



**Plan Municipal de Cultura  
PMC Puerto Montt 2022-2025**



|                     |  |
|---------------------|--|
| Institución         | Municipalidad de Puerto Montt  |
| Financiamiento      | Municipal  |
| Región              | Décima, Los Lagos  |
| Comuna              | Puerto Montt   |
| Persona responsable | Patricio Arturo Vera Carrasco  |
| Cargo               | Coordinador elaboración Plan Municipal de Cultura de Puerto Montt          |
| Email               | <a href="mailto:arturo.vera@puertomontt.cl">arturo.vera@puertomontt.cl</a> |



## Índice

|   |       |
|---|-------|
| Introducción  | 7     |
| Diagnóstico comunal participativo                   | 8     |
| Antecedentes generales de la comuna de Puerto Montt | 9-12  |
| Antecedentes históricos                             | 13-15 |
| Diagnóstico sociodemográfico                        | 16-17 |
| Diagnóstico económico                               | 18-19 |
| Educación municipal                                 | 20-23 |
| Turismo   | 24-37 |
| Pladeco   | 38-39 |
| Administración municipal                            | 40    |
| Concejo Municipal                                   | 41    |
| Antecedentes del diagnóstico cultural               | 42    |
| Síntesis Diagnóstico cultural                       | 42-43 |
| Metodología de levantamiento de información         | 44-45 |
| Línea base  | 46-89 |
| FUENTES DE INFORMACIÓN TERCIARIA                    | 46-55 |
| Infraestructura cultural                            | 46-48 |
| Inversión en Cultura                                | 49-51 |
| Catastros   | 52-55 |
| Equipamiento comunal de Puerto Montt                | 52    |
| Organizaciones sociales comunitarias                | 53    |



|  |       |
|--|-------|
| Monumentos, Santuario de la Naturaleza y Zona Típica | 54    |
| Áreas Silvestres                                     | 55    |
| FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA                    | 55-57 |
| Marco normativo                                      | 55    |
| Políticas culturales                                 | 56    |
| Trabajadores de Cultura                              | 56-57 |
| FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA                      | 58-60 |
| Departamento de las Culturas                         | 58    |
| Ámbito Territorial                                   | 58    |
| Museo Histórico de Puerto Montt Juan Pablo II        | 59    |
| Corporación Cultural de Puerto Montt                 | 60    |
| SÍNTESIS CUANTITATIVA                                | 61-79 |
| Instrumentos estadísticos cuantitativos              | 61    |
| Encuesta de percepción cultural                      | 61-64 |
| Encuesta de consumo cultural                         | 65-69 |
| Encuesta ONLINE Artesan@s                            | 70-72 |
| Encuesta ONLINE Artistas                             | 72-74 |
| Encuesta TELEFÓNICA Artesan@s                        | 75-77 |
| Encuesta TELEFÓNICA Artistas                         | 77-79 |
| SÍNTESIS CUALITATIVA                                 | 80-86 |
| PRINCIPALES RESULTADOS                               | 86-89 |
| Respecto del panorama cultural en la comuna          | 86    |
| De las necesidades culturales de la comuna           | 87    |



|   |        |
|---|--------|
| De la importancia de la planificación cultural              | 87-88  |
| De las propuestas culturales para la comuna de Puerto Montt | 88-89  |
| PLAN MUNICIPAL DE CULTURA 2022 - 2025                       | 90-225 |
| Introducción  | 91     |
| Propósito   | 92     |
| Alcance   | 92     |
| De la participación   | 92-93  |
| Una aproximación al concepto de cultura                     | 94     |
| Tendencias  | 94-95  |
| Respuesta sociosemiótica                                    | 95     |
| Segunda pregunta  | 95     |
| Apertura cognitiva  | 95-96  |
| Planificación: trabajo mesa intramunicipal                  | 97-108 |
| Reunión Informativa   | 98     |
| Taller Problemática del Panorama Cultural                   | 98     |
| Síntesis enunciados panorama cultural                       | 98     |
| Síntesis enunciados necesidades culturales                  | 99     |
| Síntesis enunciados compromisos                             | 99     |
| Enunciado Problema  | 100    |
| Hipótesis   | 100    |
| Dimensiones   | 100    |
| Taller Visión y Misión                                      | 100    |
| Taller Ejes, Objetivos y Productos Estratégicos             | 102    |



|   |         |
|---|---------|
| Eje Estratégico 1                                 | 102     |
| Objetivo Estratégico 1                            | 102     |
| Eje Estratégico 2                                 | 103     |
| Objetivo Estratégico 2                            | 103     |
| Objetivo Estratégico 3                            | 104     |
| Eje Estratégico 3                                 | 104     |
| Objetivo Estratégico 4                            | 104     |
| VISIÓN Y MISIÓN DEL PMC                           | 105-106 |
| Cadena de Valor                                   | 107-108 |
| Índice general de perfiles de fichas de proyectos | 109-111 |
| Iniciativas                                       | 112-182 |
| ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO                      | 183-184 |
| PLAN DE FINANCIAMIENTO                            | 185-204 |
| FUENTES DE FINANCIAMIENTO                         | 205-223 |
| Sistema de seguimiento y evaluación               | 224     |
| Estrategia general de seguimiento y evaluación    | 224     |
| Indicadores de gestión                            | 225     |
| Medios de Verificación                            | 225     |
| Formato de matriz de seguimiento                  | 226     |
| GLOSARIO  | 227-230 |
| Referencias                                       | 231-233 |



## Introducción

El Plan Municipal de Cultura 2022-2025, PMC tiene por objetivo dotar al municipio de Puerto Montt de una herramienta de planificación estratégica, que permita orientar su gestión en torno al desarrollo cultural de la comuna de manera ordenada en función de la realidad local y sus necesidades.

La elaboración del presente documento fue encargada al Departamento de Las Culturas, cuyo coordinador es Patricio Arturo Vera Carrasco.

El desarrollo del Plan Municipal de Cultura se concreta en cuatro etapas, a saber diagnóstico, planificación, validación e implementación.

Mediante el diagnóstico se identificó información desde la ciudadanía, actores relevantes, representantes de la comunidad y de distintas unidades municipales, con lo que se propone una visión fundada para el desarrollo artístico y cultural de la comuna y sus proyecciones.

El Plan Municipal de Cultura es validado por la comunidad puertomontina y el Concejo Municipal, siendo participantes activos del proceso, cuyas iniciativas serán incorporadas en la actualización del PLADECO.



## DIAGNÓSTICO COMUNAL PARTICIPATIVO

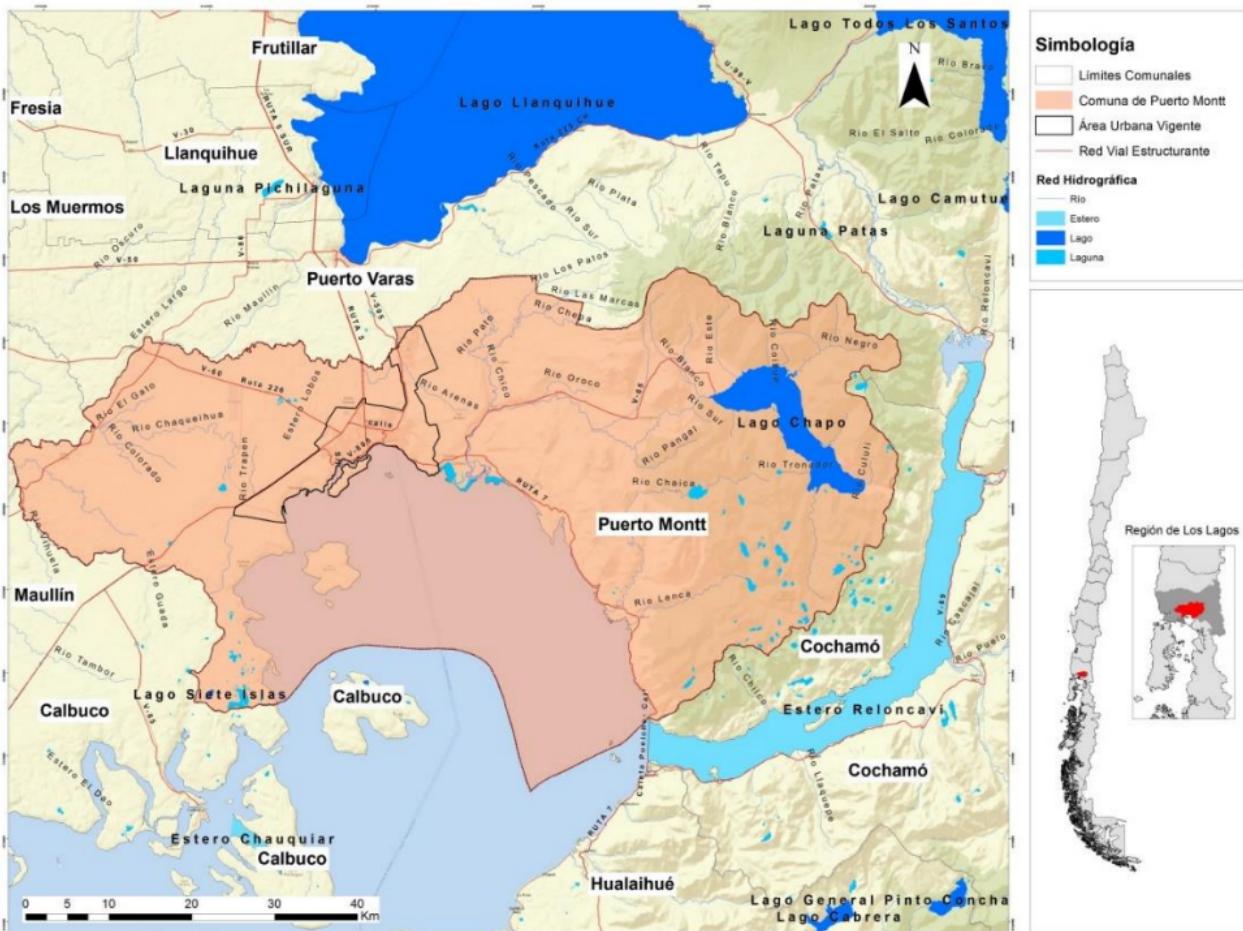
El diagnóstico participativo tiene como finalidad identificar las dinámicas socioculturales y sus necesidades, circunstancias de artistas y/u organizaciones culturales locales, estado de la infraestructura cultural, contexto físico, etc. Todo, en base a antecedentes propios de la comuna (geografía, clima, patrimonio natural, patrimonio material, patrimonio cultural inmaterial, etcétera) y una caracterización de la población.

El diagnóstico es parte fundamental para la planificación cultural, en especial cuando se trata de la formulación del presente plan. El diagnóstico participativo, pretende abordar problemáticas percibidas por la comunidad, y así contar con una línea de base, la cual se constituye como principal insumo para proceder a la etapa de planificación, en el sentido de ubicar a los diferentes actores participantes en un nivel de conocimiento común.



## ANTECEDENTES GENERALES DE LA COMUNA DE PUERTO MONTT UBICACIÓN

La comuna de Puerto Montt, se ubica a 41 grados 30 minutos de latitud sur y 72 grados 50 minutos de longitud oeste, en el extremo sur de la Provincia de Llanquihue, junto al Seno de Reloncaví, siendo Capital de la Décima Región de Los Lagos de Chile, América del Sur<sup>1</sup>.



La ciudad se encuentra emplazada en un punto donde se produce un quiebre del sistema orográfico nacional, la depresión intermedia, que se hunde en este lugar permitiendo la existencia de un mar interior conocido como Seno del Reloncaví y más ampliamente Mar interior de Chiloé y el surgimiento de un conjunto de islas que conforman un archipiélago, cuya ocupación por el hombre se remonta al período prehispánico.

<sup>1</sup> Fuente: Memoria Plan Regulador Comunal 2030.



La pluviometría en el área alcanza los 2000 mm en el año y caracteriza un período húmedo de al menos 8 meses, entre abril y noviembre.

La principal característica de la comuna es la de ubicarse en un quiebre de la estructura geográfica del país. Esto permite definir a la provincia de Llanquihue como una región híbrida, en donde aparecen características tanto de la parte sur de la depresión intermedia, como de la región de los canales.

De lo anterior podemos concluir que la importancia de la comuna de Puerto Montt radica fundamentalmente en su *ubicación estratégica geográfica*, de impacto geopolítico, ejerciendo una gran influencia en una vasta área de territorio nacional, dado el desarrollo de actividades productivas vinculadas al comercio y los servicios, la acuicultura, el sector forestal y el agropecuario. En segundo lugar, se constituye en una comuna exportadora de servicios públicos y privados para el entorno Provincial y Regional, y en tercer lugar, como núcleo esencial de llegada y distribución del turismo así como los servicios para ello<sup>2</sup>.

## ÁREA COMUNAL

Puerto Montt es la novena comuna de mayor extensión territorial de la Región de Los Lagos, con un total de 167.175<sup>3</sup> hectáreas. Considerando el área marítima expuesto por la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo el área comunal aumenta en 54.778 hectáreas<sup>4</sup>. Se encuentra ubicada a los 41°28'19.14"S y los 72°56'13.95"O, tomando como referencia el Edificio Consistorial 1 de la municipalidad de Puerto Montt. Su ubicación relativa está definida por los siguientes límites:

<sup>2</sup> Municipalidad de Puerto Montt, Secretaría Comunal de Planificación, Departamento de Estudio.

<sup>3</sup> Todos los datos expuestos en este capítulo están rectificados por el Departamento de desarrollo urbano – SECPLAN, y las diferencias se presentan principalmente por el ajuste al límite del área urbana.

<sup>4</sup> Límite marítimo expuesto en la SUBDERE [http://geoportal.subdere.gov.cl/temas\\_dpa.html](http://geoportal.subdere.gov.cl/temas_dpa.html)



**Norte:** La comuna de Puerto Montt limita al norte con la Comuna de Puerto Varas, separados por el Rio Negro y el sector de Alerce, incluyéndose Alerce Norte a la administración municipal según el artículo N°2 de la ley 20.578 que modifica el límite comunal de Puerto Montt publicada en el diario oficial con fecha 03.01.2002.

**Sur:** limita al sur en el Seno de Reloncaví donde el punto más austral se ubica a los  $41^{\circ} 45' 16,812''$  y los  $S 72^{\circ} 46' 31,024'' W$ , el cual se presenta como una línea distante a 18 Km de la línea de costa desde el centro de la ciudad.

**Oeste:** limita al oeste con 3 comunas: Al noroeste limita con la comuna de Los Muermos, al oeste con la comuna de Maullín y al sur-oeste limita con la comuna de Calbuco.

**Este:** limita al este con la comuna de Cochamó.

## ÁREA RURAL

El área rural de Puerto Montt es toda el área comunal fuera del límite urbano. Esta área se caracteriza por una baja densidad de habitantes, así como también de edificaciones e infraestructura. En la comuna de Puerto Montt, el área rural corresponde al **94,7%** del total comunal con **1.582 Km<sup>2</sup>**. Esta área rural se subdivide en área rural continental e insular:

### Área Rural continental

El área rural continental representa el 94% del área total con 156.605 hás. se extiende desde Caleta La Arena hasta el sector de Huelmo al sur oeste de la comuna. Además de la extensión en el área rural se encuentran concentraciones dispersas de viviendas y habitantes que dan la conformación a **aldeas** que son asentamientos humanos localizados en el medio rural cuya población fluctúa entre 301 y 2.000 habitantes (INE 2015). *El Tepual, Cardonal Bajo, Puntilla de Tenglo, Coihuín y Correntoso* son las aldeas identificadas por el Instituto Nacional de Estadísticas INE.

### Área rural insular

El área rural insular de Puerto Montt representa el 1% del total comunal con 1.628 hás. Esto es contemplando el área marítima de la comuna. La mayor extensión territorial es parte de Isla Maillen, Isla Capera e Isla Huelmo.



## ÁREA URBANA

El área urbana de las comunas están definidas por el llamado límite urbano, que de acuerdo a la Ordenanza General de Urbanismo y construcciones (1992) es la “línea imaginaria que delimita las áreas urbanas y de extensión urbana establecidas en los instrumentos de planificación territorial, diferenciándolos del resto del área comunal”. Esta área se consolida con una mayor densidad de habitantes por hectárea, y mayor concentración de edificaciones, especialmente viviendas y equipamiento.

En la comuna de Puerto Montt, esta área urbana corresponde al **5,3%** del total comunal con **8.942 hectáreas**. Esta área urbana también se subdivide en área urbana continental e insular:

### Área Urbana Continental

El área urbana continental de la comuna de Puerto Montt representa el 95,2 % del total urbano comunal con **8.516** hectáreas.

### Área Urbana Insular

El área urbana insular de la comuna de Puerto Montt representa el 4,7 %, del total urbano comunal con **426** hectáreas, correspondiendo principalmente a **Isla Tenglo e Isla Chincui**.



## ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Algunos milenios antes de la llegada a la zona de los colonizadores europeos a mediados del siglo XIX, y a los cuales se atribuye la fisonomía sociocultural moderna de la zona y la región, ya habitaban en lo que hoy son los alrededores de Puerto Montt poblaciones nativas que hicieron de la tierra y especialmente del mar su generosa fuente de recursos<sup>5</sup>. Esta tradición de cultura material y de conocimientos ha estado lejos de desaparecer y *la continuidad cultural e identitaria ligada al mar* se mantuvo por decenios hasta el día de hoy.

Tras la Batalla de Curalaba en 1598 y las consecuencias de la Guerra de Arauco, el espacio geográfico de lo que hoy es Puerto Montt va a permanecer lejos del dominio colonial español, el cual se encontraba aislado en el archipiélago de Chiloé hacia el sur y con Valdivia como plaza fuerte hacia el norte. No obstante, para fines del siglo XVIII se produciría un proceso de repoblamiento español, en algunos territorios de las actuales regiones de Los Ríos y de Los Lagos, respectivamente.

Constructivamente, la evolución histórica tiende a la madera como material predilecto. A propósito de esto, para 1795 el navegante español José de Moraleda ya menciona los llamados astilleros o lugares donde se hacen los cortes de alerce. Los más frecuentados y en donde sale el mayor número de tablas están en Contao, el estero de Coitú, el río de Coihuín, Cayenel (futura Puerto Montt) y La Manga.

A comienzos del siglo XIX, encontramos población vinculada a la colonia, asentada fundamentalmente en las riberas del canal de Chacao, en particular Carelmapu, y en las islas del archipiélago de Calbuco. El resto de la región, principalmente el norte de la zona del territorio ancestral mapuche-williche, estaría en esa época habitada exclusivamente por comunidades indígenas<sup>6</sup>.

Una vez culminado el proceso de independencia de Chile, con la anexión al territorio nacional del archipiélago de Chiloé en 1826, las autoridades de la época consideran los territorios situados alrededor del lago Llanquihue como baldíos, por lo que desde la década de 1840 deciden iniciar un proceso de colonización. Bernardo Philippi, agente de la colonización alemana en Chile, describió varios astilleros en la costa del seno Reloncaví, llamándole

<sup>5</sup> (Municipalidad de Puerto Montt 2017, p. 24).

<sup>6</sup> (Urbina, 2009).



especialmente la atención el que se encontraba en Melipulli, es decir, Puerto Montt<sup>7</sup>. Estas observaciones no fueron inconveniente para que el Estado chileno considerara la zona como deshabitada. Así, ordena al propio Philippi viajar a Europa para contratar familias alemanas, con la expresa intención de traerlas a que se instalen a orillas del lago Llanquihue.

En 1850, Vicente Pérez Rosales es nombrado oficialmente como Agente de Colonización para dirigir el proceso. En 1852, llegan los primeros colonos alemanes en las costas de lo que sería luego la ciudad de Puerto Montt, cerca del estero Cayenel, encontrándose con algunas familias de ascendencia chilota ya asentadas. El mismo Vicente Pérez Rosales, el día 12 de Febrero de 1853 funda en la ribera norte del seno de Reloncaví, en la playa de Melipulli, la *villa Puerto Montt*, como puerto de entrada y principal medio de comunicación con las zonas colindantes al Lago Llanquihue, especialmente el sur de este, sector en donde los colonos alemanes habían utilizado preferentemente para su emplazamiento.

Ya en 1885 en el VII Censo de población nacional se indica que Puerto Montt cuenta con 4.667 habitantes, para el año 1.907 la población alcanza los 7.364 habitantes casi duplicando su población en apenas 12 años convirtiéndola en una de las localidades con mayor progreso en términos demográficos del país.

La incipiente ciudad de Puerto Montt contaría posteriormente con un ferrocarril que le permitiría mayor conectividad con el centro del país, lo que potenció su desarrollo económico y el crecimiento que vendría. Esto hizo que para el año 1912 existiera la necesidad de ampliar sus límites urbanos incorporando nuevas poblaciones originadas por la migración campo-ciudad que caracterizó este período. Así, en el año 1929 comenzaron las labores de relleno del borde costero para lo cual se empleó principalmente el material obtenido del cerro Miramar, manera de cómo la costanera de la ciudad fue tomando forma quitándole terreno al mar. En el año 1934 el malecón contaba con dos kilómetros de extensión desde la estación de ferrocarriles hasta el puerto de Angelmó y aparecen las primeras poblaciones del peri-centro.

A mediados del siglo XX la ciudad había experimentado un crecimiento, llegando a constituir un total de 27.500 habitantes; lo que implicó un proceso de urbanización complejo a la espera de un mayor crecimiento poblacional dada su connotada posición estratégica a nivel nacional por ser el punto de conexión con el Chile austral, Aysén y Magallanes. Surgieron

---

<sup>7</sup> (Tampe, 1983).



nuevas edificaciones para dar cabida a las nuevas poblaciones, y así fue llenándose la segunda y tercera terraza con poblaciones como Pichi Pelluco, Manuel Montt, Antonio Varas, Lintz, entre otros. También, frente a la Escuela N° 1, se construyó el Mercado de la Rampa y las dársenas de abrigo y refugio para las embarcaciones pequeñas (demolidas y rellenadas en 1976 para construir el actual terminal de buses).

El terremoto de 1960, el sismo más intenso registrado en la historia, impactó profundamente en toda la región estudiada y en especial la fisonomía de sus centros urbanos, puesto que su onda destructiva arrasó con ciudades completas. Por otra parte, como consecuencia de la industrialización nacional e internacional y la introducción de mejores medios de transporte, paulatinamente una serie de profesiones y oficios desaparecieron del paisaje urbano. Atrás quedaron los talleres del zapatero, el sastre, el talabartero, el herrero, las lavanderas y los antiguos almacenes y casas comerciales locales. En este sentido y progresivamente, Puerto Montt dejaba atrás su fisonomía de pequeña caleta limpia y ordenada, construida con un estilo arquitectónico en madera característico, y se proyectaba como un centro urbano y portuario de importancia nacional.

La reestructuración económica iniciada en el país a mediados de la década de 1970 significó un notable crecimiento urbano y demográfico de Puerto Montt. De acuerdo con el censo del año 2002, el área urbana de Puerto Montt concentraba 155.895 habitantes, lo que se contrasta con el censo realizado el año 2017 que indica que Puerto Montt contaba con 245.902 habitantes, de los cuales 220.143 personas pertenecen al sector urbano y sólo 25.759 al rural (considerando límites urbano-rural que trabaja INE).

Puerto Montt, capital de la Región de los Lagos, ha adquirido un rol central en el desarrollo económico del sur de Chile; como vía de comunicaciones hacia los territorios australes, como centro de operaciones turístico, o bien como puerto de embarque para la exportación de astillas de bosque nativo o chips, salmones y otros productos.



## DIAGNÓSTICO SOCIODEMOGRÁFICO

El diagnóstico sociodemográfico se realiza en base a los datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda 2017 (INE, 2017) y la Encuesta de Caracterización Socioeconómica (MIDEPLAN, 2017). En términos metodológicos, para la obtención de la información a escala comunal se utilizan directamente los datos georreferenciados distritales que entrega el INE. Sin embargo, para la obtención de la información a escala urbana se utilizan sólo los datos georreferenciados urbanos y rurales del INE que se encuentran dentro del límite urbano definido por el plan regulador comunal.

## POBLACIÓN COMUNAL Y URBANA

La comuna de Puerto Montt tiene un total de 245.902 habitantes, que representan un 30% del total regional y un 60% del total provincial. Además, la comuna de Puerto Montt ha presentado uno de los crecimientos absolutos más altos a nivel nacional en el periodo intercensal 2002-2017, con un crecimiento total de 71.864 habitantes en dicho periodo.

La población de la comuna de Puerto Montt pertenece en un 89,5% al área urbana con 214.955 habitantes<sup>8</sup> y en un 10,5% al área rural con 30.947 habitantes. Lo que se condice con la preferencia mundial por el habitar en áreas urbanas, dotadas de bienes y servicios concentrados.

En el área urbana de Puerto Montt, la población está concentrada principalmente en las microzonas de Alerce sur, Alerce histórico y Bosquemar, lo que demuestra que el aumento intercensal 2002 se presenta en sectores periféricos y de nueva construcción.

Respecto a la población urbana de Puerto Montt en términos de habitantes por manzana, las mayores concentraciones se presentan en sectores donde se encuentran las edificaciones en altura principalmente. Ejemplo de esto son el condominio Egaña, el condominio Alto la paloma, conjunto el Mirador, el conjunto Los lagos, el condominio Altos del bosque y la cárcel, entre otros.

En específico del área urbana de Puerto Montt, el promedio de la densidad poblacional es de 24 habitantes por hectárea (Hab/Has). Las mayores concentraciones se presentan en el sector de Mirasol, población Padre Hurtado, villa Los Volcanes, villa Esperanza y población Valle

---

<sup>8</sup>Basado en INE (2017).



del Sol; lo que también se condice con la concentración de conjuntos habitacionales multifamiliares.

## DISTRIBUCIÓN ETARIA Y POR SEXO

En la comuna de Puerto Montt residen 121.019 hombres y 124.883 mujeres, con un índice de masculinidad de 96,9 hombres por cada 100 mujeres, muy por debajo del valor nacional que asciende a 99,5 hombres por cada 100 mujeres.

En términos etarios y a nivel comunal, el promedio de edad es de 33,6 años, un poco por debajo del 35,8 que es el promedio de edad a nivel nacional. La población más numerosa corresponde a aquellos que tienen entre 21 a 30 años con 41.752 personas que representan un 16,98% del total de la población comunal, mientras que la población menos numerosa corresponde a aquellos que tienen sobre 70 años con 12.517 personas que representan un 5,09% del total de la población comunal.

## PERTENENCIA A PUEBLOS ORIGINARIOS

La Región de Los Lagos es la tercera región con mayor porcentaje personas que se reconocen o son descendientes de algunas de estas etnias<sup>9</sup>.

Cabe destacar que de la región de Los Lagos, la comuna de Llanquihue es la que mayor población se identificó con etnias originarias con un 31% del total comunal, en comparación con la comuna de Cochamó que presentó tan solo un 16% de los consultados y Puerto Montt un 21,8%.

En la comuna de Puerto Montt además se presenta una diferencia importante entre la población urbana y rural que se identificó con etnias indígenas. En el área urbana, la población que se identificó fue del 22,1% del total comunal, una cifra bastante mayor al 19,6% de la población del área rural comunal.

Según CENSO 2017 (INE, 2017), el 95,7% de la población de la comuna de Puerto Montt que se auto reconoció como perteneciente a alguna de las etnias originarias reconocidas por el estado lo hizo con la etnia Mapuche, que en esta zona es representada por la cultura Huilliche<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Fuente: DDU-SECPLAN basado en INE (2017).

<sup>10</sup> Ibíd.



## DIAGNÓSTICO ECONÓMICO

De acuerdo a la base de datos del Servicio de Impuestos Internos o SII (2015), Puerto Montt es la comuna que cuenta con mayor dinamismo económico de la región. Esta comuna posee el mayor número de empresas, mayor número de trabajadores dependientes informados y es la que cuenta con un mayor nivel de ventas, seguido con bastante distancia por las comunas de Osorno, Puerto Varas y Castro respectivamente.

## POBLACIÓN POR SECTORES DE LA ECONOMÍA

La fuerza laboral activa de la comuna de Puerto Montt alcanza un total de 114.137 personas. Los sectores de la economía más representativos son comercio y servicios con 19.650 empleos, seguidos de sin declaratoria con 18.556 casos, transporte y almacenamiento con 10.096, construcción con 9.749, industria manufacturera con 7.706, enseñanza con 7.678 y administración pública y defensa con 7.535, el resto corresponde a categorías con menor cuantía que alcanzan en suma 36.901 casos más<sup>11</sup>.

## POBREZA

De acuerdo a la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional o CASEN (MIDESO, 2017), una de las principales metodologías para medir la pobreza es el de la Línea de Pobreza (LP). Esta metodología toma en consideración al ingreso como el principal indicador de pobreza, el que debe ser suficiente para dar cobertura al total del costo de la canasta básica de alimentos; por lo que si no se cumple, la persona es considerada vulnerable o pobre.

Según lo anterior, la Región de Los Lagos posee un 12,7% de la población total en situación de pobreza por ingresos, de los cuales un 8,3% son pobres no extremos y un 3,4% son pobres extremos. La comuna de Puerto Montt posee un 12,4% de la población total en situación de pobreza, de los cuales un 7,8% son pobres no extremos y un 3,7% son pobres extremos. En términos de área urbana y rural, es posible evidenciar mayor pobreza en el área rural que urbana con un 16,5% y 7,4% respectivamente<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Fuente: DDU-SECPLAN basado en INE (2017).

<sup>12</sup> Fuente: DDU-SECPLAN basado en MIDESO (2017).



Otra metodología de medición es la llamada Pobreza multidimensional, la cual incorpora cuatro dimensiones: educación, salud, trabajo y seguridad social, y vivienda; los que ponderan un 25% de la ecuación cada una y que se subdividen en otras tres dimensiones específicas.

Bajo dicha perspectiva, la Región de Los Lagos posee un 18,6% de la población total en situación de pobreza multidimensional y la comuna de Puerto Montt posee un 19,6%. Tanto para la Región como para la comuna, estos porcentajes son considerablemente más altos que los levantados bajo la metodología de pobreza por ingreso. Sin embargo, la comuna de Puerto Montt se visualiza con un porcentaje mucho menor de pobreza que la Región de Los Lagos a la cual pertenece, lo que no ocurre bajo la lógica de medición anterior<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Ibíd.



## **EDUCACIÓN MUNICIPAL**

### **MATRÍCULA**

La comuna de Puerto Montt cuenta con un total de 106 Establecimientos Educacionales Municipales, los cuales son administrados por el Departamento de Administración de Educación Municipal. Estos establecimientos, se dividen de la siguiente manera: 30 jardines infantiles y salas cuna VTF, 58 escuelas básicas (urbanas, rurales y microcentro), 13 establecimientos de enseñanza media, 3 establecimientos con educación de adultos, 1 escuela especial y 1 escuela hospitalaria. Para el año 2020, al mes de marzo, la matrícula total de los establecimientos dependientes del DAEM de la Municipalidad de Puerto Montt, corresponde a 21.538 estudiantes. En el Gráfico N°1, se puede ver la distribución de la matrícula, dependiendo del tipo de Establecimiento.<sup>14</sup>

Además, es importante mencionar que, el Índice de Vulnerabilidad Escolar (IVE, desde ahora en adelante), para todos los establecimientos de la comuna de Puerto Montt, corresponde a 84%, mientras que, el de todos los establecimientos educacionales dependientes del DAEM, es de 90%, estando 6 puntos sobre la media comunal. En los siguientes apartados, se describe la matrícula por tipo de Establecimiento Educacional, Urbano/Rural, Estudiantes Extranjeros, Estudiantes PIE, Estudiantes SEP.

### **DISTRIBUCIÓN DE LA MATRÍCULA PARA CADA ESTABLECIMIENTO EDUCACIONAL, DIVIDIDO POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO.**

A continuación, se describe la matrícula de todos los Establecimientos Educacionales dependientes del DAEM Puerto Montt, incluyendo la capacidad y el porcentaje de matrícula, para cada uno de éstos. La información se entrega dividida por tipo de establecimiento educacional: Jardines y Salas Cuna VTF, Escuelas Básicas (Urbanas, Rurales y Rurales Microcentro), Liceos y Escuelas Completas, Educación de Adultos, Educación Especial y Escuela Hospitalaria.

---

<sup>14</sup> Fuente: PADEM 2021



## **JARDINES Y SALAS CUNA VTF**

En la Comuna de Puerto Montt, existen 30 Jardines Infantiles y Salas Cuna vía transferencia de fondos (VTF). La suma de la matrícula de todos estos establecimientos educacionales es de 1.742 estudiantes, siendo el 7,5% del total de la matrícula comunal del DAEM. En la Tabla N°1, se pueden ver la capacidad, la matrícula y el porcentaje de matrícula de acuerdo a la capacidad, para cada Jardín y Escuela VTF.

## **ESCUELAS BÁSICAS URBANAS, RURALES Y MICROCENTRO**

En la comuna de Puerto Montt, existen 57 escuelas que cuentan con enseñanza básica dependientes del DAEM. De estos establecimientos, 28 corresponden a Escuelas Básicas Urbanas, 11 corresponden a Escuelas Básicas Rurales, y 18 corresponden a Escuelas Básicas Rurales Microcentro. A continuación, se presenta la matrícula de cada Establecimiento Educativo, dividido en urbano, rural y rural microcentro.

### **ESCUELAS BÁSICAS URBANAS**

El total de Escuelas Básicas Urbanas dependientes del DAEM de la Municipalidad de Puerto Montt, es de 28 establecimientos. La suma de la matrícula de éstos, al mes de marzo del 2020, corresponde a 11.391 niños y niñas, siendo el 53,3% del total de la matrícula comunal del DAEM. En la Tabla N°2, se pueden ver la capacidad, la matrícula, el porcentaje de matrícula de acuerdo a la capacidad, y el Índice de Vulnerabilidad Escolar 2020 (IVE), para cada Escuela Básica Urbana

### **ESCUELAS BÁSICAS RURALES**

El total de Escuelas Básicas Rurales dependientes del DAEM de la Municipalidad de Puerto Montt, es de 11 establecimientos. La suma de la matrícula de éstos, al mes de marzo de 2020, corresponde a 1.587 niños y niñas, siendo el 7,4% del total de la matrícula comunal del DAEM.

### **ESCUELAS BÁSICAS RURALES MICROCENTRO**

El total de Escuelas Básicas Rurales dependientes del DAEM de la Municipalidad de Puerto Montt, es de 18 establecimientos. La suma de la matrícula de éstos, al mes de marzo de 2020, corresponde a 276 niños y niñas, siendo el 1,3% del total de la matrícula comunal del DAEM.



## **LICEOS Y ESCUELAS COMPLETAS**

En la comuna de Puerto Montt, existen 14 establecimientos educacionales con enseñanza media dependientes del DAEM. Además, de esos establecimientos, 2 cuentan con enseñanza desde pre básica hasta enseñanza media (Darío Salas y Nueva Alerce). La suma de la matrícula de los 14 Liceos y Escuelas Completas, al mes de marzo del 2020, corresponde a 7.604 niños y niñas, siendo el 35,3% del total de la matrícula comunal del DAEM.

## **EDUCACIÓN DE ADULTOS**

El total de Establecimientos Educacionales con Educación de Adultos dependientes del DAEM de la Municipalidad de Puerto Montt, es de 3. La suma de la matrícula de éstos, al mes de marzo de 2020, corresponde a 504 estudiantes, siendo el 2,3% del total de la matrícula comunal del DAEM.

## **EDUCACIÓN ESPECIAL**

Existe 1 Establecimiento de Educación Especial dependiente del DAEM de la Municipalidad de Puerto Montt. La matrícula de éste, al mes de marzo de 2020, corresponde a 129 estudiantes, siendo el 0,6% del total de la matrícula comunal del DAEM.

## **ESCUELA HOSPITALARIA**

La Escuela Hospitalaria, dependiente del DAEM de la Municipalidad de Puerto Montt, entrega educación a los niños y las niñas que, debido a problemas de salud, no pueden asistir de manera regular a un Establecimiento Educativo. La matrícula de ésta, al mes de marzo de 2020, corresponde a 47 estudiantes, siendo el 0,2% del total de la matrícula comunal del DAEM.

## **EVOLUCIÓN DE LA MATRÍCULA**

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, la matrícula en la comuna ha experimentado una baja constante, desde el año 2010. El año 2019 se vió un leve aumento y, para el año 2020, se aprecia una leve disminución (500 alumnos, aproximadamente), pero estando siempre sobre los 20.000 estudiantes.



**Gráfico: Evolución de la Matrícula 2010-2020<sup>15</sup>**



### PROYECCIÓN DE LA MATRÍCULA

Respecto de la proyección de la matrícula, para el año 2021, realizadas las rectificaciones de matrícula del presente año, se procedió al análisis del comportamiento de la matrícula desde el año 2017 hasta junio del 2020, y con esa información se hizo una proyección de matrícula que arroja la cifra de 21.794 alumnos para marzo del año 2021.

<sup>15</sup> Fuente: PADEM, elaboración DAEM con datos del Sistema de Información General de Estudiantes (SIGE) del Mineduc



## TURISMO

El turismo es definido por la OMT (Organización Mundial del Turismo) como “*un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios*”. Si pensamos al turismo más allá del ámbito económico, encontramos en él un fenómeno que propende a generar una interacción social, que dará paso a un espacio de interacción simbólica o interculturalidad, siendo la convergencia de éste el encuentro entre de un turista con un anfitrión.

El año 2019 Chile reportó, por turismo receptivo una cantidad de 4.517.962 de visitantes, personas externas al país que vinieron a conocer estas tierras, sus culturas, tradiciones, arquitectura y por supuesto los grandes atractivos naturales que le dan renombre al país en todo el mundo. De manera interna, 23 millones de compatriotas realizaron viajes con pernoctación y 16 millones de viajes de excursión (sin pernoctación).

Dentro de las diferentes actividades turísticas que se realizan alrededor del globo, existen denominaciones que ayudan a esclarecer qué actividades realizar, las que establecen claramente que tipo de turista visita un destino, ayudando a definir indicadores para generar conocimiento respecto de cuáles son sus intereses, duración de su estadía, gastos estimados y lo más importante, la experiencia que desean vivir, experiencia por la que eventualmente regresarían.

Las denominaciones que recibe el turismo son variadas; algunos, como el Turismo Cultural, incorporan además aspectos sociales y económicos; el Enoturismo, que ayuda a reforzar la autoimagen como pueblo, su identidad, la valoración de la cultura y el patrimonio; el Turismo Urbano, donde los turistas visitan centros urbanos con el fin de conocer lugares de interés, museos, edificios históricos, exposiciones de arte, conciertos. Entre tantos, las



denominaciones no faltan, los productos turísticos son variados y extensos; solo por nombrar algunos otros tenemos el Turismo Rural, Agroturismo, Turismo Patrimonial, Turismo de Interés Especial, y la lista continúa.

Chile es amplio en atractivos, donde cada territorio, norte, centro, sur y sur austral destacan por su diversidad turística cultural.

