identificación de los representantes de las organizaciones comunitarias de la comuna



Género de los representantes de Organizaciones de la comunidad de Hualqui 2014

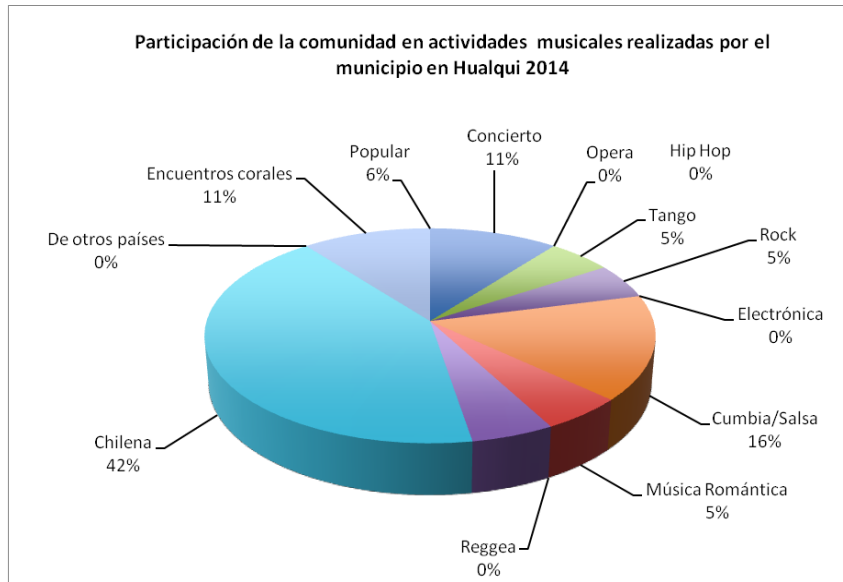


Ocupación de los representantes de Organizaciones de la comunidad de Hualqui 2014

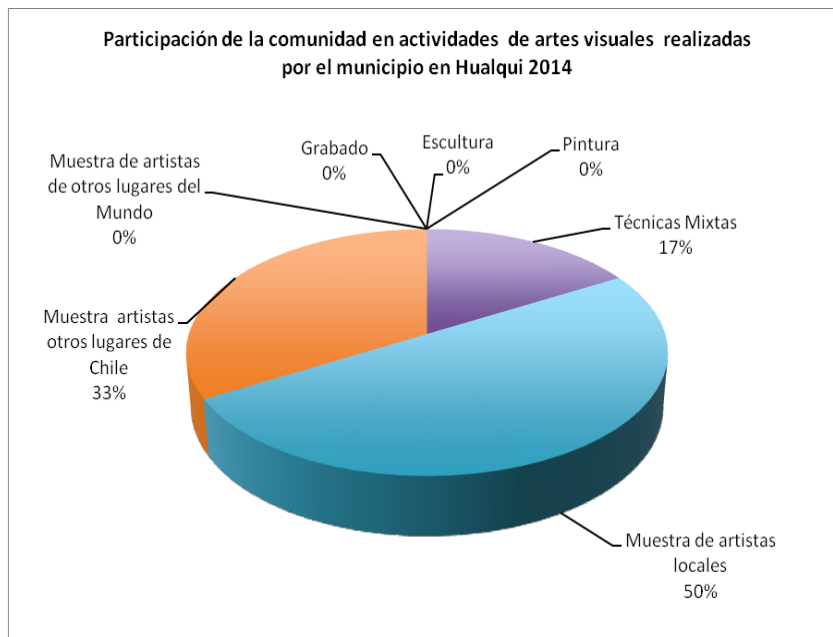


Los representantes de las organizaciones comunitarias entrevistados son en un **46% personas entre 30 y 45 años**; el **62% de ellos son mujeres** y el **38% son trabajadores remunerados, otro 38% son dueñas de casa**, el 15% son jubilados y con (5 están los trabajadores independientes y con otro 8% están los estudiantes (jóvenes).

2. Actividades Culturales en las que ha participado en los dos últimos años



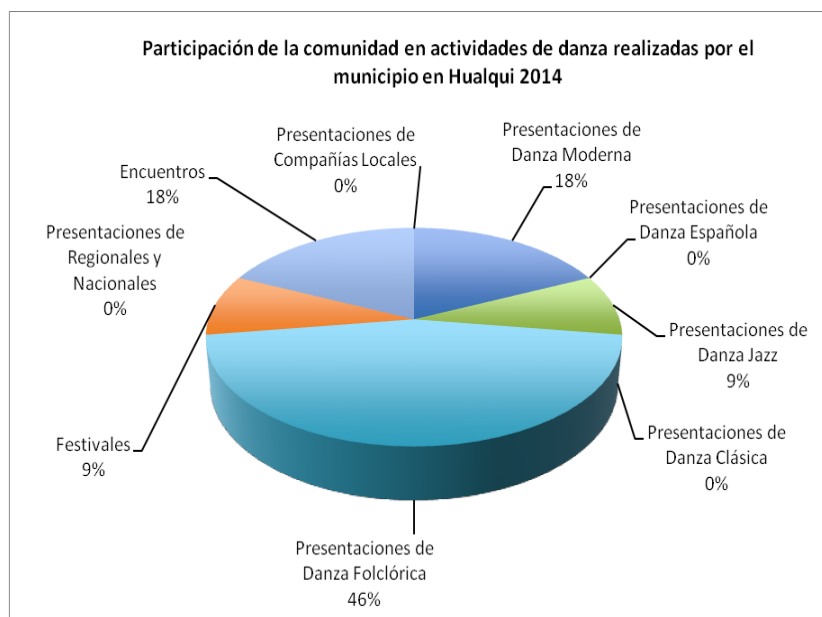
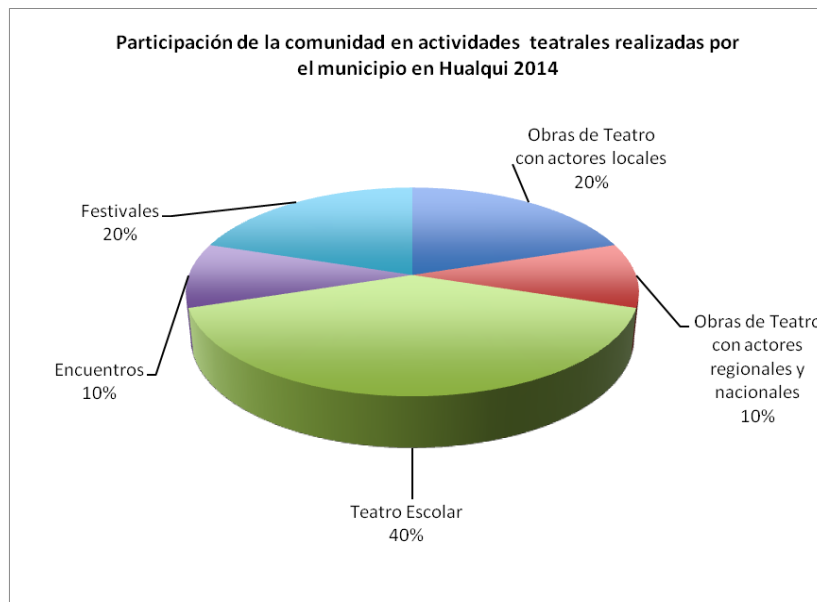
La oferta que han recibido, en el ámbito de la música, es en un 42% música folclórica chilena. El resto de las manifestaciones musicales es menor.



En la oferta de Artes Visuales, el 50% de las actividades son muestras de artsitas visuales locales y otro 33% son exposiciones de artsitas de otros lugares de Chile y también, en un 17% han visto muestras de Técnicas Mixtas.

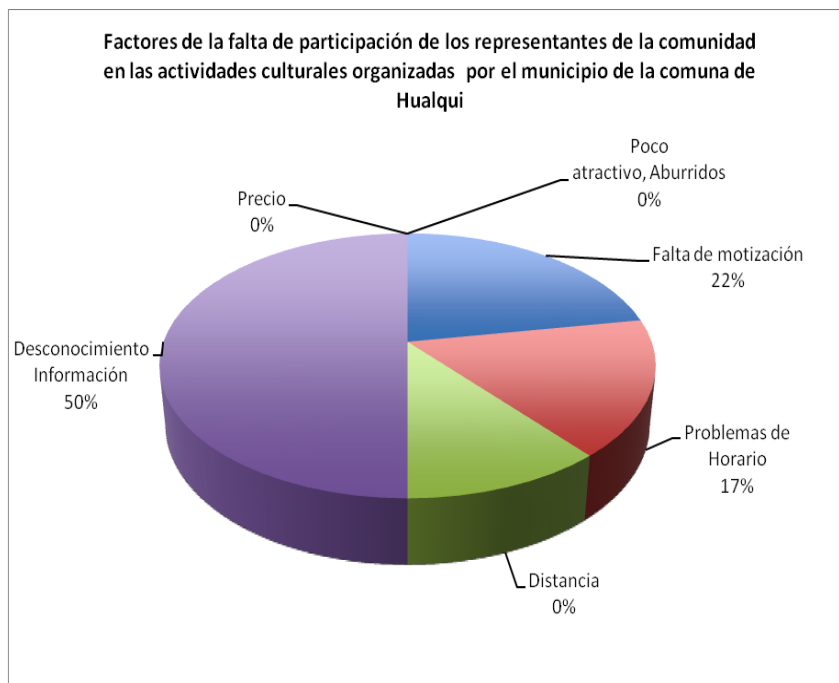
En el campo audiovisual la única oferta son ciclos de cine.

En el ámbito de teatro la oferta se ha concentrado en un 40% en funciones de Teatro Escolar, las obras de teatro con actores locales son parte de la oferta en un 20%, otro 20% son Festivales y con 10% están las obras con actores regionales y nacionales y un último 10% están los encuentros de teatro.



En el área de la danza la oferta se ha concentrado en danzas folclóricas en un 46% y en un 18% se han visto presenysaciones de danza moderna, otro 18% han sido encuentros de danza y las presentaciones de danza jazz y festivales representan un 9% cada una de ellas.

3. Factores de falta de participación en relación con la demanda

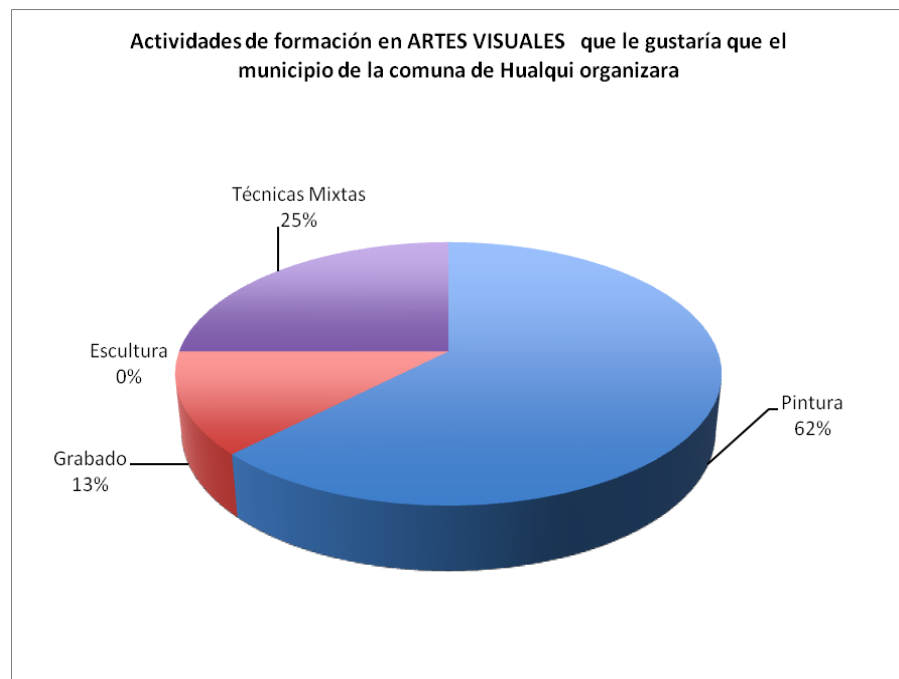
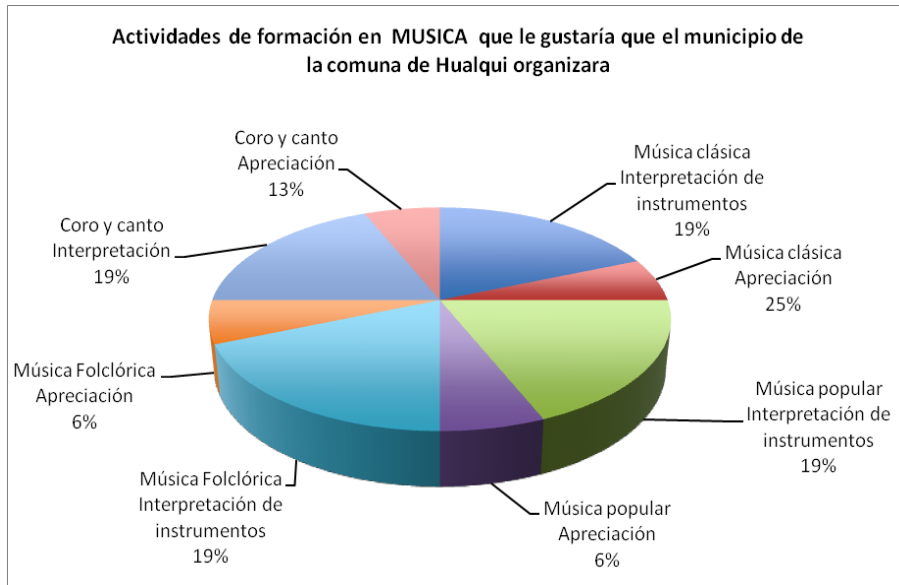