En este sentido, la recientemente creada Dirección de Turismo Municipal busca trabajar con el habitante del territorio, dada su diversidad de paradigmas, vivencias, experiencias, visiones, para lograr conformar un consenso con aquellas distintas miradas que existen sobre la comuna, legitimando por lo tanto el camino trazado hacia un nuevo futuro, poniendo en valor los atractivos locales, como síntoma de la concatenación de esfuerzos humanos en búsqueda de reconfigurar el espacio vivencial con una vocación turística que mantenga sus tradiciones, consciente de su historia ancestral y milenaria.

Para lograr este cometido se plantea un trabajo vinculante donde se levantará información, se capacitará, se coordinará, con el fin último de preparar los territorios para que pueda recibir a turistas, y de esta manera promover, difundir, promocionar e invitar a nuestros visitantes que conozcan nuestra zona y se empapen de las tradiciones culturales que posee una de las ciudades mayor dinamismo de nuestro país.

La comuna de Puerto Montt cuenta actualmente con 117 atractivos turísticos identificados, amplios en tradiciones, patrimonio cultural y natural, donde destacan el sitio Monte Verde, hito arqueológico del continente americano, y las Áreas Silvestres Protegidas del Estado (administrados por CONAF), que atraen tanto al turista interno como externo. Además la comuna cuenta con humedales, verdaderos paraísos de vida para la conservación de la biodiversidad de especies, donde la avifauna utiliza estos espacios para migrar.



### Miradores

| Nº | NOMBRE                   | UBICACIÓN  |
|----|--------------------------|--|
| 1  | Pichi Pelluco            | Calle Lago Todos los Santos con Río Vodudahue                              |
| 2  | Reserva Lomas            | Calle Bellavista con calle Vía Azul  |
| 3  | Viaducto Fourcade        | Viaducto Avenida Marcelo Fourcade  |
| 4  | Parque Natural Luis Ebel | Calle Los Pimientos / Calle Arquen / Calle Cuarta Terraza                  |
| 5  | Carmela                  | Pasaje Llanquihue con pasaje Miramar, conecta c/ escalera Carmela Carvajal |
| 6  | La Colina                | Calle los Eucaliptos   |
| 7  | Lago Chapo               | Calle Felipe Barria  |
| 8  | Manuel Montt             | Calle Felipe Barria con Santiago Ernst                                     |
| 9  | Antillanca               | Calles Icalma con Curepto  |
| 10 | Mirador SEP              | Calles Guillermo Lopetegui con Alcalde Ramón Yuraszeck                     |



|    |                                       |  |
|----|---------------------------------------|--|
| 11 | Chacayal                              | Calle Alepue, cruzando Chacayal hacia calle Carrera Pinto  |
| 12 | Quinta Terraza                        | Calle sin nombre, ubicada en la intersección de calle Cuarta Terraza y Calle Monseñor Ramón Munita |
| 13 | Plaza Uruguay                         | Calle San Antonio con calle Urriola  |
| 14 | Chiloé                                | Calle Chiloé, final del pasaje   |
| 15 | Afqintue                              | Final de calle Sur, intersección calle Mirador y calle Central                                     |
| 16 | Miramar                               | Calle Miramar con Porvenir   |
| 17 | Barranca                              | Avenida los Sauces con René Schneider  |
| 18 | Volcán Puntiagudo                     | Volcán Puntiagudo con Volcán Hornopirén  |
| 19 | Volcán Villarrica (Población Mirasol) | Puerto San Ambrosio  |
| 20 | Cementerio de Mascotas                | Cuesta Los Espinillos  |
| 21 | Mirador de la Intendencia             | Avenida Bernardo O'Higgins   |



|    |                                  |  |
|----|----------------------------------|--|
| 22 | La Colina 2                      | Calle Lautaro con intersección Los Pinos                               |
| 23 | Quinta Terraza 2                 | Mirador Hornopirén con Andalucía                                       |
| 24 | Parque Puerto Cruz               | Calle Puerto Cruz Grande, entre Puerto Almeyda e Isla Guafo            |
| 25 | Volcán Villarrica 2              | Desde Mirador Volcán Villarrica a mano izquierda en sitio eriazo       |
| 26 | Volcán Puntiagudo 2              | Desde Mirador Volcán Puntiagudo, tomar pasaje-huella a mano izquierda. |
| 27 | Terrazas de Angelmó              | Nueva Cinco con Nueva Dos  |
| 28 | Mirador Escalera Bellavista      | Calle Eleuterio Ramírez intersección calle Bellavista                  |
| 29 | Mirador Isla Tenglo              | Cruz de Isla Tenglo  |
| 30 | Mirador Huasco                   | Calle Huasco   |
| 31 | Mirador Pichi Pelluco 2 (juegos) | Lago Vidal Gormaz, entre Lago Villarrica y Rio Chanchan                |
| 32 | Mirador Anáhuac                  | Camino a Chinquihue, Población Anáhuac                                 |
| 33 | Mirador Volcán Villarrica 3      | Volcán Villarrica, entre calle Puerto Natales y Puerto Seno Gala       |



### Patrimonio de infraestructura

|    |                                  |   |
|----|----------------------------------|---|
| 1  | Monumento Colonización           | Antonio Varas, a un costado de la Pileta            |
| 2  | Casa de Arte Diego de Rivera     | Calle Quillota #116                                 |
| 3  | Catedral de Puerto Montt         | Calle Urmeneta #431                                 |
| 4  | Casa Pauly                       | Calle Rancagua #210                                 |
| 5  | Torre Campanario                 | Calle Guillermo Gallardo #269                       |
| 6  | Escultura Sentados Frente al Mar | Costanera de Puerto Montt                           |
| 7  | Casa Hornig                      | Calle Antonio Varas #1135                           |
| 8  | Casa Almonacid                   | Calle Miraflores #1349                              |
| 9  | Casa de Oficiales                | Entre las calles Ñuble, Chorrillo, Pudeto y Ecuador |
| 10 | Mercado Típico de Angelmó        | AV. Angelmó esquina Pacheco Altamirano S/N          |
| 11 | Mercado Municipal                | Av. Pdte. Ibáñez #708                               |



|    |                                       |   |
|----|---------------------------------------|---|
| 12 | Mercado Costanera Pueblito Melipulli  | Calle Porvenir #57                          |
| 13 | Animita Fortuoso                      | Calle las Quemas                            |
| 14 | Mercado Cuarta Colina                 | Pasaje Río Yeli #190                        |
| 15 | Alerce Histórico                      | Av. Gabriela Mistral #1041                  |
| 16 | Cementerio General                    | Huasco S/N                                  |
| 17 | Museo Histórico Puerto Montt          | Av. Diego Portales #997                     |
| 18 | El Camahueto                          | Avenida Diego Portales                      |
| 19 | Muelle de paseo                       | Avenida Diego Portales                      |
| 20 | Plaza de Armas                        | Entre Calle Antonio Varas y Calle Urmeneta. |
| 21 | Museo de Trenes                       | Avenida Diego Portales al costado del Museo |
| 22 | El Estadio Bicentenario de Chinquihue | Pacheco Altamirano 114                      |
| 23 | Museo La Chamiza                      | Ruta Automó km 8.5 Carretera Austral        |



### ASPES (áreas silvestres protegidas)

| Nº | NOMBRE                                       | UBICACIÓN   |
|----|--|---|
| 1  | Parque Nacional Alerce Andino (Sector Lenca) | Por el sur, el acceso se efectúa por la ruta que une a Puerto Montt y Lenca. A 40 km de Puerto Montt, por la Carretera Austral, se ubica Lenca, desde donde nace un camino interno hacia al parque por el valle del río Chaicas, hacia la laguna Chaiquenes. En el km 7 se ubica la guardería del sector Chaicas. |
|    | (Sector Correntoso)                          | Desde la localidad de Correntoso Ruta V-65) a la guardería del parque son 2,5 km. Desde Puerto Montt pasado el puente Chamiza, camino a Automó (Ruta V-655) se encuentra el sector Sargazo, que a 8 km se encuentra la segunda custodia de CONAF.   |
| 2  | Monumento Natural Lahuen Ñadi                | Ruta 226 (al aeropuerto El Tepual). Desde allí se ingresa hacia el norte unos 3 km por camino del predio El Rincón, hasta la entrada y oficinas de CONAF.   |
| 3  | Reserva Nacional Llanquihue                  | Kilometro 25 Ruta V-65.   |
| 4  | Santuário Katalapi                           | Ruta 7, kilómetro 25 en Pichiquillaipe.   |

### Otros

| Nº | NOMBRE                   | UBICACIÓN                |
|----|--------------------------|--------------------------|
| 1  | Animita Fortuoso         | Calle las Quemas         |
| 2  | Bosque fósil Isla Tenglo | Al sur de la Isla Tenglo |
| 3  | Playa sector la Vega     | Al sur de la Isla Tenglo |



|    |                                     |   |
|----|-------------------------------------|---|
| 4  | Canal de Tenglo                     | Entre la Isla de Tenglo y la Ciudad de Puerto Montt                 |
| 5  | Caleta de Puntilla Tenglo           | Avenida Juan Soler Manfredini, Frente a la base naval de la Armada. |
| 6  | Caleta de Pichi Pelluco             | Avenida Juan Soler Manfredini                                       |
| 7  | Balneario Pelluco                   | Km 4 de la Carretera Austral, Ruta 7                                |
| 8  | Balneario de Pelluhuin              | Sector de Pelluhuin   |
| 9  | Bosque Fósil de Pelluhuin           | Sector de Pelluhuin   |
| 10 | Humedal Chamiza                     | Desde el sector de Pelluhuin hasta Chamiza.                         |
| 11 | Rio Chamiza                         | Km. 9 de la Ruta 7 Carretera Austral                                |
| 12 | Conchal de Piedra Azul              | Km. 15 de Ruta 7  |
| 13 | Corrales de Pesca de Pichiquillaipe | Costa de Punta Pichiquillaipe.                                      |
| 14 | Piedra del Jote                     | Villa Domingo Km 25.  |



|    |                                |   |
|----|--------------------------------|---|
| 15 | Balneario Metri                | Km 30, Ruta 7 Carretera Austral.                              |
| 16 | Isla Sanz                      | Pichiquillaipe km 24.5, Ruta 7                                |
| 17 | Conchal Metri                  | Km 30, Ruta 7 Carretera Austral                               |
| 18 | Caleta la Arena                | Km 45, Ruta 7 Carretera Austral                               |
| 19 | Islas Caicura                  | Caleta La Arena, a 45 km de Puerto Montt                      |
| 20 | Cascada el Milagro             | Caleta La Arena, a 45 km de Puerto Montt                      |
| 21 | Isla Capera o Capehuapi        | Ubicada detrás al Norte Isla Maillen                          |
| 22 | Corrales de Pesca Isla Maillen | Ubicada detrás al Norte Isla Maillen, frente a la Isla Capera |
| 23 | Isla Maillen Estero            | Ubicada al Noroeste de Isla Maillen                           |
| 24 | Isla Puqueldón                 | Ubicada al Sur de Isla Maillen                                |
| 25 | Humedal Isla Maillen           | Ubicada al Noroeste de Isla Maillen                           |



|    |                               |  |
|----|-------------------------------|--|
| 26 | Corral de Pesca               | Al sur de la Isla Tenglo                                 |
| 27 | Puntilla Tenglo               | Al Norte de la Isla Tenglo                               |
| 28 | Seno de Reloncaví             | Bahía de Puerto Montt                                    |
| 29 | Lago Chapo                    | V-65 , Km 43   |
| 30 | Rio Maullin                   | Camino a Nueva Braunau Ruta V-85                         |
| 31 | Conchales y Corrales de Pesca | Costa de Ilque   |
| 32 | Caleta Anahuac                | Avenida Pacheco Altamirano km 2                          |
| 33 | Pileta de aguas danzantes     | Pacheco Altamirano KM 0                                  |
| 34 | Casa Up                       | Carretera Austral 9920, Chamiza, Puerto Montt, Los Lagos |
| 35 | Mall Costanera                | Illapel 10, Puerto Montt, Los Lagos                      |
| 36 | Mall Paseo del Mar            | Urmeneta 580   |



|    |                     |  |
|----|---------------------|--|
| 37 | Mall la rotonda     | Parque Industrial 450, Puerto Montt, Los Lagos |
| 38 | Mall la paloma      | Volcán Puntiagudo, Puerto Montt, Los Lagos     |
| 39 | Santuario de Alerce | V-615, Río del Sur, Puerto Varas, Los Lagos    |
| 40 | Árbol solitario     | Ruta V-505 Camino Alerce                       |

#### Recreación urbana

| Nº | NOMBRE                              | UBICACIÓN  |
|----|-------------------------------------|--|
| 1  | Parque y Vivero Municipal de Alerce | Avenida Los Alerces #2100, Ruta V-615                  |
| 2  | Parque Luis Ebel                    | Calle los Pimientos s/n                                |
| 3  | Parque Urbano La Paloma             | Calle Lago Cucao #2011                                 |
| 4  | Saltos del Maullín                  | Ruta las Quemas km. 21.5 a mano derecha 2 km interior. |



### Inmuebles de Conservación Histórica

| Nº | NOMBRE                  | UBICACIÓN                     |
|----|-------------------------|-------------------------------|
| 1  | Iglesia de los Jesuitas | Calle Guillermo Gallardo #269 |
| 2  | Casa Ebel               | Calle Balmaceda #212          |
| 3  | Colegio San Javier      | Calle Guillermo Gallardo #269 |
| 4  | Casa Fernández          | Calle Urmeneta #890           |
| 5  | Casa Arteaga            | Calle San Felipe #146         |
| 6  | Casa Burchkart          | Calle Egaña #150-156          |
| 7  | Edificio Rancur         | Calle Urmeneta #459           |
| 8  | Edificio Salco          | Calle Antonio Varas #549      |
| 9  | Edificio Diaz           | Calle Antonio Varas #480      |
| 10 | Casa Rensinghoff        | Calle Bernardo O'Higgins #114 |



|    |                               |                              |
|----|-------------------------------|------------------------------|
| 11 | Gendarmería                   | Calle Antonio Varas #922-928 |
| 12 | Municipalidad de Puerto Montt | Calle San Felipe #80         |
| 13 | Gobernación Provincial        | Calle San Martín #80         |



## PLADECO

De acuerdo a lo señalado en la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades N° 18.695 y sus posteriores modificaciones, párrafo 2º sobre Funciones y atribuciones, Artículo 3º, corresponderá a las municipalidades, en el ámbito de su territorio, las siguientes funciones privativas: “a) *Elaborar, aprobar y modificar el Plan Comunal de Desarrollo cuya aplicación deberá armonizar con los planes regionales y nacionales*”. El Plan de Desarrollo Comunal es uno de los principales instrumentos de planificación municipal. Tiene por propósito definir un objetivo común que permita guiar el trabajo municipal de manera conjunta, en un proceso participativo y de debate. Cumple un rol fundamental dentro de los municipios, guiando –como lo dice su nombre, el desarrollo de la comuna y fomentando un buen ejercicio de la gobernabilidad, ya que todos las Direcciones y Departamentos Municipales estarán trabajando en torno a un fin común, que es la hoja de ruta que demarca este Plan. Este instrumento debe ser profundamente democrático, porque sus bases emanan del sentir ciudadano. En nuestra comuna, su construcción contó con la participación de cerca de 5.000 personas, quienes asistieron a distintos talleres ciudadanos. Además, se incorporaron al proceso distintos actores relevantes para nuestra comuna, del sector público, privado, académico y de la sociedad civil.

La elaboración de un Plan de Desarrollo Comunal decanta en la identificación de ejes estratégicos en los que se busca enfocar el trabajo municipal, a fin de materializar la imagen-objetivo consensuada para la comuna. En nuestro caso se identificaron tres ejes fundamentales, a través de los cuales se podrá avanzar hacia un desarrollo integral de nuestra comuna y sus habitantes:

Los ejes estratégicos de este Plan de Desarrollo Comunal son:

- 1. Desarrollo Humano, Cultura, Seguridad y Calidad de Vida:** Promover el Desarrollo Humano significa poner a las personas en primer lugar, en tanto objetivo último del desarrollo de una sociedad, buscando que cada uno de los habitantes de la comuna de Puerto Montt sea capaz de desarrollar al máximo sus distintas capacidades personales. Comprendiendo a la cultura como un aspecto fundamental para el Desarrollo Humano. Promover la calidad de vida, significa promover el bienestar de las personas en un sentido holístico, es decir, un acercamiento al mejoramiento de la vida de las personas, complejo y multidimensional, en el que se abarquen tanto el bienestar subjetivo como el físico de las personas, así como la importancia de sentirse integrado dentro de nuestra cultura y sociedad, habitando un espacio seguro.



2. **Desarrollo Territorial y Medio Ambiente:** La promoción de un desarrollo sustentable en la comuna necesita de una planificación que conduzca el desarrollo de los sectores urbanos, rurales y naturales de forma integral y que promueva un equilibrio entre ellos, como parte de un sistema ecológico. La búsqueda de este equilibrio pasa por el diseño y ejecución de estrategias sectoriales que, entre otras cosas, promuevan la conectividad interna del territorio de Puerto Montt, mediante el uso de transportes alternativos que disminuyan el impacto de la vida humana en el territorio. Así también, el fomento del equilibrio territorial necesita de diversas medidas que tiendan a la protección y mantención de los sectores urbanos, rurales y naturales tales como la delimitación y protección del borde costero, el territorio marítimo, las áreas verdes y las zonas patrimoniales.
3. **Desarrollo Turístico y Diversificación Económica:** Este eje se orienta hacia los esfuerzos de fomentar un modelo de desarrollo económico diversificado, que permitan liberar la tensión actual que se produce por la dependencia de un solo commodity, el salmón. De esta manera, un eje fundamental para esta diversificación, se concentra en las potencialidades turísticas con las que cuenta nuestra comuna, las que deben ser puestas en valor para promover su desarrollo en distintas áreas y sectores de nuestro territorio.

## SEGUIMIENTO

El Plan de Desarrollo debe ser constantemente monitoreado, evaluado y actualizado, de acuerdo a los nuevos escenarios y la contingencia comunal. De esta forma, se ha propuesto la construcción de un equipo de seguimiento exclusivo del PLADECOP alojado en la SECPLAN, quienes en conjunto con el Observatorio Municipal tendrán la misión de monitorear el desarrollo de la comuna y evaluar el PLADECOP constantemente. Esta evaluación debe integrar las visiones de los actores y autoridades locales y regionales, así como la ciudadanía en su conjunto, la sociedad civil, el sector privado y académico.



## ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL

Alcalde: Gervoy Paredes Rojas; [gervoy.paredes@puertomontt.cl](mailto:gervoy.paredes@puertomontt.cl)

San Felipe 80, 2º piso

Teléfono: 65 2 261712 Secretaria: Rosa Soto Quintul [rosa.soto@puertomontt.cl](mailto:rosa.soto@puertomontt.cl)





## Concejo Municipal

|  |  |
|--|--|
| <p>Fernando Binder Álvarez<br/><a href="mailto:fernando.binder@puertomontt.cl">fernando.binder@puertomontt.cl</a><br/>Edificio Torre del Puerto, Of. 206<br/>Teléfono: 65 2 261860</p> | <p>Juan Carlos Cuitiño<br/><a href="mailto:juancarlos.cuitino@puertomontt.cl">juancarlos.cuitino@puertomontt.cl</a><br/>Urmeneta 851, 5to piso, oficina 55<br/>Teléfono: 65 2 484040</p>     |
| <p>Leonardo González Sáez<br/><a href="mailto:leonardo.gonzalez@puertomontt.cl">leonardo.gonzalez@puertomontt.cl</a><br/>Antonio Varas 236 3º piso<br/>Teléfono: 65 2 223026</p>       | <p>Luis Adrian Vargas Machado<br/><a href="mailto:luis.vargas@puertomontt.cl">luis.vargas@puertomontt.cl</a><br/>Torre Campanario N°707<br/>Teléfono: 65 2 232561</p>                        |
| <p>Fernando España España<br/><a href="mailto:fernando.espana@puertomontt.cl">fernando.espana@puertomontt.cl</a><br/>Edificio Colón 5º piso, of. 506<br/>Teléfono: 65 2 482617</p>     | <p>Sonia Hernández<br/><a href="mailto:sonia.hernandez@puertomontt.cl">sonia.hernandez@puertomontt.cl</a><br/>Ed. Plaza 6º Piso, O'Higgins 167, Of. 601<br/>Teléfono: 65 2 484041</p>        |
| <p>Marcia Muñoz Kochifas<br/><a href="mailto:marcia.munoz@puertomontt.cl">marcia.munoz@puertomontt.cl</a><br/>Torre del Puerto, Of. 305<br/>Teléfono: 65 2 484537</p>                  | <p>Evelyn Chávez Chávez<br/><a href="mailto:evelyn.chavez@puertomontt.cl">evelyn.chavez@puertomontt.cl</a><br/>Edificio Colón, Oficina 302 – 3º Piso<br/>Teléfono: 65 2 333945</p>           |
| <p>Emilio Garrido Ibáñez<br/><a href="mailto:emilio.garrido@puertomontt.cl">emilio.garrido@puertomontt.cl</a><br/>Edificio Colón Of. 206 – 2º Piso<br/>Teléfono: 65 2 261862</p>       | <p>Yerco Rodríguez Guichapani<br/><a href="mailto:yerco.rodriguez@puertomontt.cl">yerco.rodriguez@puertomontt.cl</a><br/>Edificio La Construcción Oficina 1014<br/>Teléfono: 65 2 245123</p> |



## ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO CULTURAL

En Puerto Montt, la información estadística disponible sobre las áreas que componen el entorno cultural, es en la mayoría de los casos de carácter parcial y no integrada, lo que dificulta la elaboración de diagnósticos y caracterizaciones adecuadas para comprender la dinámica del sector, y poder desde luego implementar acciones que promuevan su desarrollo.

Para contribuir a compensar los efectos de lo anterior, la gestión alcaldicia ha instruido elaborar el Plan Municipal de Cultura de Puerto Montt, documento inédito en la comuna y que tiene como propósito orientar la inversión y la gestión municipal en el área. Para esto se inicia un proceso de revisión de la información cultural que la comuna produce a nivel de entorno, vale decir la oferta y la demanda, e institucional municipal, a saber el sistema, aplicando diferentes fuentes y técnicas, con indicadores que permitan ponderar su nivel de desarrollo.

Es así que proponemos un marco diagnóstico en miras producir en lo sucesivo información periódica y adecuada a la diversidad de realidades presentes en el territorio comunal.

## SÍNTESIS DIAGNÓSTICO CULTURAL

Se observan las siguientes distinciones:

### **El entorno:**

### **Los trabajadores/as de Cultura; la oferta:**

1. El producto de los trabajadores de Culturas tiene baja penetración en el Mercado.
2. El estudio exhibe un alto índice de informalidad laboral.
3. El beneficiario consultado exige un mayor acceso y democratización de espacios disponibles para el desarrollo del sector.

### **Público; demanda:**

4. El usuario consultado percibe la acción institucional en el ámbito cultural como un “dejar ser”, sin una programática integrada, más allá de lo que la contingencia señala.



**El sistema:**

**Lo institucional municipal:**

5. Respecto de las características de gestión, el municipio se puede definir como un facilitador, donde el impulso de la acción cultural procede de la población, los usuarios y las organizaciones que se implican en uno o varios sectores culturales, cubriendo principalmente eventos, fechas conmemorativas y días temáticos.
6. El municipio dispone de un gasto anual asociado a Cultura en promedio del 6% de su presupuesto anual, superior al 2% convenido en su momento en la Agenda Cultura, siendo mayor a otras instancias de financiamiento público a nivel comunal.
7. Este presupuesto se desglosa en diferentes instancias municipales, léase DIDEKO, Museo, Departamento de Culturas, CCPM, entre otras, cada una con sus respectivos programas. No obstante, el municipio no cuenta con un formato organizacional que permita enfrentar de manera coordinada los temas en materia cultural.
8. La acción municipal en Cultura es autónoma, vale decir, no “conversa” necesariamente con el uso de otros recursos que el Estado destina para el Sector.
9. El municipio administra la mayor cantidad de metros cuadrados susceptibles para uso cultural.
10. La gestión alcaldicia pone a disposición recursos y dinero para la planificación en Cultura; la voluntad política se concreta una vez cumplidos los diferentes pasos con los agentes vinculantes, a saber público, trabajadores de Cultura, Concejo Municipal, y el decreto correspondiente que valida las acciones, presupuestos, responsables y plazos.

**Políticas culturales:**

11. El Estado promueve políticas bajo una lógica subsidiaria.



## **METODOLOGÍA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN**

La metodología utilizada consiste en la aplicación de distintas técnicas de recolección de información cualitativa y cuantitativa, datos de fuentes primaria, secundaria y terciaria, su recopilación y sistematización, a objeto de conocer el contexto y caracterización de la comuna, conformando una línea base comunal, la cual sirve de insumo para realizar la planificación cultural. Para propiciar la propuesta el equipo técnico cuenta además con un enfoque dialéctico-reflexivo que mediante heurística, contempla una mirada holística del medio; vale decir, se dirige al encuentro de la apertura cognitiva necesaria para comprender los procesos referidos a lo cultural en la comuna y sus posibilidades analíticas desde lo municipal.

La elaboración del Plan Municipal de Cultura implica consensuar con distintos actores culturales locales la imagen de la comuna que se pretende alcanzar. Para ello se desarrollaron jornadas de trabajo participativas siguiendo las orientaciones metodológicas del entonces CNCA, instancias donde se trataron temas como la percepción del panorama, las necesidades y las propuestas del sector.

Lo anterior deviene en la redacción de un documento formal que consta de los siguientes apartados:

- 1.- Diagnóstico de las necesidades culturales;
- 2.- Definición de la visión y misión estratégica cultural comunal;
- 3.- Establecimiento de objetivos estratégicos culturales;
- 4.- Determinación de programas culturales por línea estratégica;
- 5.- Diseño de perfiles de iniciativas por programas;
- 6.- Priorización de iniciativas específicas;
- 7.- Plan de financiamiento;
- 8.- Sistema de seguimiento y evaluación.

Siguiendo los procedimientos descritos por el MCAP, al término del proceso de redacción del documento, este es presentado ante los actores culturales que participaron durante el proceso, al alcalde y al concejo municipal para su validación.



Utilizando el enfoque de la teoría de sistemas sociales de Luhmann, el municipio se entiende como un sistema que observa valiéndose de la cibernética de primer orden<sup>16</sup>, es decir, a través de las lecturas que pueda realizar de su entorno. El sistema, al realizar su clausura operacional, que incluye al entorno, limita su marco referencial; lo que no interpreta es lo que no observa, ya sea al no ser visible o porque no se da a conocer; subyace en esto el concepto que tiene importancia en este estudio: *latencia*, el cual se refiere al desconocimiento por parte del sistema respecto de lo que hay en el entorno, “*lo que no se ve, lo que el sistema no percibe*”. La teoría de los sistemas que observan hace de la latencia su problema central. *Cada observación fija un límite a través del cual designa algo y niega lo demás. “Ello quiere decir que para sí misma es inobservable. O si se prefiere: el límite o condición de la observación permanece latente. Sólo una segunda observación puede hacerlo transparente”*<sup>17</sup>. El sistema institucional realiza entonces la distinción de su entorno, abstrayendo un marco de referencia, que es el ámbito de la cultura. Surge la primera cuestión: **¿cómo el entorno valora o percibe la gestión municipal en el ámbito de lo cultural?**<sup>18</sup>

Iniciamos el proceso comunicativo seleccionando información de la institucionalidad nacional que, a través del entonces CNCA, publicó una guía metodológica para la elaboración de planes de cultura<sup>19</sup>, donde se sugieren distintas etapas, de las cuales hemos suscrito algunas: la aplicación de encuestas cuantitativas y cualitativas; la sistematización, tanto de las técnicas como de las fuentes de información; y la etapa de planificación.

---

<sup>16</sup> Norbert Wiener, 1948, “Cibernética o el control y comunicación en animales y máquinas”.

<sup>17</sup> Soto del Ángel, Juan (Méjico 2018): La autorreproducción del sistema de la ciencia, una reflexión a partir de Niklas Luhmann.

<sup>18</sup> Cuando se dice “lo cultural” estamos haciendo una reducción de la complejidad, por lo tanto, iniciamos el proceso comunicativo con la aplicación de instrumentos para establecer un marco de referencia mediante el proceso de levantamiento mismo.

<sup>19</sup> Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, mayo 2011, “Guía metodológica para la elaboración de planes municipales de cultura”.



## LÍNEA BASE.

### APARTADO POR FUENTES.

#### 1.- Fuentes de información terciaria.

##### 1.1.- Infraestructura cultural.

De acuerdo a la definición de Ministerio de las Culturas, Las Artes y el Patrimonio (MCAP) consignada en el Catastro de Infraestructura Cultural Pública y Privada del 2017, se entiende por **Infraestructura cultural** al bien inmueble o recinto de carácter permanente de características físicas específicas que posibilitan el desarrollo de diversas disciplinas artísticas y culturales en su interior y de distintas actividades o fases del ciclo de creación cultural: producción, difusión, distribución, formación y conservación entre otros. Asimismo, cumplen también una función de interacción entre diferentes actores sociales y permite la reproducción de prácticas culturales de una sociedad o grupo particular. La infraestructura está asociada a algún tipo de administración que planifica y gestiona las actividades; genera programación y, de acuerdo a su línea editorial selecciona sus contenidos.

Por “**otros espacios de uso cultural**”, se entenderán las infraestructuras, bienes inmuebles y espacios públicos y de soporte urbano, que van más allá de los especialmente construidos o habilitados, que sean utilizados para prácticas artísticas y culturales. Se caracterizan por tener uso esporádico (alguna vez al mes; algunos períodos del año). Corresponden, por ejemplo, a salones de edificios municipales, espacios para el deporte, patios techados, anfiteatros abiertos, parques, plazas, entre otros.

| INFRAESTRUCTURA CULTURAL PRIVADA  | MTS <sup>2</sup> | CAPACIDAD   |
|-----------------------------------|------------------|-------------|
| Biblioteca Dr. Matías Yuraszek    | 65               | 90          |
| Balmaceda Arte Joven Puerto Montt | 213              | 130         |
| Casona Ayahue                     | 188              | 64          |
| Centro Cultural Alianza Francesa  | 76               | 125         |
| Cine Hoyts Puerto Montt           | 800              | 600         |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>1342</b>      | <b>1009</b> |

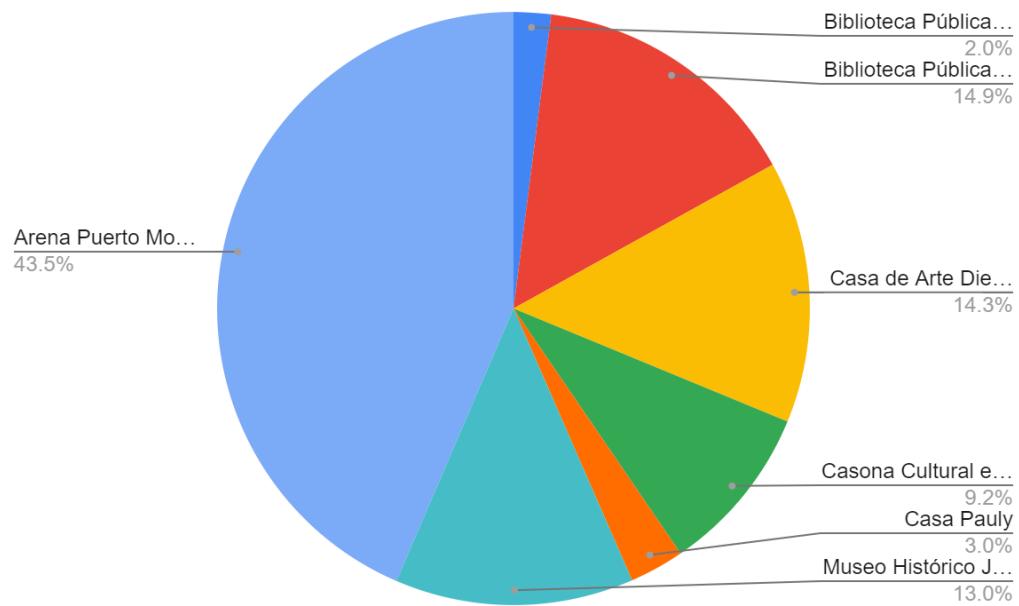


| INFRAESTRUCTURA CULTURAL PÚBLICA     | MTS <sup>2</sup> | CAPACIDAD   |
|--------------------------------------|------------------|-------------|
| Biblioteca Pública N° 135 Correntoso | 90               | 34          |
| Biblioteca Pública N° 48             | 660              | 100         |
| Casa de Arte Diego Rivera            | 632              | 487         |
| Casona Cultural ex Banco Llanquihue  | 409              | 160         |
| Casa Pauly                           | 132              | 60          |
| Museo Histórico Juan Pablo II        | 576              | 100         |
| Arena Puerto Montt*                  | 1927             | 3592        |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>4426</b>      | <b>4533</b> |

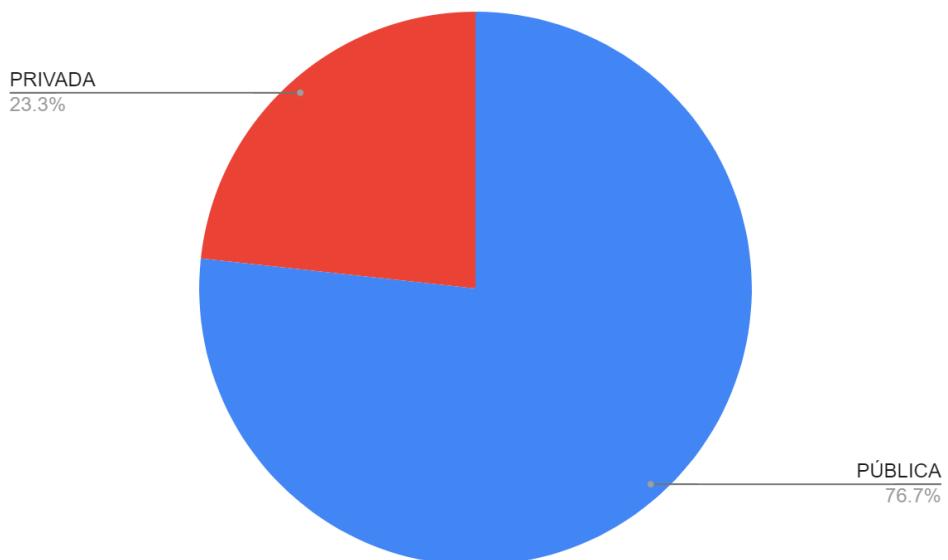
**\*En el recinto Arena Puerto Montt se realizan eventualmente eventos culturales; siendo por su diseño un polideportivo, no reúne las características necesarias que por definición<sup>20</sup> deben cumplir los centros culturales.**

---

<sup>20</sup> Ver pág. 21 [http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ar-vegazepeda\\_m/pdfAmont/ar-vegazepeda\\_m.pdf](http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ar-vegazepeda_m/pdfAmont/ar-vegazepeda_m.pdf)



### 1.1.1.- Comparativo.



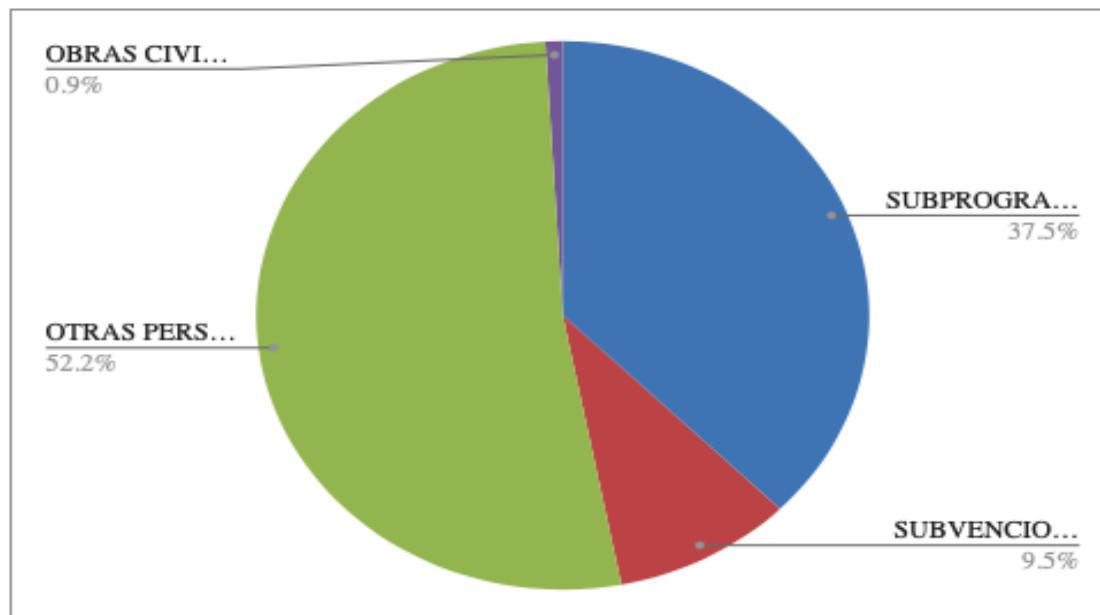


### 1.2.- Inversión en Cultura.

El municipio de Puerto Montt asigna fondos<sup>21</sup> al ámbito cultural de manera directa mediante subprogramas, por ejemplo, en el caso de la DIDEKO e indirectamente vía presupuesto anual a la Corporación Cultural de Puerto Montt (CCPM). Se cuenta con un segundo mecanismo que se desglosa mediante subvenciones aprobadas vía Concejo a distintas organizaciones de base comunal.

Durante el ejercicio 2018, se destinaron \$2.624 millones en gastos asociados a Cultura, correspondientes a un 6,2% del presupuesto municipal, desagregados en subprogramas, subvenciones a otras personas jurídicas privadas, subvenciones a organizaciones de base y obras civiles.

|   |                         |
|---|-------------------------|
| <b>PPTO GENERAL INICIAL</b>                       | <b>\$42,002,084,000</b> |
| <b>SUBPROGRAMAS ASOCIADOS A CULTURA</b>           | <b>\$983,029,000</b>    |
| <b>SUBVENCIONES A ORGANIZACIONES COMUNITARIAS</b> | <b>\$248,513,664</b>    |
| <b>OTRAS PERSONAS JURIDICAS PRIVADAS</b>          | <b>\$1,368,887,160</b>  |
| <b>OBRAS CIVILES</b>                              | <b>\$23,750,973</b>     |
| <b>EGRESOS ASOCIADOS A CULTURA</b>                | <b>\$2,624,180,797</b>  |



En general, la forma en que el Estado promueve los derechos culturales a

<sup>21</sup> Transparencia municipal.



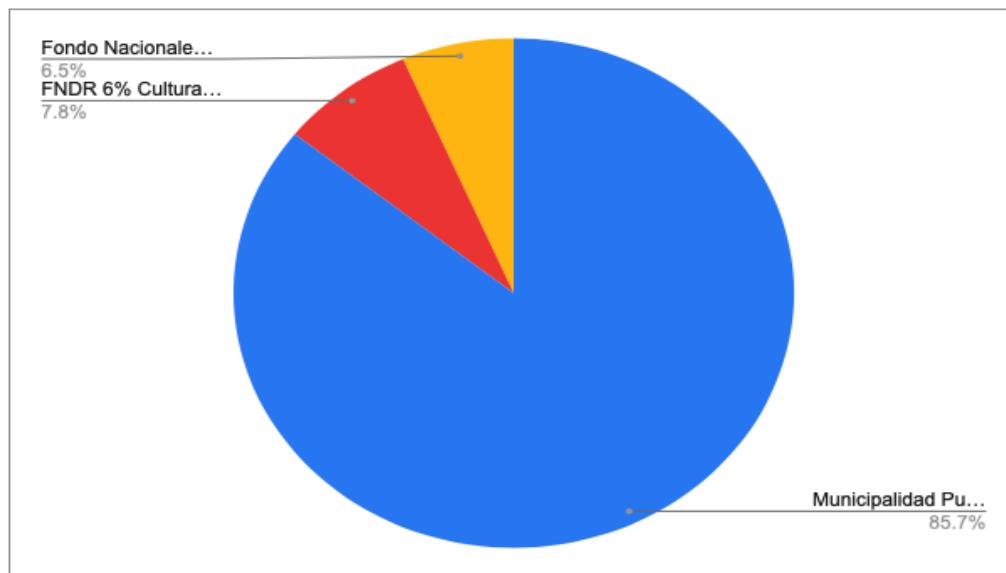
la participación, para que llegue a todos los ciudadanos, es a través de una política cultural. Esta política cultural se traduce en fondos para la conservación, promoción, difusión y desarrollo de la cultura.

Actualmente las comunas, a través de los organismos nacionales y regionales, desarrollan este sistema de financiamiento por medio de fondos concursables tales como FONDART y FNDR principalmente.

#### 1.2.1.- Comparativo

El municipio es la institución que realiza más aporte pecuniario en cultura en la comuna:

|   |      |           |
|---|------|-----------|
| Municipalidad Puerto Montt                | 2624 | *millones |
| FNDR 6% Cultura, Concursable              | 239  |           |
| Fondo Nacionales Concursables de Cultura* | 198  |           |

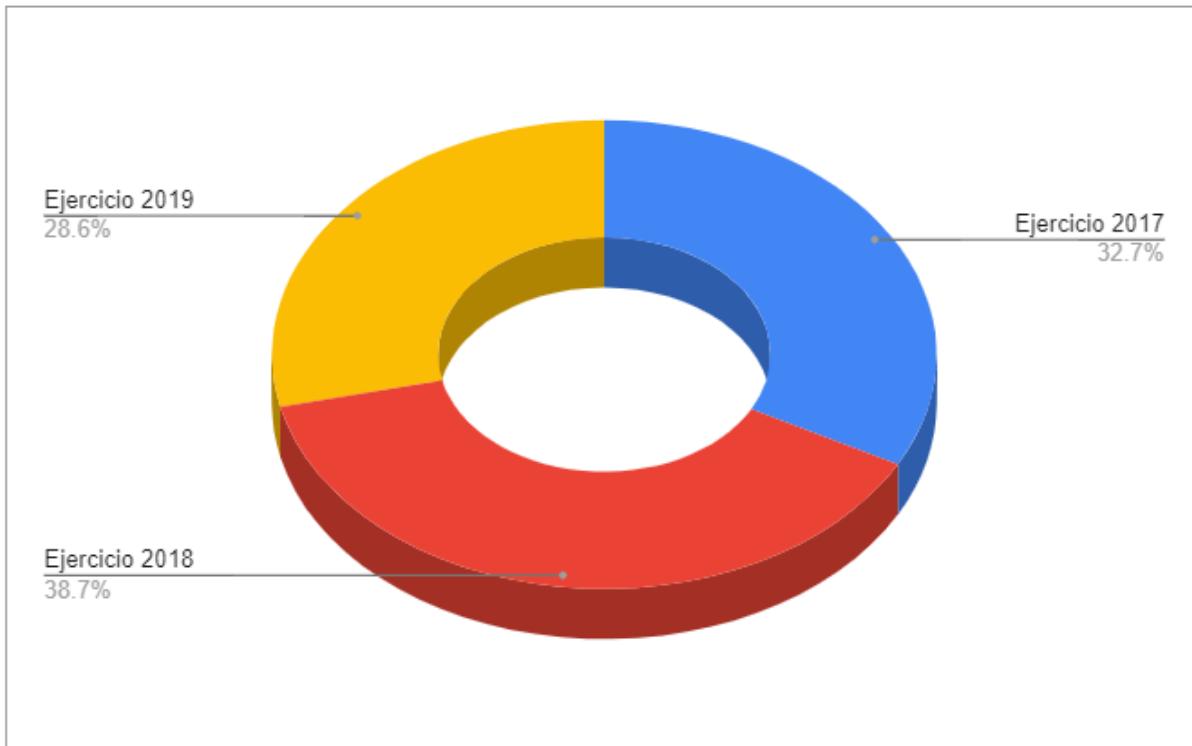


\*Existen además otros fondos: hasta el cierre de este proceso (2019).



### 1.2.2.- Escenario tendencial del presupuesto municipal.

|                      |                                  |
|----------------------|----------------------------------|
| Ejercicio 2017       | \$2,221,687,107                  |
| Ejercicio 2018       | \$2,624,180,797                  |
| Ejercicio 2019       | \$1,938,523,000 Falta contraste* |
| <b>TOTAL TRIENIO</b> | <b>\$6,784,390,904</b>           |



\*Información extraída desde transparencia municipal

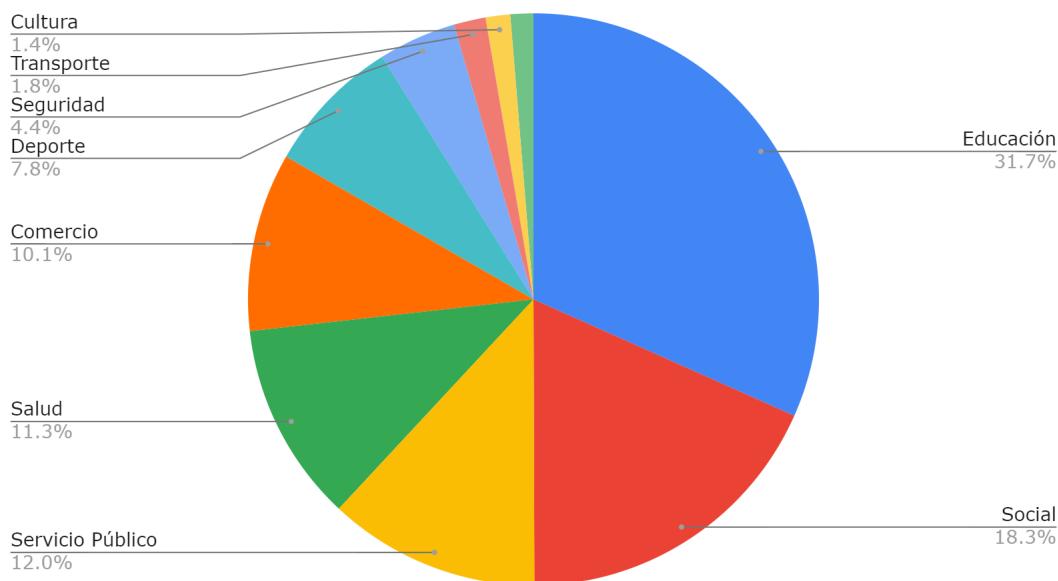


### 1.3.- Catastros.

#### 1.3.1.- Equipamiento comunal de Puerto Montt.

Se define como las construcciones destinadas a la prestación de servicios necesarios para complementar las actividades residenciales, recreativas y productivas, incluyendo las interrelaciones y actividades anexas que se generan a partir de ellas.

EQUIPAMIENTO



El Estudio de Estándares de Equipamiento 1996<sup>22</sup>, establece un mínimo por unidad para cada veinte mil habitantes, considerando metros cuadrados, coeficiente de constructibilidad y radio de influencia. Al cierre de este documento base se hace necesario contar con un estudio especializado, que calcule el estándar local actual en forma precisa.

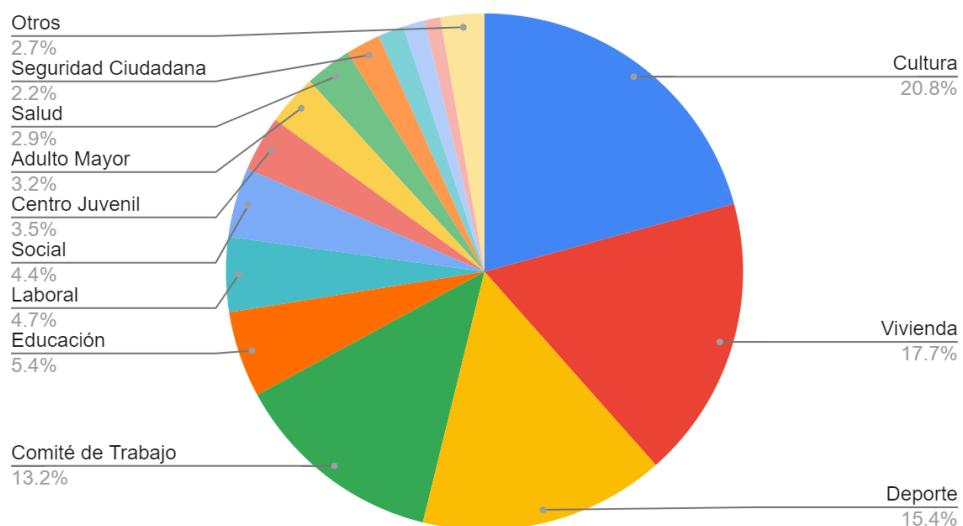
<sup>22</sup> Ministerio de Vivienda y Urbanismo, 1996, “Estudio de Estándares de Equipamiento” AC Consultores.



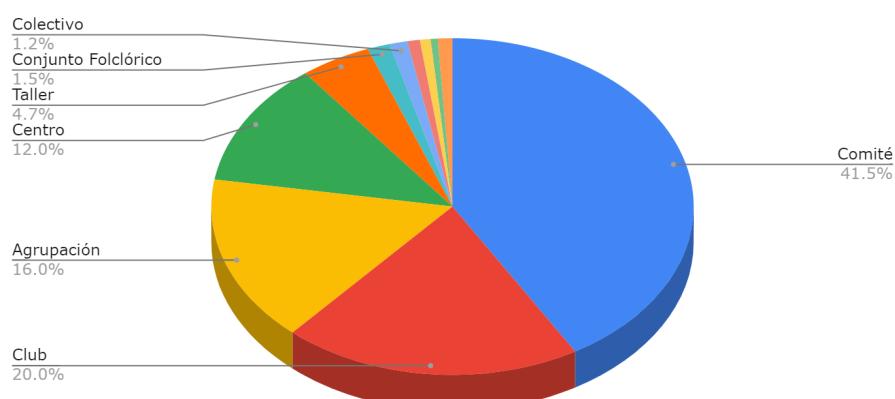
### 1.3.2.- Organizaciones sociales comunitarias.

Las dinámicas predominantes que mueven la asociatividad de nuestro tejido social<sup>23</sup> son:

ÁMBITO DE ORGANIZACIÓN



TIPO DE ASOCIACIÓN



<sup>23</sup> [www.puertomontt.cl](http://www.puertomontt.cl)



### 1.3.3.- Monumentos, Santuario de la Naturaleza y Zona Típica.

En el contexto nacional, la comuna posee 1 monumento arqueológico de 73, 2 de 913 monumentos, 2 monumentos históricos, 11 monumentos públicos de 516, 1 de los 63 Santuarios de la Naturaleza y 1 Zona Típica de las 142 declaradas.

| TIPO                       | MONUMENTO   |
|----------------------------|---|
| Monumento Arqueológico     | Monteverde.   |
| Monumento Histórico        | Casa Pauly.   |
|                            | Torre Campanario del Colegio San Francisco Javier.  |
| Monumento Público          | Bernardo O'Higgins<br>Gabriela Mistral<br>Buenaventura Martínez Díaz<br>A los inmigrantes Alemanes<br>Teniente Hernán Merino<br>Arturo Prat<br>Vicente Pérez Rosales<br>Ignacio Carrera Pinto<br>Dagoberto Godoy<br>Lonko Cayenel<br>Bernard Eunom Philippi |
| Santuario de la Naturaleza | Bosque Fósil de Punta Pelluco.  |
| Zona Típica                | Barrio Puerto (Cerro Miramar).  |



#### 1.3.4.- Áreas Silvestres.

La comuna de Puerto Montt posee 3 áreas Silvestres Protegidas, el Monumento Natural Lahuen Ñadi con una superficie de 200 ha., la Reserva Nacional Llanquihue con una superficie de 33.972 ha., y el Parque Nacional Alerce Andino con una superficie de 39.255 há.; este último se posicionó como el 4º más visitado de la Región en 2018 con 35.560 personas de las cuales el 88,7% son nacionales y 11,3% extranjeros, mayoritariamente visitado por personas adultas con 77,4% y muy poca participación de Adultos Mayores, con 16%.

### 2.- Fuentes de información secundaria.

#### 2.1.- Marco normativo.

La estructura y funciones del Municipio han cambiado de manera considerable en los últimos años. Sin embargo, tal como se señala en informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE (2017:12)<sup>24</sup>, “el diseño e implementación de las políticas se define todavía principalmente a nivel central en los ministerios nacionales y agencias públicas, en **un proceso ‘desde arriba-hacia abajo’**. Localmente, la política pública es llevada a cabo por las entidades territoriales desconcentradas del Estado, siendo implementada parcialmente por las municipalidades, muchas veces de acuerdo a normas uniformes nacionales, que no toman en cuenta las necesidades y situaciones locales”.

<sup>24</sup>[https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/25833/1/GRID\\_Marco\\_Juridico\\_Municipalidades\\_GD\\_Def.pdf](https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/25833/1/GRID_Marco_Juridico_Municipalidades_GD_Def.pdf)



## 2.2.- Políticas culturales.

Los lineamientos que exponen las políticas, tanto a nivel nacional como regional, se atienden bajo una lógica de concursabilidad subsidiaria, incentivándose la producción, circulación y consumo de bienes y servicios culturales, con una clara matriz de mercado. Por su parte, el financiamiento mediante adjudicación de fondos institucionales se constituye en sí como una distinción social<sup>25</sup> entre los que postulan. De esta forma se fomenta la cultura como un recurso económico, como una forma de **producción simbólica que busca generar valor comercial**. No obstante, a nivel comunal local no se vislumbra el impacto de su aplicación en la rentabilidad económica.

En el marco de esta descripción, el quehacer municipal en torno a la cultura no cuenta con clara orientación, otorgándole apoyo a organizaciones vía subvención en respuesta principalmente a la demanda social contingente; no necesariamente están integrados ámbitos de desarrollo estratégicos tales como expresiones artísticas con el turismo y el desarrollo económico principalmente. Al no contar con una planificación con participación de base en miras a validar el funcionamiento, la municipalidad no ha logrado consolidar una cultura política que responda a las demandas de desarrollo del sector.

## 2.3.- Trabajadores de Cultura.

Los estudios<sup>26</sup> informan de una situación de precariedad en la que se desarrolla el trabajo cultural en nuestro país, con una fuerte desprotección social y laboral de los trabajadores, primando un **trabajo de tipo informal**. Abunda el trabajo independiente, sin contrato ni previsión social. Esta labor debe combinarse con otras actividades no culturales, diversificándose el tiempo y los ingresos para poder subsistir. A esta condición hay que agregar la difícil relación existente entre los trabajadores de la cultura y la institucionalidad. Tanto desde los trabajadores independientes y del sector privado, e incluso desde los mismos funcionarios, hay una fuerte crítica a las instituciones, ya sean de nivel nacional,

<sup>25</sup>Distinción en el sentido Bourdieriano, como diferenciación de las prácticas y 'habitus' de las personas que poseen cierto capital cultural, y que producen a través de sus prácticas la distinción social como elemento distintivo de clase. Pierre Bourdieu "La Distinción" 1988, pág. 317.

<sup>26</sup><https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Los-Trabajadores-del-Sector-Cultural-Estudio-de-Caracterización.pdf>;  
[https://www.observatoriopoliticasculturales.cl/wp-content/uploads/2015/01/el\\_escenario.compressed-1.pdf](https://www.observatoriopoliticasculturales.cl/wp-content/uploads/2015/01/el_escenario.compressed-1.pdf)



regional o comunal, así como una manifiesta desconfianza que se habría generado a lo largo del tiempo. Esto podría deberse a diversos factores que se pueden resumir en los siguientes puntos: **falta de continuidad en los procesos**, escasa competencia transversal, **problemas propios de la concursabilidad** (no asegura una sustentabilidad de los proyectos artísticos y culturales), falta de participación privada en el financiamiento, **excesiva centralización de la oferta**, entre otros.

En el caso de Puerto Montt el panorama es el similar: el trabajador de la cultura vive una tensión frente a la institucionalidad; por un lado, la realización de proyectos culturales en general depende de la posibilidad de obtener facilidades de espacios, recursos y financiamiento público mediante los fondos concursables; por otro, busca mantenerse al margen de ella y tener total independencia creativa.

Cabe consignar que si bien alguna luz otorgan los datos que sustentan este documento, no obstante, al no contar con un estudio de caracterización local específico, la claridad respecto del proceso de conformación de la oferta cultural es parcial; en este sentido **el desarrollo artístico-cultural en el territorio** está en relativa latencia.



### **3.- Fuentes de información primaria.**

#### **Institucionalidad municipal en el ámbito cultural:**

##### **3.1.- Departamento de las Culturas.**

El Departamento de las Culturas, tiene por objetivo “Diseñar, ejecutar y colaborar en programas que propendan a la promoción y fomento de las Culturas<sup>27</sup>. Sus funciones son : identificar y diagnosticar problemáticas recurrentes en los ámbitos de desarrollo cultural y sus diversas manifestaciones en la comuna, elaborar, actualizar, ejecutar y evaluar planes en el ámbito de las Culturas, con injerencia en la comuna y en función de su diversidad territorial; potenciar el trabajo de las organizaciones sociales respecto de emprendimientos artístico-culturales relacionados con el Municipio; favorecer y fomentar planos de intercambio que la comunidad en general y las organizaciones sociales en particular, puedan forjar en cuanto al acceso de bienes y servicios culturales; y realizar talleres a partir de las solicitudes de las organizaciones sociales, dando énfasis a aquellos que propendan a la creatividad, la innovación y la productividad.

Actualmente el Departamento cuenta con 2 trabajadores, uno a contrata y otro a honorarios, para gestionar **subprogramas culturales** y diversas actividades atingentes que se realizan periódicamente.

##### **3.1.1.- Ámbito Territorial**

En el ejercicio comunicativo (realización y apoyo de talleres, eventos, ferias, entre otros), que desarrolla el municipio anualmente, el Departamento constata una diversidad, una diferenciación que se pone de relieve por las costumbres, saberes, expresiones, modos asociados a la historia, paisaje y clima, dando lugar a 5 territorios culturales, a saber:

- 1) Urbano, que a su vez se diferencia en territorio de movimientos sociales, barrio puerto, barrios comerciales, etc.;
- 2) Campo asociado al agro y la ganadería;
- 3) Borde Costero vinculado a la recolección de orilla y la pesca;
- 4) Precordillera, asociado a la madera y crianza de ganado; e
- 5) Insular asociado a la pesca y a la agricultura de subsistencia.

<sup>27</sup> Reglamento Municipal N°01 del 15 de abril de 2021, Modifica estructura DIDEKO y aprueba estructura y funciones de la DITUR.



Esta comprensión del medio permite diferenciar vocaciones culturales y orientar las acciones teniendo en cuenta cada característica particular.

### **3.2.- Museo Histórico de Puerto Montt Juan Pablo II.**

Tiene como misión “Estimular el conocimiento de la historia local. Su visión es lograr en la comunidad de Puerto Montt actitudes responsables respecto de su patrimonio.

Desarrolla tres áreas de acción:

1. Conservar el patrimonio material de la comuna de Puerto Montt, de manera tener fundamentos patrimoniales de lo que es el sentido de pertenencia de los habitantes de nuestra comuna. Para ello el Museo propicia la exhibición de montajes que hacen un recorrido sobre la historiografía del Seno del Reloncaví y nuestra ciudad.
2. Investigación a partir del Archivo Bibliográfico Vicente Pérez Rosales, que mantiene el Museo, se entregan fuentes primarias de información sobre los procesos sociales e históricos que ha vivido nuestra ciudad, los que emanan de las colecciones de el Diario El Llanquihue (1917-2002), boletines de decretos y leyes de la Intendencia (1896), así como cuadernos de la Gobernación de Llanquihue y una bibliografía regional actualizada al año 2005. También cuenta con un Archivo Fotográfico que brinda imágenes digitalizadas de Puerto Montt, desde principios de 1900.
3. Extensión en el Hall principal del Museo Emilio de la Maza (primer director con que contó el Museo de Puerto Montt), donde se pone a disposición de la comunidad un espacio para exposiciones temporales que giran en torno al patrimonio y la creación artística.



### **3.3.- Corporación Cultural de Puerto Montt.**

La CCPM tiene a su haber la administración de tres recintos, a saber Casa Teatro Diego Rivera, Arena Puerto Montt y Casona Cultural Ex Banco Llanquihue.

#### **3.3.1.- Misión Institucional (Estatutos CCPM Art.4)**

La Corporación tendrá los siguientes principios orientadores, que se constituyen en la misión de ésta:

- A. Promover la solidaridad y los esfuerzos mancomunados favoreciendo el trabajo en equipo.
- B. Constituirse en un amplio espacio de reflexión acerca de los ejes movilizadores de la identidad cultural local.
- C. Extender y difundir las diversas manifestaciones artístico culturales en los sectores alejados del quehacer artístico cultural.
- D. Generar redes de cooperación entre los artistas, cultivadores del arte y la comunidad, con el propósito de hacer más eficiente la producción cultural.

#### **3.3.2.- Objetivo. (Estatutos CCPM Art.4)**

El objetivo de la Corporación Cultural es la promoción, difusión, ejecución, realización, extensión, proyección y capacitación en todo tipo de asesorías, acciones, actividades, iniciativas y eventos artístico culturales que se realizarán en el sector urbano y rural de la comuna de Puerto Montt; a su vez, le corresponde la administración de los bienes que le fueren entregados para estos fines.



### **3.4.- SÍNTESIS CUANTITATIVA.**

#### **Instrumentos estadísticos cuantitativos.**

La metodología cuantitativa analiza el comportamiento de una serie de causas y efectos, a partir de datos y números en base a estudios probabilísticos. Tiene como objetivo obtener respuestas de la población a preguntas específicas. Para este caso se aplicaron en distintos sectores de la comuna, urbano y rural: *encuesta de percepción cultural* y *encuesta de consumo cultural*.

#### **3.4.1.- Encuesta de percepción cultural.**

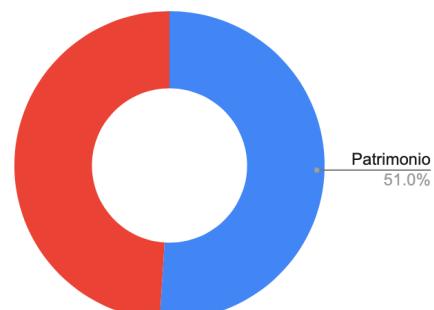
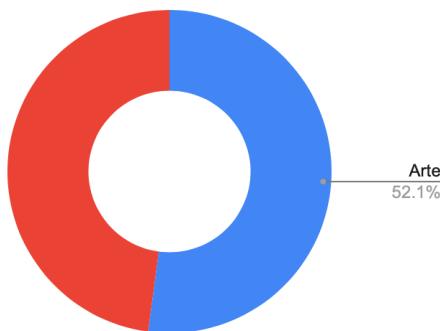
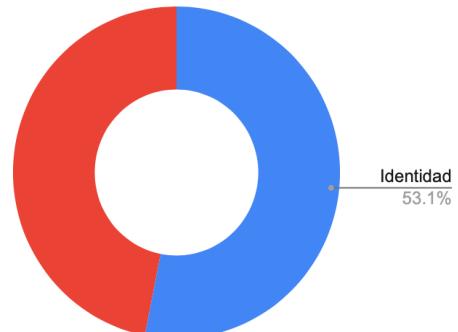
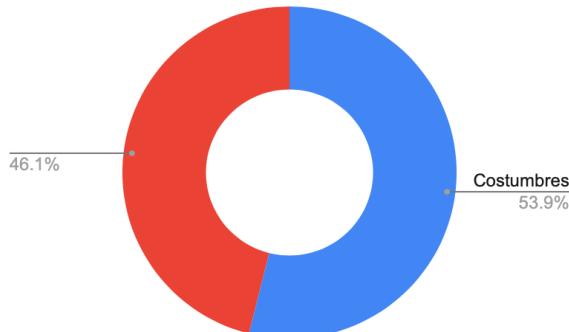
Este instrumento busca conocer la percepción respecto de la cultura, su implicancia en el desarrollo económico y la apreciación frente a la planificación cultural municipal.

| Ficha Técnica | Población                  | Muestra Probabilística | Nivel de Confianza | Error Estándar | Trabajo de Campo |
|---------------|----------------------------|------------------------|--------------------|----------------|------------------|
|               | 245.902                    | 388                    | 95%                | 5%             | mar-jul 2018     |
| FECHA         | LUGAR DE APLICACIÓN        |                        |                    |                |                  |
| 28-02-2018    | COMUNIDAD EN GENERAL       |                        |                    |                |                  |
| 05-03-2018    | DELEGACIÓN RURAL           |                        |                    |                |                  |
| 09-03-2018    | TERCERA EDAD               |                        |                    |                |                  |
| 10-03-2018    | GÉNERO                     |                        |                    |                |                  |
| 23-03-2018    | DIRIGENTES SOCIALES ALERCE |                        |                    |                |                  |

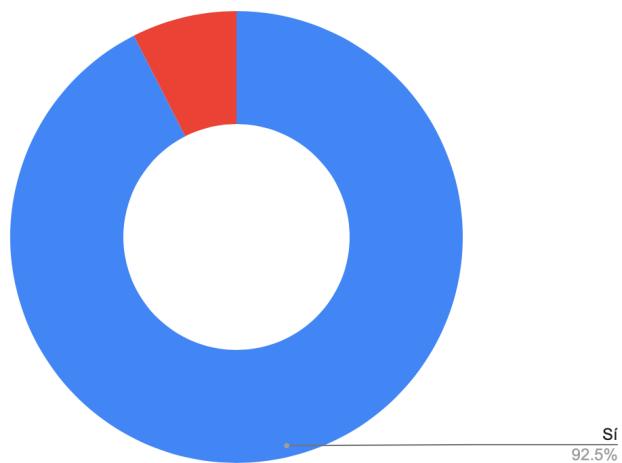


### Encuesta de percepción (2018-2019), principales resultados:

¿Con qué concepto asocia a la Cultura?

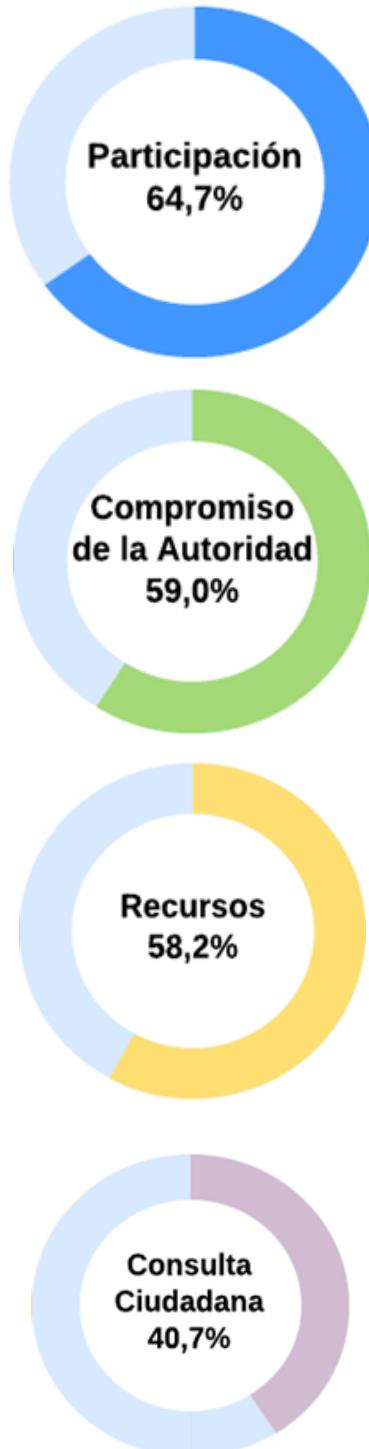


¿Cree usted que la Cultura aporta al desarrollo económico de la comuna?



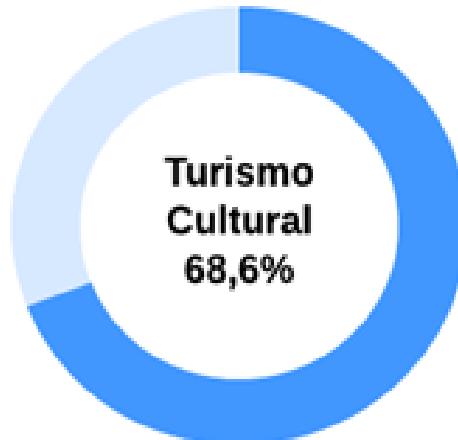


¿Qué aspectos cree usted que son necesarios para la elaboración de un plan municipal de cultura?





¿A qué actividad económica asocia usted a la Cultura?





### **3.4.2.- Encuesta de consumo cultural.**

El instrumento fue diseñado para medir la participación de la población de la comuna de Puerto Montt en las distintas actividades culturales que conforman la oferta en la materia.

| Ficha Técnica | Población                         | Muestra Probabilística | Nivel de Confianza | Error Estándar | Trabajo de Campo    |
|---------------|-----------------------------------|------------------------|--------------------|----------------|---------------------|
|               | <b>245.902</b>                    | <b>434</b>             | <b>98%</b>         | <b>5%</b>      | <b>mar-ago 2018</b> |
| 29-06-2018    | USUARIOS DIRECCIÓN DE TRÁNSITO    |                        |                    |                |                     |
| 29-06-2018    | USUARIOS HOSPITAL AMIGO           |                        |                    |                |                     |
| 01-07-2018    | CLIENTES FERIA VICUÑA MACKENNA    |                        |                    |                |                     |
| 01-07-2018    | MERCADO ALERCE                    |                        |                    |                |                     |
| 02-07-2018    | PÚBLICO FERIA PUERTO MONTT INVITA |                        |                    |                |                     |

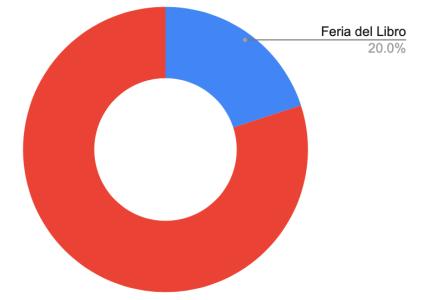
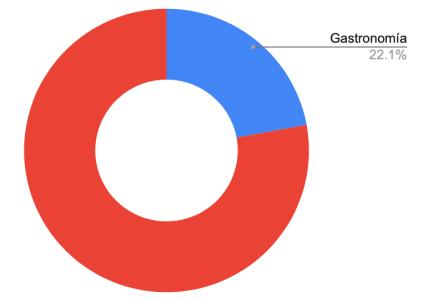
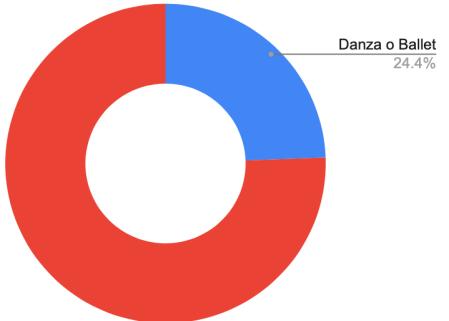
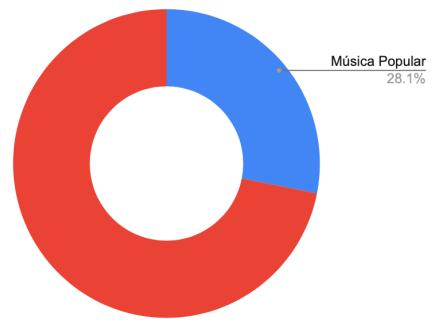
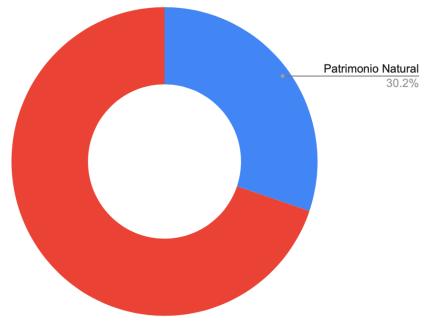
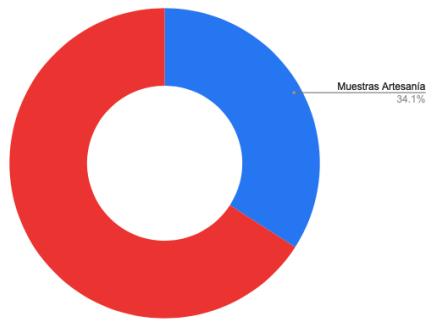
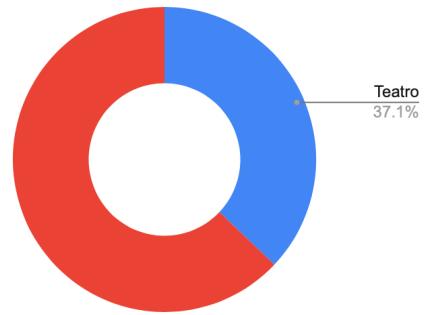
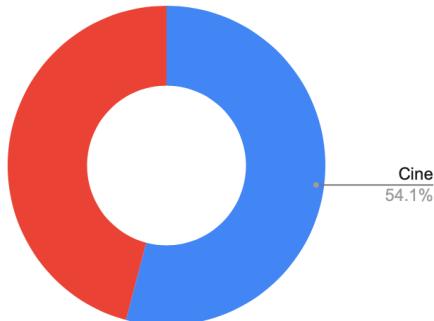
Se observan los siguientes resultados:

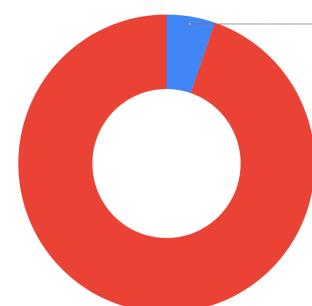
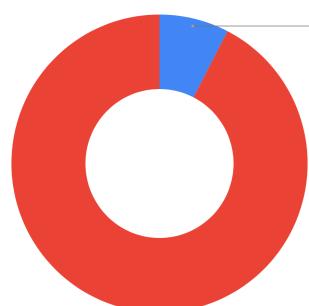
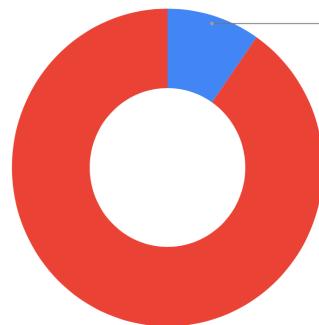
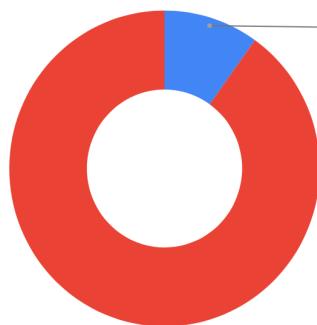
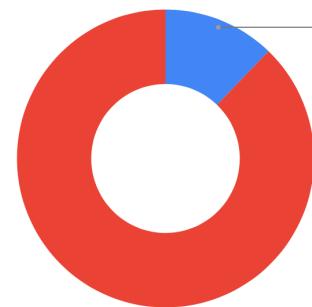
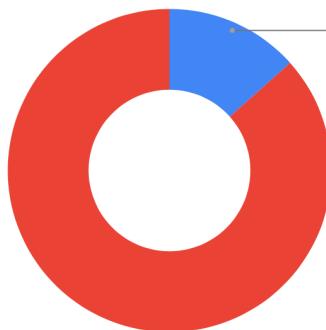
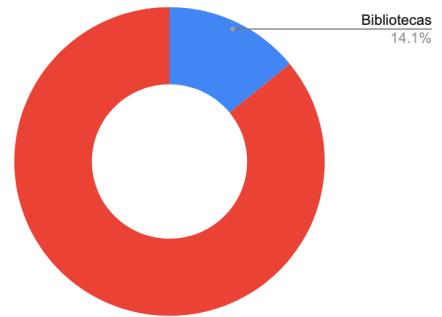
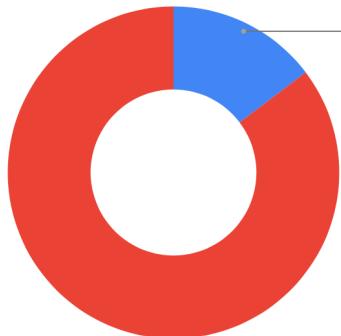
¿Ha visitado alguna actividad cultural en los últimos 12 meses?





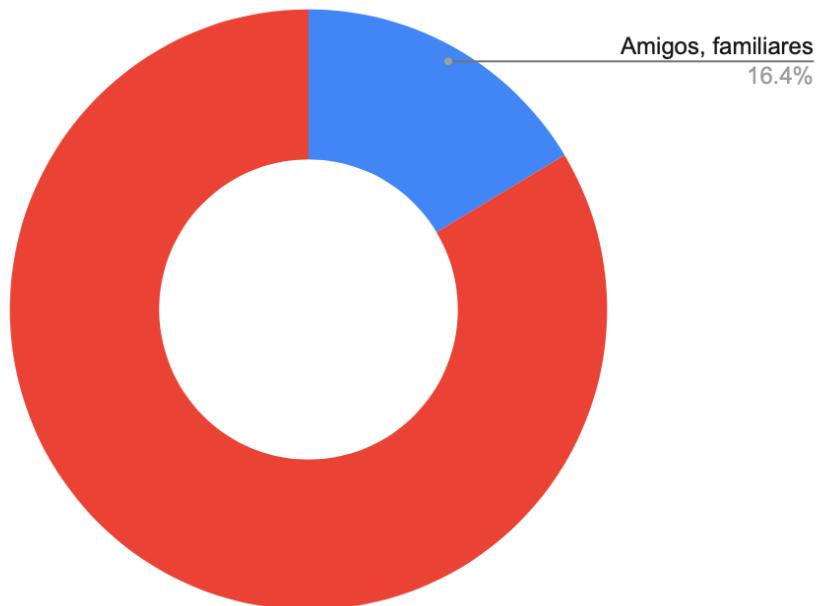
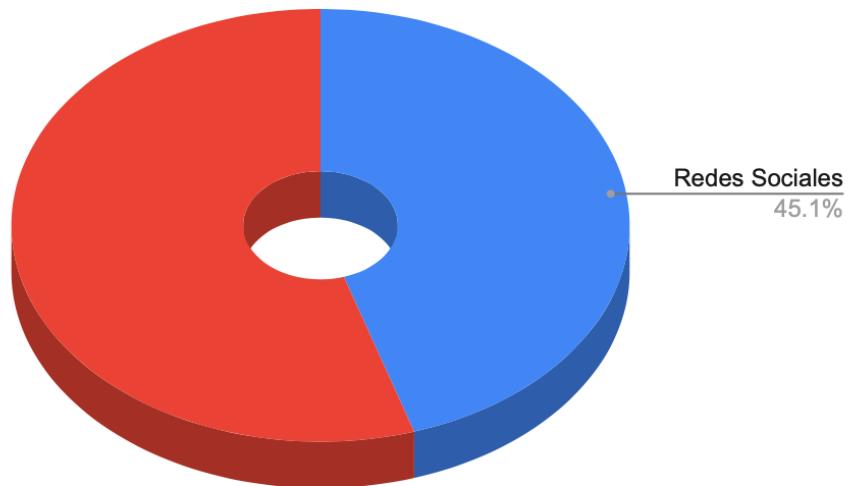
Durante los 12 últimos meses, ¿a qué instancias ha concurrido?