Consultados sobre la falta de participación en las actividades propuestas explicitan en un 50% desconocimiento por falta de información, un 22% por falta de motivación y el último 17% por problemas de horario.

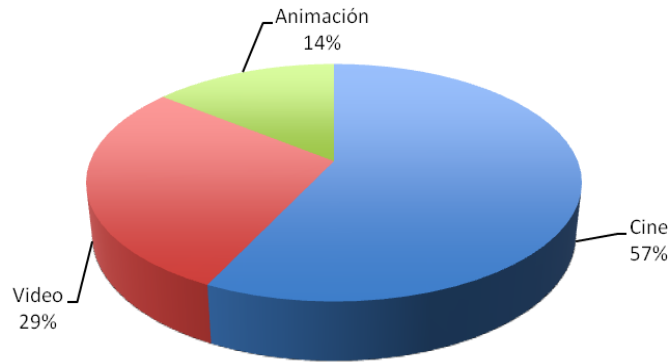
4. Propuestas para una nueva oferta cultural comunal

Consultados sobre que propuestas les gustaría tener indican:

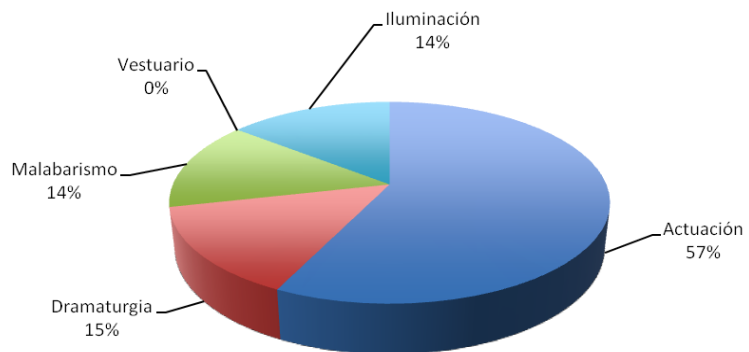
4.1 CURSOS Y TALLERES:



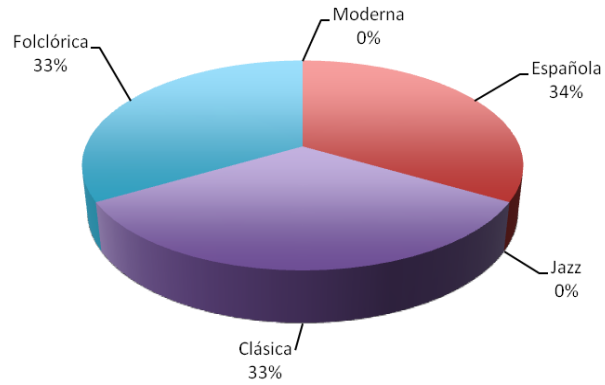
Actividades de formación en ARTES AUDIOVISUALES que le gustaría que el municipio de la comuna de Hualqui organizara



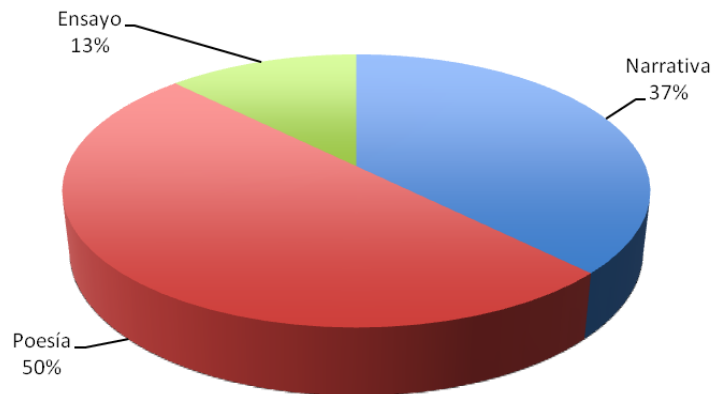
Actividades de formación en TEATRO que le gustaría que el municipio de la comuna de Hualqui organizara

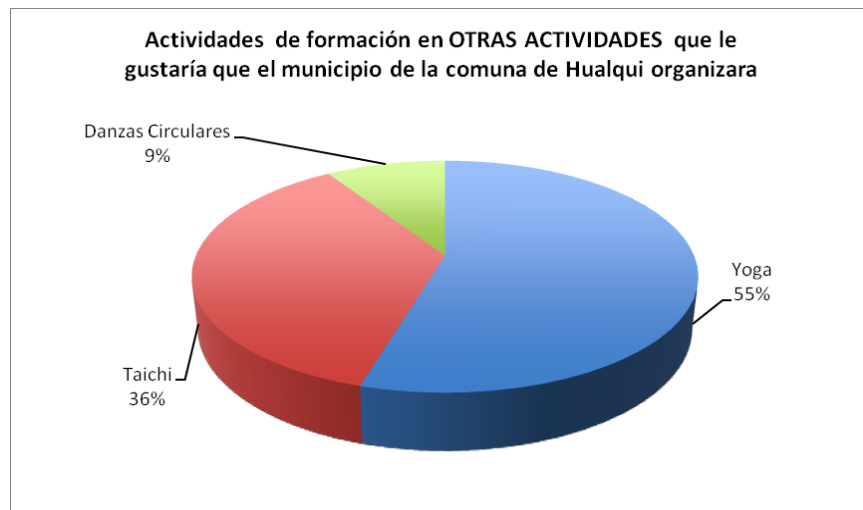
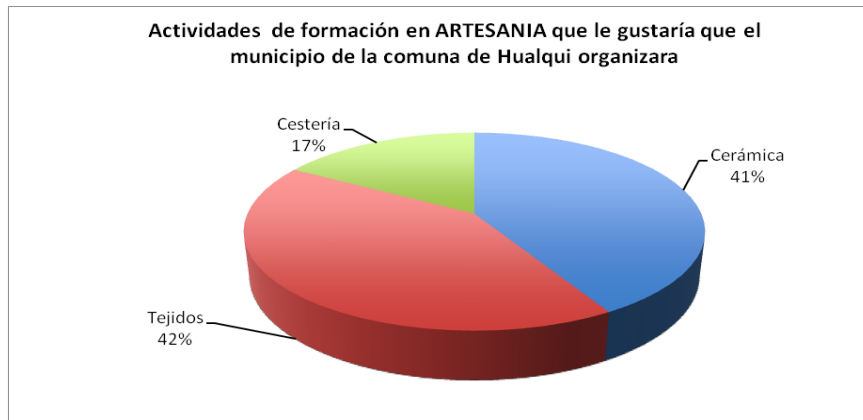


Actividades de formación en DANZA que le gustaría que el municipio de la comuna de Hualqui organizara



Actividades de formación en LITERATURA que le gustaría que el municipio de la comuna de Hualqui organizara



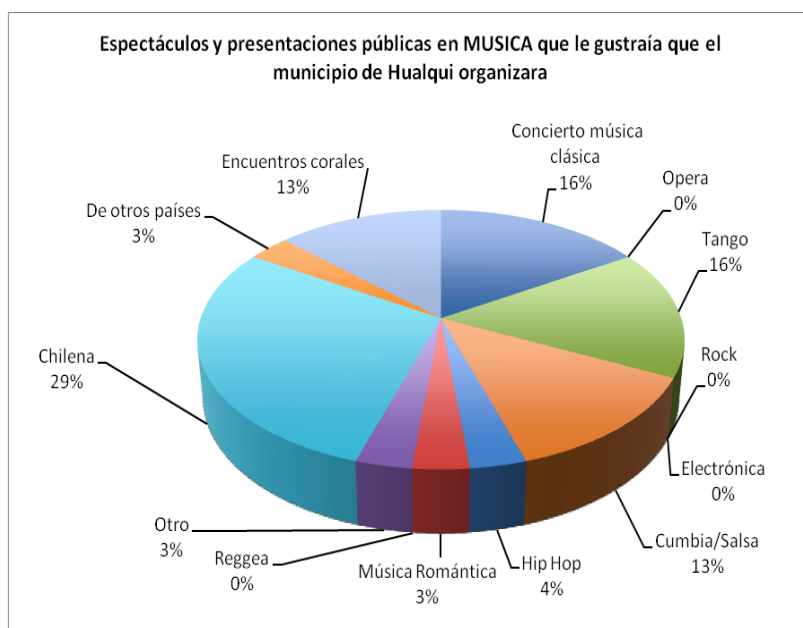


Los agentes sociales de la comuna proponen un conjunto de actividades formativas hoy carentes en la oferta comunal:

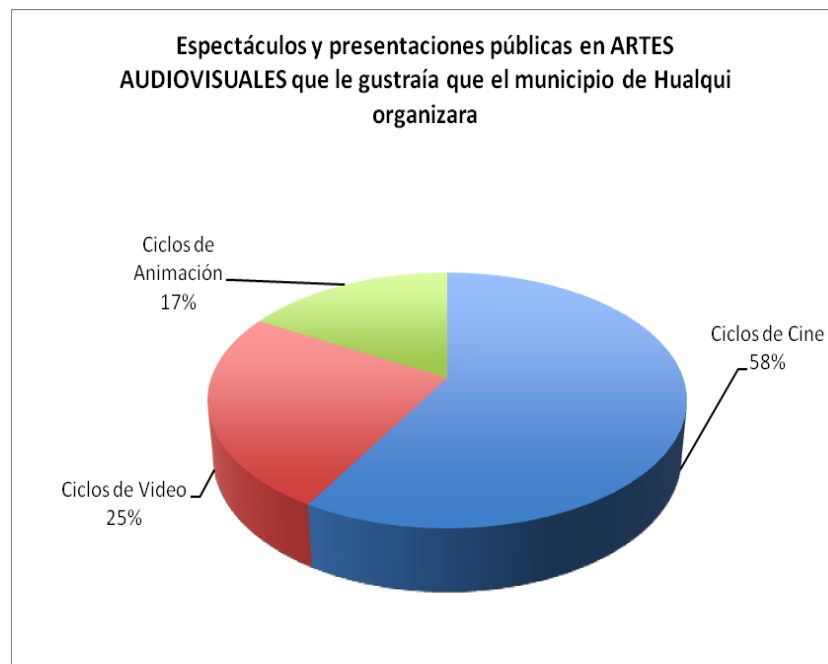
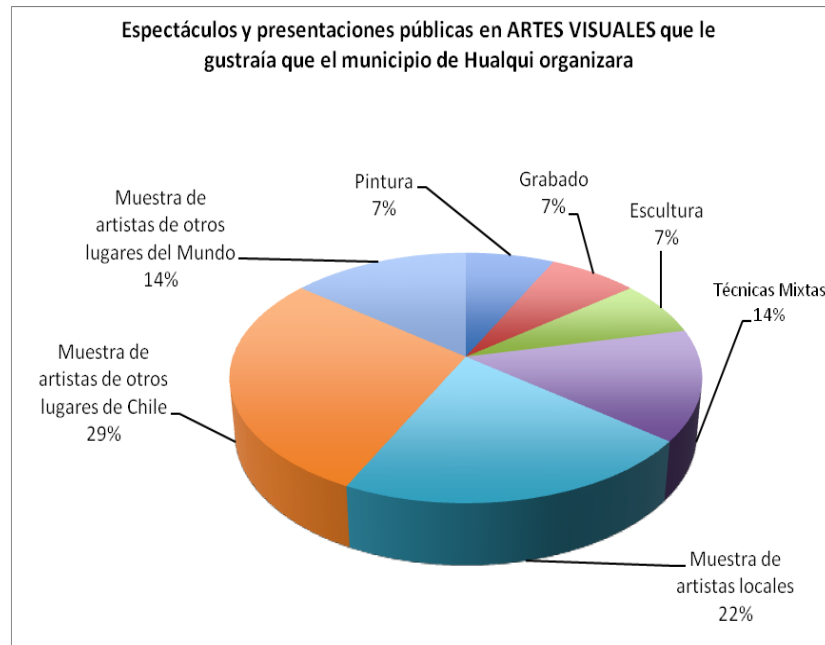
Áreas Artísticas	Modalidad	Sugerencias
Música	Cursos y talleres	1. Música clásica Interpretación de instrumentos
		2. Música clásica Apreciación
		3. Música popular Apreciación
		4. Música Folclórica Interpretación de instrumentos
		5. Coro y canto Apreciación
Artes Visuales		6. Pintura
		7. Grabado
		8. Técnicas mixtas