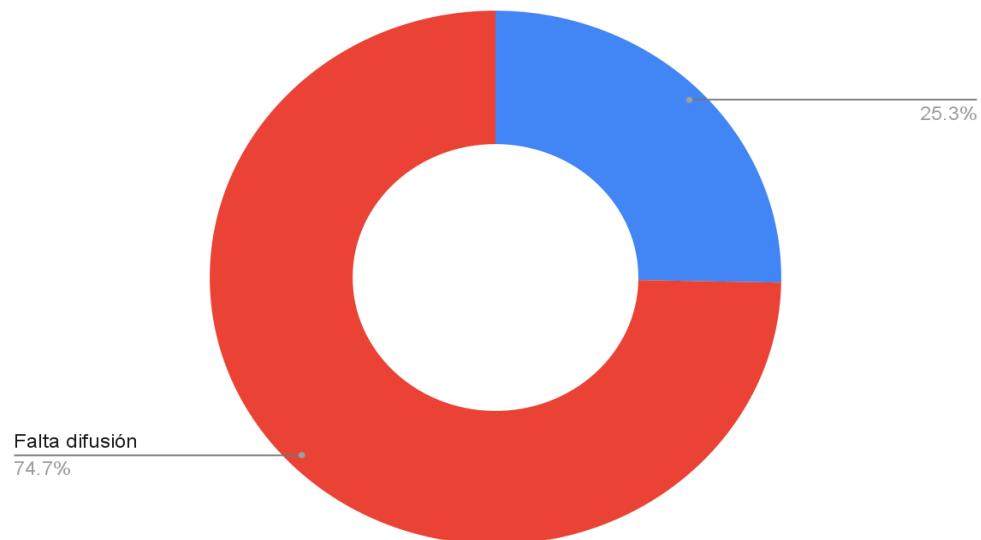
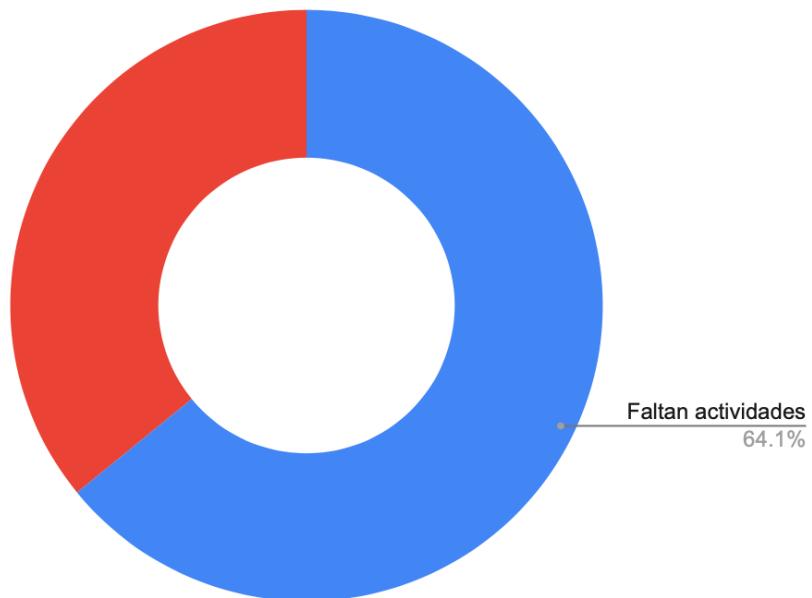


¿A través de qué medio se informa sobre actividades culturales en Puerto Montt?





¿Algún comentario?

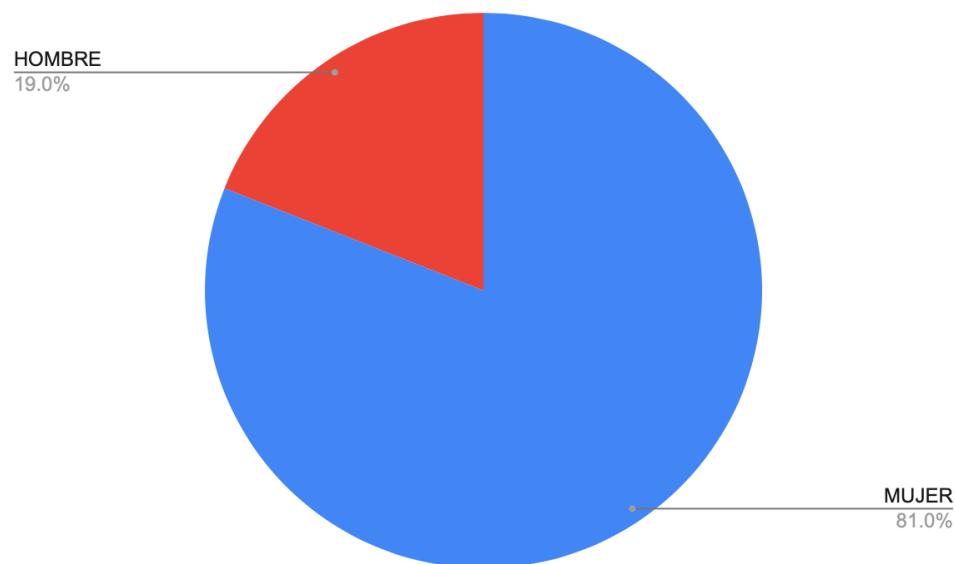




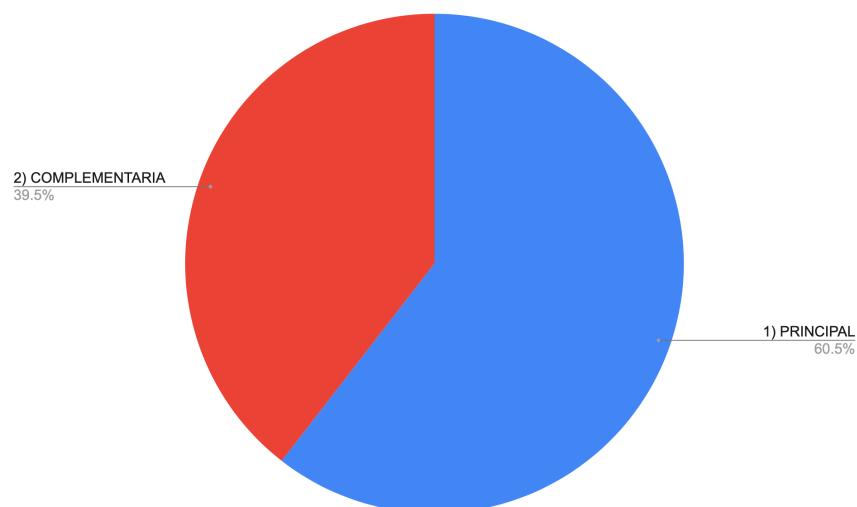
Durante el año 2020 se aplicaron los siguientes instrumentos:

**3.4.3.- Encuesta ONLINE Artesan@s**, donde se obtienen los siguientes datos:

Sexo:

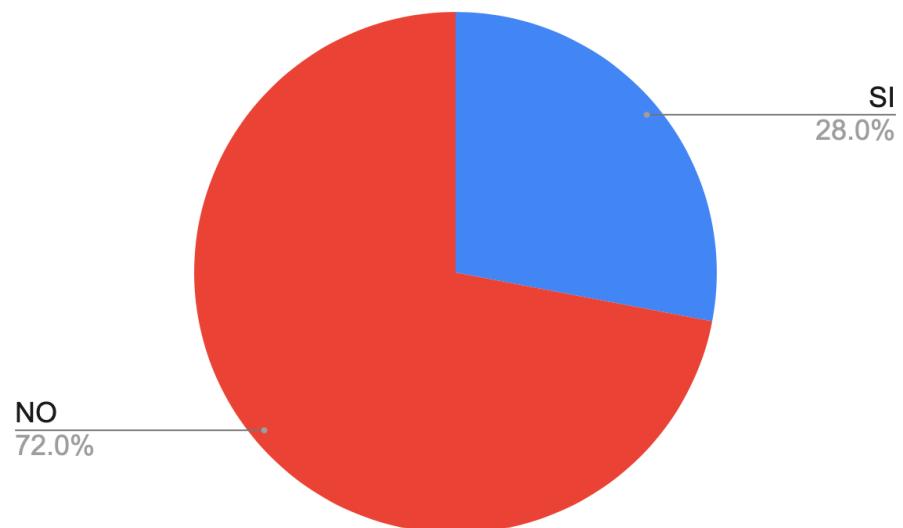


Su trabajo como artesano/a es fuente de ingresos:

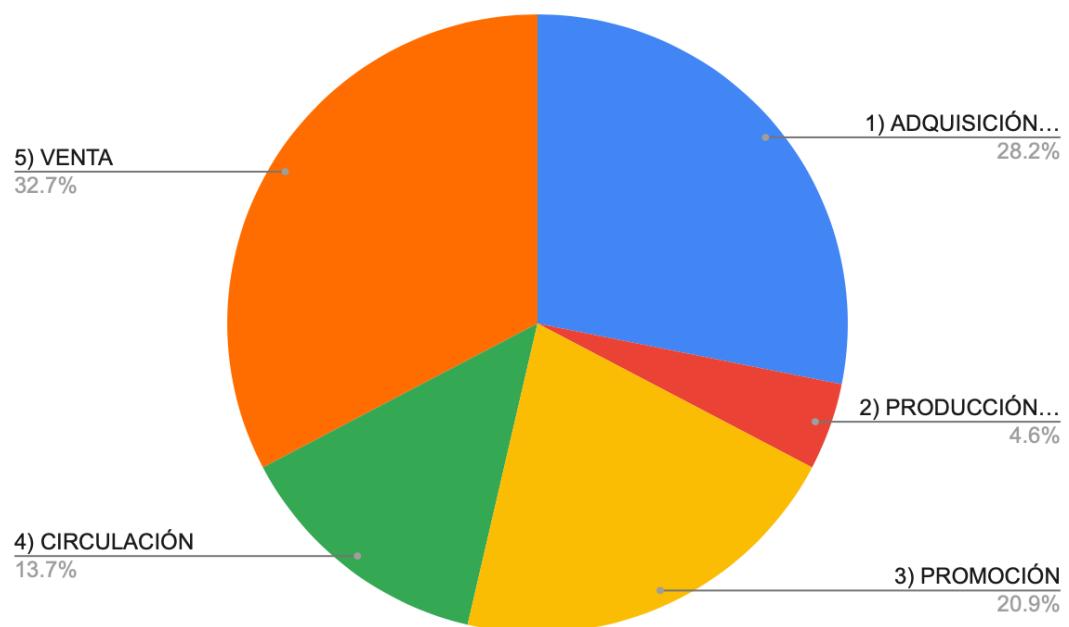




¿Cuenta con iniciación de actividades?:

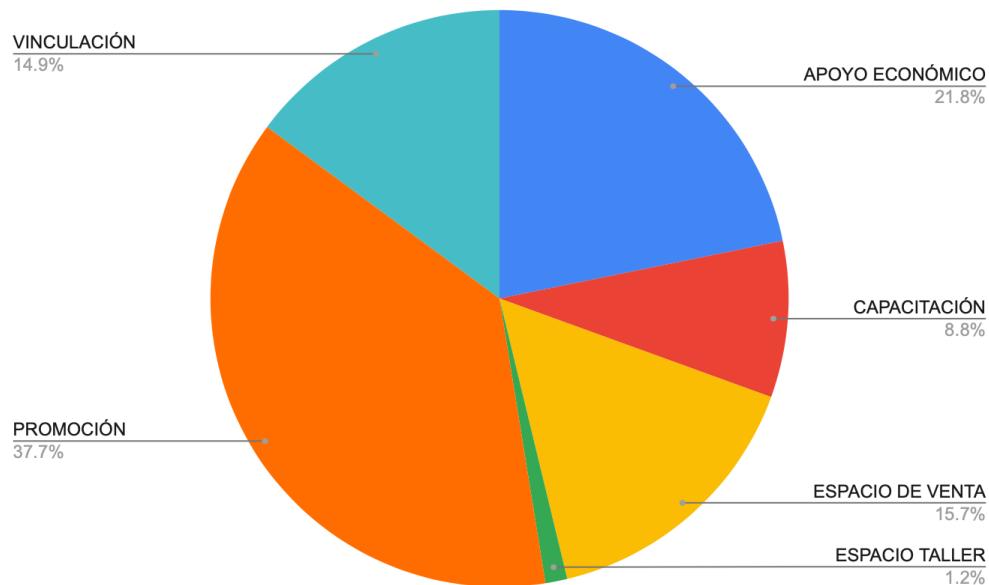


De las etapas del proceso productivo, ¿en cuál de ellas presenta mayores complicaciones/dificultades?:



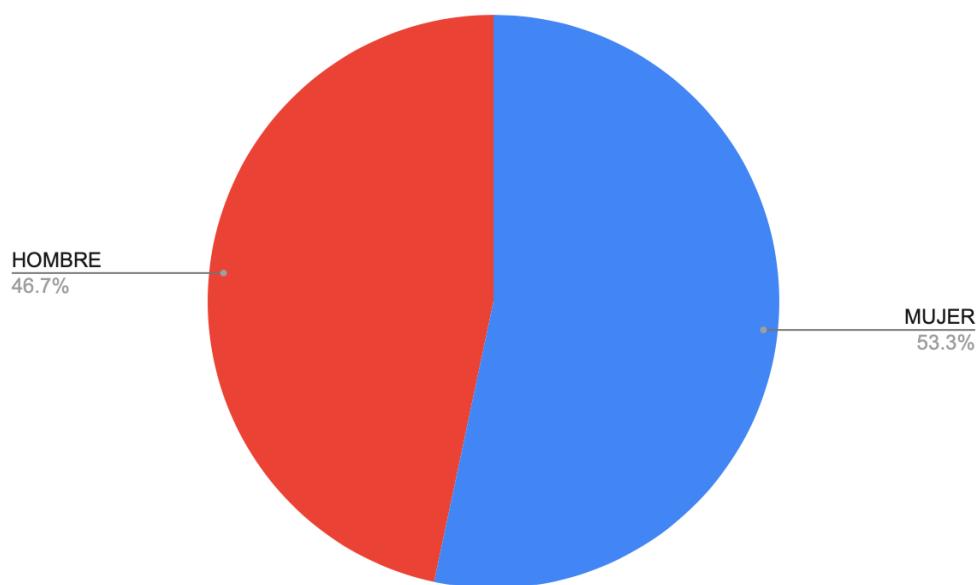


### Requerimientos:



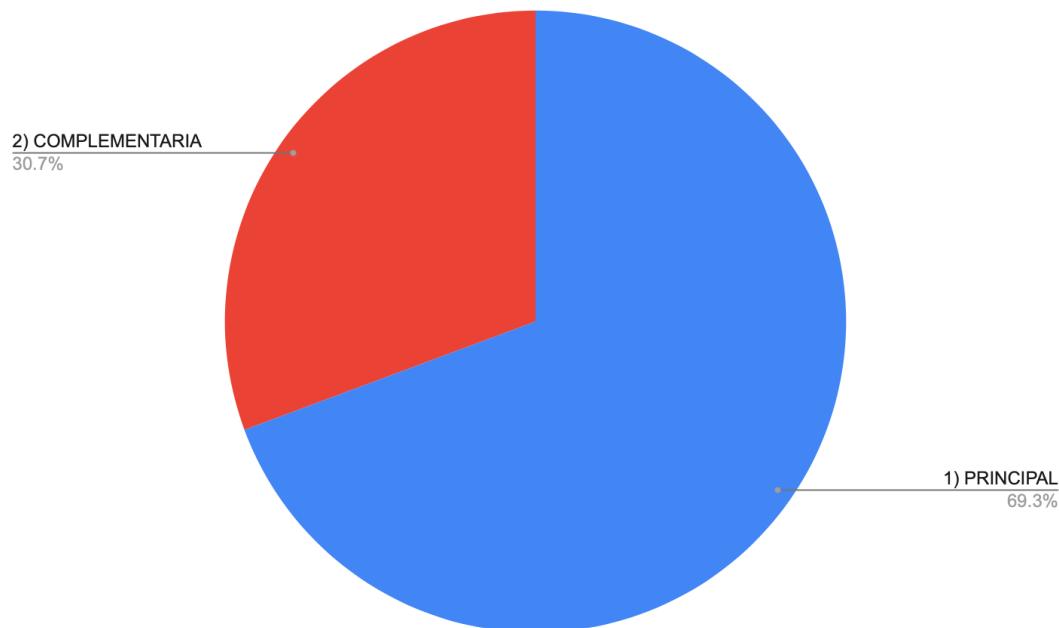
### 3.4.4.- En las encuesta ONLINE Artistas:

#### Sexo:

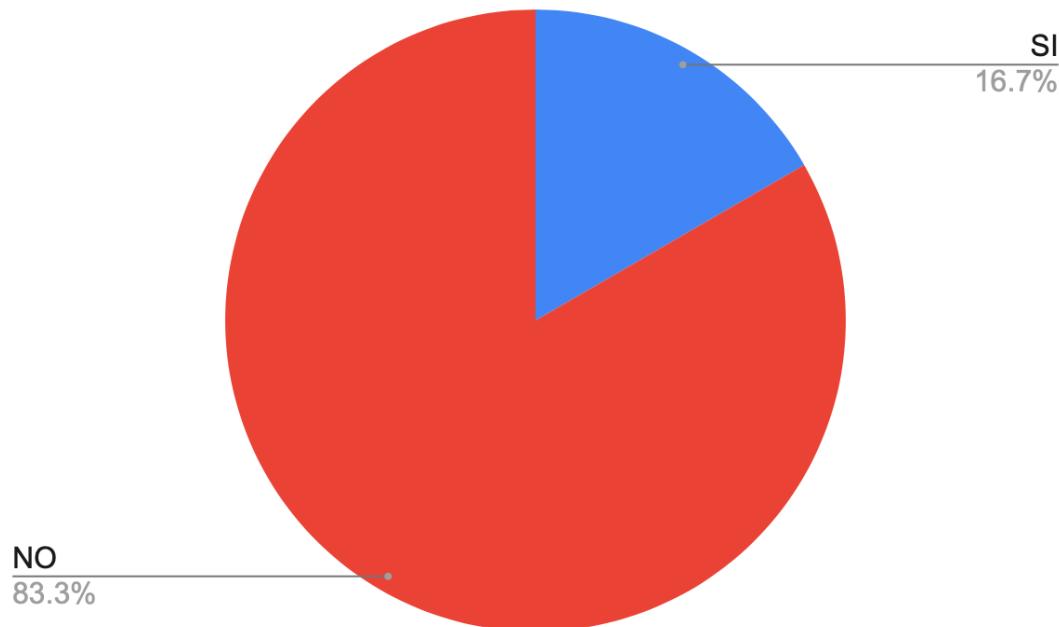




Su trabajo como artista es fuente de ingresos:

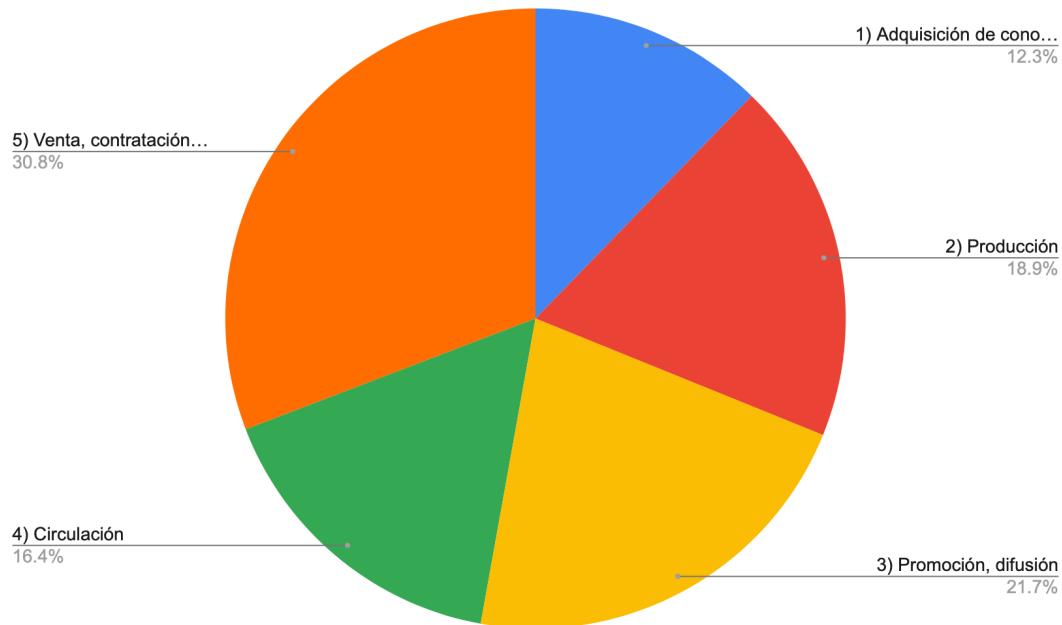


¿Cuenta con iniciación de actividades?:

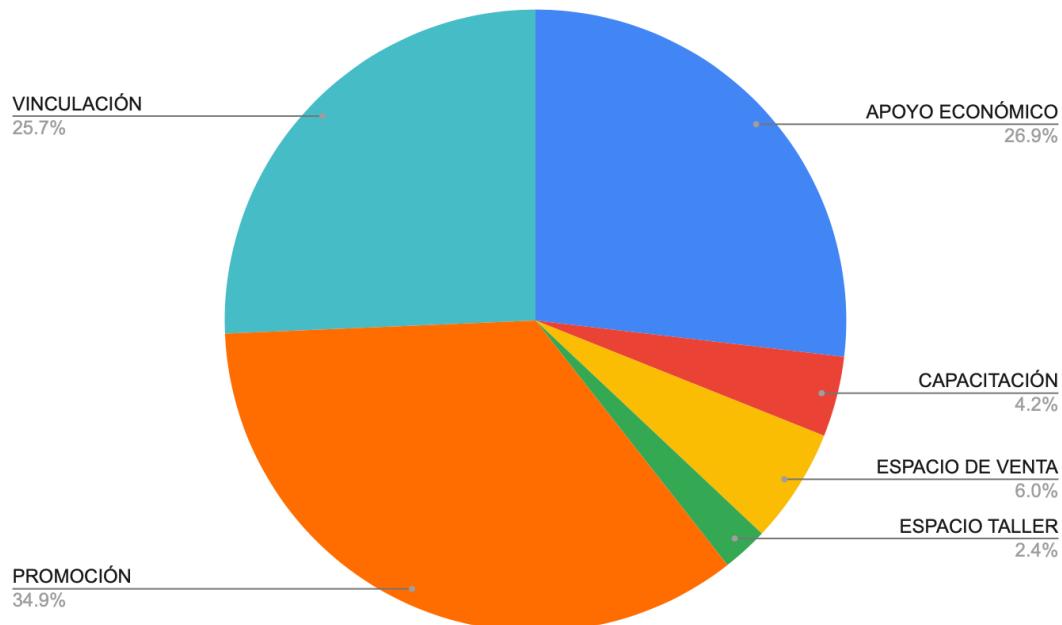




De las etapas del proceso productivo, ¿en cuál de ellas presenta mayores complicaciones/dificultades?:



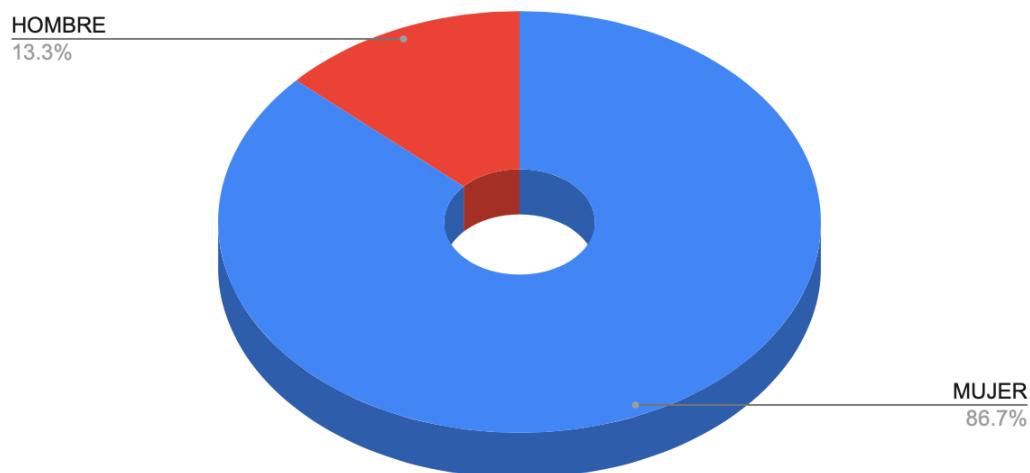
Requerimientos:



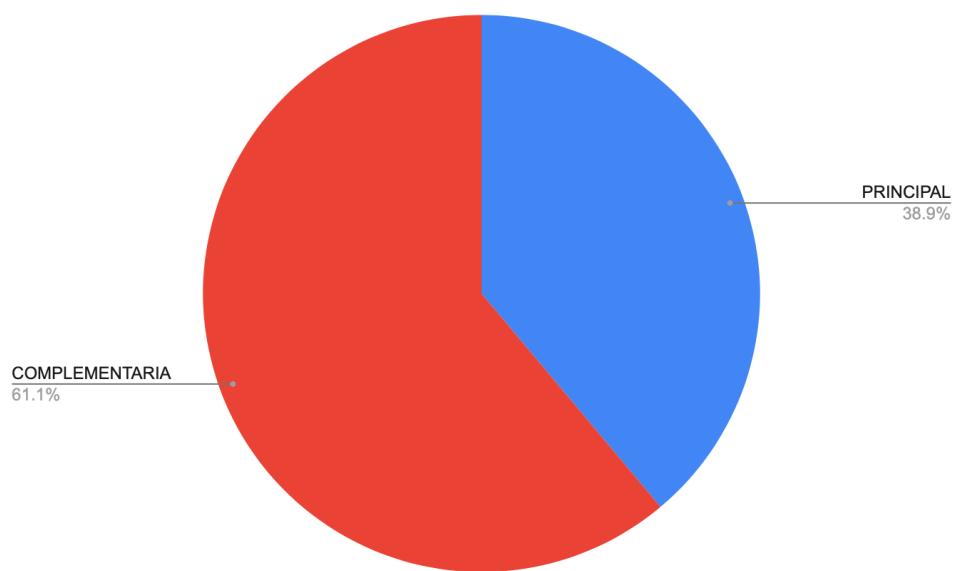


### 3.4.5.- Encuesta TELEFÓNICA Artesan@s

Sexo:

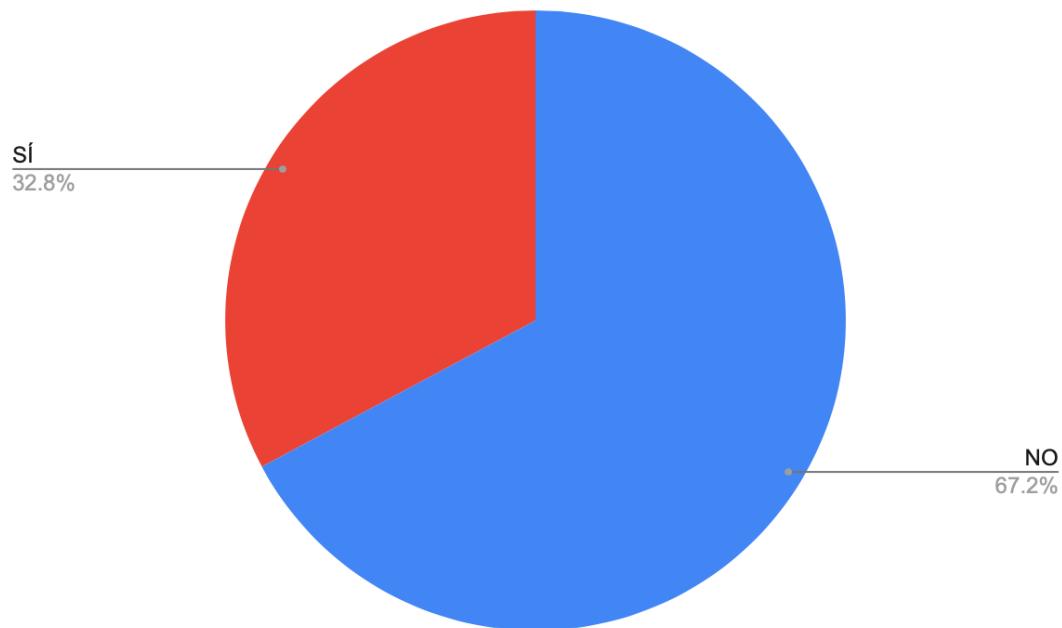


Su trabajo como artesano/a es fuente de ingresos:

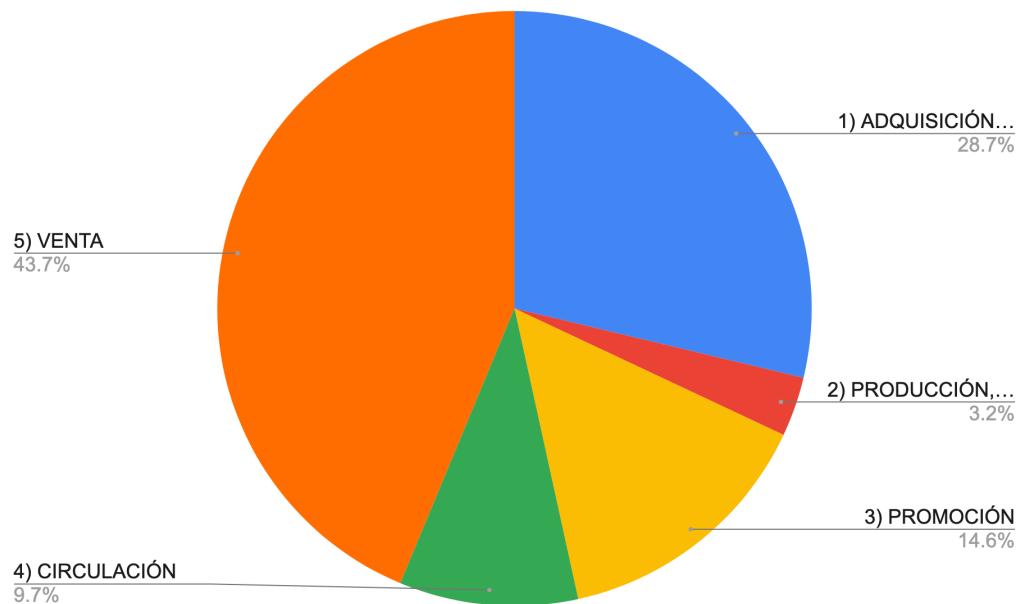




¿Cuenta con iniciación de actividades?:

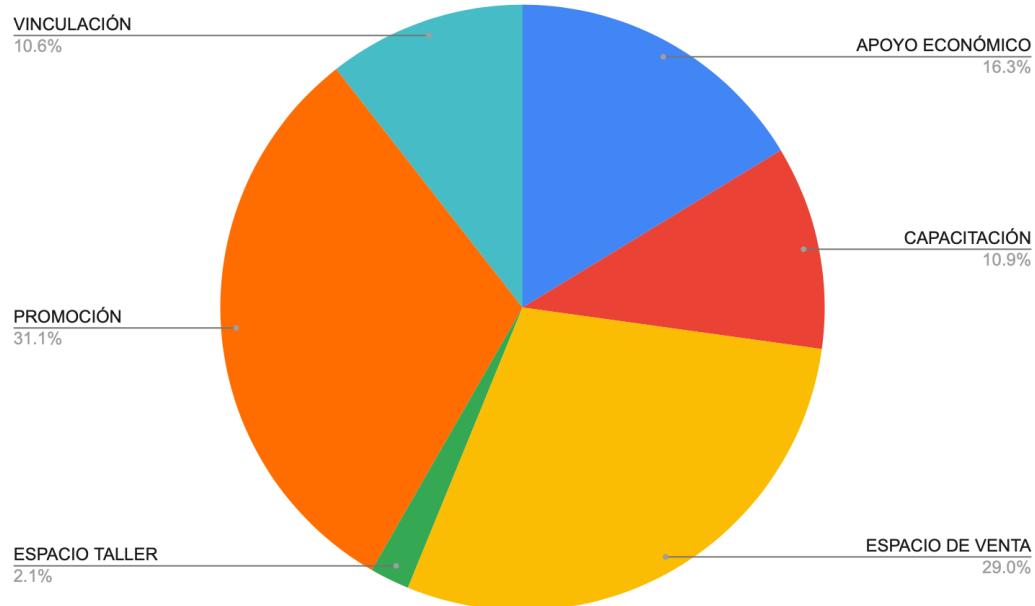


De las etapas del proceso productivo, ¿en cuál de ellas presenta mayores complicaciones/dificultades?:



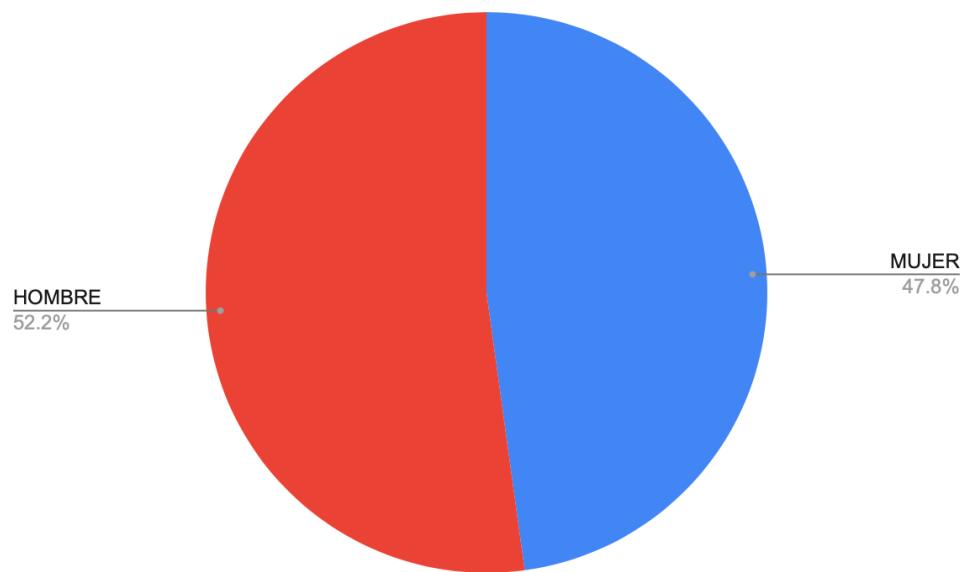


### Requerimientos:



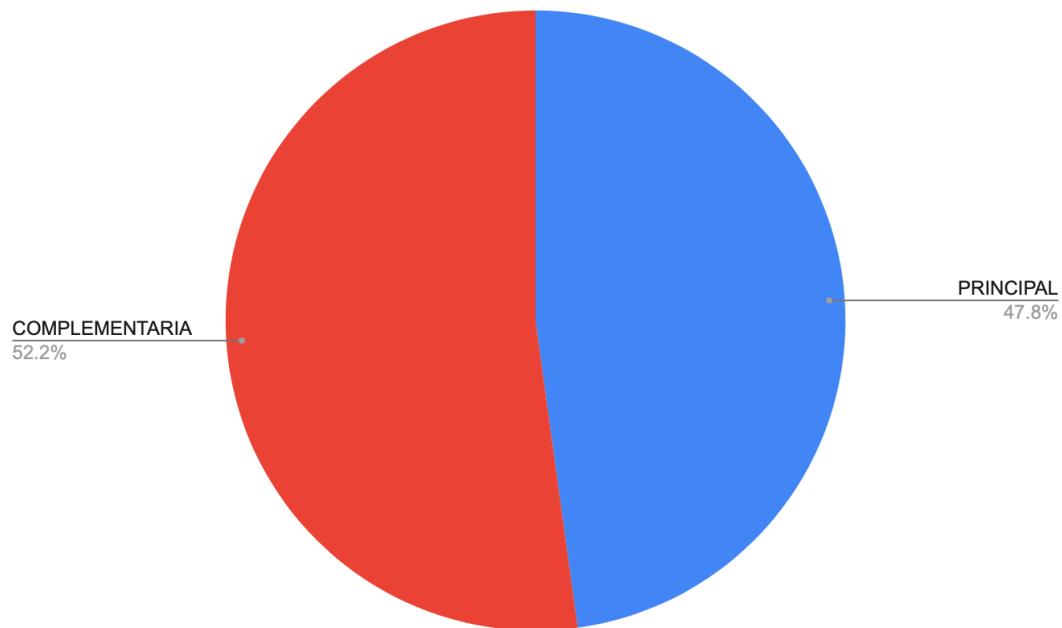
### 3.4.6.- Encuesta TELEFÓNICA Artistas:

#### Sexo:

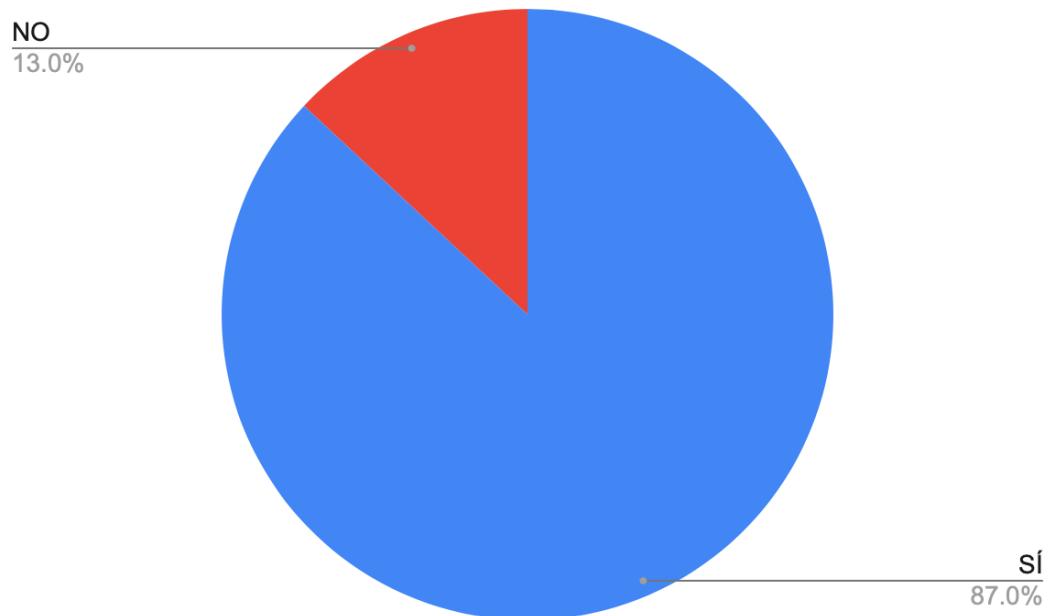




Su trabajo como artista es fuente de ingresos:

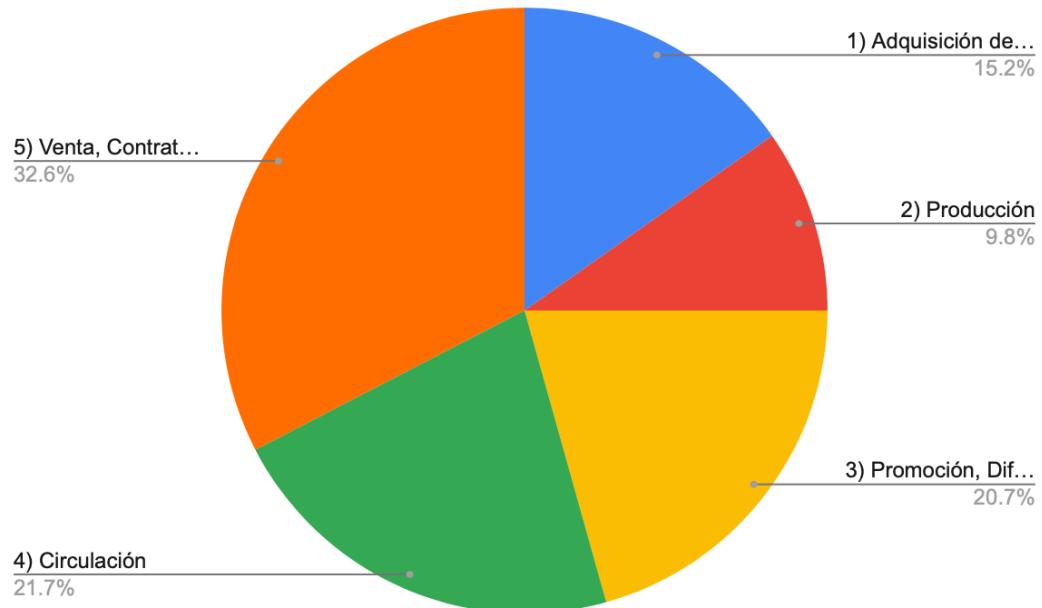


¿Cuenta con iniciación de actividades?:

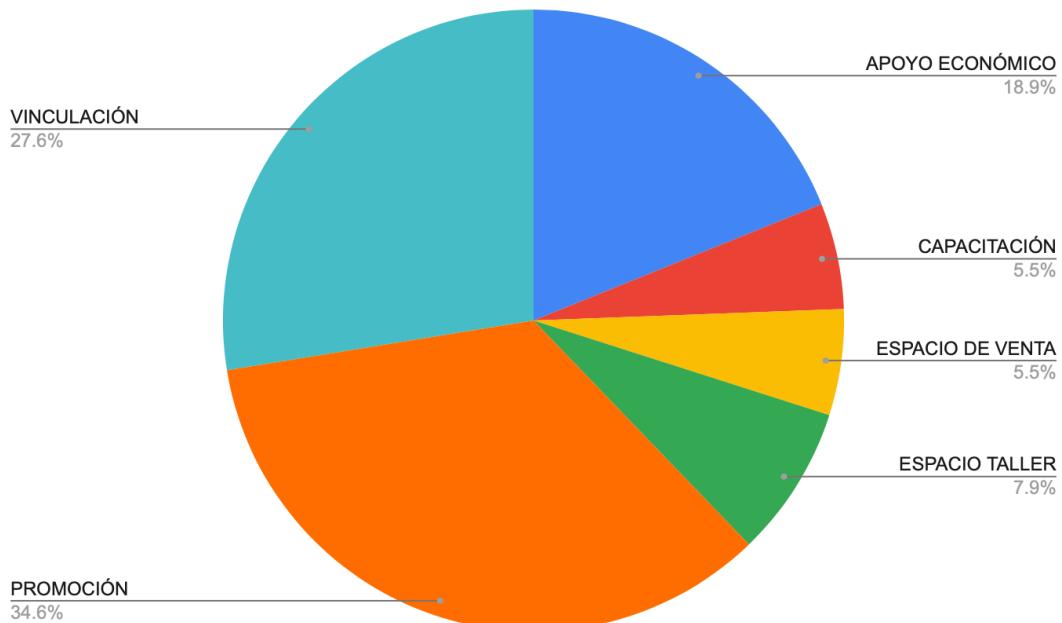




De las etapas del proceso productivo, ¿en cuál de ellas presenta mayores complicaciones/dificultades?:



Requerimientos:





### 3.5.- SÍNTESIS CUALITATIVA.

Se aplicaron instrumentos cualitativos a prestadores y público, consultando respecto de la gestión municipal en Cultura, utilizando las técnicas conversatorios de grupos temáticos, muestreo intencional en la vía pública y entrevista semiestructurada a agentes clave. Estos estudios se centraron en cuatro ejes, a saber: **panorama cultural, necesidades, importancia de la planificación en cultura y propuestas** para la comuna de Puerto Montt.

Se realizaron 26 conversatorios de grupos temáticos, mediante convocatoria a través de prensa, radio, Tv, RRSS, email y teléfono, en el siguiente orden:

| Nº  | GRUPO   | FECHA      | LUGAR   |
|-----|---|------------|---|
| 1.- | UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS,<br>FUNCIONARIOS MUNICIPALES,<br>CCPM. | 27-07-2017 | Salón Melipulli,<br>Hotel Don Luis                |
| 2.- | UNIÓN COMUNAL DE PUERTO<br>MONTT                                | 31-01-2018 | Salón Patrimonial,<br>Universidad de Los<br>Lagos |
| 3.- | MIGRANTES   | 26-03-2018 | Sala de reuniones<br>CCPM.                        |
| 4.- | LITERATURA, TEATRO Y<br>AUDIOVISUAL                             | 28-03-2018 | Sala de reuniones<br>CCPM.                        |
| 5.- | ARTESANÍA Y DISEÑO  | 29-03-2018 | Sala de reuniones<br>CCPM.                        |
| 6.- | DANZA Y MÚSICA  | 04-04-2018 | Sala de reuniones<br>CCPM.                        |
| 7.- | ARTES VISUALES, FOTOGRAFÍA,<br>ARTE URBANO                      | 05-04-2018 | Sala de reuniones<br>CCPM.                        |



|      |   |            |                                 |
|------|---|------------|---------------------------------|
| 8.-  | ARQUITECTURA, URBANITAS, GESTIÓN CULTURAL | 09-04-2018 | Sala de reuniones CCPM.         |
| 9.-  | DIRECTORIO Y SOCIOS CCPM                  | 10-04-2018 | Salón Melipulli, Hotel Don Luis |
| 10.- | MIRASOL/ANTIGUOS POBLADORES Y DIRIGENTES  | 11-05-2018 | Delegación Municipal Mirasol    |
| 11.- | CÁMARA DE COMERCIO, TURISMO E INDUSTRIA   | 25-05-2018 | Sede gremial                    |
| 12.- | CUARTOS MEDIOS LICEOS MUNICIPALES         | 15-06-2018 | Sala de reuniones CCPM          |
| 13.- | GASTRONOMÍA, MERCADOS                     | 22-06-2018 | Salón UST                       |
| 14.- | TERRITORIO ALERCE                         | 23-06-2018 | Sede Kimun Mapu                 |
| 15.- | MÚSICOS SOLISTAS                          | 25-07-2018 | Sala de reuniones CCPM.         |
| 16.- | MÚSICOS TROPICAL RANCHERO                 | 26-07-2018 | Sala de reuniones CCPM.         |
| 17.- | FOLCLOR                                   | 27-07-2018 | Sala de reuniones CCPM.         |



|      |                                       |            |   |
|------|---------------------------------------|------------|---|
| 18.- | PUEBLOS ORIGINARIOS                   | 22-08-2018 | Sala de reuniones CCPM.                   |
| 19.- | COLEGIO DE PROFESORES, DOCENTES       | 23-08-2018 | Sala Pinacoteca Casa de Arte Diego Rivera |
| 20.- | ESTUDIANTES EDUCACIÓN SUPERIOR        | 29-08-2018 | Sala de reuniones CCPM.                   |
| 21.- | PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD | 30-08-2018 | Sala de reuniones CCPM.                   |
| 22.- | CUT                                   | 31-08-2018 | Sala de reuniones CCPM.                   |
| 23.- | RURAL                                 | 07-09-2018 | Sala de reuniones CCPM.                   |
| 24.- | ORGANIZACIONES DE DERECHOS HUMANOS    | 25-10-2018 | Sala de reuniones CCPM.                   |
| 25.- | DIVERSIDAD SEXUAL Y DE GÉNERO         | 27-10-2018 | Sala Pinacoteca Casa de Arte Diego Rivera |
| 26.- | DOCENTES / MONITORES ARTE DAEM        | 30-10-2018 | Sala de reuniones Chiledeportes           |



| Caracterización del instrumento    |  |  |
|------------------------------------|--|--|
|                                    | Preguntas  | Criterio específico  |
| Conversatorios de grupos temáticos | Nombre, ¿de dónde vienen y a qué colectivo representan?    | Identificación / representatividad.  |
|                                    | ¿Qué nos identifica como ciudad? / ¿Qué más le identifica? | Conocer relatos que ayuden a distinguir aspectos particulares de la comuna desde la perspectiva cultural |
|                                    | ¿Cómo ve a Puerto Montt en 5 años más?                     | Desde lo conversado, visión / proyección de la comuna a mediano plazo.                                   |
|                                    | ¿Qué elementos debería tener una política cultural?        | Conocer propuesta cultural desde la perspectiva sectorial / territorial.                                 |



Se realizaron 13 entrevistas semiestructuradas a agentes claves:

|    | NOMBRE  | REPRESENTATIVIDAD                                   | FECHA      |
|----|---|---|------------|
| 1  | Marcelo Utreras<br>gestor cultural              | Director ejecutivo CCPM.                            | 24-04-2018 |
| 2  | Jorge Tramon<br>empresario turístico            | Representante cámara CIT.                           | 14-05-2018 |
| 3  | Luis Rojas Quijada<br>pintor - artista plástico | Hijo ilustre  | 17-05-2018 |
| 4  | José Pacheco,<br>dirigente sindical             | Presidente CUT Región de Los Lagos                  | 18-05-2018 |
| 5  | Wilson Chaperón,<br>doctor en ciencias          | Académico Universidad de Los Lagos                  | 23-05-2018 |
| 6  | Danilda Granados<br>Periodista                  | Presidenta comunidad local migrantes                | 12-06-2018 |
| 7  | Patricia Mansilla<br>dirigente social           | Presidenta Agrupación Kimun Mapu, territorio Alerce | 14-06-2018 |
| 8  | Marlene Bohle<br>escritora                      | Poetisa destacada                                   | 26.11.2018 |
| 9  | Nelson Navarro<br>escritor                      | Hijo Ilustre  | 27.11.2018 |
| 10 | Paulo Huirimilla<br>docente intercultural       | Escritor destacado                                  | 28.11.2018 |
| 11 | Eduardo Vargas<br>dirigente social              | Presidente recolectores de orilla Carretera Austral | 06-12-2018 |
| 12 | Elvia Mansilla<br>dirigente social              | Territorio Mirasol                                  | 06-12-2018 |
| 13 | Raúl Aburto<br>dirigente social                 | Presidente unión comunal de juntas de vecinos       | 17-12-2018 |



| Caracterización del instrumento |  |   |
|---------------------------------|--|---|
|                                 | Preguntas  | Criterio específico   |
| Agente Clave                    | ¿Cuál es su evaluación del panorama cultural en Puerto Montt?                                | Mediante esta pregunta se busca conocer el imaginario del entrevistado en torno al concepto “cultura” y sus alcances. |
|                                 | ¿Qué necesidades tiene la comuna de Puerto Montt en el ámbito cultural?                      | Conocer cómo valora la situación / desarrollo a nivel comunal.  |
|                                 | ¿Cree que es importante contar con un Plan Municipal de Cultura en nuestra comuna? ¿Por qué? | Conocer la valoración de una política cultural.   |
|                                 | ¿Conoce alguna experiencia de política cultural destacable?                                  | Conocer aportes y/o sugerencias   |

Se realizaron 51 muestreos intencionados en la vía pública según la siguiente caracterización:

| Caracterización del instrumento |   |  |
|---------------------------------|---|--|
|                                 | Preguntas   | Criterio específico  |
| Muestreo intencionado           | ¿Cómo califica el desarrollo cultural en la comuna? | Conocer cómo valora la situación / desarrollo a nivel comunal. |
|                                 | ¿Qué falta por mejorar?                             | Conocer aportes y/o sugerencias mediante prioridades.          |



## PRINCIPALES RESULTADOS

### 3.5.1.- Respecto del panorama cultural en la comuna.

#### **Conversatorios grupos temáticos.**

- a) Pérdida de la tradición artesanal.
- b) Territorio multicultural, constituido por la convivencia de distintas culturas que se han ido hibridando.
- c) Crecimiento guiado por factores económicos más que culturales; poco cuidado por lo patrimonial.
- d) Territorios constituidos por identidades particulares; Chinquihue como territorio marítimo-industrial;
- e) Valoración de una incipiente relevancia de la cultura huilliche.

#### **Muestreo intencional en la vía pública.**

- a) Bajo desarrollo en la comuna.
- b) Poca difusión de actividades culturales.
- c) Falta de espacios para la realización y desarrollo de actividades artísticas.
- d) Falta promoción para los grupos emergentes.
- e) Pocas actividades vinculantes que fomenten la diversidad cultural local.
- f) Baja variedad de programación de actividades culturales.
- g) Escasez de talleres, exposiciones de gran calado, carnavales.

#### **Entrevista a agentes claves.**

- a) La diversidad de manifestaciones artístico culturales se valora como importante para el desarrollo económico-social.
- b) Heterogeneidad de prácticas culturales que se van conformando en torno a la tradición.
- c) La cultura como práctica en un espacio social con características de gente del sur.
- d) Falta de enfoque en el quehacer artístico - cultural que dé cuenta de elementos identitarios característicos del territorio.
- e) Emergencia de nuevos artistas.
- f) Expresiones culturales en el territorio Angelmó como patrimonio característico de la ciudad.
- g) Diversificación gastronómica como expresiones culturales propias.



### **3.5.2.- De las necesidades culturales de la comuna.**

#### **Conversatorios de grupos temáticos.**

- a) Poner en valor espacios ceremoniales y tradiciones, principalmente de la identidad huilliche.
- b) Fomentar la cultura en las poblaciones; descentralizar las actividades culturales hacia cada sector territorial.
- c) Fomentar identidades rurales, considerando que cada territorio tiene una historia, patrimonio natural y arqueológico que debe identificarse y mostrarse.
- d) Rescatar el patrimonio arquitectónico y barrial.
- e) Promover el patrimonio arqueológico de Monte verde.

#### **Entrevista a agentes claves.**

- a) Fomentar la artesanía local.
- b) Fortalecer la promoción de las actividades culturales locales.
- c) Sistematizar y coordinar las actividades que se desarrollan y vincularlas con un plan orientado a fortalecer ciertos aspectos culturales.
- d) Poner de relieve expresiones comunitarias barriales.
- e) Desarrollar trabajos respecto de la identidad comunal.
- f) Focalizar la formación educativa artístico cultural desde la primera infancia.

### **3.5.3.- De la importancia de la planificación cultural.**

#### **Conversatorios de grupos temáticos.**

- a) Fortalece la participación en la política cultural de la comuna.
- b) Permite la descentralización de la cultura y sus actividades.
- c) Promueve el rescate patrimonial de la comuna.
- d) Permite mayor participación e inclusión.
- e) Otorga legitimidad a la política en general.
- f) Genera instancias de evaluación cualitativa y cuantitativa.
- g) Fortalece la gestión administrativa de los recursos.
- h) Fortalece la formación de audiencias.
- i) Fomenta el sentido de pertenencia.
- j) Permite una mayor gestión y desarrollo de la artesanía local.



### **Entrevista a agentes claves.**

- a) Permite la generación de bases de consenso para el desarrollo cultural.
- b) Genera condiciones para el desarrollo artístico y de audiencia.
- c) Articula la cultura con actividades turísticas.
- d) Permite integrar las visiones de los artistas, cultores y público en general.
- e) Permite generar un diagnóstico del estado de la cultura en la comuna, lo que produce un lenguaje asequible, una base común desde donde desarrollar las actividades culturales.
- f) Permite generar un diagnóstico del estado de la cultura en la comuna, lo que articula un lenguaje común, una base desde donde desarrollar actividades culturales con mayor impacto.

#### **3.5.4.- De las propuestas culturales para la comuna de Puerto Montt.**

##### **Conversatorios de grupos temáticos.**

- a) Potenciar una mayor cobertura de participación en torno a programación y acceso.
- b) Fortalecer el trabajo con organizaciones culturales en las poblaciones.
- c) Desarrollar líneas de trabajo formativo mediante talleres en poblaciones.
- d) Reconocimiento y promoción de formadores culturales que están presentes en las poblaciones.
- e) Fortalecer la educación en formulación de proyectos culturales.
- f) Rescate del sentido identitario de las fiestas costumbristas.
- g) Generar lineamientos de rescate del patrimonio histórico, natural y cultural del sector rural.
- h) Generar lineamientos de valoración del patrimonio arquitectónico y cultural.



### **Muestreo intencional en la vía pública.**

- a) Promover mayor participación comunitaria en la programación de actividades culturales.
- b) Articular a la escuela con las organizaciones culturales.
- c) Definir nuevas rutas gastronómicas y turísticas en la comuna.
- d) Brindar mayor apoyo a artistas emergentes.
- e) Dotar a la comuna con más infraestructura para el desarrollo de actividades artísticas.
- f) Descentralizar las actividades artísticas.
- g) Ampliar la oferta cultural a distintos rangos etarios y desventajados.
- h) Cuidado y sensibilización del patrimonio arquitectónico.



---

## PLAN MUNICIPAL DE CULTURA 2022 - 2025

### INTRODUCCIÓN

El Plan Municipal de Cultura es “un instrumento de gestión municipal que se elabora en base a una planificación estratégica, mediante la cual se definen objetivos de desarrollo cultural para la comuna de mediano y largo plazo, incluida la estrategia para llevarlos a cabo”<sup>28</sup>. Su propósito es “alcanzar el establecimiento y la consolidación de una forma de alianza concertada y permanente entre los actores locales de la comuna, tanto públicos como privados, destinada a lograr en conjunto una nueva posición de desarrollo previamente consensuada por todos los actores relevantes. El logro de dichos objetivos debe ser una tarea que asume el municipio con la participación de la ciudadanía y los actores culturales; lo que a su vez debe partir de la base de la detección de las necesidades culturales y sociales de la comuna, así como de su identidad y potencialidades de desarrollo”<sup>29</sup>.

El municipio es el órgano público más cercano a la comunidad y, por lo mismo, está facultado a estimular la participación y protagonismo cultural de quienes habitan el territorio que administra. Para lograrlo se requiere que su acción vaya más allá de ejecutar un calendario de actividades programado y que se proyecte en el mediano y en largo plazo.

En este sentido, la Municipalidad de Puerto Montt realizó durante el 2018 y 2019 una consulta a trabajadores/as de Las Culturas, agentes claves y a ciudadanos y ciudadanas de la comuna, la cual consideró conversatorios, encuestas, y entrevistas lográndose levantar información del sector, segmentados en tres grupos a saber: la institucionalidad municipal, la oferta, y el mercado local, vale decir las audiencias.

Complementariamente el año 2020, se elaboró un Catastro Comunal que incluye a artistas y artesanos/as, lo que permite actualizar información ex post Movimiento 18/10 y Estado de Catástrofe Pandemia COVID 19.

---

<sup>28</sup> CNCA (2009): Guía metodológica para el desarrollo de Planes Municipales de Cultura.

<sup>29</sup> Ibid.



Lo anterior ha permitido contar con un diagnóstico, línea base desde donde la gestión alcaldicia propone, mediante propuestas integrales y vinculantes para el desarrollo ciudadano, la búsqueda de la sostenibilidad y el desarrollo territorial sustentable de la mano o interrelación con el sector cultural de la comuna.

### **PROPOSITO.**

La gestión alcaldicia se ha propuesto contar con un documento orientador del presupuesto municipal en el ámbito de lo cultural en la comuna de Puerto Montt.

### **ALCANCE.**

El Plan Municipal de Cultura tiene una doble pretensión: en lo interno, contribuir a modernizar la gestión mediante el fortalecimiento de la institucionalidad municipal en el ámbito de la cultura, y atendido lo externo, definir el rol del municipio frente a la expresión creativa y su relación con el trabajador cultural local, asumiendo que la promoción cultural es un activo que genera dividendos sociales y económicos.

### **DE LA PARTICIPACIÓN**

El proceso de elaboración de una Política de Cultura Municipal debe ser un proyecto de comuna, que involucre a la ciudadanía en cada una de sus etapas. La participación de los distintos actores culturales y sociales (sector público, sociedad civil y sector privado) es una garantía de legitimidad, pertinencia y viabilidad para el Plan.

Se reconoce explícitamente que a mayor pertinencia y eficacia de las políticas públicas hay una vinculación estrecha con el protagonismo de los ciudadanos en su diseño, ejecución y evaluación. Y es aquí donde vienen a aportar las 29 iniciativas que se presentan a continuación, para que comiencen con el proceso de evaluación, ponderación y ejecución de programas, considerando las necesidades levantadas desde y para los actores culturales y la comunidad local.

El objetivo general de la gestión cultural del municipio se podría ver reflejado de manera integral en siguiente diagrama:





## UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE CULTURA



Es clave, cuando trabajamos en este ámbito, comprender qué entendemos por cultura, y cómo nos relacionamos cuando hablamos de cultura.

## TENDENCIAS.

Para dar respuesta, Néstor García Canclini<sup>30</sup> describe cuatro tendencias de cómo se ha abordado desde la sociología la definición de cultura:

- Primera tendencia (ASOCIADO AL CONCEPTO DE DIFERENCIA) es la que ve a la cultura como la instancia en que cada grupo organiza su identidad, se reelabora en cada sociedad, en el sentido multicultural.
- Segunda tendencia que considera a la cultura como instancia simbólica donde la producción y reproducción de la sociedad, es decir todas las prácticas sociales contienen una dimensión cultural; lo cultural, que es material, y lo social, que es simbólico están entrelazados, dando lugar a la interculturalidad. Sin embargo, no todas las prácticas sociales responden a lo cultural, hay otras significaciones que dan sentido a las interacciones sociales y que pertenecen a un esquema imperante o vigente; esto da cuenta de una distinción entre cultura y sociedad. **LA CULTURA COMO ESPACIO DE REPRODUCCIÓN DE LO SOCIAL Y ORGANIZACIÓN DE LAS DIFERENCIAS.**
- Tercera tendencia (ASOCIADO AL CONCEPTO IGUALDAD/DESIGUALDAD), que dice relación a que la cultura se presenta como una instancia de conformación del consenso y la hegemonía, es decir, de la configuración de la cultura política y también de la legitimidad; contamos con los modos de autorrepresentación y la representación a los otros en relaciones de diferencia y desigualdad: se nombra o se desconoce y se valoriza o descalifica, “es de élite o es popular”. Nombrar o desconocer, valorar o descalificar. Por ejemplo, la “alta” cultura versus la cultura popular.

---

<sup>30</sup> García Canclini, Néstor, 1997, “Cultura y Comunicación: Entre lo Global y lo Local”, Pág.38.



- Cuarta tendencia habla de la cultura como dramatización “eufemizada” de los conflictos sociales, es decir el arte y sistemas de representación de conflictos de poder, luchas, etc., transmisibles a través de la cultura.

Estas cuatro tendencias o formas de aproximarse a una definición de lo que es la cultura se entrelazan y están conectadas entre sí, pudiendo darse una mayor predominancia de una u otra en la medida que nos acercamos a distintos niveles con los cuales el sistema institucional interactúa, pudiendo adoptar cualquiera de ellas o combinarlas.

### **RESPUESTA SOCIOSEMIÓTICA.**

De esta forma Néstor García Canclini propone una definición operativa: “**cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social.**”<sup>31</sup>

### **SEGUNDA PREGUNTA.**

Considerando la anterior definición, surge una segunda pregunta: ¿Cómo nos relacionamos cuando hablamos de cultura?

### **APERTURA COGNITIVA.**

Para abordar una respuesta, es necesario aplicar una reducción de la complejidad; se constata que al hablar de cultura (CON EL ENTORNO, por una parte, y CON LA INSTITUCIÓN, por otra) se observan dos planos con características bien definidas:

---

<sup>31</sup> García Canclini, Néstor, 1997, “Cultura y Comunicación: Entre lo Global y lo Local”, Pág.35.



1.- El plano de la percepción: el entorno fija su atención en el trabajo, los productos y su circulación. El sistema por su parte presta atención al ruido del entorno.

2.- El plano de los recursos: el sistema, más que proponer, tiende a mantenerse y contener. La oferta de lo global, que determina la demanda, instala una brecha entre ésta y la oferta local. La oferta local, principalmente entendido como lo artesanal y/o lo artístico, tiende a mantenerse en relativa latencia respecto del Mercado.

Esto genera una tensión constante, más considerando que nos encontramos en un espacio intercultural, globalizado. Así, además de un enfoque sistémico se requiere de un enfoque comunicativo mediante el cual haga posible una coordinación explícita que dé coherencia a la acción política, las que se observan desconectadas entre sí, entre las instituciones y las personas.



### PLANIFICACIÓN: Trabajo mesa intramunicipal.

Se conformó un equipo de trabajo intramunicipal quienes en cuatro talleres propusieron prácticas para el desarrollo cultural local. Participaron:

| Nº | NOMBRE                     | CARGO  |
|----|----------------------------|--|
| 1  | Carlos Soto Ojeda          | Administrador Municipal.                       |
| 2  | Eduardo Matamala Almonacid | Concejal, Pdte. Comisión Educación y Cultura.  |
| 3  | Miguel Arana Abarca        | Coordinador Extraescolar DAEM Puerto Montt.    |
| 4  | Pamela Urtubia Aguilar     | Directora del Museo Histórico Juan Pablo II.   |
| 5  | Sonia Sepúlveda Conejeros  | Delegada Municipal Rural Puerto Montt.         |
| 6  | Juan Carlos Benítez Parada | Delegado Municipal Fresia Cardonal.            |
| 7  | Johana Schulbach Díaz      | Delegada Municipal Mirasol.                    |
| 8  | Jaime Mendoza Rojas        | Delegado Municipal Alerce.                     |
| 9  | Marcelo Utreras Koning     | Director Corporación Cultural de Puerto Montt. |
| 10 | Iván Alvarado Hernández    | Subdirector de Turismo.                        |
| 11 | Jaime Sáez Henríquez       | Subdirector Desarrollo Económico Local.        |
| 12 | Jorge Cárcamo Obando       | Profesional Observatorio Municipal.            |
| 13 | Viviana Díaz Pinto         | Profesional Observatorio Municipal.            |
| 14 | Paola Gatica Figueroa      | Profesional Programa Patrimonio.               |

Los talleres respondieron a la técnica *cartografía social*, método de intervención donde los participantes interactúan colectivamente en la construcción de un mapa cultural, con compromisos expresados en propuestas, en miras a planificación cultural de la comuna, a través de tarjetas individuales trabajadas colectivamente, las que luego son presentadas a la vista de los participantes, para arribar a un consenso respecto de las materias expuestas. Posteriormente, al inicio del siguiente taller, las propuestas se sintetizan y validan a modo de acuerdo final.



A continuación se describen las actividades realizadas:

**1.- Reunión Informativa.** Con fecha 07 de agosto 2019 se informó a los convocados respecto de la técnica a utilizar, la descripción general de los talleres y objetivos de cada uno de ellos, la que permite la trazabilidad de las problemáticas y sus soluciones de manera ejecutiva arribando rápidamente a consensos, mediante la interacción, la negociación de intereses y finalmente una construcción colectiva. Se da a conocer: **Línea base**; diagnóstico de necesidades culturales, mediante lectura de instrumentos cualitativos, cuantitativos, políticas vinculantes, etc.; además se da a conocer el calendario del proceso con sus principales objetivos.

**2.- Taller Problematización del Panorama Cultural.** Desarrollado el 14 de agosto del 2019, tiene por objeto nivelar y transmitir de manera ejecutiva la información recopilada, a fin de consensuar tres tópicos a saber: panorama cultural, necesidades y compromisos.

2.1.- Síntesis enunciados panorama cultural:

- a) Diversidad de expresiones culturales presentes en el territorio, necesidad de reconocer esta diversidad.
- b) Desde lo territorial, la oferta es variada pero dispersa; falta ordenar, potenciar y visibilizar.
- c) Desde lo institucional, la oferta es amplia pero centralizada.
- d) La promoción cultural actual no está dirigida al sector rural.
- e) Poca promoción y difusión de la actividad cultural local.
- f) No hay consenso respecto de qué es la Cultura.
- g) Lo cultural se percibe como hermético y sectorial.



## **2.2.- Síntesis enunciados necesidades culturales:**

- a) Espacios para músicos emergentes.
- b) Apertura a nuevos espacios en sectores distintos del centro.
- c) Potenciar la diversidad de la oferta local.
- d) Educación cultural en la primera infancia.
- e) Coordinar actividades para evitar duplicidad.
- f) Actividades vinculantes en sectores rurales.
- g) Fortalecer la institucionalidad en el ámbito cultural.
- h) Fondos concursables para potenciar el desarrollo cultural.
- i) Descentralizar (en el sentido de que todas las actividades artísticas se realicen en un sólo lugar).
- j) Salas de ensayo, salas de grabación, exposiciones de gran formato.
- k) Integrar a la comunidad.
- l) Infraestructura, en esto revisar el estado de los proyectos Centros Culturales de Alerce y Mirasol.

## **2.3.- Síntesis enunciados compromisos:**

- a) Profundizar instancias de participación.
- b) Rescate y puesta en valor de la cultura local.
- c) Integración y participación de los vecinos en el desarrollo de las actividades.
- d) Fortalecer los espacios ganados por organizaciones culturales locales.
- e) Gestionar nuevos espacios, instancias y recursos.
- f) Incorporar programación CCPM en otros territorios.
- g) Visibilización de las áreas con valor patrimonial, difusión de la historia local.
- h) Conformar una plataforma de comunicación integrada.
- i) Generar espacios de discusión respecto a la Cultura y el Patrimonio, conversatorios, seminarios, convenciones.
- j) Infraestructura.



## PROBLEMATIZACIÓN

1. **ENUNCIADO:** El problema central se constituye como una disonancia entre las expectativas del entorno (oferta y demanda) y el alcance que tiene la gestión del municipio dadas sus funciones privativas y facultativas.
2. **HIPÓTESIS:** La ausencia de una Política Cultural Municipal incide en una adecuada acción comunicativa con el entorno.
3. **DIMENSIONES:**  
**SISTEMA**
  - a. Gestión institucional (Municipio de Puerto Montt).

## ENTORNO

- b. Oferta y/o disponibilidad cultural (trabajadores/as de la Cultura, infraestructura, cultura como fuente laboral, entre otros).
- c. Demanda y/o requerimientos de la comunidad de acceso a los bienes y servicios culturales de la comuna (audiencias, públicos).

---

**3.- Taller Visión y Misión**, desarrollado el 21 de agosto del 2019: se busca, a contar de la línea base y las oportunidades que ofrece el territorio, establecer la imagen objetivo de la comuna, vale decir lo que se quiere lograr mediante la implementación del plan, y cómo se hará, plazos y responsables.

El establecimiento de la Visión y Misión cultural comunal es un proceso estratégico que posiciona a la comuna en una senda hacia un desarrollo cultural determinado, una vez revisado el panorama de la comuna, sus necesidades, sus brechas, sus identidades.

Para ello planteamos las siguientes preguntas:

1.-) ¿Cómo deseamos que nuestra comuna responda o desarrolle el sector cultural?



- 2.-) ¿Cómo nos imaginamos nuestra comuna en el ámbito cultural?
- 3.-) ¿Cómo nos gustaría que fuera la participación de la comunidad?
- 4.-) ¿Qué logros o resultados deseamos alcanzar?
- 5.-) ¿Cuánto tiempo debemos darnos para ello?

Para el caso de la Misión cultural de la comuna se procedió del mismo modo realizando las siguientes preguntas:

- 1.-) ¿Quiénes somos?
- 2.-) ¿Qué buscamos?
- 3.-) ¿Qué hacemos?
- 4.-) ¿Dónde lo hacemos?
- 5.-) ¿Por qué lo hacemos?
- 6.-) ¿Por quién trabajamos?

**4.- Taller Objetivos y Productos Estratégicos**, desarrollado el 23 de agosto del 2019, se abordó mediante el tratamiento de los siguientes temas:

- Modernizar la financiación y el apoyo;
- La expresión creativa y el papel del trabajador cultural; y
- La producción cultural como un activo que genera dividendos sociales y económicos.

Se establecen ejes, objetivos y proyectos tomando en cuenta los aportes de todos los intervenientes: agentes claves, ciudadano de la vía pública, los 25 conversatorios y las propuestas de Mesa Intramunicipal.



Una vez enunciada tanto la Visión como la Misión, corresponde el establecimiento de los **Ejes, Objetivos y Productos Estratégicos** para poder alcanzar en el mediano y largo plazo la visión estratégica que la mesa decide llevar adelante.

Contra demanda de los habitantes de la comuna y visitantes, y una oferta por parte de los trabajadores del sector cultural, el municipio observa el entorno y se comunica a través de tres ejes a saber, Mediación, Oferta Local y Consumo Cultural. El eje de la demanda que tiene que ver con los accesos y promoción de los bienes culturales de la comuna; el eje de oferta que dice relación con facilitar y fomentar la participación en la oferta cultural; y un tercer eje que es interno y que plantea el fortalecimiento institucional para responder y dar soporte a los ejes anteriores, consensuándose el papel de mediador, en otras palabras: su modernización. De estos 3 ejes estratégicos se desprenden 4 Objetivos Estratégicos, a su vez 6 Líneas de Acción y 18 proyectos asociados que se detallan a continuación:

**4.1.- Eje Estratégico 1 (mediación):** Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.

**4.1.1.- Objetivo Estratégico 1:** Asegurar, en el plazo de 4 años, que el apoyo del municipio refleje la diversidad cultural de la comuna y que todos los habitantes, donde sea que vivan, independiente de sus circunstancias, tengan el derecho de aportar al desarrollo de la identidad local y su expresión.

**Línea de Acción 1.1:** Fortalecimiento RR.HH. del Departamento de Cultura.

**Iniciativa 1.1.1:** conformación de un equipo gestor para el fortalecimiento de la institucionalidad cultural.

**Iniciativa 1.1.2:** capacitación profesional de equipo gestor.



**Iniciativa 1.1.3:** fomento de prácticas de coordinación intramunicipal; (entre ellas promover una política de pago expedita para los trabajadores de la cultura comunal que presten servicios a la municipalidad).

**Iniciativa 1.1.4:** evaluación de la gestión institucional en el ámbito cultural.

**Línea de Acción 1.2:** Establecimiento de Línea Base Cultural

**Iniciativa 1.2.1:** estudio de caracterización de trabajadores y servicios del sector cultural de la comuna de Puerto Montt.

**Iniciativa 1.2.2:** Elaboración de un inventario de bienes (infraestructura) de la comuna de Puerto Montt.

**Iniciativa 1.2.3:** promoción de fondos públicos e inversión externa y banco integrado de proyectos.

**Iniciativa 1.2.4:** Elaboración de una política de uso de infraestructura cultural municipal.

**Línea de Acción 1.3:** Fortalecimiento de infraestructura y equipamiento

**Iniciativa 1.3.1:** construcción y habilitación de infraestructura cultural en territorios: Rural, Cardonal, Alerce, Mirasol.

**4.2.- Eje Estratégico 2 (oferta local):** Fomentar la excelencia y el papel especial de los trabajadores del sector cultural local como fuente laboral y de ideas originales.

**4.2.1.- Objetivo Estratégico 2:** Probabilizar la participación en el ámbito cultural.

**Línea de Acción 2.1:** Consolidación de una instancia de diálogo entre los trabajadores del sector cultural, representantes y el municipio. Constitución de Comité consultivo de Cultura Comunal (Panel de expertos) (Patrimonio - audiencias - programación - fomento) (Conformar mesas sectoriales).

**Iniciativa 2.1.1:** convocatorias y fondos concursables.

**Iniciativa 2.1.2:** Puerto Montt creativo: perfeccionamiento.



**4.2.2.- Objetivo Estratégico 3:** Reconocer, respetar y celebrar la centralidad de las culturas identitarias de la comuna ante la generalidad de la identidad chilena.

**Línea de Acción 3.1:** Participación Ciudadana Activa. Desarrollo de prácticas de transparencia democrática orientadas hacia la ciudadanía.

Proyecto 3.1.1: ciclo de mesas redondas: del quehacer cultural local.

Proyecto 3.1.2: Cuenta pública participativa.

**4.3.- Eje Estratégico 3 (consumo cultural):** Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales.

**4.3.1.- Objetivo Estratégico 4:** Garantizar que la creatividad local se posicione y prospere, habilitando espacios y medios, promoviendo la innovación y el desarrollo del conocimiento.

**Línea de Acción 4.1:** Plan Estratégico Comunicacional. Validar una hoja de ruta en el que se establezca de forma clara los objetivos de comunicación proyectados por el PMC.

**Iniciativa 4.1.1:** imagen-comuna a nivel cultural.

**Iniciativa 4.1.2:** sistema de información cultural online.

**Iniciativa 4.1.3:** plan de medios.

**Iniciativa 4.1.4:** cartelera comunal.

**Iniciativa 4.1.5:** posicionamiento nacional.



## VISIÓN Y MISIÓN DEL PMC

Una vez revisado el panorama de la comuna y las necesidades, la institución propone validar una imagen objetivo de la comuna, vale decir la “brújula” que permitirá orientar la implementación del plan, cómo se hará, los plazos y responsables.

El establecimiento de la Visión y Misión cultural comunal es un proceso que sitúa a la comuna en una senda hacia un desarrollo cultural determinado.