Áreas Artísticas	Modalidad	Sugerencias
Audiovisual	Cursos y talleres	9. Cine 10. Video 11. Animación
Teatro		12. Actuación 13. Dramaturgia 14. Malabarismo 15. Iluminación
Danza		16. Española 17. Clásica 18. Folclórica
Literatura		19. Narrativa 20. Poesía 21. Ensayo
Artesanía		22. Cerámica 23. Tejidos 24. Cestería
Otras		25. Yoga 26. Taichi 27. Danzas Circulares

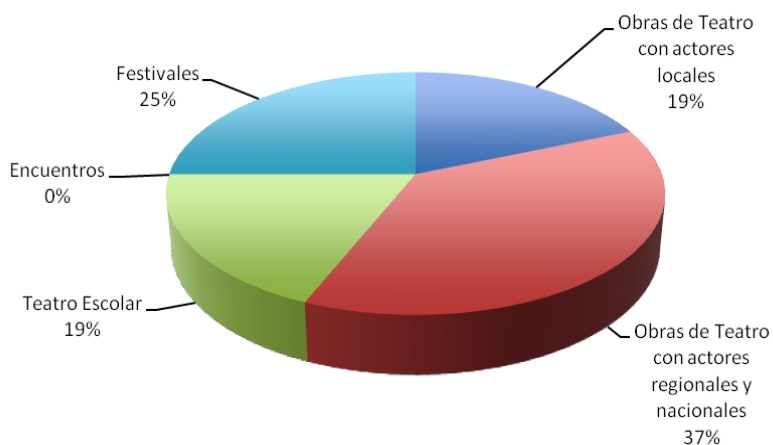
4.2 ESPECTÁCULOS Y PRESENTACIONES PUBLICAS



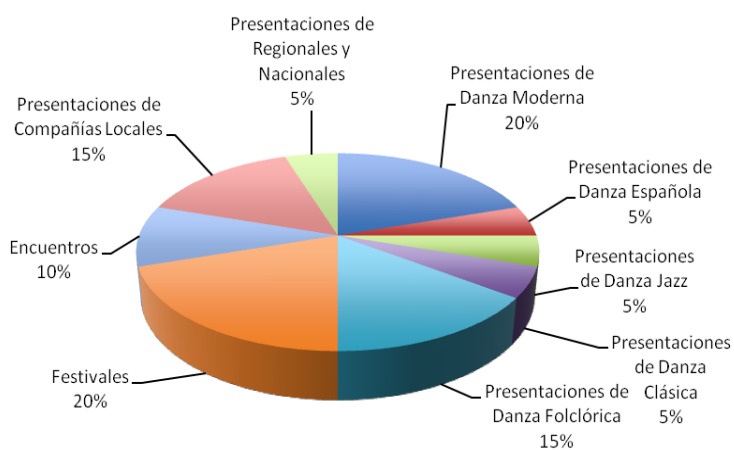
Se plantea que en la actividad coral se quiere en un 100% los encuentros corales.



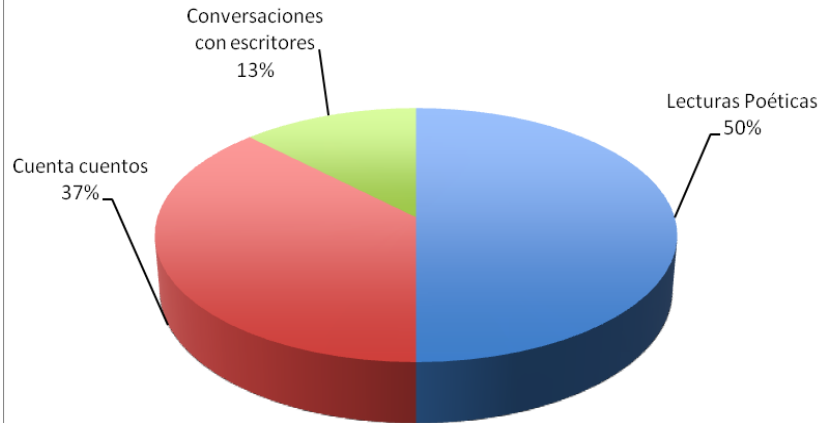
Espectáculos y presentaciones públicas en TEATRO que le gustaría que el municipio de Hualqui organizara



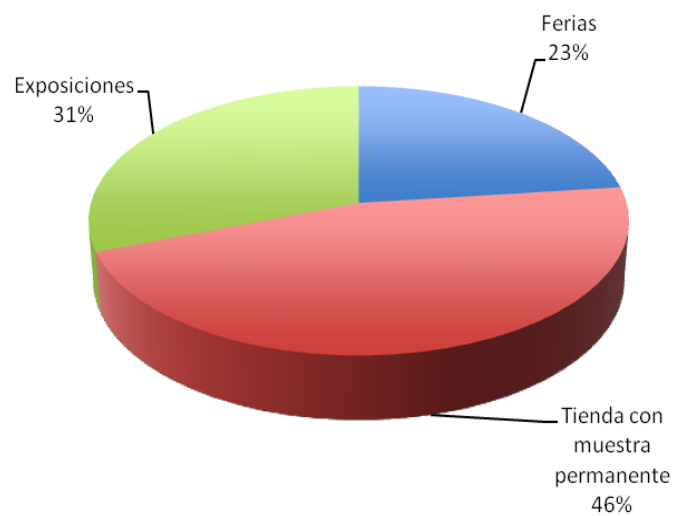
Espectáculos y presentaciones públicas en DANZA que le gustaría que el municipio de Hualqui organizara



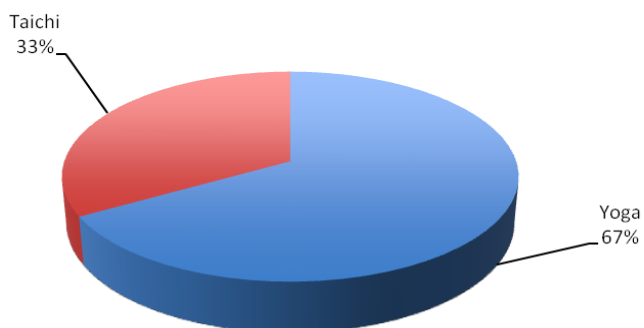
Espectáculos y presentaciones públicas en LITERATURA que le gustaría que el municipio de Hualqui organizara



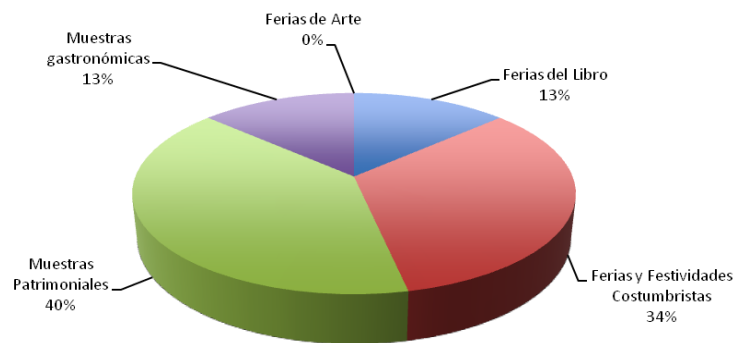
Espectáculos y presentaciones públicas en ARTESANIA que le gustaría que el municipio de Hualqui organizara



Espectáculos y presentaciones públicas de MUESTRAS que le gustaría que el municipio de Hualqui organizara



Espectáculos y presentaciones públicas de FESTIVALES Y FERIAS que le gustaría que el municipio de Hualqui organizara

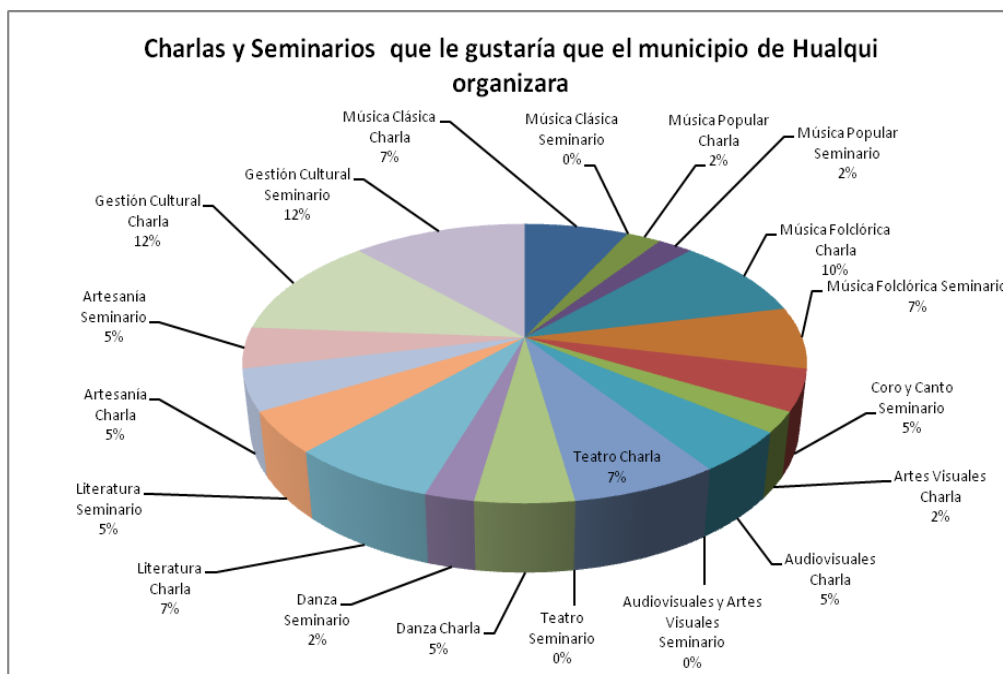


La comunidad propone un conjunto de actividades culturales, en la modalidad de espectáculos y presentaciones públicas, en las cuales les gustaría participar

Áreas Artísticas	Modalidad	Sugerencias
Música	Espectáculos y presentaciones públicas	28. Conciertos de música clásica 29. Presentaciones de Tango 30. Presentaciones de Cumbia/Salsa 31. Presentaciones de Hip Hop 32. Presentaciones de Música Romántica 33. Presentaciones Música Folclórica 34. Presentaciones de Música de otros países 35. Encuentros corales
Artes Visuales		36. Exposiciones de pintura 37. Exposiciones de escultura 38. Exposiciones de grabado 39. Exposiciones de Técnicas Mixtas 40. Muestra de artistas locales 41. Muestra de artistas de otros lugares de Chile 42. Muestra de artistas de otros lugares del Mundo
Audiovisual		43. Ciclos de cine 44. Ciclos de video 45. Ciclos de animación
Teatro		46. Festivales 47. Obras de Teatro con actores locales 48. Obras de Teatro con actores regionales y nacionales 49. Obras de teatro escolar
Danza		50. Presentaciones de Danza Moderna 51. Presentaciones de Danza Clásica 52. Presentaciones de Danza Folclórica 53. Presentaciones de Daza Española 54. Festivales 55. Encuentros 56. Presentaciones de Regionales y Nacionales 57. Presentaciones de Compañías Locales
Literatura		58. Lecturas Poéticas 59. Conversaciones con escritores 60. Cuenta Cuentos
Artesanía		61. Ferias 62. Tienda con muestra permanente 63. Exposiciones
Muestras y Ferias		64. Ferias del Libro 65. Ferias y Festividades Costumbristas 66. Muestras Patrimoniales 67. Muestras gastronómicas
Otras actividades		68. Yoga 69. Taichi

4.3 CHARLAS Y SEMINARIOS

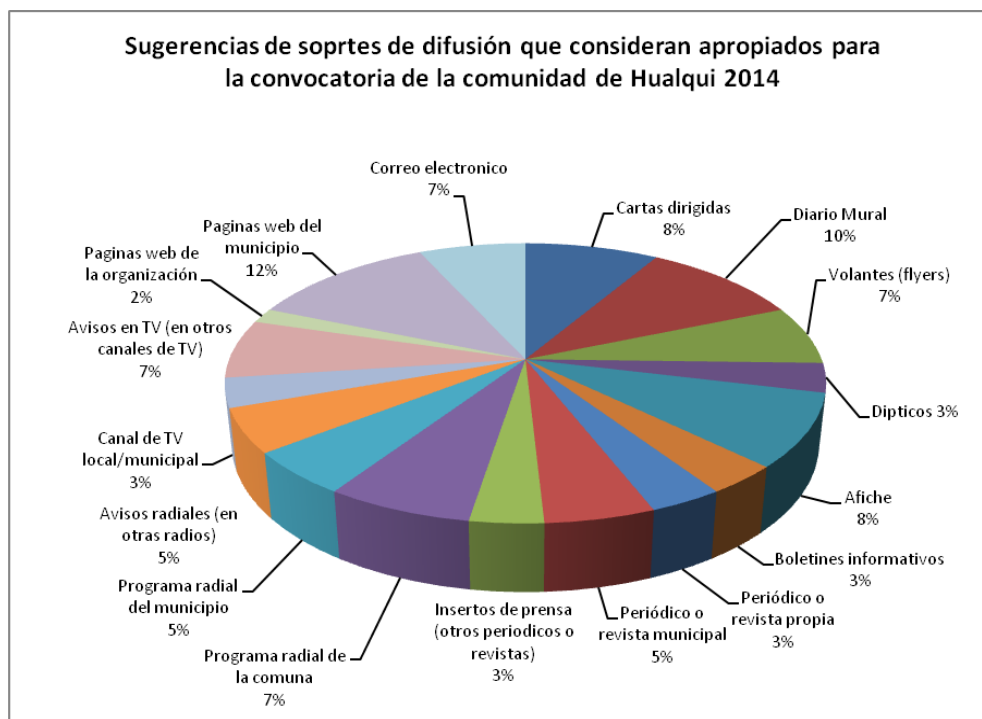
Sobre la modalidad de otras actividades formativas relevantes, en formato de charlas y seminarios dictados por expertos, propusieron lo siguiente:



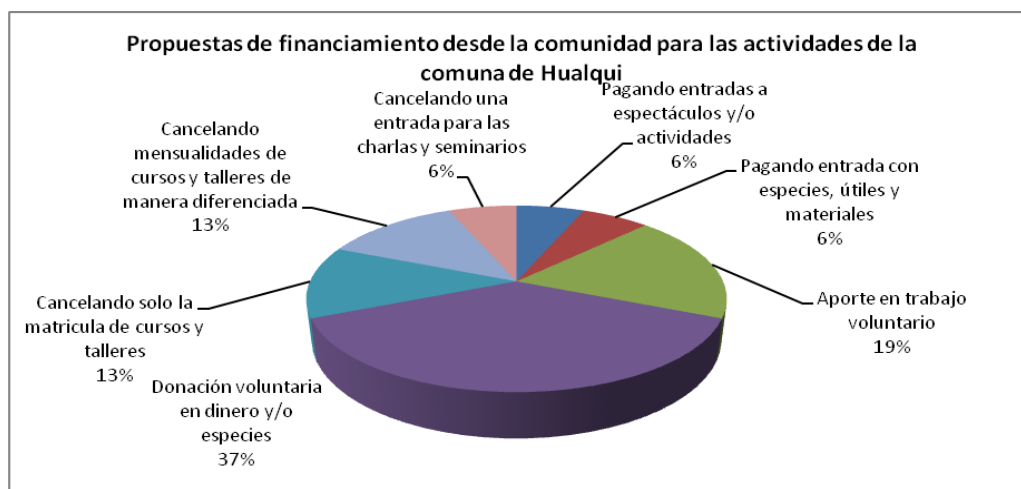
Áreas Artísticas	Modalidad	Sugerencias
Música	Charlas y Seminarios	70. Música Clásica, Charla
		71. Música Popular, Charla
		72. Música Popular, Seminario
		73. Música Folclórica, Charla
		74. Música Folclórica, Seminario
		75. Coro y Canto, Seminario
Artes Visuales		76. Artes Visuales, Charla
Audiovisual		77. Producción Audiovisual, Charla
Teatro		78. Teatro, Charla
Danza		79. Danza, Charla
		80. Danza, Seminario
Literatura		81. Literatura, Charla
		82. Literatura, Seminario
Artesanía		83. Artesanía, Charla
		84. Artesanía, Seminario
Gestión Cultural		85. Gestión Cultural, Charla
	86. Gestión Cultural, Seminario	

4.4 MEDIOS DE DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES

Sobre los medios de difusión que consideraban más eficientes para una buena comunicación con la comunidad sugirieron lo siguiente:



4.5 MODALIDADES DE FINANCIAMIENTO QUE ESTARÍA DISPUESTO A USAR



Sobre nuevas modalidades de financiamiento que los agentes estuvieran dispuestos a usar, indicaron que usarían las siguientes modalidades:

Pagando entradas a espectáculos y/o actividades	Pagando entrada con especies, útiles y materiales	Aporte en trabajo voluntario	Donación voluntaria en dinero y/o especies	Cancelando solo la matrícula de cursos y talleres	Cancelando valor completo de las mensualidades de cursos y talleres	Cancelando mensualidades de cursos y talleres de manera diferenciada	Cancelando una entrada para las charlas y seminarios
---	---	------------------------------	--	---	---	--	--

4.4.2 Resultados Encuentros con la comunidad con metodología de Espacio Abierto (Demanda Cultural)

Los ejes propuestos para la discusión fueron los siguientes:

- ARTES (Creación y Difusión de las Artes)
- PATRIMONIO (Conservación y Difusión del Patrimonio)
- PARTICIPACIÓN CIUDADANA y GESTIÓN CULTURAL (Desarrollo Cultural, Descentralización y Participación, formación de audiencias, entre otras dimensiones).

Constituyendo 3 mesas de trabajo donde los participantes se inscribieron libremente:

- **Mesa ARTES:** Temas propuestos para abordar:
 - a) Fomento: referido a políticas de incentivo, promoción y desarrollo de las distintas áreas artísticas con proyectos y programas.
 - b) Difusión: desarrollo de instrumentos, medidas y acciones para la información y comunicación necesarias para el desarrollo del sector, (comunicación entre y hacia la ciudadanía, y hacia organismos públicos y privados).
 - b) Financiamiento: medidas que generen, articulen y perfeccionen las fuentes y mecanismos de financiamiento de la cultura. (participación de privados; cooperación internacional; voluntariado cultural; recaudación de fondos para el desarrollo de bienes culturales).

- **Mesa PATRIMONIO:** Temáticas sugeridas:
 - a) Fomento: políticas de incentivo, promoción y desarrollo del Patrimonio Cultural, (proyectos y acciones programáticas; herramientas legislativas y tributarias).
 - b) Conservación: referido a acciones tendientes a evitar o disminuir el avance del deterioro de inmuebles, proteger los bienes culturales a través de tratamientos practicados sobre los objetos o bien indirecta o preventivamente.
 - c) Investigación: acciones destinadas a obtener la información necesaria para el desarrollo de la cultura, las artes, el patrimonio. (estudios, análisis, catastros y diagnósticos sobre materias culturales).

- **Mesa PARTICIPACIÓN CUIDADANA y GESTION CULTURAL:** temas propuestos:
 1. Formación de los artistas y gestores culturales: crear medidas de formación y perfeccionamiento de los recursos creativos involucrados en el desarrollo cultural.
 2. Gestión e infraestructura cultural: creación, gestión y desarrollo de centros culturales, teatros, bibliotecas, museos o espacios multiusos. (incentivos a la inversión; implementación de planes de gestión; redes de espacios culturales y autogestión).
 - c) Desarrollo de audiencias: El público son los receptores del mensaje artístico, el que es impactado por la música, las artes visuales, de la representación u otras que están asociadas a espacios u organizaciones culturales permanentes, (formación de audiencias; estudios sobre hábitos de consumo cultural; difusión de la oferta cultural).
 3. Descentralización: proceso que procura conseguir, mediante diversas herramientas y acciones, un desarrollo cultural equitativo y armónico en el territorio. (mayor acceso a los bienes; políticas de cooperación entre los agentes locales; fortalecer la participación; redes y circuitos de gestores, de organizaciones y de espacios).

Las propuestas, sugerencias y observaciones realizadas por la comunidad, en los espacios ciudadanos, se ordenaron en los mismos ámbitos de la discusión: Fomento a las Artes, Patrimonio, y Participación Ciudadana y Gestión Cultural, y las propuestas jerarquizadas y revisadas por los participantes fueron las siguientes:

Área	Propuestas
Artes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear en Centro Cultural en la comuna, infraestructura que acoja las distintas manifestaciones culturales y tenga una oferta permanente para la comunidad. 2. Generar instancias para capacitar en gestión, producción cultural y proyectos para optar a financiamientos culturales. 3. Crear un programa permanente de asesoría en materia cultural para la comunidad de Hualqui. 4. Contar con una oferta permanente y con distintas manifestaciones, más diversa que la actual. 5. Desarrollar iniciativas conjuntas con la Radio Comunitaria. 6. Crear una oficina de información cultural y turística en el centro de la comuna. 7. Crear redes y asociatividad con otras comunas que permita el intercambio cultural. 8. Implementar un programa de educación artística en los establecimientos educacionales y donde participen los agentes culturales comunales. 9. Fortalecer la Mesa de Cultural comunal, incorporando a los distintos agentes culturales. 10. Generar un programa de cine enfocado especialmente a los jóvenes.
Patrimonio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el patrimonio cultural local, material, inmaterial y natural de la comuna. 2. Crear un programa que rescate las tradiciones de la comuna que incorpore los recursos naturales y que cree un circuito de vistas turísticas como rutas patrimoniales. 3. Articular el Plan de Patrimonio con el Plan Regulador comunal. 4. Crear un Museo que rescate el patrimonio local y lo difunda. 5. Asesoría en gestión de recursos para el patrimonio local y mayor difusión de las fuentes de financiamiento existentes. 6. Desarrollar señalética dentro de la comuna que permita a los vecinos y a los turistas conocer la comuna y generar circuitos turísticos con gigantografías en lugares claves de la comuna y folletos informativos.