**Visión Cultural: “Posicionar a la comuna de Puerto Montt como un referente de desarrollo cultural en la Patagonia Chilena”.**

**Misión Cultural: “Valorar y promover las diversas vocaciones culturales locales a través de la gestión del territorio de manera participativa, descentralizada y con enfoque de derecho”.**

Para lograr una propuesta sostenible y permanente en su desarrollo, que permita el fortalecimiento de la Cultura en la comuna de Puerto Montt, se hace imperativo realizar diversas acciones desde distintos ámbitos de acción, desarrolladas de manera conjunta y coordinada entre las áreas y/o departamentos que conforman la estructura administrativa municipal y el entorno.

Se propone elaborar una Política Municipal de Cultura, inédita en la comuna, en donde sus propuestas cuenten con una relación e interdependencia con factores económicos, educativos, políticos, urbanísticos y sociales, desde un enfoque multidisciplinario y holístico, según se comprende lo que es “Cultura” y por tanto “el hacer cultural”.



A modo de guía general y para realizar un seguimiento de las acciones que se desarrollarán, considerando las propuestas de perfiles de iniciativas, lo cual se ha proyectado para un periodo de 4 años, se sugiere lo siguiente:

|           | DISEÑO   | EJECUCIÓN                                     | CONSOLIDACIÓN                                    |
|-----------|--|---|--|
| OBJETIVO  | Diseñar plan de acción para la ejecución de iniciativas.     | Implementar plan de acción.                   | Evaluar acciones, consolidando buenas prácticas. |
| INDICADOR | Nº de actividades realizadas/ Nº de actividades proyectadas. | % de cumplimiento del plan estratégico anual. |  |
| PLAZO     | 6 meses  | 36 meses                                      | 6 meses  |

**1. Diseño:** Definir las prioridades de las 29 iniciativas propuestas para presentar a la ciudadanía y al Concejo Municipal para su aprobación y financiamiento, dentro del transcurso del año 2022.

**2. Ejecución:** En virtud de la prioridades aprobadas y financiamiento, se llevará a cabo el desarrollo de las actividades, de manera coordinada, integral y con visión holística para posicionar a la cultura y sus diversas manifestaciones en la comunidad de Puerto Montt. Esta etapa debe ir acompañada de una fuerte socialización y participación de los distintos actores culturales de la comuna.

**3. Consolidación:** Esta etapa es clave para evaluar cada una de las acciones realizadas, pero se sugiere no sólo evaluar al final de cada proyecto desarrollado/ejecutado, sino en el mismo desarrollo de cada uno de estos, con el propósito de implementar acciones de corrección y/o mejoras necesarias para el exitoso cumplimiento del objetivo de cada proyecto y el aporte al desarrollo de una cultura sostenible en la comuna.



## Cadena de Valor

Como complemento, se propone desarrollar un proceso activo y continuo en cada una de las acciones en la materia se realicen desde el municipio, considerando las siguientes fases, denominadas: “Proceso Sostenible de la Cultura” - Cadena de Valor:



1. **Investigación:** Destinar recursos (económicos, tiempo y personas) que se dediquen a investigar y buscar experiencias en otros territorios (nacionales e internacionales) que sean viables de aplicar en la comuna. Demostración cualitativa y cuantitativa del desarrollo cultural en Interrelación con diversos campos del conocimiento y sectores productivos.
2. **Formación:** Destinar recursos (económicos, tiempo y personas) que permitan adquirir el desarrollo en habilidades técnicas, creativas y las necesarias para el desarrollo y fomento de la cultura de manera continua.
3. **Fase creativa y/o Creación:** Acción que promueve espacios para dar existencia a obras, bienes y/o servicios artísticos, culturales y creativos.
4. **Producción y/o Manufactura:** Resultado del proceso de convertir materias primas, formas, texturas, ritmos y colores en un producto elaborado por medio de un proceso productivo o uso de técnica específica.
5. **Información:** Canal de promoción y difusión que se constituye por un grupo de datos supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje específico, recurso que otorga significado o sentido mediante códigos y conjuntos de datos hacia las audiencias y consumidores basado en la trayectoria, acción y/o actividad.



6. **Comercialización y/o Distribución:** La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución local, regional, nacional e internacional. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una obra o servicio logrando que los consumidores lo conozcan, consuman, apropien, participen y valoren.
7. **Exhibición y/o Circulación:** Abrir nuevos espacios para la exposición de la cultura, y desarrollar su oferta y demanda en diversos mercados. Visibilizar las relaciones políticas, económicas, estéticas, sociales y de discurso entre el artista y su habitus. (territorio/identidad)
8. **Consumo/Apropiación/Participación/Valoración:** Se puede definir como la cantidad de bienes y servicios requeridos por un grupo de personas en un mercado determinado, en el cual influyen los intereses, las necesidades y las tendencias.
9. **Regulación/Legislación:** Establecimiento de normas, reglas o leyes dentro de un determinado ámbito. El objetivo de este procedimiento es mantener un orden, llevar un control y garantizar los derechos (autor, conexos, consumidor,) de todos los integrantes de una comunidad o de un modelo de negocio creativo.
10. **Fuentes de Financiamiento:** La fuente de financiación del artista, creador, ong's y de la empresa cultural y creativa es toda aquella vía que se utiliza para obtener los recursos necesarios financiar, satisfacer y sustentar su actividad. Pueden acceder a fuentes de financiación internas y externas

Por último y como otro complemento a las iniciativas, se ha asociado a cada uno de éstas, uno o más de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) de la agenda 2030 a la cual Chile se ha adscrito y comprometido para su gestión desde quehacer público.<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Compromiso de Chile con los ODS: <http://www.chileagenda2030.gob.cl/seguimiento/ods-1>



## Índice general de perfiles de fichas de proyectos:

| Eje Estratégico   | Objetivo Estratégico  | Línea de Acción   | Iniciativas   | Programas  |
|-------------------|---|---|---|--|
| INSTITUCIONALIDAD | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural. | 1.1. Conformación de equipo gestor para el fortalecimiento de la institucionalidad cultural.<br>1.2. Fomento de prácticas de coordinación intramunicipal.<br>1.3. Gestión para el fortalecimiento del desarrollo cultural local.<br>1.4. Fortalecimiento de infraestructura y equipamiento.<br>1.5. Desarrollo de un sistema integrado de estudios, datos e información cultural. | 1. Aumento Dotación Departamento de Las Culturas.<br>2. Mesa intramunicipal de Cultura.<br>3. Elaboración de política de pago municipal para los trabajadores de las Culturas locales.<br>4. Elaboración de modelo de gestión de espacios públicos municipales para su uso en actividades culturales.<br>5. Ordenanza de Artesanía.<br>6. Ordenanza de Artes Callejeras y Espacio Público.<br>7. Conformación de red de espacios culturales de la comuna de Puerto Montt.<br>8. Estudio e inversión Centro Cultural Sector Poblacional.<br>9. Estudio de caracterización de trabajadores y servicios del sector cultural de la comuna de Puerto Montt.<br>10. Banco integrado de proyectos (Promoción de fondos públicos e inversión externa).<br>11. Archivo histórico comunal en versión digital. | 1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.<br>2. Fortalecimiento de infraestructura y equipamiento cultural.<br>3. Sistema integrado de estudios, datos e información cultural. |



| Eje Estratégico                     | Objetivo Estratégico   | Línea de Acción  | Iniciativas  | Programas   |
|-------------------------------------|--|--|--|---|
| OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA | <p>2. Fomentar la excelencia y el papel especial de los trabajadores del sector cultural local como fuente laboral y de ideas originales.</p>  | <p>2.1. Consolidación de una instancia de diálogo entre los trabajadores del sector cultural y el municipio.</p> | <p>12. Conformación de mesas sectoriales (Gobernanza).</p> <p>13. Constitución de Comité Consultivo de Cultura Comunal.</p> <p>14. Puerto Montt creativo: innovación y emprendimiento.</p> <p>15. Puerto Montt “Cultura Adelante”.</p> | <p>4. Gobernanza cultural local.</p>                                    |
|                                     | <p>3. Reconocer, respetar y celebrar la centralidad de las culturas identitarias de la comuna ante la generalidad de la identidad chilena.</p> | <p>3.1. Fortalecimiento de identidades, patrimonio e historia local</p>  | <p>16. Reconocimiento de Pueblos Originarios en Puerto Montt.</p> <p>17. Promoción de Celebraciones y Festividades días D.</p>   | <p>5. Salvaguarda y difusión de la historia y del patrimonio local.</p> |



| Eje Estratégico               | Objetivo Estratégico  | Línea de Acción   | Iniciativas  | Programas                                       |
|-------------------------------|---|---|--|---|
| CONSUMO CULTURAL - AUDIENCIAS | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales. | 4.1. Plan Estratégico Comunicacional.   | 18. Puerto Montt Marca Ciudad (Incubadora de ideas, Gráfica, Audiovisual).<br>19. <b>Revista</b> Puerto Montt Agenda Ciudad.<br>20. <b>Web</b> Cultura Puerto Montt (Responsable de comunidad de internet; diversificación de estrategias y medios de comunicación).<br>21. Programación cultural en <b>canal TV</b> de difusión comunal MUNITV.<br>22. <b>Punto informativo</b> cultural. | 6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”. |
|                               |   | 4.2. Posicionamiento nacional.  | 23. Red de Colaboración Cultural Interregional.<br>24. Puerto Montt sobre ruedas.<br>25. Feriarte e Commerce.  |   |
|                               |   | 4.3. Participación Ciudadana Activa. Desarrollo de prácticas de transparencia democrática orientadas hacia la ciudadanía. | 26. Ciclo de mesas redondas (territoriales) del quehacer cultural local (cuenta pública participativa.)<br>27. Escuela de Formación de audiencias y públicos.<br>28. Festival de la Canción Inédita (género internacional y folclórico).<br>29. Carnaval de las Artes.   | 7. Mediación Cultural.                          |



A continuación, se detallan cada uno de las propuestas de iniciativas:

|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.   |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.  |
| PROGRAMA              | 1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.  |
| INICIATIVA            | 1. Aumento Dotación Departamento de Las Culturas.  |
| DESCRIPCIÓN           | Se conforma un equipo de trabajo multidisciplinario que gestionará y coordinará acciones que se desarrollarán en el sector Cultura, ya sean al interior del municipio o con organizaciones e instituciones externas que tengan presencia en el territorio comunal. El equipo deberá contar con las competencias profesionales y técnicas para el cumplimiento de las iniciativas propuestas en el Plan Municipal de Cultura 2022-2025. |
| FUNDAMENTACIÓN        | Basado en lo descrito en la Política de RR.HH del municipio 2021, aprobada por Decreto N° 259 del 7-01-2021.<br>Se sugieren acciones asociadas según adscripción de Chile a los ODS: Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico, y Objetivo 17: Alianza para lograr los objetivos.  |
| OBJETIVO GENERAL      | Contribuir en el cumplimiento de los objetivos propuestos en el PMC.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 1. Conformar un equipo de trabajo permanente que coordine la gestión de proyectos en el marco de desarrollo e implementación de la Política Cultural Municipal.  |
|                       | 2. Desarrollar un plan de acción y seguimiento integrado de las actividades que realiza el municipio, en coherencia con la Misión y Visión institucional establecida.  |
|                       | 3. Establecer alianzas con otros servicios del municipio e instituciones externas, con las cuales sea necesario colaborar para el éxito de las iniciativas a desarrollar.  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| ACTIVIDADES                    | <p>1. Se contrata personal capacitado en gestión cultural, administración cultural, formulación de proyectos, postulación a fuentes de financiamiento regional, nacional e internacional, contabilidad y finanzas.</p> <p>Dicho equipo debe contar al menos con 4 cargos, los cuales serían: 1. Jefe de departamento, 2. Encargado de Gestión, finanzas y planificación, 3. Profesional del área de cultura y comunicaciones, y 4. Técnico del área de Cultura y Comunicaciones.</p> <p>2. Se presenta una planificación de trabajo para el cumplimiento de los objetivos propuestos en el PMC y que deben ser implementados durante el periodo determinado; esto es gestionar, dirigir y hacer seguimiento correspondiente.</p> <p>3. Se mantiene un levantamiento de información del sector Cultura a nivel comunal, que complementa el diagnóstico realizado para la elaboración del PMC, de manera contar con un conocimiento actualizado del entorno.</p> <p>4. Se fortalece la producción cultural local, mediante la planificación y gestión de manera participativa, con enfoque de Derecho.</p> <p>5. Se identifican y articulan programas, fondos y actividades de índole cultural y patrimonial.</p> <p>6. Se estimula la participación de los habitantes y organizaciones en actividades de fomento y valoración de las Culturas y el Patrimonio.</p> <p>7. Se gestionan capacitaciones constantes en materia cultural, a nivel nacional e internacional, poniendo énfasis en gestión, innovación y emprendimiento de iniciativas que puedan tener impacto en la comuna.</p> <p>8. Se implementa un Cuadro de Mando Integral (CMI) que permita realizar seguimiento de las iniciativas, la planificación estratégica de PMC y los indicadores correspondientes, de manera trimestral, semestral y cierre anuales, resultados que serán socializados al menos una vez al año a la comunidad de Puerto Montt.</p> |
| FINANCIAMIENTO                 | Fondos municipales considerando la Escala de Remuneraciones, según grado y experiencia.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.   |
| RESPONSABLE                    | Administración Municipal.   |



|                        |  |
|------------------------|--|
| ALIANZAS COLABORATIVAS | <p>Internas: Dirección de Turismo, DAF, Delegaciones Rural, de Mirasol, Cardonal y de Alerce (área de Cultura), Corporación Cultural, Casona Cultural, Casa Pauly, Museo Histórico. Además del Concejo municipal.</p> <p>Externas: SENCE, Consultorías y asesorías externas en temas de capacitación, Gobernación Regional para postulación a fondos y a nivel internacional: Mercociudades: <a href="https://mercociudades.org/estructura-y-autoridades/tematicas/cultura/">https://mercociudades.org/estructura-y-autoridades/tematicas/cultura/</a></p> |
|------------------------|--|



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.  |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.   |
| PROGRAMA              | 1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.   |
| INICIATIVA            | 2. Mesa intramunicipal de Cultura.  |
| DESCRIPCIÓN           | Se conforma y pone en marcha la Mesa Intramunicipal de las Culturas, la que tendrá como objeto proponer una estrategia de trabajo común y coordinada en torno a la materia cultural que aborda el municipio. Son convocados funcionarios y profesionales atingentes, encargados del área en el territorio y el Concejal Presidente de la Comisión de Educación y Cultura.   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>En base al compromiso y voluntad institucional de fortalecer espacios de acción y creatividad cultural, se hace necesario fomentar y activar instancias que permitan la concreción de espacios de interacción y coordinación entre las diversas áreas internas del municipio, para lograr la eficiencia en la gestión realizada desde sus distintos ámbitos y que tengan directa relación en el impacto y desarrollo del sector en la comuna.</p> <p>A nivel internacional y según adscripción de Chile a los ODS (Objetivo de Desarrollo Sostenible), este proyecto se asocia al Objetivo 17: Alianza para lograr los objetivos.</p>  |
| OBJETIVO GENERAL      | Potenciar el trabajo coordinado y colaborativo entre las diversas áreas municipales cuyas funciones tengan alcance y/o pertinencia en la actividad artístico - cultural en la comuna.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Establecer una estructura de diálogo y coordinación intramunicipal en materia cultural a contar de la gestión 2022.</li><li>2. Mejorar la claridad programática de los diversos productos estratégicos del municipio asociados al sector.</li><li>3. Contribuir en ampliar la cobertura, oportunidad y periodicidad de la oferta, a partir de la orientación consciente y consensuada con los actores culturales locales vinculados al municipio.</li><li>4. Integrar las diversas áreas municipales pertinentes a la actividad cultural, potenciando la coordinación y colaboración entre ellas y abriendo la participación a los colectivos públicos y privados.</li></ol> |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
| ACTIVIDADES                    | 1. Convocar a los representantes de cada servicio que tengan bajo su responsabilidad programas culturales a desarrollar a nivel territorial y sectorial, los que se reunirán de manera trimestral para coordinar acciones conjuntas.   |
|                                | 2. Hacer un levantamiento de información en aquellas áreas del municipio que realizan actividades que impactan en el desarrollo de la cultura en la comuna.  |
|                                | 3. Socializar las actividades que se realizan con la comunidad por medio del análisis de presupuestos y recursos, considerando también los insumos disponibles en RRSS, página web, cuenta pública, reuniones de concejo, entre otras.   |
|                                | 4. Construir un mapa cultural permanentemente actualizado, con compromisos expresados en propuestas, en miras arribar a un consenso respecto de las materias expuestas.  |
|                                | 5. Hacer un levantamiento de indicadores de gestión, para evaluar y mejorar los procesos y actividades de cultura que se hacen a nivel institucional y desde cada área y/o Departamento.   |
| FINANCIAMIENTO                 | Fondos Municipales.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control trimestral.   |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Cultura.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Internas: DITUR, DIMAO, Delegaciones Rural, de Mirasol y de Alerce (área de Cultura), CCPM, Museo Histórico, Concejo municipal.<br>Externas: Dirección Regional de Cultura y las Artes, Cámara de Comercio y Turismo, Gobernación Regional, Asociaciones gremiales de artistas, artesanos y pueblos originarios de la comuna, Colectivos de artistas, Universidades, BAJ, CoWo, entre otros. |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.  |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.   |
| PROGRAMA              | 1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.   |
| INICIATIVA            | 3. Elaboración de política de pago municipal para los trabajadores de las Culturas locales.   |
| DESCRIPCIÓN           | Consiste en consolidar un procedimiento de pago municipal por servicio a los prestadores trabajadores de las Culturas.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Las políticas de compras son pautas que generan las organizaciones para determinar cuáles serán las condiciones, los plazos de pago, y los proveedores que tendrá el Departamento de Cultura, y la cual será en coherencia de lo que el municipio a nivel general también aplica. En los hechos el trámite de pago al trabajador cultural local es lento y engorroso.</p> <p>Esta iniciativa considera además el desafío de acotar la brecha entre lo que hoy se paga al artista extranjero y el artista local, cambiando el paradigma, fomentando la valoración del arte local.</p> <p>Esta iniciativa se asocia a nivel internacional, según adscripción de Chile a los ODS, al Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Asegurar el adecuado y oportuno pago de las obligaciones contraídas con proveedores de bienes y servicios del sector cultural local.  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Mantener las buenas relaciones comerciales con los proveedores del sector cultura a través de cumplimiento cabal de las condiciones pactadas.</li><li>2. Establecer niveles de calidad de los productos y servicios de los trabajadores de Cultura locales contratados por el municipio.</li><li>3. Validar un procedimiento de pago a proveedores que permita efectuarlo en un plazo no superior a 05 días desde la imputación de la respectiva operación.</li></ol>  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
|                                | <p>1. Se redacta un procedimiento de contratación y pagos por servicios/productos de trabajadores/as de cultura locales a la Municipalidad de Puerto Montt. Este documento deberá ser validado y visado por la Dirección Jurídica, de Control y DAF del municipio, con el propósito de dar cumplimiento a la normativa vigente, considerando, entre otras, las leyes: Ley n° 19.889 Regula las condiciones de trabajo y contratación de los trabajadores de artes y espectáculos y La Ley 17.336 sobre Propiedad Intelectual, es aquella ley especial que regula los derechos de autor y derechos conexos en Chile.</p> |
| ACTIVIDADES                    | <p>2. Establecer un convenio de cooperación entre el municipio y sus corporaciones municipales a objeto de poner en práctica la política de pago a proveedores del sector.</p> <p>3. Publicar procedimiento de pagos validado en RRSS, web institucional y mailing.</p> <p>4. Socializar y posicionar en la cultura municipal la práctica de poner en valor el pago justo y oportuno a los trabajadores de cultura locales, mediante charlas, reuniones y campaña publicitaria.</p>   |
| FINANCIAMIENTO                 | Financiamiento Municipal.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 2 años, con seguimiento y control semestral y anual.   |
| RESPONSABLE                    | Administración Municipal.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Administración Municipal, DAF, Control, Departamento de Licitaciones, DITUR, DIDEKO.<br>Externas: CCPM.   |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.   |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.  |
| PROGRAMA              | 1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.  |
| INICIATIVA            | 4. Elaboración de modelo de gestión de espacios públicos municipales para su uso en actividades culturales.  |
| DESCRIPCIÓN           | Se pone en marcha un proceso de elaboración y validación de un plan de gestión de espacio público municipal para uso cultural en la comuna de Puerto Montt.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>La comuna cuenta con diversos espacios públicos municipales susceptibles de ser implementados, de manera permanente o transitoria, para la realización de actividades culturales. No obstante el municipio no dispone de un modelo de gestión integrado que permita a los agentes culturales su participación efectiva, de acuerdo con los derechos fundamentales reconocidos y los fines de las políticas culturales, manteniendo con esto una brecha respecto de las óptimas condiciones para la participación y la apropiación social de la ciudadanía de su vida cultural.</p> <p>En respuesta a lo anterior, esta iniciativa tiene el propósito de generar alianzas virtuosas en la comuna que respondan a las necesidades que hoy existen para el desarrollo de la cultura y la descentralización de espacios, además de mayor cobertura a distintas partes de la comuna, tanto urbano como rural.</p> <p>Lo anterior se vincula con los siguientes ODS: Objetivo 3: Salud y bienestar - Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Diseñar un modelo de gestión de espacios públicos para el uso de actividades culturales en la comuna de Puerto Montt, a implementarse en el periodo 2023-2025.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Asegurar una gestión y administración eficiente de los recursos municipales a nivel de infraestructura destinada al desarrollo de la cultura en la comuna.</li><li>2. Conocer la percepción de actores culturales locales respecto a la gestión cultural del espacio público.</li><li>3. Desarrollar un análisis diagnóstico respecto de la actividad cultural en el espacio público y su capacidad técnica, en los distintos territorios de la comuna, urbanos y rurales.</li><li>4. Generar recomendaciones que permitan implementar actividades culturales en el espacio público de la comuna, aprovechando las potencialidades que cada territorio posee.</li></ol>   |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| ACTIVIDADES                    | 1. Se conforma un equipo técnico, responsable para el estudio, elaboración y validación del modelo de gestión.  |
|                                | 2. Se define una línea de base o conjunto de indicadores para describir el estado actual del problema.  |
|                                | 3. Se recopila información respecto de las infraestructuras y/o espacios culturales comunales, misión y visión, y planes de gestión.  |
|                                | 4. Se generan alianzas virtuosas de cooperación entre lo público y privado en pro de la disposición técnica para el desarrollo de la iniciativa.  |
|                                | 5. Se diseña e implementa un plan de trabajo colaborativo para poder usar dependencias complementarias a las que hoy administra el municipio, desarrollando acciones de cooperación en el uso y mantención de espacios. |
|                                | 6. Se publica un calendario de actividades culturales en espacios colaborativos entre el municipio y otras administraciones públicas en la comuna.  |
| FINANCIAMIENTO                 | Fondos públicos regionales y/o nacionales para mejora o implementación de infraestructura cultural.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.   |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Cultura.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas.<br>Externas: Cumplimiento normativa Chile Compras y leyes respectivas asociadas a fondos públicos.                                   |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.   |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.  |
| PROGRAMA              | 1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.  |
| INICIATIVA            | 5. Ordenanza de Artesanía.   |
| DESCRIPCIÓN           | Se lleva a cabo un proceso, según lo indica la ordenanza municipal de participación ciudadana, para la elaboración de la Ordenanza de Artesanía para la comuna de Puerto Montt.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>La actividad artesanal en la comuna de Puerto Montt se constituye no sólo como el sustento económico de muchas familias, sino además representa aspectos identitarios, integrando el acervo cultural y patrimonial. Se suma también como atracción turística valorada por visitantes nacionales y extranjeros.</p> <p>Por lo anterior resulta necesario mejorar las condiciones de funcionamiento de la actividad artesanal en los espacios públicos municipales, cuidando la calidad de los productos ofertados, mejorando la performance en sinergia con otras actividades culturales.</p> <p>Este proyecto se fundamenta y vincula con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la agenda 2030 a la cual Chile está adscrita: Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Regular, fomentar y difundir las actividades artesanales que son desarrolladas en el espacio público y dependencias municipales.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Impulsar el desarrollo de la actividad artesanal como fuente de trabajo sostenible, en sintonía con el interés patrimonial y turístico de la comuna.</li><li>2. Normar la oportunidad de exposición y comercialización de los productos de Artesanos/as de la comuna de Puerto Montt.</li><li>3. Establecer derechos y deberes en torno al desarrollo de la actividad artesanal en la comuna.</li><li>4. Crear el Registro Municipal Artesanal de Puerto Montt.</li><li>5. Conformación del Consejo Comunal de Artesanos y Artesanas de la comuna de Puerto Montt.</li></ol>  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| ACTIVIDADES                    | 1. Se realiza el Primer Encuentro Comunal de Artesanos de la comuna de Puerto Montt.                            |
|                                | 2. Se realiza una Expo Artesanal anual de la comuna de Puerto Montt.  |
|                                | 3. Se inicia el proceso participativo para la construcción ordenanza de artesanía de la comuna de Puerto Montt. |
|                                | 4. Se realizan jornadas de trabajo para la elaboración de ordenanza de artesanía.                               |
|                                | 5. Se expone frente a las Comisiones del Concejo Municipal.   |
|                                | 6. El texto se somete a un proceso de observaciones ciudadanas.   |
|                                | 7. Se lleva a cabo una jornada de revisión y correcciones de la ordenanza de artesanía.                         |
|                                | 8. Se valida ante el Concejo Municipal.   |
|                                | 9. Se realiza el trámite de resolución mediante Decreto Municipal.  |
|                                | 10. Se publica y difunde.   |
| FINANCIAMIENTO                 | Fondos municipales.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 12 meses plazo a contar de la aprobación del Concejo para su desarrollo.  |
| RESPONSABLE                    | DIDECO.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Mesa Intramunicipal, Alcaldía, DIMAO (Dirección de Medio Ambiente y Ornato).                                    |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.   |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.  |
| PROGRAMA              | 1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.  |
| INICIATIVA            | 6. Ordenanza de Artes Callejeras.  |
| DESCRIPCIÓN           | Se lleva a cabo un proceso participativo para la construcción de la Ordenanza de Artes Callejeras en la comuna de Puerto Montt.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>El arte callejero se desarrolla en una constante tensión entre lo legal e ilegal, toda vez que su actividad es realizada en un espacio público y privado, el cual no siempre es receptivo a la expresión estética y social de sus autores, quienes muchas veces funcionan en el anonimato y/o la clandestinidad. No obstante es una realidad que la comunidad debe afrontar de manera arribar a un pacto social que permita hacer dialogar la libre expresión con el interés general.</p> <p>Por lo anterior se hace necesario contar con un marco legal de funcionamiento que permita la re-significación del espacio público promoviendo a su vez la regulación, el fomento y la protección de quienes cultivan las artes callejeras en la ciudad de Puerto Montt.</p> <p>Este proyecto se fundamenta y vincula con los siguientes ODS de la agenda 2030, a la cual Chile está adscrita: Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Proteger, propiciar y fomentar la actividad artística en la vía pública de la comuna de Puerto Montt.  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Valorar el arte callejero como patrimonio cultural.</li><li>2. Contribuir a la generación de instancias de diálogo positivo entre los diferentes usuarios del espacio público de la comuna de Puerto Montt.</li><li>3. Construir una estructura organizacional y normativa para el funcionamiento de las artes callejeras y las actividades que desarrolle en el espacio público en la comuna.</li></ol>  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
|                                | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se realiza un congreso cultural ciudadano para tratar la materia a regular, haciendo partícipes en la opinión a los actores afectos, artistas callejeros, comercio, centros culturales, peatones y conductores, fuerzas de Orden y Seguridad, entre otros, según sea requerido.</li><li>2. Se desarrolla un Congreso de Artistas y Creadores para abordar la propuesta inicial del proceso regulatorio.</li><li>3. Se conforman Mesas de Trabajo sectoriales y territoriales para definir los principios e indicadores más importantes a implementar en la normativa.</li><li>4. Se desarrolla un registro de las expresiones en espacios públicos de la comuna, considerando las distintas disciplinas artísticas.</li><li>5. Se conforma una Mesa Técnica para la elaboración Ordenanza de Artes Callejeras.</li></ol> |
| ACTIVIDADES                    | <ol style="list-style-type: none"><li>6. Se realiza una Encuesta de Percepción ciudadana para la recepción de opiniones a la propuesta de normativa, la cual se socializará por un canal digital dispuesto para dicho fin por el municipio, y estará disponible por 10 días hábiles posterior a su publicación.</li><li>7. Se realiza un Plenario para validar el proceso deliberadamente.</li><li>8. Se valida ante el Concejo Municipal.</li><li>9. Se realiza el trámite de resolución mediante Decreto Municipal.</li><li>10. Se difunde la nueva ordenanza a través de medios digitales, RR.SS., publicación en página Web oficial del municipio, medios escritos y dar a conocer con los grupos de interés y afectados con dicha ordenanza.</li></ol>   |
| FINANCIAMIENTO                 | Fondos municipales.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 12 meses plazo a contar de la aprobación del Concejo Municipal para su desarrollo.  |
| RESPONSABLE                    | DIMAO.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Mesa Intramunicipal, Alcaldía, DIMAO (Dirección de Medio Ambiente y Ornato).  |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.  |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.   |
| PROGRAMA              | 1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.   |
| INICIATIVA            | 7. Conformación de red de espacios culturales de la comuna de Puerto Montt.   |
| DESCRIPCIÓN           | Se despliegan acciones de comunicación, coordinación y alianzas entre los distintos actores que aporten desde su quehacer a la promoción de la cultura en la comuna de Puerto Montt.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Puerto Montt, comuna metropolitana, con diversidad territorial, insular, borde costero, precordillera, campo y ciudad, cuenta con equipamientos culturales públicos y privados dispersos.</p> <p>La presente iniciativa se fundamenta en la necesidad de generar sinergias de intermediación cultural, donde el municipio proponga una oferta programática para ser ejecutada en el territorio a través de la conformación de una red colaborativa que enlace los distintos equipamientos culturales existentes.</p> <p>Esto se vincula con los siguientes ODS 12: Producción y consumo responsable, Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico y Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Fomentar prácticas colaborativas público-privadas en torno a la promoción y la difusión de la actividad cultural local.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Vincular espacios y personas que interactúan en la cultura de la comuna.</li><li>2. Promover la coordinación e integración de esfuerzos realizados en las distintas actividades para el fortalecimiento de la promoción y difusión de la cultura en la comuna.</li><li>3. Sistematizar acciones realizadas por medio de una planificación periódica de actividades culturales en la comuna y sus recursos asociados.</li></ol>   |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
| ACTIVIDADES                    | 1. Se conforma una mesa de trabajo para el desarrollo de una red de espacios culturales, normativas de protección y sus criterios de trabajo.  |
|                                | 2. Se configura un modelo de gestión para la red, estableciendo convenios de colaboración entre los administradores de espacios.   |
|                                | 3. Se define una metodología de trabajo para la planeación, organización y establecimiento de mecanismos de trabajo.   |
|                                | 4. Se establecen y desarrollan acciones de reconocimiento a las buenas prácticas contractuales a los espacios, locales y/o establecimientos que visibilicen, difundan y/o realicen actividades culturales.                                       |
|                                | 5. Se lleva a cabo un monitoreo de actividades y acciones de carácter cultural que se realizan de acuerdo con los objetivos del modelo de gestión de la red.   |
| FINANCIAMIENTO                 | No aplica.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.  |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Cultura.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas.<br>Externas: actores del sector privado, organizaciones territoriales, funcionales y alianzas con organismos internacionales para la promoción de la cultura. |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.  |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.   |
| PROGRAMA              | 2. Fortalecimiento de infraestructura y equipamiento cultural.  |
| INICIATIVA            | 8. Estudio e inversión para Centro Cultural Sector Poblacional.   |
| DESCRIPCIÓN           | <p>La iniciativa consiste en diseñar participativamente una infraestructura que albergue actividades de diferentes disciplinas artísticas. Este espacio deberá ser implementado de acuerdo a especificaciones técnicas para el óptimo desarrollo de actividades artísticas de formación, perfeccionamiento y difusión.</p>  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>De acuerdo a la definición de Ministerio de las Culturas, Las Artes y el Patrimonio (MCAP) consignada en el Catastro de Infraestructura Cultural Pública y Privada del 2017, se entiende por Infraestructura cultural al bien inmueble o recinto de carácter permanente de características físicas específicas que posibilitan el desarrollo de diversas disciplinas artísticas y culturales en su interior y de distintas actividades o fases del ciclo de creación cultural: producción, difusión, distribución, formación y conservación entre otros.</p> <p>Asimismo, cumplen también una función de interacción entre diferentes actores sociales y permite la reproducción de prácticas culturales de una sociedad o grupo particular. La infraestructura está asociada a algún tipo de administración que planifica y gestiona las actividades; genera programación y, de acuerdo a su línea editorial, selecciona sus contenidos.</p> <p>En la comuna se hace necesario habilitar espacios en sectores poblacionales, pensados e implementados para la estimulación de la creatividad y el desarrollo de actividades culturales y artísticas, promoviendo la descentralización, la interdisciplinariedad y el trabajo colaborativo entre organizaciones y diferentes agentes culturales territoriales, para el enriquecimiento de la producción artística local.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Diseñar e implementar, con participación ciudadana, una infraestructura adecuada a las necesidades de artistas, organizaciones y comunidad en general para el desarrollo actividades artístico-culturales en un sector poblacional de la comuna.  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS          | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Promover la integración comunitaria.</li><li>2. Fomentar la excelencia y el papel especial de los/as trabajadores/as del sector cultural local como fuente de creatividad e ideas originales.</li><li>3. Trabajar en conjunto con la comunidad artístico-cultural en las etapas de diseño, implementación y programación del espacio, contemplando aspectos como la inclusión y la diversidad.</li><li>4. Facilitar el acceso de la comunidad en sectores poblacionales a las diferentes muestras y expresiones artísticas culturales.</li></ol> |
| ACTIVIDADES                    | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se realiza una consulta ciudadana para el diseño de espacios de la infraestructura cultural.</li><li>2. Se realiza un diseño y estudio de inversión.</li><li>3. Se lleva a cabo un proceso de ejecución de obras civiles basado en estándares definidos por los organismos municipales correspondientes.</li><li>4. Se realiza la implementación técnica del recinto.</li><li>5. Se crea y ejecuta un plan de gestión.</li><li>6. Se diseña y difunde una parrilla programática.</li></ol>   |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal + fondos públicos regionales y/o nacionales para mejora o creación de infraestructura cultural.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual  |
| RESPONSABLE                    | SECPLAN.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas.<br>Externas: Fondos nacionales e internacionales para la promoción de la cultura   |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.  |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.   |
| PROGRAMA              | 3. Sistema integrado de estudios, datos e información cultural.   |
| INICIATIVA            | 9. Estudio de caracterización de trabajadores y servicios del sector cultural de la comuna de Puerto Montt.   |
| DESCRIPCIÓN           | La iniciativa consiste en desarrollar un estudio que permita caracterizar a los trabajadores del sector cultural de la comuna de Puerto Montt.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Tanto para estimular la creatividad y el desarrollo de la cultura, como para planificar acciones a partir de la misma, se requiere de información confiable y precisa que permita implementar adecuadas políticas públicas para el desarrollo en general y para la cultura en particular.</p> <p>Si bien a nivel país se cuentan con algunos estudios de caracterización del sector cultural, este conocimiento a nivel comunal no está disponible.</p> <p>Se hace por tanto necesario contar con un levantamiento de información de quiénes hoy son los actores qué y cómo desarrollan cultura en la comuna.</p> <p>Esta iniciativa se relaciona con el ODS 2030 N° 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Caracterizar la situación social y económica general, y los procesos productivos de los trabajadores del sector cultural de la comuna de Puerto Montt.  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS          | 1. Describir las características del trabajo en el sector cultural en la comuna de Puerto Montt.  |
|                                | 2. Identificar la existencia de ingresos y actividades remuneradas que acompañan la actividad cultural desarrollada por los sujetos encuestados.  |
|                                | 3. Caracterizar la situación previsional y el acceso a la salud de los trabajadores artístico culturales locales.   |
|                                | 4. Caracterizar el acceso a capacitación de los trabajadores del sector Cultura.  |
|                                | 5. Describir la situación de los trabajadores del sector cultural en cuanto a niveles de educación, calificación y formas de aprendizaje.   |
| ACTIVIDADES                    | 1. Se desarrolla una propuesta metodológica, considerando técnicas cuantitativas y cualitativas, con el propósito de determinar los atributos peculiares del sector, de modo lograr claramente distinguirlos de otros grupos. |
|                                | 2. Se desarrolla y aplica una encuesta de caracterización.  |
|                                | 3. Se realizan entrevistas semi-estructuradas a informantes calificados de las distintas áreas de creación.   |
|                                | 4. Se triangulan los resultados.  |
|                                | 5. Se redacta un informe.   |
|                                | 6. Se publican las conclusiones.  |
| FINANCIAMIENTO                 | Fondos regionales y/o nacionales.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.   |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Cultura.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas.<br>Externas: Fondos nacionales e internacionales para la promoción de la cultura.  |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.   |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.  |
| PROGRAMA              | 3. Sistema integrado de estudios, datos e información cultural.  |
| INICIATIVA            | 10. Banco integrado de proyectos.  |
| DESCRIPCIÓN           | Consiste en desarrollar un sistema de registro de proyectos, programas y estudios que tengan impacto en el ámbito de la cultura a nivel comunal.   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>De acuerdo a las múltiples necesidades culturales y recursos limitados para la satisfacción de éstas, se hace necesario contar con una visión integrada de las iniciativas que se desarrollan en el territorio comunal, así como también conocer los recursos económicos disponibles existentes a nivel local, regional nacional e internacional, y su seguimiento de las distintas fases de ejecución.</p> <p>Este proyecto se vincula al ODS de la agenda 2030 N° 12: Producción y consumo responsable. Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico; Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Contribuir a mejorar la claridad programática municipal en el ámbito cultural, aportando con información integrada a nivel sectorial y territorial para la toma de decisiones.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Desarrollar acciones que permitan identificar fondos y fuentes de financiamiento público en curso para la promoción y fortalecimiento del sector cultural local.</li><li>2. Diseñar una matriz de perfiles de proyectos de acuerdo a los fondos disponibles para ser concursados a nivel regional, nacional e internacional con impacto comunal.</li><li>3. Consolidar información referida a organizaciones culturales vinculadas a la esfera cultural de la comuna, espacios de uso cultural, y eventos y actividades.</li></ol>  |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
| ACTIVIDADES                    | 1. Se recopila información de estudios e investigaciones de carácter cultural que se desarrollan en la comuna.   |
|                                | 2. Se elabora un catastro de fondos de financiamiento disponibles según líneas de trabajo de los proyectos definidos por el PMC.   |
|                                | 3. Se realiza un estudio y análisis de espacios laborales para trabajadores de las culturas, las artes y el patrimonio.  |
|                                | 4. Se diseña una matriz de perfiles de proyectos para financiamiento mediante fondos concursables regionales, nacionales, e internacionales gestionados por el municipio.    |
|                                | 5. Se llevan a cabo postulaciones a fondos de financiamiento en líneas de promoción, investigación y desarrollo de actividades culturales, a nivel nacional e internacional. |
|                                | 6. Se actualiza de manera permanente la información referida a estudios, datos y catastros.  |
| FINANCIAMIENTO                 | No aplica.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.  |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Cultura.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | ERD - SEREMI Cultura - CEDER U Lagos - GORE, Mercociudades, entre otros. MOP - MINVU -MIDESO - CONADI - CONICYT, otros.  |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.   |
| Objetivo Estratégico: | 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.  |
| PROGRAMA              | 3. Sistema integrado de estudios, datos e información cultural.  |
| INICIATIVA            | 11. Archivo histórico comunal en versión digital.  |
| DESCRIPCIÓN           | La iniciativa consiste en desarrollar un plan de trabajo vinculante que convoque a los distintos actores que cuenten con patrimonio histórico cultural de la comuna.   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>El rescate de nuestra cultura, de la historia política y social que se refleja no sólo en los monumentos o edificios, sino también en prácticas y respeto por ciertos modos de vida, debe ser un esfuerzo constante del Estado. "El patrimonio tiene que ver con la base que constituye nuestra identidad, lo que nos singulariza de alguna manera y que puede ser de naturaleza material e inmaterial, edificios, libros, historia oral. Es lo que constituye una comunidad, nuestra memoria e identidad". Citas de: <a href="http://networkofcenters.net/news/laimportancia-de-rescatar-el-patrimonio-cultural-en-chile">http://networkofcenters.net/news/laimportancia-de-rescatar-el-patrimonio-cultural-en-chile</a>.</p> <p>La iniciativa se vincula con los ODS de la agenda 2030 N°4: Educación de calidad y Objetivo 12: Producción y consumo responsable.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Garantizar a las personas y a las comunidades el acceso a la información histórica patrimonial de la comuna.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Contribuir en la preservación del patrimonio documental público y privado de la comuna de Puerto Montt.</li><li>2. Generar alianzas para la difusión con instituciones académicas que realizan investigación en temas de patrimonio cultural histórico de la comuna y con otros actores de la comuna que cuentan con capital de este tipo.</li><li>3. Impulsar el desarrollo de archivos patrimoniales a nivel local, ejerciendo un rol de facilitador para los procesos archivísticos de instituciones públicas y/o privadas.</li></ol>  |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
| ACTIVIDADES                    | 1. Levantamiento / catastro de instituciones públicas y privadas que trabajan con patrimonio histórico cultural. Ejemplo: USS (Archivo patrimonial), Diario Llanquihue, Jesuitas, Monte Verde, Conaf, entre otros. |
|                                | 2. Firma de convenio de cooperación para el trabajo en alianza entre el municipio y la organización (pública o privada) identificada en el punto anterior.   |
|                                | 3. Creación y formalización de un comité de trabajo con los representantes de las distintas organizaciones y/o personas que administran patrimonio histórico cultural de la memoria de la comuna de Puerto Montt.  |
|                                | 4. Generación de acciones conjuntas para el levantamiento de fondos que permitan la adquisición, mantención y difusión de patrimonio histórico cultural de la comuna.  |
|                                | 5. Diseño de agenda para la difusión del capital patrimonial histórico de la comuna: "Reconstruyendo la memoria histórica de Puerto Montt".  |
|                                | 6. Digitalización y difusión en los medios digitales disponibles del patrimonio histórico.   |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal + públicos y/o privados.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 4 años y más.  |
| RESPONSABLE                    | Oficina de Patrimonio.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | USS Archivo patrimonial - Diario Llanquihue - Fundación Monte Verde - colecciones particulares, entre otros.   |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.   |
| Objetivo Estratégico: | 2. Fomentar la excelencia y el papel especial de los trabajadores del sector cultural local como fuente laboral y de ideas originales.  |
| PROGRAMA              | 4. Gobernanza cultural local.   |
| INICIATIVA            | 12. Conformación mesas Culturales Sectoriales.  |
| DESCRIPCIÓN           | Consiste en construir un espacio de diálogo y consulta entre el municipio y la comunidad de agentes artísticos, culturales, creativos y patrimoniales residentes en la comuna, orientando la elaboración y mediación de propuestas colaborativas y planificadas que busquen las mejoras colectivas para la participación y sostenibilidad de este sector.   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Según la UNESCO "la gobernanza cultural abarca los marcos normativos, las políticas públicas, las infraestructuras, la capacidad institucional y los procesos destinados a fomentar el desarrollo cultural inclusivo, la estructuración de sectores culturales dinámicos y la promoción de la diversidad. La gobernanza cultural forja las condiciones propicias en las que se ejercen los derechos culturales que son cruciales para el desarrollo de sociedades pacíficas en las que los individuos tienen la oportunidad de llevar una vida plena y creativa de acuerdo con lo que ellos valoran. Por lo tanto, la gobernanza cultural desempeña un papel fundamental para que la cultura contribuya plenamente al desarrollo humano inclusivo basado en los derechos".</p> <p>En este sentido la iniciativa plantea crear las condiciones adecuadas para que los agentes eventualmente comprometidos en la actividad cultural local, conozcan, reflexionen, discutan, lleguen a acuerdos, validen y cooperen para la consecución de objetivos tendientes a valorar a la Cultura como un motor de desarrollo económico y social para la comuna de Puerto Montt.</p> <p>Se vincula con los ODS de la agenda 2030: Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Procurar una mayor representatividad sectorial, a través de procesos participativos continuos, regulares y estructurados, para la toma de decisiones respecto de la gestión municipal en la materia.  |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apoyar y fortalecer el desarrollo de la escena local de arte y cultura para la búsqueda de mejores oportunidades colectivas.</li> </ol>  |
|                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Promover modelos de participación en el que los trabajadores de cultura locales reflexionen, opinen, coordinen y validen acciones tendientes a posicionar a la comuna de Puerto Montt como un referente en la materia.</li> </ol>  |
|                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Concientizar al sector respecto de los desafíos levantados por el PMC para buscar soluciones sostenibles y sustentables en pro del desarrollo económico local.</li> </ol>  |
|                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Fortalecer la gestión de los/las mediadores/as culturales de la comuna.</li> </ol>   |
| ACTIVIDADES                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se proponen actores que deben participar en la mesa según sectorización: técnico sonido, tramoyas, productores, gestores, facilitadores, artesanías, arte (escénicas, visualidad, literatura, música, callejeras, circenses, entre otros) en coordinación con las ordenanzas.</li> </ol> |
|                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Se convoca a mesa público-privado y con representatividad de la diversidad (institucionalidad, artistas, artesanos/as).</li> </ol>   |
|                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Se diseñan propuestas de proyectos en conjunto con los actores de la mesa.</li> </ol>  |
|                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Se realizan sesiones trimestrales.</li> </ol>  |
|                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Se realiza un seguimiento e informe respecto de las propuestas programación de actividades culturales.</li> </ol>  |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 4 años.  |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Culturas.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Actores del Ecosistema cultural, ciudadanía, academia, pueblos originarios, sector privado, funcionarios de otros servicios públicos necesarios para la integración y desarrollo de la cultura a nivel comunal ejemplo: Ministerio de desarrollo social, GORE, MCAP, Sernatur, entre otros.  |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.  |
| Objetivo Estratégico: | 2. Fomentar la excelencia y el papel especial de los trabajadores del sector cultural local como fuente laboral y de ideas originales.   |
| PROGRAMA              | 4. Gobernanza cultural local.  |
| INICIATIVA            | 13. Constitución de Comité Consultivo de Cultura Comunal.  |
| DESCRIPCIÓN           | Se constituye un órgano de carácter consultivo cuyos miembros incluyen representantes de la sociedad civil, a objeto de asesorar al municipio en lo relativo a políticas culturales, formulando sugerencias y observaciones para óptima implementación de las iniciativas del PMC.   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>La gestión alcaldicia debe ocuparse por el respeto a los derechos de los ciudadanos al acceso de la cultura ordenando prioridades, considerando criterios de independencia y transversales a la comunidad, lo que hace necesario la conveniencia de potenciar la función consultiva en el seno de su administración.</p> <p>La iniciativa se fundamenta en la necesidad del municipio de contar con información oportuna y objetiva que le permita orientar decisiones en torno a la gestión e inversión en la materia.</p>   |
| OBJETIVO GENERAL      | Asesorar al municipio respecto de la promoción de actividades culturales propuestas por el entorno.  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Fortalecer los procesos participativos para la creación y fomento de la cultura en la comuna de Puerto Montt, por medio de acciones conjuntas y colaborativas entre los diversos actores de este Comité Consultivo y los trabajadores del sector cultural.</li><li>2. Informar, evaluar, proponer y/u orientar al municipio en distintas materias vinculadas con la gestión cultural local.</li><li>3. Contribuir en vincular la oferta con la demanda respecto del quehacer creativo, artístico y artesanal de trabajadores/as del sector Cultura de la comuna.</li><li>4. Alentar la labor en cooperación entre el municipio y los Trabajadores del Sector Cultura.</li></ol> |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| ACTIVIDADES                    | 1. Se crea y formaliza el Comité Consultivo integrado por personalidades del mundo público y privado, representante del área gestión cultural, económica, educación, social, Pueblos Originarios, Academia, Cámara de Comercio, Industria, medio ambiente y turismo, entre otros. |
|                                | 2. Se efectúa un levantamiento de necesidades y brechas del sector cultural, que deben ser trabajadas desde el Comité Consultivo, trabajo que se hará en coordinación con otros proyectos del área desarrollados a nivel comunal.   |
|                                | 3. Participación del equipo de trabajo en evaluación de proyectos, concursos, cursos, etc.  |
|                                | 4. Diseño de programas y revisión constante de los programas en desarrollo.   |
|                                | 5. Presentación de informes trimestrales al Concejo Municipal para aprobación de nuevos programas asociados a cultura y evaluación de los que se encuentran en desarrollo.  |
|                                | 6. Búsqueda de financiamiento externo para la ejecución de programas.   |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y externo según fondos disponibles asociados a esta acción.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 4 años.   |
| RESPONSABLE                    | Alcaldía.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Actores del ecosistema cultural.  |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.   |
| Objetivo Estratégico: | 2. Fomentar la excelencia y el papel especial de los trabajadores del sector cultural local como fuente laboral y de ideas originales.  |
| PROGRAMA              | 4. Gobernanza cultural local.   |
| INICIATIVA            | 14. Puerto Montt Creativo : Innovación y Emprendimiento.  |
| DESCRIPCIÓN           | <p>Se realizan capacitaciones técnicas a cargo de una institución, pública o privada, que cuente con experiencia verificable en torno a la enseñanza de currículos en el área Innovación y Emprendimiento. Serán dirigidos a trabajadores/as de las Culturas organizados de los sectores urbano y rural de la comuna, cuya actividad esté enfocada en el rescate y puesta en valor de procesos identitarios locales, y que busquen hacer circular sus productos en el Mercado.</p>  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>La Municipalidad de Puerto Montt elaboró un Catastro Comunal de trabajadores/as de Las Culturas, que incluye a artistas y artesanos/as y mediante el cual se clasificó el producto de su trabajo, lo que permitió conocer sus respectivas dificultades en el ciclo de producción, constatándose como principales en las etapas de promoción / difusión, circulación, y venta.</p> <p>Para enfrentar este escenario, el municipio se propone promover la autogestión del sector, considerando que una problemática central es el escaso capital humano capacitado en las herramientas que el Mercado demanda y por el cual está dispuesto a pagar y/o contratar; en efecto, el actual ecosistema cultural no cuenta con una instancia, pensada a nivel local, para incubar competencias de manera permanente, considerando la rapidez con que la coyuntura cambia.</p> <p>Experiencias globales indican que esto se está solucionando por medio de cursos cortos e intensivos que se enfocan en enseñar herramientas vinculantes.</p> <p>En este contexto, la presente iniciativa facilitará el acceso a capacitación, mediante la metodología del “aprender-haciendo”, a trabajadores/as del sector Cultura de la comuna sin acceso a cursos en el área de innovación y emprendimiento, de manera contribuir a potenciar su quehacer, buscando aportar en la diversificación de su matriz económica hacia nuevos horizontes sostenibles de mercados locales, nacionales e internacionales.</p> <p>Se vincula con los ODS N° Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico, Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 17: Alianza para lograr los objetivos.</p> |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| OBJETIVO GENERAL      | Fortalecer procesos e instancias de incubación y desarrollo de competencias para la autogestión en producción cultural.  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Promover competencias en los beneficiarios del subprograma, a través de asesorías técnicas, que permitan contribuir a mejorar la circulación de sus productos y/o servicios.</li><li>2. Articular en el territorio espacios de cooperación entre la institucionalidad municipal y los/as trabajadores/as culturales de la comuna, para potenciar acciones vinculantes y de fortalecimiento de la promoción y difusión de su oferta.</li><li>3. Promover la creatividad y su efecto multiplicador en toda la cadena de producción, entendida como una herramienta para la competitividad del capital humano y sus entornos en búsqueda de un desarrollo y bienestar colectivo.</li><li>4. Búsqueda y apoyo para la mejora de accesibilidad a mercados y desarrollo de innovaciones locales que aporten a la sostenibilidad de la comuna..</li></ol>  |
| ACTIVIDADES           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Diseño de talleres: Procede la definición de conceptos y objetivos, los contenidos y la metodología de los mismos. Se redactan las bases de participación determinándose el público objetivo, el alcance y el marco general de la convocatoria. Este proceso deberá dar respuesta a las preguntas por qué, qué, quién, cuándo, para quién y dónde.</li><li>2. Planificación: se establecen las acciones, destacando los horarios, técnicas y actividades, materiales, responsabilidades y recursos necesarios.</li><li>3. Promoción. Se desarrollará una campaña comunicacional con el objeto de estimular la participación del target en el proceso de capacitación, dándose a conocer los objetivos, metodología y alcances del mismo.</li><li>4. Contratación de servicios de capacitación. Se elabora TTR. Para iniciar la fase de financiamiento, se redacta solicitud hasta obtener orden de compra.</li><li>5. Coordinación. Gestión con distintas unidades municipales y proveedores, con el objeto de habilitar las plataformas necesarias para la realización de los talleres.</li><li>6. Postulación. Asociado a una campaña comunicacional, comprende la inscripción y la presentación de la documentación requerida.</li></ol> |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
|                                | <p>7. Selección. Para asegurar la diversidad de las/los participantes, se considerarán, además a lo estipulado en las bases, factores como sexo, representación geográfica, pertenencia a grupo étnico, experiencia laboral, y motivación, la cual será abordada en la fase de postulación.</p>  |
|                                | <p>8. Realización de talleres. Procede la disposición de los materiales necesarios, la cita a los seleccionados, el despliegue del currículum y la certificación respectiva.</p>   |
|                                | <p>9. Difusión. Una vez disponible, se publicará información sobre los resultados de los cursos, con el objeto de sensibilizar respecto de la contribución e importancia que la iniciativa tiene, a aquellos quienes, identificados como posibles beneficiarios del segmento intermedio caracterizados en el catastro comunal, no participaron de las actividades.</p> |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 4 años.  |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Fomento Productivo.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | <p>Internas: Dirección de Turismo, Delegaciones (área de Cultura), CCPM., Museo Histórico, Concejo municipal.</p> <p>Externas: MCAP, GOBIERNO REGIONAL, Cámara de Comercio y Turismo, Asociaciones gremiales de artistas, artesanos y pueblos originarios de la comuna, colectivos de artistas, Universidades, BAJ, CoWo, entre otros.</p>                             |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.   |
| Objetivo Estratégico: | 2. Fomentar la excelencia y el papel especial de los trabajadores del sector cultural local como fuente laboral y de ideas originales.  |
| PROGRAMA              | 4. Gobernanza cultural local.   |
| INICIATIVA            | 15. Puerto Montt “Cultura Adelante”.  |
| DESCRIPCIÓN           | Se pone en marcha un proceso concursal con el objeto promover la oferta referida a productos originales de los trabajadores artístico - culturales de la comuna, el cual contempla entregar apoyo financiero mediante premios a los creadores-productores, para la realización de propuestas originales en la materia.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Es importante apoyar instancias donde la comunidad en general, y los trabajadores de cultura en particular, puedan emprender e innovar en cuanto a la visualización de su producción entendida como oferta cultural con que la comuna pueda contar. Para ello se precisa migrar de un mecanismo de asignación de recursos para la realización de actividades, a un instrumento que permita que los productos generados en fases previas de fomento cultural puedan posicionarse de manera innovadora, respondiendo al nuevo contexto social y a sus desafíos conexos.</p> <p>Vinculación ODS 1,4,5,8,9,11,12,17.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Fomentar la excelencia y el papel especial de los/as trabajadores/as del sector cultural local como fuente de creatividad e ideas originales.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 1. Identificar iniciativas de innovación en el ámbito de producción artístico - cultural en el territorio, urbano y rural.  |
|                       | 2. Apoyar la gestión de trabajadores culturales asociada a la promoción de la diversidad y de las identidades del territorio.   |
|                       | 3. Disponer de un programa piloto que considere etapas posteriores a la producción artística, generando un mecanismo concursable vinculado a la circulación de la oferta artística local en el mercado cultural.  |
|                       | 4. Satisfacer demandas que emergen de los instrumentos aplicados para levantar información de diagnóstico contenido en el PMC.  |



|             |   |
|-------------|---|
| ACTIVIDADES | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conformación de un Jurado, integrado por personalidades del mundo público y privado, tales como un representante de la Academia, Cámara de Comercio, Industria y Turismo, entre otros.</li><li>2. Diseño de Bases, Reglamento y material comunicacional: Considera la elaboración de los requerimientos para la formulación del concurso, definiendo el público objetivo, alcance, marco general de la convocatoria, montos y cronogramas asociados.</li><li>3. Coordinación. Gestión con distintas unidades municipales, con el objeto de habilitar las plataformas necesarias para la ejecución del concurso.</li><li>4. Lanzamiento. Asociado a una campaña comunicacional, comprende la formulación técnica del proyecto y la presentación de la documentación requerida.</li><li>5. Período de Consulta a las Bases. Los interesados podrán efectuar consultas sobre las Bases al patrocinador, durante todo el concurso.</li><li>6. Apertura y Admisibilidad de las Postulaciones. Tiene como propósito verificar que se cumplan los requisitos de admisibilidad señalados en las Bases.</li><li>7. Periodo de Reconsideración. En el caso que un proyecto sea declarado “observado”, todas las organizaciones tendrán derecho a presentar una solicitud de reconsideración según el procedimiento establecido en las bases.</li><li>8. Evaluación. La precalificación técnica de los proyectos será realizada por el Comité de Las Culturas. Cada propuesta deberá corresponder a los objetivos del concurso según las líneas temáticas y criterios definidos en las Bases. En caso contrario, los proyectos que no tengan relación con los objetivos del concurso serán desestimados.</li><li>9. Selección de Proyectos y Adjudicación de Financiamiento. El Comité de Las Culturas actuará como jurado, seleccionando entre aquellas propuestas que tengan mayor puntaje. Los resultados de esta etapa estarán disponibles en el sitio web <a href="http://www.puertomontt.cl">www.puertomontt.cl</a>. Además, se enviará a todos los postulantes una notificación al correo electrónico registrado por la organización en la postulación.</li><li>10. Firma del Convenio. El convenio deberá ser firmado por el representante legal de la organización postulante vigente a la fecha, quién deberá concurrir presencialmente al proceso de firma, el cual se llevará a cabo en dependencias de la Municipalidad de Puerto Montt.</li><li>11. Entrega de fondos. Cumplidos los trámites respectivos, se procede a la entrega de fondos de acuerdo a lo estipulado en el reglamento correspondiente.</li><li>12. Seguimiento. Correspondrá a la Institución, designar a un funcionario/a para el acompañamiento técnico y financiero de la ejecución del proyecto. La persona designada tendrá acceso, en todo momento, a las actividades y etapas de implementación y ejecución.</li><li>13. Difusión. Una vez disponible, se publicará información sobre los resultados y los contenidos, léase las propuestas, con el objeto de sensibilizar respecto de la contribución e importancia que la iniciativa tiene para la comunidad.</li></ol> |
|-------------|---|



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| FINANCIAMIENTO                 | Fondo Municipal.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | Anual desde 2021.   |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Culturas.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | <p>Internas: Dirección de Turismo, Delegaciones (área de Cultura), CCPM., Museo Histórico, Concejo municipal.</p> <p>Externas: MCAP, GOBIERNO REGIONAL, Cámara de Comercio y Turismo, Asociaciones gremiales de artistas, artesanos y pueblos originarios de la comuna, colectivos de artistas, agrupaciones culturales, Universidades, BAJ, CoWo, entre otros.</p> |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.   |
| Objetivo Estratégico: | 3. Reconocer, respetar y celebrar la centralidad de las culturas identitarias de la comuna ante la generalidad de la identidad chilena.   |
| PROGRAMA              | 5. Salvaguarda y difusión de la historia y del patrimonio local.  |
| INICIATIVA            | 16. Reconocimiento de los Pueblos Originarios de Puerto Montt.  |
| DESCRIPCIÓN           | <p>La iniciativa consiste en crear instancias de recopilación y análisis de información obtenida mediante procesos de investigación participativa, abriendo espacios de discusiones críticas respecto de la historia de los pueblos originarios asentados en la comuna de Puerto Montt y su relación con las prácticas socioculturales actuales de la comuna.</p>   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>La inclusión de los pueblos originarios en la construcción de políticas públicas demuestra a una sociedad consciente de valorar sus orígenes y raíces en el desarrollo transversal y democrático de su territorio, todo esto a favor de su ciudadanía y el cuidado de su patrimonio material e inmaterial. La necesidad de fortalecer procesos de desarrollo acorde con las particularidades, las demandas y las formas de organización indígena local se transforman en un desafío para el municipio.</p> <p>A la luz de la implementación del PMC y como parte del enfoque de derechos de este esfuerzo, se hace necesario la creación de una instancia articuladora de la gestión del patrimonio, con énfasis en la valoración, recuperación, sistematización y difusión de la memoria e identidad cultural indígena de los sectores y localidades históricas de la comuna.</p> <p>Vincular ODS 3,4,5,8,10,11,12,16 y <a href="#">17</a></p> <p><a href="http://www.conadi.gob.cl/areas-de-desarrollo-indigena">http://www.conadi.gob.cl/areas-de-desarrollo-indigena</a></p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Valorar las diversas manifestaciones culturales de los pueblos originarios presentes en la comuna.  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS          | 1. Levantamiento de información respecto de las agrupaciones indígenas presentes en la comuna.  |
|                                | 2. Recopilar conocimientos en torno a la historia ancestral local.  |
|                                | 3. Difundir y promocionar los usos sociales del legado cultural indígena (desde esfera sociocultural a la esfera productiva) entendiendo el patrimonio como factor de desarrollo. |
|                                | 4. Promover los derechos y oportunidades de estas comunidades residentes en la comuna.  |
| ACTIVIDADES                    | 1. Se conforma una mesa de trabajo territorial.   |
|                                | 2. Se realiza un estudio de identificación de actores de la escena indígena local, contemplando el componente de género.  |
|                                | 3. Se hace cumplir la representatividad de los pueblos originarios, como exigencia de base en las mesas de trabajo conformadas para implementar esta iniciativa.                  |
|                                | 4. Se establece una planificación estratégica a partir de las acciones y actividades propuestas por el grupo focal.   |
|                                | 5. Se diseña, valida e implementa un plan de acción anual de desarrollo de la iniciativa.   |
|                                | 6. Se promociona y difunde el plan de acción a implementar con y para las comunidades y la ciudadanía en general.   |
|                                | 7. Se implementa una red colaborativa y vinculante con actores como Universidades, Instituciones públicas y privadas, y fuerzas vivas de la comunidad.                            |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externa.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.   |