Área	Propuestas
Participación de las personas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear espacios de ensayos y muestras de las actividades que organizan los agentes culturales locales. 2. Generar actividades culturales que incorporen a los distintos grupos de la comunidad, pensando en los intereses de los grupos. 3. Implementar un programa de talleres y cursos en las distintas áreas artísticas. 4. Realizar una Feria con productos agrícolas. 5. Mejorar la seguridad ciudadana. 6. Crear instancias permanentes de participación ciudadana para recoger las propuestas de la comunidad. 7. Desarrollar las Fiestas Tradicionales en los distintos sectores de la comuna. 8. Crear un espacio, infraestructura, que cobije las distintas actividades en especial con cursos de artesanía. 9. Mejorar los canales de comunicación con la comunidad y con los distintos sectores del territorio.

4.5. CONCLUSIÓN GENERAL DEL DIAGNÓSTICO CULTURAL

Como conclusión general de esta etapa de la Asesoría, en la comuna de **Hualqui**, se puede informar que se ha concluido la etapa de Diagnóstico, que contemplaba dos dimensiones: el Diagnóstico Territorial y el Cultural. Sobre ello se puede informar que se ha cumplido con las fases diseñadas para ello.

Según los actores locales, la **oferta cultural** se centra en el campo de la Música, especialmente la folclórica y en la Artesanía, también la Danza tiene un espacio destacado y que también es folclórica, las áreas de la Música Clásica, Audiovisual y Teatro no tienen oferta en la comuna. Plantean que el público objetivo al cual destinan sus actividades los Agentes Culturales corresponde al tramo atareo de jóvenes y niños, pero la oferta no da cuenta de una propuesta cultural para los intereses de esos grupos etarios. En general, los agentes locales tienen una capacidad baja para planificar su trabajo cultural cuando no focalizan hacia distintas audiencias su quehacer y donde la oferta es reducida en diversidad de las distintas áreas artísticas. A esto se suma, que no cuentan con infraestructura especializada para crear y difundir sus propuestas (los medios de difusión más utilizados son Facebook y personalmente, tienen también, una baja dotación de equipamiento y que además se sustentan principalmente de financiamiento

proveniente de fondos municipales y en menor medida de fondos públicos que no son constantes. Este diagnóstico nos refleja que el desarrollo artístico- cultural de la comuna es precario en su composición y si bien es visible para su comunidad no lo es para el resto de la zona del Gran Concepción, lo que dificulta la atracción de turistas, ámbito que pretende potenciar el municipio a través de su actualización de Plan de Desarrollo Comunal.

Como síntesis de la **Cadena de Valor**, se puede afirmar que es precaria ya que se han definido los eslabones pero estos no se potencian entre sí. En el ámbito de la Formación no hay oferta definida y estable. El segmento de la Creación si bien tiene una oferta ésta es reducida en diversidad y no es todo lo visible que requiere la comunidad y por ende el consumo de los productos es bajo y el financiamiento en este campo proviene, en su mayoría, de fondos municipales y concursos públicos culturales, que entregan recursos puntuales a proyectos específicos. Respecto de la Producción de actividades relacionadas con su desarrollo artístico-cultural ellos optan por la autogestión, que si bien es una fortaleza, se transforma en una debilidad al tener bajos niveles de asociatividad entre las organizaciones locales, lo que dificulta aún más la visibilización que requieren. La Distribución de sus creaciones está sujeta a una difusión poco focalizada, basada en la utilización del Facebook y en la modalidad de voz a voz que resulta poco efectiva. Los Servicios que requieren las actividades que realizan los agentes culturales deben ser trasladados desde otras localidades, ya que en la comuna no cuenta con la dotación de equipamientos especializados para las diversas áreas del desarrollo cultural. Al no contar con servicios técnicos en la comuna los costos de cada actividad, por muy simple, se acrecientan. El último eslabón de la cadena de valor es la Divulgación y Crítica, en este punto se puede afirmar que la comuna no cuenta con medios de comunicación especializados en temas culturales, ni profesionales en el área lo que no permite una retroalimentación entre la oferta y la demanda cultural local.

Para definir la **demandas culturales** de la comuna se realizaron reuniones de trabajo, se aplicaron encuestas y se desarrollaron jornadas comunitarias para recoger las propuestas y sugerencias de la comunidad, donde se propusieron iniciativas en el campo de *fomento a las artes*, como la formación de sensibilización de la comunidad a través de la implementación de múltiples talleres artísticos; crear espacios (charlas y seminarios) para la revalorización del patrimonio artístico local y un programa de capacitación para mejorar las competencias en el área de la gestión cultural.

En el área de *patrimonio cultural*, la comunidad requiere desarrollar un plan que articule la oferta cultural con su patrimonio local y así establecer circuitos culturales que visibilicen las potencialidades de la comuna y además que conecten a la comuna con circuitos patrimoniales y turísticos del Gran Concepción. Dándole énfasis a la conservación, protección y valorización de patrimonio local, cultural y natural.



Plan Municipal de Cultura de Hualqui

Moira Délano Urrutia
CULTURA Y ARTE
ASESORÍAS Y PROYECTOS INTEGRALES

En las reflexiones respecto del área de la *Participación Ciudadana y Gestión Cultural*, los agentes culturales afirman la necesidad de contar con una infraestructura, un Centro Cultural que integre, tanto las ofertas culturales locales, incluidas las propuestas de los jóvenes y que articule la asociatividad que requiere la comunidad artística cultural para potenciar sus recursos locales.

En síntesis, la asesoría propone crear 3 ejes estratégicos de acción, los que deben guiar la elaboración del Plan Municipal de Cultura durante el 2015 y 2019, el que deberá ser integrado al PLADECO actual. Estas son: 1. Fomento de las Artes, 2. Patrimonio Cultural y 3. Participación Ciudadana y Gestión Cultural. Estos lineamientos permitirán la coherencia entre el diagnóstico cultural, la demanda cultural y la planificación de las actividades que el municipio deberá ejecutar en el próximo periodo.

La comunidad de Halqui, y también sus autoridades, tienen altas expectativas del futuro Plan Municipal de Cultura y para el cual proponen un conjunto de acciones, entre ellas una nueva oferta cultural, que les permitirá llevar adelante la nueva misión que quieren emprender y que es articular lo cultural con lo turístico, buscando consolidar una nueva vocación comunal.

05

Plan de Cultura Municipal COMUNA DE HUALQUI 2015-2019 Contexto y Definiciones

5.1 . PLAN DE CULTURA MUNICIPAL DE HUALQUI 2015-2019, CONTEXTO Y DEFINICIONES

El presente Plan Municipal de Cultura de Hualqui, ha sido elaborado gracias al apoyo y gestión del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes entre los meses de agosto y noviembre de 2014, y tiene como finalidad ser incorporado a las líneas estratégicas del PLADECO en la gestión municipal durante los próximos 5 años, entre el 2015 y el 2019.

En el desarrollo de este proceso participaron integrantes de la mesa técnica, designados por el propio alcalde Sr. Ricardo Fuentes Palma, funcionarios de Secplan, Administración Municipal, Dideco, Unidad de Cultura, comunicaciones, la comunidad cultural y el equipo asesor asignado para liderar este proceso.

A continuación, se detallan las acciones a desarrollar con la inversión estimada para su ejecución:

5.1.1.Principios orientadores

Según lo establecido en el PLADECO, el concepto que mejor identifica a **Hualqui** en la conciencia de sus habitantes se expresa de la siguiente manera:

“Hualqui una comuna que mira sus ríos, reconociendo e integrando la diversidad de su territorio y de su gente, que basa su desarrollo en sus riquezas naturales y en la calidez de su gente que acogen al visitante en un ambiente limpio y seguro”.

Lo anterior, da orientación a 10 Principios que ayudarán a guiar la Gestión Cultural Municipal durante los próximos 5 años:

1. Realzar la identidad y diversidad cultural local.
2. Crear programas e instancias para la expresión Cultural local.
3. Crear hábitos para hacer cultura y formación del espíritu reflexivo y crítico.
4. Preservar, conservar, difundir el patrimonio cultural y rescate histórico de la comuna.
5. Acceso al arte, bienes culturales y tecnológicos existentes.
6. Descentralizar la política y desarrollo cultural hacia todo el territorio.
7. Insertar nuestra oferta cultural en el mundo artístico regional y nacional.
8. Generar intercambios culturales con otros territorios a nivel regional, nacional e internacional
9. Participación activa y democrática en mesas de trabajo junto a la comunidad cultural.
10. Cumplir un rol de compromiso inalterable, prioritario de parte del municipio.

5.1.2. Visión

“HUALQUI, CUNA CULTURAL E HISTORICA DE LA REGION”

5.1.3. Misión

“SER RECONOCIDOS COMO LA REPUBLICA INDEPENDIENTE, COMUNA DONDE REPOSA EL BIOBIO, SU HISTORIA, CULTURA, GASTRONOMIA, NATURALEZA Y TRANQUILIDAD, PATRIMONIO REGIONAL Y TURISTICO JUNTO A SU GENTE”

5.1.4. Objetivos

Los objetivos a lograr con la Gestión Cultural Municipal serán:

a. **Objetivo General.**

Fortalecer y posicionar la identidad local de la comuna de Hualqui, con nuevos programas y acciones de gestión, creación, formación y difusión artístico-cultural, a través de las distintas disciplinas y expresiones culturales, facilitando el acceso a toda su comunidad.

b. **Objetivos Específicos.**

- ❖ Crear programas con variados contenidos artísticos culturales que permitan el acceso y participación de todas las audiencias en las distintas edades, logrando valorar el esfuerzo y creatividad del desarrollo cultural local.

- ❖ Generar acciones que impulsen el desarrollo y participación de toda la oferta artística existente en programas culturales de la comuna que permitan fortalecer la identidad local, con acceso a los bienes, servicios y tecnología disponibles tanto en la organización gubernamental como las sociales de la comuna.
- ❖ Realizar una programación artística anual con la participación de toda la oferta artística y cultural existente en la comuna, de libre acceso para toda la comunidad y localidades aledañas, generando instancias para el hábito de hacer cultura, espíritu reflexivo y crítico.
- ❖ Generar alianzas con organismos e instituciones de carácter público - privado, local, regional, nacional, y porque no, internacional, para fomentar el desarrollo artístico cultural local, logrando intercambios que permitan adquirir conocimiento de otras manifestaciones culturales y acceder a la generación de nuevos espacios.
- ❖ Crear políticas de promoción y difusión de toda la oferta artística y cultural existente e insertarlas en las distintas plataformas disponibles, ya sea, sociales, gubernamentales, público – privadas, etc.
- ❖ Generar planes y acciones de financiamiento que permitan sustentar económicamente las acciones contempladas en este Plan Municipal de Cultura.

5.1.5. Lineamientos Estratégicos

Los Lineamientos Estratégicos de la Gestión Cultural Municipal serán:

❖ **Formación Artística y Cultural:**

Realizar un levantamiento en los distintos sectores de la comuna e identificar aquellas disciplinas artísticas culturales para crear y desarrollar actividades formativas con programas liderados por la propia municipalidad.

❖ **Identidad, Diversidad y Patrimonio:**

Fortalecer la identidad propia de la comuna, rica en historia, costumbres y tradiciones con su diversidad cultural, destinando los recursos necesarios para las distintas formas creativas de participación junto a la comunidad.

❖ **Formación de Audiencias:**

Crear y desarrollar actividades de buen nivel que permitan satisfacer y sensibilizar la demanda cultural, alcanzando un gran impacto de la gestión hacia las nuevas audiencias, fidelizando con todo tipo de público.

❖ **Planificación y Gestión:**

Implementar nuevas políticas para hacer cultura, junto a un programa anual desarrollado por la Unidad de Cultura, gestionando y administrando directamente los recursos materiales disponibles, respaldados por el alcalde de la comuna quien garantizará el desarrollo y sustentabilidad de los planes, programas y proyectos diseñados desde el municipio.

5.1.6. **Tipos de públicos relevantes para el desarrollo de este Plan Cultural**

El público objetivo del Plan Municipal de Cultura 2015-2019 será la población de Hualqui y Provincia de Concepción, incluyendo a turistas nacionales y extranjeros que visitan nuestra zona.

- ❖ **Público Directo:** Es toda la Población de la **Comuna de Hualqui y Provincia de Concepción.**

La proyección de la población en Hualqui, según información obtenida de Secplan es:

Proyección Habitantes Comuna de Hualqui	Año
19.073	2000
20.660	2005
22.244	2010
23.852	2015
25.420	2020

La proyección provincial de la población en Concepción indica un aumento de los habitantes en el territorio.

Proyección Habitantes Provincia de Concepción	Año
932.916	2000
973.225	2005
1.012.500	2010
1.049.589	2015
1.083.128	2020

- ❖ **Públicos externos:** Son los turistas nacionales y extranjeros; según información del INE 2013, los turistas que visitaron la **Provincia de Concepción**, se desglosa de la siguiente manera:

Turistas Nacionales	8.678 llegados de la Región Metropolitana (57,4%) y de la Región del Biobío (21,4%)
Turistas Internacionales	1732 turistas extranjeros, de los cuales el 62,4% declararon ser de América, preferentemente de Brasil y Argentina, y el 30,6% de Europa, mayoritariamente de Italia y España.

El definir el público objetivo nos permitirá identificarlos para establecer una estrategia de fidelización y lograr:

- Fortalecer la fidelidad con la comuna.
- Interés de visitar la comuna y/o participación del público.

Es importante considerar que el público objetivo, responderá a clasificaciones que nos permitirán dirigir todos nuestros esfuerzos para tratarlos y cautivarlos en su visita.

1. PÚBLICO POTENCIAL:

El público potencial es aquel que nunca a participado de las actividades culturales, y tal vez, pueda sentirse atraído por lo que se pueda realizar en la comuna. A ellos se les considera potencial, ya que, la oferta cultural existente y/o infraestructura, puede ser de poco interés para este público.

2. PÚBLICO OCASIONAL:

El público ocasional es aquel público que asiste de forma irregular a los espectáculos artísticos de la comuna, y está sujeto a sus emociones, gustos e intereses. Este tipo de público se caracteriza por seguir las masas y expresa cierto interés gracias a la difusión en los distintos medios de comunicación que se utilizan para promover la actividad, pero no responde a ningún hábito de consumo.

3. PÚBLICO ACTIVO:

El público activo es aquel que asiste en forma regular a las actividades que se desarrollan, manteniendo un compromiso fiel de participación, identidad y satisfacción frente a los espectáculos culturales ofrecidos. Este tipo de público resulta ser un excelente promotor de las acciones que se desarrollan, invita y motiva a través del uso del teléfono, redes sociales, correo electrónico, facebook o twitter; generando una gran cadena de comentarios “boca a boca”.

4. PÚBLICO FIEL:

Este público con una estrecha relación, muy cercano que se identifica y emociona, con un alto compromiso hacia el resto de los públicos. Por tanto, son fieles asistentes a las actividades que se desarrollan; promotores y difusores del quehacer cultural, al punto de generar grupos de interés, club de amigos, etc.

06

Plan de Cultura Municipal COMUNA DE HUALQUI 2015-2019 Planificación

6.1 PLAN DE CULTURA MUNICIPAL DE HUALQUI 2015-2019, PLANIFICACIÓN

La planificación de las acciones concretas del Plan Municipal de Cultura 2015-2019 fue realizada por el equipo municipal y como resultado del trabajo desarrollado por la Asesoría del Programa Red Cultura del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes 2014, incorporando las actividades tradicionales de la comuna como también las demandadas y propuestas por la comunidad durante el proceso de desarrollo del Plan. El resultado final de la propuesta, relaciona de manera lógica las Líneas Estratégicas definidas y descritas previamente con los Objetivos Estratégicos trazados, asociándolos a programas y proyectos concretos, los que se traducen en acciones determinadas, las que están dirigidas a un público objetivo concreto y que involucra una inversión estimada para su concreción, la que a continuación se detalla:

6.1.1 Planificación 2015-2019

Lineamientos Estratégicos	Objetivos	Proyectos y programas	Acciones	Público Objetivo	Inversión \$
FORMACION ARTÍSTICA Y CULTURAL	<p>Descubrir aquellos talentos existentes en nuestra comuna, para motivarlos y proyectarlos artísticamente en su desarrollo y formación, facilitando los recursos y herramientas para su adecuada formación.</p>	<p>Generar proyectos para fortalecer la formación artística para actores y elencos existentes.</p>	<p>1 Realizar un catastro de talentos artísticos que existan en las distintas organizaciones sociales, educación, deportivas, religiosas, etc. 2 Realizar gestiones de financiamiento para nuevos proyectos y programas culturales. 3 Generar los espacios necesarios para el desarrollo de formación y ensayos artísticos. 4 Gestionar acceso al equipamiento técnico existente para ensayos y distintas presentaciones. 5 Generar instancias para el desarrollo de presentaciones públicas en la comuna. Realizar campaña de difusión para atraer e integrar a nuevos talentos artísticos culturales. 6 Generar proyectos para obtener las condiciones necesarias de participación y desarrollo en la formación artística. 7 Formalizar y apoyar la Mesa de la Cultura. Orientar y asesorar a las nuevas organizaciones culturales en la formalización jurídica.</p>	<p>Distintos actores y gestores artísticos culturales de la comuna (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores).</p>	\$10.800.000
	<p>Generar proyectos artísticos creativos que permitan ampliar la variedad artística local.</p>				<p>1 Desarrollar concursos para proyectos artísticos en distintas disciplinas en todo el territorio. 2 Apoyar programas de presentación artística cultural. 3 Producción artística.</p>

Lineamientos Estratégicos	Objetivos	Proyectos y programas	Acciones	Público Objetivo	Inversión \$
FORMACION ARTÍSTICA Y CULTURAL	Fortalecer y orientar la formación artístico y cultural mediante programas sistemáticos.	Generar proyectos para el financiamiento de acciones a desarrollar en cualquier disciplina artística.	1 Entrega de subvenciones. 2 Cursos 4 Talleres 5 Charlas 6 Seminarios 7 Pasantías	Distintos actores y gestores artísticos culturales de la comuna (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores).	\$ 6.054.000
	Crear instancias de participación en actividades artísticas culturales que se desarrollen en la comuna.	Programas para el desarrollo de actividades artísticas los cuales permitan mostrar los logros alcanzados.	Difusión de las actividades artísticas culturales. Creación de material publicitario. Alianza con Medios de Comunicación locales y regional.	Organizaciones gubernamentales, gestores Culturales locales y regionales, turistas, etc.	\$ 350.000

Lineamientos Estratégicos	Objetivos	Proyectos y programas	Acciones	Público Objetivo	Inversión \$
IDENTIDAD, DIVERSIDAD Y PATRIMONIO.	Fortalecer nuestra identidad local, rica en historia, costumbres y tradiciones, que nos permitan posicionar a Hualqui como un atractivo foco cultural importante para la comunidad y la región, invirtiendo e implementando nuevas formas creativas de participación y acceso.	Generar proyectos y programas que permitan rescatar y valorar la diversidad histórica y cultural de la comuna.	<ol style="list-style-type: none"> 1 Realizar un catastro del patrimonio cultural existente, ya sea, material o inmaterial. 2 Gestionar espacios públicos y/o privados para el rescate y recreación de importantes hechos históricos de la comuna. 3 Realizar registros audiovisuales a patrimonios vivos o históricos de la comuna. 4 Realizar gestiones para un centro cultural de administración municipal para exponer materiales y registros históricos a todo público. 5 Generar instancias de participación para la expresión del arte y la cultura. 6 Apoyar a aquellos actores que mantienen vivo el arte y la cultura propia de la comuna. 	Distintos actores y gestores, públicos o privados, artísticos y culturales, comunidad en general.	\$ 14.150.000
	Realizar circuitos turísticos culturales que permitan resalta el patrimonio histórico y cultural para quienes viven y visitan la comuna.		<ol style="list-style-type: none"> 1 Crear circuitos turísticos en la comuna. 2 Contar un espacio físico de información turística y cultural. 3 Difundir aquellos programas y/o actividades entorno al patrimonio artístico, histórico y cultural. 4 Insertar aquellas acciones y programas en un calendario anual municipal. 5 Apoyar y motivar a grupos culturales para que realicen actividades culturales. 	Organizaciones gubernamentales, públicos y privados, gestores culturales locales y regionales, turistas, etc.	\$ 8.450.000

Lineamientos Estratégicos	Objetivos	Proyectos y programas	Acciones	Público Objetivo	Inversión \$
IDENTIDAD, DIVERSIDAD Y PATRIMONIO.	Fomentar la variada oferta local tanto en lo turístico, gastronómico, artesanal, cultural y social.	Turismo - cultura	<ol style="list-style-type: none"> 1 Promover y difundir la oferta turística, gastronómica, artesanal, cultural y social existente. 2 Realizar ferias costumbristas, artesanales y gastronómicas en la comuna. 3 Gestionar capacitaciones a artesanos, gastronómicos, artistas y otros actores de la comuna. 4 Crear y nombrar un plato típico de hualqui. 5 Confeccionar un recetario típico local. 6 Realizar intercambios con otras comunas. 	Organizaciones gubernamentales, públicos y privados, gestores culturales locales y regionales, turistas, etc.	\$123.680.000
	Rescatar y valorar el patrimonio histórico y cultural de la comuna, a través del fortalecimiento y apoyo a las distintas organizaciones que hacen cultura.		<ol style="list-style-type: none"> 1 Realizar concursos de cuentos, mitos, leyendas, 2 poesías y verso, etc. 3 Rescatar y Fomentar las fiestas campesinas en sectores rurales. 		\$ 3.900.000

Lineamientos Estratégicos	Objetivos	Proyectos y programas	Acciones	Público Objetivo	Inversión \$	
FORMACIÓN DE AUDIENCIAS	Desarrollar más y mejores actividades de buen nivel con la infraestructura adecuada, con la participación de nuevas ofertas artísticas que permitan mantener y satisfacer las demandas del público actual, atraer el interés de nuevas audiencias, provocando impacto en la gestión con una buena crítica constructiva, que permitan difundir la actividad cultural y artística de la comuna.	Programas de fidelización de nuevas audiencias y Públicos con la aplicación de redes y plataformas sociales para la difusión de las actividades.	<ol style="list-style-type: none"> 1 Innovar y ser creativos al momento de crear programas artísticos culturales atractivos para toda la comunidad y la familia. 2 Generar alianzas estratégicas, de apoyo y gestión para la difusión de actividades en redes sociales de organismos público privado, local y regional, oportuna para la participación de toda la comunidad. 3 Generar hábitos de participación e interés a las distintas actividades y presentaciones artísticas culturales a realizar. 4 Velar por el montaje y producción acorde al evento o actividad a realizar. 5 Poner a disposición todos los recursos tecnológicos necesarios para la promoción y difusión de las actividades. Identificar las distintas maneras de medición en participación, cantidad y tipos de públicos. 6 Transmisión de eventos en vivo. 7 Conferencias de Prensa. 	Comunidad local, provincial y turistas.	\$802.500.000	
	Dar acceso a los sectores vulnerados y de escasos recursos, que no cuenten con las condiciones y oportunidades para disfrutar del arte y la cultura.					
	Fortalecer y ampliar los programas de formación artística en los establecimientos de educación tanto privados como municipales.	Crear hábitos e interés de participación y sensibilidad de la comunidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1 Gestionar recursos para la realización de actividades en establecimientos educacionales. 2 Realizar Itinerancias en otros sectores de la comuna. 3 Crear programas Audiovisuales para toda la comunidad estudiantil, ya sea, cine, arte, documentales. 	Comunidad Estudiantil (básica y media) local, públicos y privados, gestores culturales, etc.	\$ 5.700.000	

Lineamientos Estratégicos	Objetivos	Proyectos y programas	Acciones	Público Objetivo	Inversión \$
FORMACIÓN DE AUDIENCIAS	Generar difusión de la oferta artística en todas las plataformas de comunicación local, público y privada.	Utilización de los distintos medios de comunicación tanto locales, regionales y nacionales.	<ol style="list-style-type: none"> 1 Crear una línea comunicacional según la actividad y público en medios y soportes disponibles. 2 Realizar registros visuales a todas las actividades artísticas culturales. 	Estudiantes, comunidad local, provincial y turistas.	\$ 1.000.000
GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN.	Planificar una programación anual, que permita la expresión y desarrollo de toda la comunidad artística cultural existente, con administración y control de cada recurso tanto humano como material de parte de la Unidad de Cultura, evaluando resultados y compromisos adquiridos, fomentando el desarrollo cultural mediante planes y programas trazados en este plan que ayudarán a cumplir con los lineamientos estratégicos y sin duda, a la gestión municipal.	<p>Implementación del plan en la gestión municipal.</p> <p>Gestión y administración de toda la oferta cultural</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 Desarrollar programas anuales. 2 Generar planes de acción y producción. 3 Velar por la realización de cada actividad cultural. 4 Idear instrumentos de gestión. 5 Diseño de instrumentos de evaluación. <ol style="list-style-type: none"> 1 Realizar reuniones mensuales con la Mesa cultural. 2 Crear y fortalecer la estructura organizacional de la Unidad de Cultura. 3 Generar acciones de coordinación y compromiso con otras áreas ligadas a la unidad de cultura y con la propia alcaldía. 4 Establecer líneas de Financiamiento para determinados programas (Fondos Concursables, Subvenciones, Patrocinios, privados, Ley de Donaciones Culturales entre otros). 6 Establecer alianzas y redes con actores públicos y privados. 7 Establecer convenios anuales con públicos y privados. 8 Postulación de proyectos. 	Equipo municipal, gestores y actores culturales.	<p>\$5.400.000</p> <p>\$1.000.000</p>

Lineamientos Estratégicos	Objetivos	Proyectos y programas	Acciones	Público Objetivo	Inversión \$
GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN.	Planificar una programación anual, que permita la expresión y desarrollo de toda la comunidad artística cultural existente, con administración y control de cada recurso tanto humano como material de parte de la Unidad de Cultura, evaluando resultados y compromisos adquiridos, fomentando el desarrollo cultural mediante planes y programas trazados en este plan que ayudarán a cumplir con los lineamientos estratégicos y sin duda, a la gestión municipal.	Evaluación de nuevas políticas culturales, seguimiento y control del Plan.	Realizar reuniones semestrales de seguimiento y control del Plan. Control presupuestario mensual. Acceso a ajustes presupuestarios según sea necesario. Cuenta pública interna y externa.	Equipo municipal, gestores y actores culturales.	\$ 590.000

6.1.2 Propuesta de Programación Anual 2015 (marcadas en amarillo las acciones tradicionales desarrolladas por la Municipalidad)

Área	Programa	Proyecto	Actividades	Fecha	Responsable	Medio de verificación	Inversión
FORMACION ARTÍSTICA Y CULTURAL	Social	Capacitación para Organizaciones de la Comuna	Capacitaciones a dirigentes de la comuna con la finalidad de potenciar la gestión y sensibilizar respecto a la importancia de trabajar en conjunto.	ENERO A DICIEMBRE	DIDECO, Cultura	Informes de contenidos, control de asistencia, Fotografías, evaluación de actividades.	\$2.350.000
	Circo, Murga y Carnavales	Talleres de batucada, máscaras, murga, danza y disfraces.	Talleres de expresión y diversión en murgas, carnavales y batucada en distintas poblaciones, instancia cultural de participación comunitaria.	ENERO A DICIEMBRE	DIDECO, Cultura	Informes de contenidos, control de asistencia, Fotografías, evaluación de actividades.	\$1.550.000
	Danza y Folclore	Talleres de Danza y Folclore chileno - latinoamericano	Talleres con el propósito de crear instancias de formación, esparcimientos y recreación, entregando las técnicas necesarias que permitan diversificar expresiones artísticas cultural con participación, representación y sana competencia dentro y fuera de la comuna.	ENERO A DICIEMBRE	DIDECO, Cultura	Informes de contenidos, control de asistencia, Fotografías, evaluación de actividades.	\$ 8.450.000
	Teatro	Talleres de Teatro	Temáticas ligadas al desarrollo de la capacidad de expresión, buscando maneras propias para decir lo que se siente, en forma genuina y crítica, ayudando así al crecimiento personal y desarrollo artístico.	ABRIL A DICIEMBRE	DIDECO, Cultura	Informes de contenidos, control de asistencia, Fotografías, evaluación de actividades.	\$1.330.000

Área	Programa	Proyecto	Actividades	Fecha	Responsable	Medio de verificación	Inversión
FORMACION ARTÍSTICA CULTURAL Y	Arte y Cultura	Vamos a Acercarte.	Creación de concursos para descubrir e ir en rescate de aquellos talentos ocultos en nuestra comunidad ya sea, social, educacional, religiosa, y apoyarles en su formación.	ABRIL	DIDECO	Ficha de antecedentes, formularios de inscripción, registro Fotográfico, evaluación, etc.	\$500.000
	Pintura	Talleres de óleo y Acrílico.	Talleres introductorios que enseñen la técnica básica del dibujo, color, materialidades con temas libres, apoyados con la historia de la pintura y sus representantes.	MARZO A DICIEMBRE	DIDECO	Informes de contenidos, control de asistencia, Fotografías, evaluación de actividades.	\$1.130.000
	Música	Talleres Musicales.	Talleres musicales teórico-prácticos enfocados a la música popular, clásica, folclórica, etc. Para participantes de todas las edades.	MAYO	DIDECO	Informes de contenidos, control de asistencia, Fotografías, evaluación de actividades.	\$914.000
	Fotografía	Talleres de Fotografía	Taller orientado para aficionados o novatos, entregando conceptos básicos que permitirán profundizar en ésta actividad creativa, no centrados en la técnica, sino más bien en el lenguaje de la fotografía y sus autores.	JUNIO Y NOVIEMBRE	DIDECO	Informes de contenidos, control de asistencia, Fotografías, evaluación de actividades.	\$ 400.000

Área	Programa	Proyecto	Actividades	Fecha	Responsable	Medio de verificación	Inversión
FORMACION ARTÍSTICA Y CULTURAL	Pueblos Originarios	Cultura y Lengua Mapuche	Taller de integración a este conocimiento cultural y poético, enriqueciendo el vínculo entre lengua, cultura, literatura del pueblo mapuche.	MARZO A DICIEMBRE	DIDECO, Cultura	Informes de contenidos, control de asistencia, registro audiovisual y evaluaciones.	\$1.130.000
	Capacitación Cultural.	Seminario Cultural Patrimonio Local.	Ponencias de distintas áreas del patrimonio.	ABRIL Y SEPTIEMBRE	DIDECO, Cultura	Fotografías, Documento de planificación, evaluación de actividades, Lista de asistencia.	\$250.000
	Gestión de proyectos.	Elaboración de proyectos culturales a Fondos Nacionales de Cultura.	Capacitación para funcionarios y agentes culturales. Presentación de proyectos.	ENERO A SEPTIEMBRE	DIDECO, Cultura	Formularios de postulación y proyecto Escrito.	\$100.000
IDENTIDAD, DIVERSIDAD Y PATRIMONIO	Fiestas Costumbristas	Fiesta de la Manzana Fiesta del Choclo Fiesta de la Humita Fiesta de la Madera Fiesta de la Mora Fiesta de la Vendimia Fiesta de San Juan Fiesta del Conejo Fiesta de la Liebre Fiesta del Camarón	Planificación y coordinación de la fiesta. Reunión con Auspiciadores y Artistas Locales. Elaboración de diseño y publicidad. Difusión fiesta costumbrista. Contratación de Artistas Populares y otros. Ejecución de la Fiesta Costumbrista. Evaluación Fiesta Costumbrista.	FEBRERO OCTUBRE	DIDECO, Cultura	Fotografías, Documento de evaluación actividades.	\$122.180.000

Área	Programa	Proyecto	Actividades	Fecha	Responsable	Medio de verificación	Inversión
IDENTIDAD, DIVERSIDAD Y PATRIMONIO	Día del Patrimonio Cultural	Patrimonio Local	Investigación sobre hitos patrimoniales. Validar Hitos Patrimoniales. Celebración Día del Patrimonio.	MAYO	BIBLIOTECA	Fotografías, Documento de planificación y evaluación actividades.	\$700.000
	Aniversario Comunal	258 años de la comuna.	Desarrollo de actividades artísticas culturales, con participación de toda la comunidad, organizaciones artísticas culturales local, regional, nacional e internacional, con instalación de stands gastronómicos, artesanales y productivos en plaza de armas.	OCTUBRE	DIDECO, Cultura	Fotografías, Documento de planificación y evaluación actividades.	\$6.050.000
	Celebridades	Glorias Navales y Fiestas Patrias	Reunir a la comunidad en general a un acto cívico con la participación de los establecimientos educacionales y culturales de la comuna.	MAYO SEPTIEMBRE	DIDECO, Cultura	Fotografías, Documento de evaluación actividades.	\$1.400.000
	Fiesta Campesina	Patrimonio Cultural	Reunir a familias de sectores rurales de la comuna para una instancia de esparcimiento, intercambios, rescate de tradiciones.	MARZO	DIDECO, Cultura	Fotografías y documentos de evaluación actividad.	\$3.200.000
	Día Internacional del libro y derecho de autor	Conmemoración día internacional del Libro y del Derecho de Autor.	Realización de concursos literarios y exposición de libros orientados a los establecimientos educacionales de la comuna.	ABRIL	DIDECO, Cultura	Fotografías, Documento de planificación y evaluación actividades.	\$800.000

Área	Programa	Proyecto	Actividades	Fecha	Responsable	Medio de verificación	Inversión
IDENTIDAD, DIVERSIDAD Y PATRIMONIO	Fiestas Patrias	Fiestas Patrias en Familia	Promover la identidad Histórica y Cultural, rescatando las raíces y tradiciones campesinas en un ambiente de camarería y de participación familiar junto a las organizaciones folclóricas.	SEPTIEMBRE	DIDECO, Cultura	Fotografías, Documento de planificación y evaluación actividades.	\$6.650.000
	Campeonatos de Cueca.	Realización de campeonatos dentro y fuera de la comuna.	Campeonato en distintas categorías y edades para fortalecer las tradiciones y cultura autóctona, a través de nuestra Danza Nacional.	ENERO A DICIEMBRE	DIDECO, Cultura	Fotografías, Documento de planificación y evaluación actividades.	\$4.500.000
	Muestra Artística y Cultural	Gala	Presentación de todas las organizaciones artísticas culturales que componen la Mesa de la Cultura instancia para dar a conocer sus logros y trabajado realizado durante el año.	NOVIEMBRE	DIDECO, Cultura	Registro Fotográfico y audiovisual, evaluación de actividad.	\$1.700.000
	Mes de la Cultura	Semana Cultural	Instancia de expresión artística en Teatro, danza, música folclórica, talleres, exposiciones, fotografía, pintura, entre otros.	ABRIL (Gimnasio Municipal)	DIDECO, Cultura	Fotografías, Documento de planificación, Evaluación de actividades.	\$1.500.000
	Pueblos Originarios	Costumbres y Cultura Mapuche	Actividades interculturales para la comunidad junto a organizaciones y asociaciones mapuches como Seminarios, Talleres de lenguaje, Tejidos, Juegos autóctonos, etc.	JUNIO A NOVIEMBRE	DIDECO, Cultura	Registro Fotográfico y audiovisual, evaluación de actividad.	\$1.500.000

Área	Programa	Proyecto	Actividades	Fecha	Responsable	Medio de verificación	Inversión
FORMACION DE AUDIENCIAS.	Unidad de Cultura	Plan de Marketing.	Identificación de Imagen Cultural Comunal Planificación de Plan de Marketing Difusión Imagen cultural en medios de prensa. Evaluación de plan de Marketing.	MARZO - MAYO	COMUNICACIONES	Fotografías, Documento de planificación, evaluación de actividades.	\$750.000
	Itinerancia Cultural	Vamos acercarte!!!	Ciclo de exposiciones artísticas abiertas al todo público y sectores (pintura, fotografías, artesanía, esculturas, etc).	MAYO A NOVIEMBRE	DIDECO, Cultura	Registro Fotográfico y audiovisual, evaluación de actividad.	\$750.000
	Documentales	Mi historia, mi gente, mi Comuna	Elaboración de registros audiovisuales formato cine de hechos históricos y vivos de la comuna. (Material e inmaterial).	MARZO A DICIEMBRE	DIDECO, Cultura	Registro Fotográfico y audiovisual, evaluación de actividad.	\$2.300.000
	Programa TVCultura.	Acercarte a la Cultura.	Definición de Temas del Programa Realización de Cápsulas de TV Emisión de Capsulas TV Evaluación de Cápsulas.	MARZO Y JUNIO	DIDECO, Cultura	Registro Audio visual, Fotografías, Documento de planificación, evaluación.	\$1.000.000
	Turismo Cultural	Circuitos Turísticos Culturales	Proyecto para abordar el turismo gastronómico y cultural de la comuna por medio de la creación de circuitos turísticos que pretenden dar a conocer a los viajeros (turistas y visitantes) la cultura de la comuna, complementadas con actividades folclóricas (bailes y música típica).	MARZO A AGOSTO	DIDECO, Cultura	Informes de coordinación, planificación y evaluación. Registro fotográfico de actividades.	\$ 1.000.000

Área	Programa	Proyecto	Actividades	Fecha	Responsable	Medio de verificación	Inversión
FORMACION DE AUDIENCIAS.	Centro Cultural	Proyecto de creación de un Centro Artístico y Cultural.	Gestionar un espacio físico donde realizar actividades y programas artísticos culturales, un bien a preservar y gestionar de manera adecuada para cumplir la misión de este plan y del PLADECO.	JULIO A DICIEMBRE	SECPLAN ALCALDIA	Registro de asuntos y acuerdos, informes de planificación, evaluación y avances.	\$ 0
	Intercambios Culturales	Encuentros Artísticos y Culturales	Instancia de participación para el intercambio cultural con actores y organizaciones locales, nacionales e internacionales.	ENERO A DICIEMBRE	DIDECO, Cultura	Informes de coordinación, planificación y evaluación. Registro fotográfico de actividades.	\$ 2.500.000
	Cine	Cine en el Barrio	Ofrecer a la comunidad oportunidades para apreciar películas que no se encuentran en el circuito comercial, ni en la televisión con sentido cultural, de esparcimiento y recreación.	ABRIL – JULIO - NOVIEMBRE	DIDECO, Cultura	Informes de coordinación, planificación y evaluación. Registro fotográfico de actividades.	\$ 900.000
PLANIFICACION Y GESTION	Mesa de la Cultura	Planificación, coordinación e información	Instancias mensuales de reunión donde participan representantes de las agrupaciones artísticas culturales de la comuna con la finalidad de planificar presentaciones, actividades y muestras que realizaran durante el año, enmarcadas dentro de las actividades municipales y presentaciones dentro y fuera de la comuna.	ENERO A DICIEMBRE	DIDECO, Cultura	Registro de asuntos y acuerdos, control de asistencia, evaluaciones de actividades realizadas.	\$1.000.000

Área	Programa	Proyecto	Actividades	Fecha	Responsable	Medio de verificación	Inversión
PLANIFICACION Y GESTION	Gestión Cultural Municipal.	Conformación Equipo de Cultura Municipal.	Contratación de dotación en Unidad de Cultura, y validar formalmente mediante decreto municipal.	ENERO A JUNIO	DIDECO, Cultura	Documentación administrativa.	\$5.400.000
		Capacitación a Funcionarios en Gestión Cultural Y patrimonial.	Solicitar a concejo de la cultura funcionarios que capaciten en las diferentes áreas de proyectos.	MARZO	DIDECO, Cultura	Fotografías, Documento de planificación, evaluación de actividades.	\$140.000
		Formación de la Corporación Cultural de Hualqui..	Capacitar a funcionarios y OOC sobre corporación cultural. Evaluación de factibilidad para instalar dicha corporación. Realizar acto formal de constitución de corporación cultural.	MAYO A SEPTIEMBRE	DIDECO, Cultura	Documento de planificación, evaluación de factibilidad, Documento administrativo.	\$150.000
	Gestión en CNCA	Presencia en actividades y programas del CNCA.	Acercamiento con equipo técnico del CNCA. Establecer alianzas entre la municipalidad y el CNCA para ejecutar actividades en la comuna.	MARZO A NOVIEMBRE	DIDECO, Cultura	Documento de Respaldos, documentación administrativa, planificación y evaluación.	\$400.000
						INVERSION TOTAL	\$184. 174.000

6.1.3 Plan de financiamiento municipal y externo anual proyectado a 5 años

El Plan Municipal de Cultura de Hualqui para proyectar sus costos, utilizará como fundamento la variación del IPC para el periodo requerido, información que fue obtenida mediante el método de promedios móviles, que se aplicará a la información histórica de los años 2.000 al 2.011.

Año	Variación IPC Acumulado
2.000	4,4
2.001	2,6
2.002	2,8
2.003	1,1
2.004	2,8
2.005	3,7
2.006	2,4
2.007	7,5
2.008	7
2.009	-1,6
2.010	3
2.011	4,4

La variación proyectada mediante la metodología utilizada arrojó lo siguiente:

Año	Variación IPC Proyectado
2.015	3,4
2.016	3,5
2.017	3,6
2.018	3,6
2.019	3,7

Descartando para los próximos años los costos de inversión inicial y aplicando las variaciones del IPC obtenidas, se obtiene lo siguiente:

Cabe destacarse que la elaboración del presupuesto general incorporó todas las acciones que a la fecha la municipalidad realiza dentro de su presupuesto anterior como también las nuevas acciones diseñadas para el PMC.

Egresos del Plan Con Presupuesto Municipal 2015-2019:

AREA	AÑO 1 2015	AÑO 2 2016 (IPC 3.5%)	AÑO 3 2017 (IPC 3.6%)	AÑO 4 2018 (IPC 3.6%)	AÑO 5 2019 (IPC 3.7%)	TOTAL 5 AÑOS
FORMACION ARTÍSTICA Y CULTURAL	\$ 18.104.333	\$ 18.737.985	\$ 19.412.552	\$ 20.111.404	\$ 20.855.526	\$ 97.221.800
IDENTIDAD, DIVERSIDAD Y PATRIMONIO	\$ 150.180.000	\$ 155.436.300	\$ 161.032.007	\$ 166.829.159	\$ 173.001.838	\$ 806.479.304
FORMACION DE AUDIENCIAS	\$ 9.200.000	\$ 9.522.000	\$ 9.864.792	\$ 10.219.925	\$ 10.598.062	\$ 49.404.779
PLANIFICACION Y GESTION	\$ 7.090.000	\$ 7.338.150	\$ 7.602.323	\$ 7.867.007	\$ 8.167.419	\$ 38.064.899
Total	\$ 184.574.333	\$ 191.034.435	\$ 197.911.674	\$ 205.027.495	\$ 212.622.845	\$ 991.170.782

	AÑO 1	AÑO 2 (IPC 3.5%)	AÑO 3 (IPC 3.6%)	AÑO 4 (IPC 3.6%)	AÑO 5 (IPC 3.7%)	TOTAL
PRESUPUESTO MUNICIPAL	\$ 125.000.000	\$ 129.375.000	\$ 134.032.500	\$ 138.857.670	\$ 143.995.403	\$ 671.260.573
Cofinanciamiento Red Cultura Municipalidad	\$ 20.000.000	\$ 20.700.000	\$ 21.455.200	\$ 22.217.227	\$ 23.039.265	\$ 87.411.692
Ley de Donaciones , Patrocinio estables	\$ 25.000.000	\$ 25.875.000	\$ 26.806.500	\$ 27.771.534	\$ 28.799.081	\$ 109.252.115
Fondo de Desarrollo Nacional de Desarrollo Regional, FNDR.	\$ 10.000.000	\$ 10.350.000	\$ 10.722.600	\$ 11.108.614	\$ 11.519.632	\$ 43.700.846
Fondos Públicos CNCA	\$ 4.574.333	\$ 4.734.435	\$ 4.904.874	\$ 5.081.450	\$ 5.269.463	\$ 19.990.222
PRESUPUESTO EXTERNO	\$ 59.574.333	\$ 61.659.435	\$ 63.889.174	\$ 66.178.825	\$ 68.627.441	\$ 260.354.875
PRESUPUESTO TOTAL	\$ 184.574.333	\$ 191.034.435	\$ 197.921.674	\$ 205.036.495	\$ 212.622.844	\$ 806.615.448

6.1.4 Plan de Inversión y Gastos Asociados

Ingresos de los recursos para el Plan 2015-2019:

DETALLE DE INGRESOS	MONTO \$
Subvención desde el Gobierno Regional.	0
Presupuesto Municipal.	125.000.000
Fondos de la institucionalidad pública cultural:	
Cofinanciamiento Red Cultura Municipalidad	20.000.000
Proyectos postulados a Fondos Públicos CNCA	4.574.333
Fondos del Fondo de Desarrollo Nacional de Desarrollo Regional, FNDR.	10.000.000
7. Donaciones con fines culturales.	25.000.000
8. Socios cooperadores	0
9. Ventas entradas.	0
13. Aportes en servicios, materiales y otros voluntarios de la comunidad.	0
TOTAL INGRESOS	\$ 184.574.333

La estrategia de captación de recursos propuesta por el municipio indica que obtendrán el financiamiento en un **67.72% desde el Presupuesto Municipal, equivalente a \$ 125.000.000 pesos**. Además, gestionarán aportes desde el **Fondo de Desarrollo Nacional de Desarrollo Regional, FNDR 2% de Cultura**, mediante la presentación de proyectos, por un monto de **\$ 10.000.000 pesos equivalente al 5.4%** de los recursos programados. Otras fuentes de financiamientos serán la postulación de proyectos de los **Fondos Públicos Concursables Culturales desde donde obtendrán \$4.571.333, equivalente al 2.47% del monto necesario y con \$ 20.000.000 pesos del Programa de Cofinanciamiento del Programa de Red Cultura del CRCA, equivalente a 10.8%**. EL **13.5% equivalen al aporte de privados como patrocinadores permanentes**, sin contar con estímulo para las empresas ya que el municipio no es beneficiario de la Ley de Donaciones con Fines Culturales, **por un monto de \$25.000.000 pesos del presupuesto**.

6.1.5 Mecanismos de evaluación: seguimiento y control:

El Plan Municipal de Cultura 2015-2019 de la comuna de **Hualqui**, propone su ejecución utilizando los dispositivos que a continuación se detallan:

a. Modalidades de gestión interna:

- ✓ **Reuniones mensuales del equipo municipal de cultura** para verificar el cumplimiento de los objetivos trazados como su implementación y la ejecución presupuestaria.
- ✓ **Reuniones semestrales con el Consejo de Cultura Comunal**, con el objetivo de socializar la ejecución del Plan con la comunidad local.
- ✓ **Informes de gestión trimestrales por área con indicadores y medios de verificación diseñados**, documentos que evidenciarán objetivamente el desarrollo e implementación del Plan.
- ✓ **Memoria anual** como medio de verificación que permitirá evaluar la eficiencia y eficacia del Plan.
- ✓ **Cuenta pública interna y externa**, es la presentación a la comunidad y autoridades de la ejecución anual del Plan Municipal de Cultura.

b. Instrumentos diseñados para la Planificación y Evaluación del Plan Municipal de Cultura:

- ✓ **Ficha de programación actividades**, instrumento que permitirá y facilitará la planificación en detalle de cada una de las acciones contempladas en el Plan y que contendrá los requerimientos necesarios para su óptima implementación.
- ✓ **Ficha de evaluación actividades realizadas**, herramienta que facilitará contar con toda información permanente y actualizada de las actividades realizadas y así poder hacerles seguimiento y evaluación.
- ✓ **Base de datos actividades programación y gasto**, mecanismo que facilitará tener a la vista el conjunto de las distintas acciones programadas y facilitar su seguimiento y control.
- ✓ **Registro anual Plan Municipal de Cultura**, instrumento que facilitará el balance mensual de las acciones diseñadas y las ejecutadas que debe ser actualizado de manera periódica, ello permitirá al final del año contar con la información pertinente y objetiva de lo verdaderamente realizado.