|                        |   |
|------------------------|---|
| RESPONSABLE            | Oficina de Asuntos Indígenas.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS | CONADI /SERNAM/MINCAP/MUSEO PRECOLOMBINO/CEDER ULA/Of.Patrimonio/Deptos. de Cultura comunales/DAEM/Relaciones internacionales/Of. de la Mujer /Dept. de Fomento productivo/ Delegaciones urbanas y rurales. |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.   |
| Objetivo Estratégico: | 3. Reconocer, respetar y celebrar la centralidad de las culturas identitarias de la comuna ante la generalidad de la identidad chilena.   |
| PROGRAMA              | 5. Salvaguarda y difusión de la historia y del patrimonio local.  |
| INICIATIVA            | 17. Promoción de Celebraciones y Festividades días D.   |
| DESCRIPCIÓN           | <p>La iniciativa consiste en desarrollar y apoyar una serie de eventos enfocados en nichos culturales específicos, considerando aspectos como la estacionalidad, intereses especiales, la sostenibilidad y la inclusión, entre otros, tales como circuitos gastronómicos, fiestas campesinas, celebraciones religiosas, ferias artesanales, festivales y eventos de música y artes, congresos y carnavales, entre otros. La planificación contempla las etapas de preproducción, producción, posproducción, difusión y monitoreo, teniendo presente la cobertura territorial, desde lo urbano y lo rural.</p>   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Según la UNESCO las celebraciones son usos sociales, rituales y actos festivos que constituyen costumbres que estructuran la vida de comunidades y grupos, siendo compartidos y estimados por muchos de sus miembros. Su importancia estriba en que reafirman la identidad de quienes los practican en cuanto grupo o sociedad y, tanto si se practican en público como en privado, están estrechamente vinculados con acontecimientos significativos. Esos usos sociales, rituales y fiestas contribuyen a señalar los cambios de estación, las épocas de las faenas agrarias y las etapas de la vida humana. Están íntimamente relacionados con la visión del mundo, la historia y la memoria de las comunidades. Sus manifestaciones pueden ir desde pequeñas reuniones hasta celebraciones y conmemoraciones sociales de grandes proporciones. Cada uno de estos “sub ámbitos” es vasto, pero tienen muchos puntos en común.</p> <p>Por lo anterior se hace necesario fomentar y apoyar las diversidades culturales presentes a nivel local con la finalidad de innovar en aspectos como el diseño y la producción de eventos, fortaleciendo las manifestaciones culturales sostenibles que vinculen, fortalezcan, fomenten la colaboración y marquen precedentes en diversos sectores locales.</p> <p>Vinculación ODS 3,4,8,11,12,17 <a href="https://ich.unesco.org/doc/src/01857-ES.pdf">https://ich.unesco.org/doc/src/01857-ES.pdf</a></p> <p><a href="https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc_2017.pdf">https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc_2017.pdf</a></p> |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| OBJETIVO GENERAL      | Integrar la oferta asociada a circuitos artístico-culturales, de manera de establecer estrategias tendientes a robustecer, identitaria y conceptualmente, las actividades existentes y proyectadas en la comuna.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Colaborar en la desestacionalización de la oferta cultural local, expandiendo el alcance de servicios y destinos.</li><li>2. Contribuir al fomento de la identidad mediante la contratación de artistas locales en la agenda de festividades de programación municipal.</li><li>3. Potenciar a agrupaciones/colectivos/compañías mediante el estímulo a la creación de obras y producción temática.</li><li>4. Diversificar la oferta de actividades culturales emblemáticas hacia los sectores poblacionales de la comuna, urbanos como Mirasol-Alerce-Cardonal, y rurales.</li></ol>  |
| ACTIVIDADES           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se elabora un catastro y monitorean acciones y actividades emblemáticas que promuevan la identidad comunal vinculando el patrimonio e historia local con la creación artística y las manifestaciones culturales territoriales.</li><li>2. Se crea la Agenda Programática anual de días D más relevantes para la ciudadanía.</li><li>3. Se presentan ante el Concejo Municipal un prototipo de cartelera de opciones para selección, basado en la diversificación de públicos y sus intereses (aniversario comuna /wetripantu/Día D la música /día D la Fotografía/Carnaval de las Artes/día D del Mar/Día D patrimonio/día D medio ambiente/SEA/Festivales de intereses especiales Costumbristas/Festival adulto mayor, etc).</li><li>4. Se implementa una Cartelera Trimestral.</li><li>5. Se elabora una propuesta de plan de inversión para la producción y fortalecimiento de la calidad e impacto de celebraciones que pongan en valor a la comuna y sus identidades.</li><li>6. Se conforma la Red de Festivales de la comuna de Puerto Montt.</li><li>7. Se seleccionan celebraciones emblemáticas para promoción y divulgación en la Red Interregional.</li><li>8. Se implementan indicadores de gestión, para evaluar y mejorar los procesos de actividades emblemáticas de cultura a nivel institucional.</li></ol> |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externa.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | Periodo de ejecución a 4 años, con seguimiento y control trimestral y anual.  |
| RESPONSABLE                    | DITUR.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | DIDEKO/CCPM/DIMAO/Ferias y Mercados/Delegación Rural/B.A.J. Los Lagos/sindicatos trabajadores/DAEM/tv municipal/medios escritos y radiales. |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.   |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.  |
| PROGRAMA              | 6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.  |
| INICIATIVA            | 18. Puerto Montt Marca Ciudad.   |
| DESCRIPCIÓN           | Consiste en diseñar e implementar un Plan Estratégico Comunicacional que distinga, asocie y difunda los atributos singulares y exclusivos por los que se puede identificar, reconocer y diferenciar a Puerto Montt de otras ciudades.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Contribuir a crear riqueza, atraer inversión, turismo, y aumentar el volumen de exportaciones requiere de un esfuerzo colectivo que necesariamente deberá ser motivado desde la percepción que genera Puerto Montt como imagen ante sus habitantes y usuarios. Para principiar esto se requerirá de una aproximación a la <i>definición de su personalidad</i>, como localidad <i>diferenciada</i>, dentro de un marco conceptual, que englobe aspectos culturales incluyendo valores, creencias y costumbres, desde una óptica positiva. Todo esto se asocia a una serie de atributos singulares y exclusivos por los que se puede identificar, reconocer y distinguir a Puerto Montt de otras ciudades. Una marca que instale un sistema de comunicación capaz de despertar la conciencia por el cuidado del entorno entre los habitantes, garantizando medidas mínimas de desarrollo para un ecosistema sostenible y de buen vivir.</p> <p>Vinculación ODS 1,3,4,5,7,8,9,10,11,12,15,16 y 17</p> <p><a href="https://aebrand.org/los-7-requisitos-del-city-branding/">https://aebrand.org/los-7-requisitos-del-city-branding/</a></p> <p><a href="http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v20n1/2539-0554-tend-20-01-00022.pdf">http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v20n1/2539-0554-tend-20-01-00022.pdf</a></p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Orientar y dar sentido y propósito a las múltiples actuaciones que se emprenden desde los diferentes ámbitos tanto públicos como privados y que inciden en la imagen de la ciudad.   |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Caracterizar los elementos identitarios colectivos de la ciudad.</li><li>2. Poner en valor lo que nos hace ser una mejor ciudad, coordinando esfuerzos para que los agentes implicados creen las sinergias correspondientes.</li><li>3. Fomentar el sentido de pertenencia, rescate, cuidado y sensibilización hacia los patrimonios materiales e inmateriales presentes en la comuna.</li><li>4. Potenciar el desarrollo económico y territorial sostenible.</li><li>5. Promover la participación ciudadana inclusiva y diversa.</li></ol>   |
| ACTIVIDADES           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se elabora un Plan de promoción de la ciudad.</li><li>2. Se realiza un estudio de trazabilidad de productos culturales comunales, consignando sus áreas de relevancia y/o impacto.</li><li>3. Se validan las propuestas de manera continua con las mesas intramunicipal / sectorial / territorial respectivamente.</li><li>4. Se diseña, construye y valida el Manual Iconográfico de la comuna.</li><li>5. Se elabora un Plan Citybranding exclusivo para la iniciativa.</li><li>6. Se vincula con la Red público/privada para el fortalecimiento de la marca ciudad.</li><li>7. Se realiza un análisis financiero de inversión de cartera de proyectos que aporten al desarrollo de esta iniciativa.</li><li>8. Se construye un mapeo y se realiza un estudio de factibilidad de participación de Ferias y Mercados nacionales e internacionales para el posicionamiento de la marca ciudad.</li><li>9. Se establecen indicadores de desarrollo de la industria cultural local (principalmente musical, editorial y audiovisual) en interrelación con otras disciplinas artísticas y culturales.</li><li>10. Se elabora e implementa una planificación estratégica sostenible a 04 años mínimo, con vinculación al Plan de MKT de la Dirección Turismo comunal.</li></ol> |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externa.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | El periodo de ejecución se realizará a 4 años mínimo buscando continuidad en el tiempo.   |
| RESPONSABLE                    | Dirección de Turismo.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | PROCHILE/CORFO/MINCAP/RELACIONES EXTERIORES/ARTESANÍAS<br>CHILE/DIRAC/CONSULADOS /Agentes, artistas y creativos locales/participación de la quíntuple hélice. |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS   |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.   |
| PROGRAMA              | 6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.   |
| INICIATIVA            | 19. Revista Puerto Montt Agenda Ciudad.   |
| DESCRIPCIÓN           | <p>Se desarrolla un boletín multiformato (adaptable a medios digitales y análogos), que permita comunicar desde una perspectiva cultural, una diversidad de contenidos relevantes, que sean atrayentes tanto a la comunidad como a visitantes.</p>  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>En el proceso de diagnóstico del PMC para la comuna de Puerto Montt, se visibiliza la necesidad de reforzar la promoción y difusión de la oferta cultural local, apelando a medios, plataformas y crítica especializada, para el óptimo despliegue de las actividades culturales locales hacia sus públicos.</p> <p>La creación de un medio informativo que incluya noticias, publicidad y programas que fomente la identidad local de cada territorio de la comuna, urbano y rural, son los recursos más valorados por las audiencias globales.</p> <p>Esta iniciativa busca satisfacer, con contenidos atractivos, pertinentes y de calidad, las necesidades del sector y la ciudadanía en líneas de acceso, participación y formación de nuevos públicos.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Promover y difundir, mediante un soporte comunicacional, la oferta cultural global de la comuna.  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Visibilizar, ante los habitantes de la comuna, la producción artística y a sus creadores, promoviendo la identidad cultural local y su patrimonio.</li><li>2. Crear una revista digital que fortalezca y dé contenido a los canales de comunicación disponibles, promoviendo las actividades o acciones culturales patrocinadas por el municipio en beneficio de la ciudadanía.</li><li>3. Difundir una cartelera trimestral de actividades culturales comunales que incluya la oferta de las redes de colaboradores.</li></ol>  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| ACTIVIDADES                    | 1. Se conforma un equipo de comunicaciones (editor, periodista, diseñador).   |
|                                | 2. Se procede a la realización de un estudio e investigación de públicos y consumo cultural local (contratación externa). |
|                                | 3. Se constituye un comité editorial.   |
|                                | 4. Se recopila información en torno a casos de éxito y referentes comunales a nivel nacional e internacional.             |
|                                | 5. Se recopila información en detalle de actividades de redes interinstitucionales y mesas sectoriales y territoriales.   |
|                                | 6. Se diseña y edita la revista digital que incluya entrevistas/artículos/cartelera, principalmente.                      |
|                                | 7. Se realiza una publicación trimestral.   |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externa.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 3 años.   |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Culturas Municipal.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Redes /RR.SS. del municipio/Encargados comunicación municipal por dirección / Delegaciones municipales urbanas y rurales. |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS   |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.   |
| PROGRAMA              | 6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.   |
| INICIATIVA            | 20. Web Cultura Puerto Montt.   |
| DESCRIPCIÓN           | <p>Se desarrolla una plataforma de promoción y difusión web que contenga a la revista digital agenda ciudad, actividades y eventos culturales, entre otros, y que se vincule con diversos medios de comunicación masivos como plataformas tv y radio.</p>   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>En el documento memoria del proceso de elaboración del Plan Municipal de Cultura, se destaca la necesidad de fortalecer y fomentar la difusión y promoción de las producciones artísticas, artistas consagrados y emergentes, las manifestaciones culturales y sus entornos, todas acciones relevantes para el desarrollo de la comuna. Diversos grupos focales destacan la ausencia y desconocimiento de plataformas que visibilicen de manera integral la programación cultural, formación de audiencias, repositorios de obras e investigaciones sobre arte, cultura y creatividad local. En efecto la Municipalidad no cuenta con un sitio WEB especializado que albergue contenido cultural comunal brindando información pertinente de acciones, actividades, artículos, entrevistas a agentes, agrupaciones, compañías, colectivos, corporaciones, fundaciones, clubes, comités, todas colaboradores del municipio en el desarrollo transversal de la comuna.</p> <p>La iniciativa busca consolidar una plataforma que permita albergar y hacer llegar información ágil y oportuna a distintos públicos objetivos, disponible en cualquier momento y lugar.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Propiciar una comunidad informada en relación a la actividad cultural local a través de la utilización de diversas estrategias Web.   |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Aumentar la cobertura para transeúntes, locales y visitantes, facilitando el acceso de información cultural mediante una plataforma virtual.</li><li>2. Crear y mantener una plataforma digital que albergue el quehacer cultural y creativo de la comuna.</li><li>3. Promocionar esta plataforma como una herramienta colaborativa entre el sector cultural, el municipio y la ciudadanía que vincula convocatorias, entrevistas, cartelera semestral, catálogo de productos de artistas y creadores locales, etc.</li></ol>  |
| ACTIVIDADES           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se conforma un equipo desarrollador.</li><li>2. Se realiza un levantamiento de requerimientos para la arquitectura de la plataforma.</li><li>3. Se desarrolla la arquitectura y los perfiles de información de la plataforma.</li><li>4. Se contratan los proveedores.</li><li>5. Se lleva a cabo un proceso de investigación de perfiles de usuario (investigación experiencia usuario, públicos específicos).</li><li>6. Se diseña el prototipo del sitio web (versiones de baja, media y alta resolución).</li><li>7. Se realiza la fase de diseño de interfaz visual UI /Aplicación iconográfica /Aplicación de manuales de marca a la identidad visual del sitio.</li><li>8. UX Content: se lleva a cabo el proceso de adecuación de mensajes hacia el público objetivo o usuario.</li><li>9. Testing de diseño de plataforma (A/B TESTING).</li><li>10. Se valida el sitio con grupos focales vinculantes (mesa intersectorial / mesas sectores/Espacios Culturales).</li><li>11. Se realiza el lanzamiento del Sitio web Cultura Municipal.</li><li>12. Se procede a la vinculación entre perfiles como Feriarte/Revista digital/Cartela trimestral/TV municipal/Punto Informativo entre otras.</li></ol> |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 4 años con seguimiento trimestral y anual de control de gestión y contenidos.   |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Comunicaciones Municipal.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Espacios Culturales comunales y regionales, mesa intramunicipal, mesas sectoriales, actores y líderes relevantes en el territorio comunal, regional y nacional. |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS   |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.   |
| PROGRAMA              | 6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.   |
| INICIATIVA            | 21. Programación cultural en canal TV de difusión comunal MUNITV.   |
| DESCRIPCIÓN           | <p>El proyecto consiste en generar y difundir contenidos seleccionados producto de talleres, encuentros, capacitaciones y de la actividad artístico-cultural y patrimonial local en general. Dentro de la programación se contempla la exhibición de material audiovisual para niños.</p>   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>De acuerdo a la Ley N° 20.750 Art. 1 n°8 Lit. f y artículos 33° y 34° de la Ley 18.838, parte de la importancia del alcance masivo de la televisión es su capacidad para incrementar el “desarrollo de la cultura y el conocimiento, así como para la valoración del patrimonio y la identidad nacional y universal”.</p> <p>La definición normativa, de octubre de 2014, con modificación en mayo de 2015, determina que el contenido cultural en emisiones en televisión se define de acuerdo a las siguientes directrices: identidades multiculturales, formación cívica, fortalecimiento de identidades nacionales, regionales o locales, promoción del patrimonio universal, promoción del patrimonio nacional. Estas plataformas televisivas permiten espacios para promover y fortalecer el contenido de identidad a través de visibilizar las costumbres de la comuna, sus culturas culinarias, los viajes que develan rincones escondidos, locaciones, sitios arqueológicos, flora y fauna endémica, creaciones y producciones artísticas, que en su conjunto realzan la cultura de lo humano, de la vida de hombres y mujeres en nuestra comuna.</p> <p>Desde la perspectiva de oferta y consumo cultural, el desafío de implementar un canal de tv online municipal incluye el levantamiento de estudios de segmentación de públicos, estudio de consumo cultural local y planificación estratégica para la promoción del desarrollo de prácticas culturales locales, además de la implementación técnica para transmisiones de calidad y la contratación de equipo humano especializado, con dedicación exclusiva para la construcción y sostenibilidad de la iniciativa.</p> <p>El proyecto se sustenta en la necesidad de ampliar la cobertura comunicacional respecto de la oferta cultural local, haciendo uso y optimizando los recursos municipales disponibles.</p> <p>Vinculación ODS 3,4,8,9,11,12,15,16 y 17</p> |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| OBJETIVO GENERAL      | Diseñar una oferta programática para el consumo televisivo de programación cultural local en plataforma de administración municipal.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Potenciar el consumo de la programación con contenido cultural local, educativo y social en un medio televisivo municipal.</li><li>2. Incentivar la participación y la colaboración entre instituciones públicas y privadas para la promoción de diversos contenidos programáticos presentes en la comuna.</li><li>3. Promocionar y difundir el trabajo de artistas, artesanos/as y productores locales, visibilizando los espacios para su desarrollo presentes en la comuna.</li></ol>  |
| ACTIVIDADES           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se contrata personal para conformar un equipo especializado para el desarrollo de la iniciativa (periodista, editor, audiovisual, asistente ejecutivo, asistente técnico).</li><li>2. Se implementa un sistema de estudio de audiencia y consumo cultural local.</li><li>3. Se redacta y valida un reglamento de funcionamiento.</li><li>4. Se crean las pautas con contenido de material audiovisual por medio de diferentes tipos de convocatoria a nivel local y global.</li><li>5. Se realizan acciones legales concernientes a la exhibición de contenidos (permisos, autorizaciones de uso, pago de derechos autorales).</li><li>6. Se determinan franjas horarias por segmento de público.</li><li>7. Se selecciona y contrata a animadores y/o locutores por programa o sección.</li><li>8. Se implementa un estudio de grabación (infraestructura).</li><li>9. Se realiza la implementación técnica (cámaras, switch, sonido e iluminación).</li><li>10. Se procede a la gestión de auspiciadores.</li><li>11. Se promocionan y transmiten contenidos.</li></ol> |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externa.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 3 años como periodo de ejecución con seguimiento y control semestral y anual.   |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Comunicaciones Municipal.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Red de Medios y prensa regional/Red Espacios Culturales Los Lagos/Mesa Sectorial de Audiovisual/ Red Los Lagos Film Commission. |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS  |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.  |
| PROGRAMA              | 6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.  |
| INICIATIVA            | 22. Punto informativo cultural.  |
| DESCRIPCIÓN           | Consiste en implementar e instalar estructuras desmontables (TOTEM) en lugares estratégicos, atractivas y armónicas con el entorno y su identidad, destinada a la promoción y difusión de actividades artístico-culturales de la comuna en diferentes lugares del territorio comunal.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | El proyecto se fundamenta en la necesidad de crear accesos informativos a usuarios, que de manera permanente o en una determinada circunstancia, no dispongan de medios tecnológicos de comunicación, creando una apertura inclusiva para toda persona, a fin de que puedan tomar decisiones acertadas en torno al consumo de productos y servicios culturales disponibles en la comuna. |
| OBJETIVO GENERAL      | Aportar en el acceso de información a peatones, residentes y visitantes, respecto de actividades culturales que realiza el municipio y otras organizaciones culturales de la comuna en el territorio.  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 1. Crear un hito informativo con acceso inclusivo para la comunidad.   |
|                       | 2. Habilitar espacios y medios para el reconocimiento, promoción y difusión de la actividad creativa local.  |
|                       | 3. Contribuir en vincular la oferta con la demanda respecto del quehacer creativo, artístico y artesanal de trabajadores/as del sector Cultura de la comuna.   |
|                       | 4. Mejorar la claridad programática de los diversos productos estratégicos del municipio asociados al sector.  |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
| ACTIVIDADES                    | 1. Se conforma equipo ejecutivo.   |
|                                | 2. Se diseñan bases.   |
|                                | 3. Se diseña KIT GRÁFICO de manera participativa, en línea estratégica de atención al cliente con especialidad en cultura, artes, patrimonio, gastronomía y turismo. |
|                                | 4. Se redactan TTR consignando que el contenido deberá contar eventualmente con acceso universal.  |
|                                | 5. Se contratan proveedores para la fabricación del módulo.  |
|                                | 6. Se instalan módulos en distintos puntos del territorio, de acuerdo a calendarización, manteniendo su información actualizada.                                     |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externo.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 3 años con seguimiento programático y control trimestral.  |
| RESPONSABLE                    | Dirección de Turismo.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Agentes culturales y creativos, espacios culturales, bares y restaurantes, encargados de sitios patrimoniales, operadores turísticos.                                |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS  |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.  |
| PROGRAMA              | 6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.  |
| INICIATIVA            | 23. Red de Colaboración Cultural interregional.  |
| DESCRIPCIÓN           | <p>La iniciativa consiste en implementar un plan de intercambio cultural donde artistas y artesanos/as de la comuna de Puerto Montt tendrán la oportunidad de circular con su trabajo mediante presentaciones/exhibiciones fuera de la región.</p>   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>La iniciativa se fundamenta en la necesidad de articular instancias de difusión y circulación de la oferta cultural local en nichos globales. La estrategia busca relacionar a los trabajadores culturales con otros gobiernos locales y espacios culturales, procurando instalar procesos de planificación cultural colectiva.</p> <p>La creación de una Red interregional dependiente del municipio agrega valor a los actores locales a través de la potencialidad de generar ciclos de intermediación cultural a nivel nacional que fortalezcan la circulación de la producción artística con calidad de mercado, incubando procesos para la autogestión sostenible de agrupaciones, compañías, colectivos, logrando que cada artista sea parte de esta experiencia.</p> <p>Vinculación ODS 3,4,5,8,9,11,12 y 17.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | <p>Crear una red municipal de espacios interregionales como una plataforma colaborativa que promueva y promocione los productos de artistas y artesanos/as locales hacia otras comunas y regiones del país y viceversa.</p>  |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 1. Facilitar el acceso recíproco a las actividades que las instituciones miembros de la red desarrollen en materia cultural.  |
|                       | 2. Construir y mantener instancias permanentes de intercambio de información relacionada con el desarrollo del Sector Cultural.   |
|                       | 3. Coordinar el diseño, implementación y evaluación de acciones que fortalezcan el quehacer de las instituciones miembros de la red en beneficio de la comunidad.           |
|                       | 4. Difundir a través de sus instrumentos comunicacionales, las actividades que se realicen en virtud de los eventuales convenios de colaboración.                           |
| ACTIVIDADES           | 1. Se elabora un Directorio de entidades/espacios culturales interregionales.   |
|                       | 2. Se formula un diagnóstico para identificar el estado, necesidades y proyecciones artístico-culturales locales de dichas entidades.                                       |
|                       | 3. Se realiza un levantamiento de aliados estratégicos (instituciones, espacios, corporaciones y/o fundaciones).  |
|                       | 4. Se redactan y firman convenios colaborativos a 02 años.  |
|                       | 5. Se planifican acciones y actividades con los integrantes de la red (circulación de artistas, acceso a mercados, relaciones patrimoniales e intercambio de experiencias). |
|                       | 6. Se promueve un Programa de Circulación de artistas y/o colectivos locales por las regiones en convenio (acceso, fomento, fortalecimiento).                               |
|                       | 7. Ciclo de Charlas Online para agentes, artistas y creativos locales realizado por los líderes estratégicos de la red interregional.                                       |
|                       | 8. Se ejecuta un programa de promoción y difusión de acciones y actividades colaborativas de la RED.  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externa.  |
| PERIÓDO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | Periodo de 3 años de ejecución con seguimiento y control semestral.   |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Culturas.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Red Espacios Culturales MINCAP /RED CHILE CULTURA/Red Ecosistema Los Lagos /Centros o Corporaciones culturales Macro zona sur, Medios de Prensa escritos, radiales y digitales presente en la comuna. |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS   |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.   |
| PROGRAMA              | 6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.   |
| INICIATIVA            | 24. Puerto Montt sobre ruedas.  |
| DESCRIPCIÓN           | Consiste en implementar un camión escenario habilitado para la realización integral de eventos de todo tipo (stage covering) con el objeto de recorrer, promocionar y difundir en ciertas ciudades la oferta artística, cultural y turística de la comuna de manera directa en el mercado nacional-internacional.   |
| FUNDAMENTACIÓN        | Puerto Montt necesita posicionarse en el mercado cultural-turístico con iniciativas estratégicas. Esta iniciativa nos permite visibilizar la oferta local del sector de una forma innovadora y atractiva, dado el impacto visual que causa hacer circular e instalar un vehículo con marca ciudad en lugares estratégicos de otras ciudades, con espectáculos, pantallas que muestran la belleza de la comuna, productos y merchandising. |
| OBJETIVO GENERAL      | Coadyuvar en la circulación de creaciones locales, productos y servicios, a nivel local, nacional e internacional, a través de un programa itinerante que se despliega temporalmente en diversos espacios y/o territorios.  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 1. Implementar un escenario móvil que permita exhibir corporativamente la marca ciudad y sus productos asociados en lugares distintos a los habituales.   |
|                       | 2. Potenciar el cooperativismo para la comercialización y distribución de la oferta local en búsqueda de un posicionamiento nacional.   |
|                       | 3. Valorar la identidad local, fortaleciendo la promoción y difusión de la comuna a través de creaciones, obras y artesanías locales.   |
|                       | 4. Contribuir a posicionar a Puerto Montt como destino turístico.   |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| ACTIVIDADES                    | 1. Se realiza un diseño conceptual.   |
|                                | 2. Se propone un modelo de negocio para la plataforma (incluye plan de marketing y de comunicaciones).                              |
|                                | 3. Se adquiere y habilita una plataforma móvil motorizada.  |
|                                | 4. Implementación de diseño modular.  |
|                                | 5. Contratación de personal a cargo.  |
|                                | 6. Coordinación con proveedores, artistas y artesanías locales.   |
|                                | 7. Selección de ruta, comunas y/o eventos a participar anualmente.  |
|                                | 8. Planificación estratégica semestral/temporada (gestión/administración/finanzas/acciones/criterios e indicadores/comunicaciones). |
|                                | 9. Se propone y elabora un programa/plan de acción anual.   |
|                                | 10. Se llevan a efecto las alianzas, coordinaciones y permisos correspondientes.  |
|                                | 11. Se realiza la itinerancia.  |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externa.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 3 años.   |
| RESPONSABLE                    | Dirección de Turismo Municipal.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Departamentos municipales de fomento productivo/Alcaldías/Departamentos y Espacios culturales municipales/RED de municipios.        |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS  |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.  |
| PROGRAMA              | 6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.  |
| INICIATIVA            | 25. Feriarte e Commerce.   |
| DESCRIPCIÓN           | <p>Se contrata un servicio web donde se visibilice la oferta original de los Trabajadores(as) de Las Culturas de la comuna de Puerto Montt.</p>  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Según datos de Indicadores de Desempeño Clave (IDC), el escenario de confinamiento generó un aumento significativo en la adquisición de soporte para el desarrollo del comercio electrónico en el país. Diversas empresas y sectores debieron acelerar su transformación digital y ofrecer plataformas de compras para los consumidores. En Chile (2020), se puede observar que esta coyuntura generó un crecimiento significativo del comercio electrónico, alcanzando un aumento del 39% con respecto al primer semestre de 2019. Esta explosión obligó a todos/as a adaptarse a una nueva forma, en donde la compra digital hace que el mundo virtual se encuentre con el físico. El proceso se reduce a un solo concepto: logística. Y es el paso que comienza en un click y termina en un acto material el que determina una buena experiencia de compra.</p> <p>La automatización de todos los procesos del e-commerce, desde el rastreo, el ruteo, el pedido y la entrega, será fundamental para enfrentar la creciente demanda del consumidor con un modelo de demanda elástica que las empresas están viviendo, sobre todo luego de la pandemia. Habrá que conectar tecnología en la nube a gran escala, con plataformas, aplicaciones móviles, sistemas de logística reversa y toda la comunidad de repartidores, para que todo lo anterior pueda llevarse a cabo y orquestar una experiencia digital de entrega - acorde a las necesidades y demanda del mercado.</p> <p>En el contexto anterior las brechas digitales se reconocen en el sector Cultural como una temática a enfrentar lo antes posible, dado que su falta de conocimiento y aplicación afecta directamente su desarrollo económico.</p> <p>Vinculación ODS 1,8,11,12 y 17</p> <p><a href="https://www.ccs.cl/html/estudios/LEVER-ECD2018-CCS.pdf">https://www.ccs.cl/html/estudios/LEVER-ECD2018-CCS.pdf</a></p> |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| OBJETIVO GENERAL      | Asistir en la comercialización y distribución de la oferta cultural local.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Promocionar, comercializar y distribuir el quehacer artístico y creativo de manera virtual y accesible para que el público pueda explorar, adquirir y disfrutar de todas las obras y propuestas de las y los creadores partícipes.</li><li>2. Diseñar modelo de negocio colaborativo y cooperativo en líneas de desarrollo de ecommerce que logre abarcar e incluir productos y servicios de los creadores inscritos en la plataforma.</li><li>3. Amplificar el alcance del mercado objetivo.</li><li>4. Gestionar la experiencia y atención al cliente de manera eficiente.</li></ol>  |
| ACTIVIDADES           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se somete a consenso una estructura digital comercial colaborativa entre el municipio y los creadores.</li><li>2. Se contrata un proveedor de servicio digital.</li><li>3. Se contrata un servicio de estrategia e-commerce.</li><li>4. Se instala un programa de aceleración de comercio electrónico para artesanos/as, artistas y creadores de la comuna.</li><li>5. Se realiza el lanzamiento y mantención de la plataforma.</li><li>6. Se validan acciones con actores y/o agentes inscritos en la plataforma (experiencia usuario).</li><li>7. Se actualiza el catálogo de venta trimestralmente.</li><li>8. Se implementa un sistema de seguimiento y evaluación.</li></ol> |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 4 años con seguimiento y control semestral.   |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Las Culturas.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Subdirección de Fomento Productivo. RED INTERREGIONAL /RED DE MUNICIPIOS/RED DE ESPACIOS CULTURALES /RR.SS. MUNICIPALES/WEB TURISMO/PRENSA Y MEDIOS/Relaciones Internacionales municipio/Plataformas de cruceros y operadores turísticos. |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS  |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.  |
| PROGRAMA              | 7. Mediación Cultural.   |
| INICIATIVA            | 26. Ciclo de mesas redondas (territoriales) del quehacer cultural local.   |
| DESCRIPCIÓN           | <p>La Municipalidad impulsará la constitución de una figura de trabajo en la que representantes del sector público y de la sociedad civil, junto a representantes relevantes del sector cultural y de actividades económicas potencialmente vinculadas, busquen coordinar distintas acciones tendientes a mejorar la cobertura, oportunidad y periodicidad de la oferta, a partir de la orientación consciente y consensuada con los actores culturales locales vinculados al municipio. La instancia permitirá orientar la gestión cultural respecto de temas como los concernientes a la implementación del PMC, su puesta en marcha y seguimiento, el cumplimiento de los acuerdos, objetivos, mercados y argumentos de consumo, entre otras, las que serán validadas en sus sesiones de trabajo.</p>   |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Según la UNESCO "la gobernanza cultural abarca los marcos normativos, las políticas públicas, las infraestructuras, la capacidad institucional y los procesos destinados a fomentar el desarrollo cultural inclusivo, la estructuración de sectores culturales dinámicos y la promoción de la diversidad. La gobernanza cultural forja las condiciones propicias en las que se ejercen los derechos culturales que son cruciales para el desarrollo de sociedades pacíficas en las que los individuos tienen la oportunidad de llevar una vida plena y creativa de acuerdo con lo que ellos valoran. Por lo tanto, la gobernanza cultural desempeña un papel fundamental para que la cultura contribuya plenamente al desarrollo humano inclusivo basado en los derechos".</p> <p>En este sentido la iniciativa plantea desarrollar un modelo participativo tomando como referencia el paradigma de la Quíntuple Hélice, utilizado en el proyecto europeo Construye 2020+, que convoca a representantes de las áreas Política, Educativa, Económica, Cultural y Medioambiental, en una red de intercambio de conocimiento.</p> <p>Se vincula con los ODS de la agenda 2030: Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Link consultado y para profundizar:</p> <p><a href="http://construye2020plus.eu/el-proyecto/metodologia-quintuple-helice/">http://construye2020plus.eu/el-proyecto/metodologia-quintuple-helice/</a></p> |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| OBJETIVO GENERAL      | Integrar modelos de participación en el que vecinos, organizaciones sociales, autoridades, instituciones y el empresariado local reflexionen, opinen, coordinen y validen acciones tendientes a dar sentido a la gestión cultural local.  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Sensibilizar respecto del papel de la actividad artístico-cultural como motor generador de riqueza entre los distintos agentes sociales, potenciales y activos, que intervienen en el territorio comunal.</li><li>2. Propiciar la coordinación permanente entre lo público y lo privado a través de instancias de vinculación territorial.</li><li>3. Apoyar y fortalecer el desarrollo de la escena local de arte y cultura para la búsqueda de mejores oportunidades colectivas.</li><li>4. Vincular la participación del sector cultural con el ecosistema regional (quíntuple hélice).</li></ol>   |
| ACTIVIDADES           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se lleva a cabo un proceso de activación de mesas territoriales con la participación de organizaciones, JVVV, agentes territoriales, delegados, entre otros.</li><li>2. Se identifican las problemáticas de cada localidad, formulando estrategias de intervención en conjunto con las organizaciones territoriales.</li><li>3. Se proponen mecanismos de articulación sectorial-territorial en lo local para fortalecer el desarrollo de las políticas, planes, programas y proyectos del ámbito cultural en cada localidad.</li><li>4. Promover la articulación entre los planes, programas y proyectos del sector con los planes de acción de la Alcaldía Local y otras entidades con presencia en el territorio.</li><li>5. Se establece una plataforma en línea que reúna indicadores capaces de medir el desempeño del municipio en torno a la implementación del PMC.</li><li>6. Se dispone de un espacio para la publicación de estudios e investigaciones y la participación popular en el debate sobre la cultura en Puerto Montt.</li></ol> |
| FINANCIAMIENTO        | Municipal.  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 3 años con seguimiento y control de gestión trimestral.   |
| RESPONSABLE                    | Observatorio Municipal.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Agentes, artistas, creadores, gestores, mediadores, productores, comunicadores e Instituciones público privadas del sector. |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS  |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.  |
| PROGRAMA              | 7. Mediación Cultural.   |
| INICIATIVA            | 27. Formación de audiencias y públicos en la comunidad educativa.  |
| DESCRIPCIÓN           | Consiste en realizar distintas actividades artísticas en espacios públicos, escuelas y liceos municipales con presencia en diferentes sectores de la comuna, utilizando metodologías de participación activa, en que se pone de relieve el proceso creativo, vinculando a la comunidad con la obra en un enfoque educativo dialógico.  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>La creación y exploración del arte se desarrolla normalmente de manera individual o en grupos afines reducidos. Esta tendencia instala una importante brecha entre el realizador, la obra y el espectador, generando a veces una baja comprensión del mensaje poético, y en consecuencia su baja valoración. A lo anterior se suma el retiro de los Planes y Programas de asignaturas artísticas, complejizando aún más las formas de abordar y comprender los procesos creativos.</p> <p>Se hace necesario entonces que el estudiante en particular, y las personas en general, sean capaces de conocer la obra, no sólo como un fin, sino como un proceso creativo dinámico, desde su fase inicial, experimentación, significación simbólica, materialización, hasta su comunicación.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | Dar a conocer el proceso creativo de una obra artística desde su concepción como idea hasta su materialización final, a través de programas de mediación, visibilizando la relación virtuosa entre educación, arte y cultura.  |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conocer, analizar y transformar aspectos técnicos propios de las diferentes disciplinas artísticas, desde la lógica vinculante entre artista-producción-obra-spectador, donde el o la estudiante adquiere conceptos para una comprensión más amplia de una obra o expresión artística.</li><li>2. Vincular programas de instituciones públicas y/o privadas presentes en la comuna con trayectoria reconocida en formación y segmentación de públicos para la oferta.</li><li>3. Implementar un programa de educación artística con foco en los 20 establecimientos más vulnerables de la comuna según DAEM.</li><li>4. Creación de comunidades de audiencias a través de la oferta programática colaborativa comunal para el aumento de consumo cultural local</li><li>5. Difundir y promocionar el trabajo de construcción de proyectos de cada mesa sectorial.</li></ol>  |
| ACTIVIDADES           | <ol style="list-style-type: none"><li>1.- Se diseña, en conjunto con el comité consultivo, el currículo de formación y mediación de público.</li><li>2. Se proyectan circuitos artísticos en diferentes barrios de la comuna.</li><li>3. Se realiza la convocatoria a mediadores en todas las disciplinas artísticas con presencia en la comuna.</li><li>4. Implementación de Programa de Educación Artística en establecimientos municipales que fortalezcan currículum escolar, priorizando la participación de los 20 establecimientos con mayor índice de vulnerabilidad de la comuna.</li><li>5. Programa de mediación en artes visuales.</li><li>6. Diseño en implementación Programa Escuela de Espectadores.</li><li>7. Programa de extensión con actividades de alta complejidad masiva fomento y usos de espacios públicos.</li><li>8. Creación del encuentro comunal de Educación Artística.</li><li>9. Creación de programas especializados de mediación cultural dirigidos y diseñados para segmentos históricamente postergados (mujeres, disidencias, adulto mayor/niñez).</li></ol> |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
|                                | <p>10. Facilitar los procesos para el desarrollo de actividades locales de formación, creación, producción y exhibición garantizando el acceso a la infraestructura pública.</p> <p>11. Conformación de RED de agentes mediadores en arte y cultura comunal.</p> <p>12. Conversatorios previos y posteriores, vinculando directamente a la comunidad con el artista para generar una experiencia significativa.</p> |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y externa.  |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | 3 años de ejecución con seguimiento y control anual de la producción y gestión.   |
| RESPONSABLE                    | DAEM.   |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | DAEM SEP/ MUNICIPIO / Agrupación ETE/FUNDACIÓN TERRITORIO TEATRAL/BAJ LOS LAGOS/ESPACIO FLOR DE AGUA/ULA/UACH/CCPM/BIBLIOTECA Regional/Museo Histórico/Ayahué/Jardín infantil Flores del Valle /MINCAP/AGAP/KIMUN MAPU/BIBLIOTECA MATÍAS YURASZECK/Delegaciones urbanas y rurales.  |



|                       |   |
|-----------------------|---|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS   |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.   |
| PROGRAMA              | 7. Mediación Cultural.  |
| INICIATIVA            | 28. Festival de la Canción Inédita (género internacional y folclórico).   |
| DESCRIPCIÓN           | Consiste en implementar un certamen competitivo a nivel nacional, con proyección internacional, de canciones de género popular y folclórico desde el territorio de la comuna de Puerto Montt.   |
| FUNDAMENTACIÓN        | Los festivales constituyen uno de los prototipos más representativos del panorama cultural. Su número ha crecido sustancialmente en los últimos años, de manera que varias ciudades tienen uno o varios festivales dedicados a alguna manifestación artística. En la actualidad, los festivales no solo cumplen su papel tradicional como institución que permite presentar, difundir o preservar la cultura de una sociedad, sino que destacan también por su capacidad para generar riqueza en las ciudades donde se celebran, por su contribución a la diversificación del producto turístico o a la mejora de la imagen del lugar. Los festivales tienen, en definitiva, una dimensión cultural, económica y turística que no es nueva en esencia, pero sí en cuanto a su expansión en los últimos años, lo que ha suscitado un interés en el marco de esta planificación cultural. |
| OBJETIVO GENERAL      | Estimular la creación de letras y música original en los géneros Popular y de Raíz Folclórica, ofreciendo estímulos para la realización de obras nuevas, programando artistas y espectáculos que se consideran renovadores en materia de forma y lenguaje.  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 1. Incentivar a compositores, músicos y autores del país a dar a conocer sus creaciones para difundir y mantener nuestra cultura musical a través de un certamen.   |
|                       | 2. Promocionar y difundir el trabajo musical de compositores nacionales fomentando la circulación y distribución de sus obras desde y hacia otras comunas y regiones del país.  |
|                       | 3. Generar intercambio y enriquecimiento cultural entre artistas y la ciudadanía.   |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
| ACTIVIDADES                    | 1. Planificación estratégica y plan de acción para convocatoria y producción general día D Festival de la Canción Inédita.   |
|                                | 2. Construcción Bases de concurso.   |
|                                | 3. Validación Bases concurso con jurídica municipal y mesa sectorial.  |
|                                | 4. Lanzamiento de bases y convocatoria.  |
|                                | 5. Proceso de selección de participantes.  |
|                                | 6. Formación y/o mentorías para participantes seleccionados (mejora técnica/puesta en escena).   |
|                                | 7. Promoción y difusión del día D Festival.  |
|                                | 8. Producción ejecutiva y técnica de coordinación general evento en temas de backstage/ montaje escenario /sonido/logísticas varias.                                       |
|                                | 9. Puntos de prensa (antes, durante y post) convocatoria y día D Festival de la Canción Inédita.   |
|                                | 10. Vincular al ganador con la Red de Festivales de Chile.   |
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externa.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | A 3 años de ejecución con seguimiento y control anual de la producción y gestión.  |
| RESPONSABLE                    | CCPM.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | Red comunal y regional de Espacios Culturales, Delegaciones y departamentos municipales atingentes, Medios de Prensa escritos, radiales y digitales presente en la comuna. |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| EJE ESTRATÉGICO       | 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS  |
| Objetivo Estratégico: | 4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.  |
| PROGRAMA              | 7. Mediación Cultural.   |
| INICIATIVA            | 29. Carnaval de las Artes.   |
| DESCRIPCIÓN           | <p>Se realiza una actividad anual en el espacio público, en formato Carnaval, que considera la exposición de diferentes manifestaciones artísticas y culturales presentes en la comuna de Puerto Montt.</p>  |
| FUNDAMENTACIÓN        | <p>Es fundamental crear espacios de exhibiciones artísticas en espacios públicos, para facilitar el acceso a los habitantes de la comuna, creando por sobre todo, vínculos entre los artistas locales y la comunidad. En este sentido el Carnaval se presenta como un fenómeno social e histórico que combina música, danza, rituales, disfraces, procesiones y espectáculos. Lo común es el pluralismo cultural. El Carnaval puede considerarse patrimonio cultural intangible o inmaterial, ya que comprende tradiciones o expresiones vivas actuales y heredadas de los antepasados siendo potente un factor de mantenimiento de la diversidad y de la identidad cultural.</p> <p>El despliegue de estas actividades requiere de hacer confluir energías de distintas áreas y disciplinas, como la planificación, la gestión y la producción, principalmente para potenciar su impacto económico local, conseguir financiación privada, lograr sostenibilidad y superar problemas de aprovechamiento de espacios de mercado para distribución de la oferta artística cultural.</p> <p>El desafío actual es que estas manifestaciones no caigan en la mera puesta escénica espectacular de una sociedad que tiene numerosas identidades dentro de un espacio multicultural que parece alejarse de las raíces originarias.</p> <p>Vinculación ODS 3,4,5,8,9,10,11,12,16 y 17.</p> |
| OBJETIVO GENERAL      | <p>Aportar en reforzar el tejido social comunal, democratizando el acceso público a obras de arte de calidad con contenido de identidad como refuerzo a las manifestaciones culturales y patrimoniales propias del territorio.</p>   |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Fortalecimiento de la cultura local en relación con el turismo, economía y formación de audiencias.</li><li>2. Vinculación explícita entre Arte, Espacio Público y Sociedad.</li><li>3. Propiciar el desarrollo integral de las muestras de los/las artistas involucrados, considerando sus etapas de creación, producción, difusión y promoción, y circulación del CARNAVAL de Puerto Montt.</li><li>4. Generar alianzas con diversos actores multisectoriales para reconocer colectivamente el valor agregado de la realización de esta manifestación cultural de gran envergadura.</li></ol>   |
| ACTIVIDADES           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se realiza una planificación estratégica para el Carnaval de carácter masivo y de gran envergadura.</li><li>2. Se procede a la contratación de equipo realizador y artistas, resguardando el % de participación a convenir de oferentes con residencia en la comuna de Puerto Montt.</li><li>3. Se elabora y ejecuta un plan de medios estratégico en sintonía con el Plan de MKT de turismo de la comuna.</li><li>4. Se desarrolla un trabajo de vinculación con agrupaciones, colectivos, corporaciones, fundaciones y compañías que tengan producción en temáticas artísticas, creativas, culturales, medio ambientales y tecnológicas.</li><li>5. Vinculación con establecimientos escolares que cuentan con programas de Educación artística en la comuna.</li><li>6. Complementar el día D con una feria/mercado creativo local instalado en el centro histórico fortaleciendo la economía creativa local.</li><li>7. Se define Plan de Acción consignando la ruta y locaciones en espacio público, procurando resguardos, requerimientos y permisos correspondientes.</li><li>8. Se establecen indicadores de medición del impacto de la actividad con su seguimiento correspondiente</li><li>9. Se realiza el Carnaval considerando extensión de oferta programática en los sectores de Mirasol y Alerce.</li><li>10. Se procede al ejercicio de evaluación y elaboración de informe de gestión y resultados.</li></ol> |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
| FINANCIAMIENTO                 | Municipal y Externa.   |
| PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN | A 4 años con seguimiento y control anual para la ejecución.  |
| RESPONSABLE                    | Departamento de Culturas.  |
| ALIANZAS COLABORATIVAS         | CCPM., Museo Histórico, DAEM, Dirección de Turismo, restaurantes y alojamientos, delegaciones municipales, Gobernación regional, DIMAO, Carabineros, seguridad municipal, agrupaciones, colectivos y compañías locales y nacionales. |



## ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO

El Presupuesto anual para el sector Culturas es principalmente de financiamiento municipal para gastos programáticos. Sin perjuicio de lo anterior, el Departamento de Las Culturas podrá colaborar en el diseño de perfiles de proyectos con otras unidades, desarrollar los propios, ejecutarlos y evaluarlos, gestionando dineros y recursos externos. En este sentido, el Plan propone al municipio asumir el **rol de arquitecto**, vale decir, el municipio despliega un plan de **gestión de recursos**, que contribuyan al cumplimiento de los objetivos, las orientaciones y los ejes de desarrollo de la intervención cultural. Los organismos culturales permanecen libres en sus opciones y en los medios para alcanzar sus fines.

Las estrategias de financiamiento para las iniciativas del PMC tienen relación con:

**Presupuesto Municipal** destinado directamente a los programas municipales internos asociados a Cultura, DITUR, DIDEKO, Delegaciones, Museo, entre otros; externos como los destinados a la Corporación Municipal Cultural, y a organizaciones mediante subvenciones, lo que permite financiar la programación cultural global.

**Cartera de proyectos:** se diseñan perfiles de proyectos para ofertar a partes interesadas, con el objetivo de potenciar la gestión de los trabajadores/as culturales locales en la concreción de sus actividades. Para lo anterior, cada proyecto deberá contar con un resumen ejecutivo y fotografías proyectadas de las iniciativas culturales, detección de públicos objetivos, a fin de crear una estrategia específica para cada caso. Una vez que la carpeta de proyectos esté elaborada, se visitarán las distintas instituciones/empresas de la comuna y la provincia.

**Fondos sectoriales:** mediante una planificación y postulación de fondos concursables destinados a proyectos que apunten al desarrollo de la cadena de valor, máxime en lo referido a la investigación, a la creación, producción y circulación.

**Ley de Donaciones Culturales:** mediante el uso de una figura legal y puesta en marcha de estrategias para captación de recursos y donaciones por parte de privados acogidos a la Ley de Donaciones Culturales.

**Prácticas profesionales:** generar convenios de prácticas profesionales con universidades, IPs y CFTs.



**Convenios de colaboración con instituciones y organizaciones culturales:** con el objeto de desarrollar conjuntamente iniciativas destinadas, en general, a favorecer la actividad cultural y artística en sus diversas expresiones

**Retribuciones artísticas culturales:** por medio de convenios de colaboración entre la comunidad artística, instituciones, organizaciones culturales y la Municipalidad de Puerto Montt se podrá retribuir por el uso de espacios y/o subvenciones por un tiempo determinado. Podrá ser mediante un taller, clínica, visitas, artículos de aseo, oficina, restauración, presentaciones artísticas, donaciones de instrumentos, etc. De esta forma se podrá programar artísticamente, a modo de ejemplo, instancias de mediación y vinculación con principalmente las escuelas. Los convenios tendrán una duración definida y renovable si se ha cumplido con todos los acuerdos. La retribución puede ser a convenir previamente entre el/la administrador/a de los espacios municipales y los/as interesados/as.

**Campaña de Micro mecenazgo:** Cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos, se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones.

Para lo anterior se elaborará un manual de procedimientos en sintonía con lo estipulado en la iniciativa N°10, Banco integrado de Proyectos.



## PLAN DE FINANCIAMIENTO

| GANTT INICIATIVAS PMC 2022 - 2025 |  |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----------------------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Nº                                | PERIODO  | 2022  |       | 2023  |       | 2024  |       | 2025  |       |
|                                   |  | 1 SEM | 2 SEM |
| 1                                 | Aumento Dotación Departamento de Las Culturas: plan de Trabajo, articulación, seguimiento.               |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 2                                 | Mesa intramunicipal de Cultura.  |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 3                                 | Elaboración de política de pago municipal para los trabajadores de las Culturas locales.                 |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 4                                 | Elaboración de modelo de gestión de espacios públicos municipales para su uso en actividades culturales. |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 5                                 | Ordenanza de Artesanía: plan de Trabajo, articulación, seguimiento.                                      |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 6                                 | Ordenanza de Artes Callejeras y Espacio Público: plan de trabajo, articulación, seguimiento.             |       |       |       |       |       |       |       |       |



| GANTT INICIATIVAS PMC 2022 - 2025 |  |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----------------------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                   | PERIODO  | 2022  |       | 2023  |       | 2024  |       | 2025  |       |
| Nº                                | INICIATIVAS  | 1 SEM | 2 SEM |
| 7                                 | Conformación de red de espacios culturales de la comuna de Puerto Montt.                                 |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 8                                 | Estudio e inversión Centro Cultural Sector Poblacional.  |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 9                                 | Estudio de caracterización de trabajadores y servicios del sector cultural de la comuna de Puerto Montt. |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 10                                | Banco integrado de proyectos (Promoción de fondos públicos e inversión externa).                         |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 11                                | Archivo histórico comunal en versión digital.  |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 12                                | Conformación de mesas sectoriales (Gobernanza).  |       |       |       |       |       |       |       |       |



GANTT INICIATIVAS PMC 2022 - 2025

| Nº | PERIODO  | 2022  |       | 2023  |       | 2024  |       | 2025  |       |
|----|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    |  | 1 SEM | 2 SEM |
| 13 | Constitución y funcionamiento de Comité Consultivo de Cultura Comunal. |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 14 | Puerto Montt creativo: innovación y emprendimiento.                    |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 15 | Puerto Montt “Cultura Adelante”.                                       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 16 | Reconocimiento de Pueblos Originarios en Puerto Montt.                 |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 17 | Promoción de Celebraciones y Festividades días D.                      |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 18 | Puerto Montt Marca Ciudad (Incubadora de ideas, Gráfica, Audiovisual). |       |       |       |       |       |       |       |       |



GANTT INICIATIVAS PMC 2022 - 2025

| Nº | PERIODO   | 2022  |       | 2023  |       | 2024  |       | 2025  |       |
|----|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    |   | 1 SEM | 2 SEM |
| 19 | Revista Puerto Montt Agenda Ciudad.                           |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 20 | Web Cultura Puerto Montt.                                     |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 21 | Programación cultural en canal TV de difusión comunal MUNITV. |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 22 | Punto informativo cultural.                                   |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 23 | Red de Colaboración Cultural Interregional.                   |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 24 | Puerto Montt sobre ruedas.                                    |       |       |       |       |       |       |       |       |



GANTT INICIATIVAS PMC 2022 - 2025

| Nº | PERIODO  | 2022  |       | 2023  |       | 2024  |       | 2025  |       |
|----|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    |  | 1 SEM | 2 SEM |
| 25 | Feriarte e Commerce.   |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 26 | Ciclo de mesas redondas (territoriales) del quehacer cultural local. |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 27 | Escuela de Formación de audiencias y públicos.                       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 28 | Festival de la Canción Inédita (género popular y folclórico).        |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 29 | Carnaval de las Artes.   |       |       |       |       |       |       |       |       |



| <b>EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.</b>                                 |   |
|---|---|
| <b>INICIATIVA 1:</b>  | Aumento Dotación Departamento de Las Culturas: plan de Trabajo, articulación, seguimiento.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>   | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Fondos municipales considerando la Escala de Remuneraciones, según grado y experiencia. | Internas: Dirección de Turismo, DAF, Delegaciones Rural, de Mirasol, Cardonal y de Alerce (área de Cultura), Corporación Cultural, Casona Cultural, Casa Pauly, Museo Histórico. Además del Concejo municipal.<br><br>Externas: SENCE, Consultorías y asesorías externas en temas de capacitación, Gobernación Regional para postulación a fondos y a nivel internacional: Mercociudades: <a href="https://mercociudades.org/estructura-y-autoridades/temáticas/cultura/">https://mercociudades.org/estructura-y-autoridades/temáticas/cultura/</a> |
| <b>RESPONSABLE</b>  | Administración Municipal.   |

| <b>EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.</b> |  |
|---|--|
| <b>INICIATIVA 2:</b>                                    | Mesa intramunicipal de Cultura.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>                         | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Fondos Municipales.                                     | Internas: DITUR, DIMAO, Delegaciones Rural, de Mirasol y de Alerce (área de Cultura), CCPM, Museo Histórico, Concejo municipal.<br><br>Externas: Dirección Regional de Cultura y las Artes, Cámara de Comercio y Turismo, Gobernación Regional, Asociaciones gremiales de artistas, artesanos y pueblos originarios de la comuna, Colectivos de artistas, Universidades, BAJ, CoWo, entre otros. |
| <b>RESPONSABLE</b>                                      | Departamento de Las Culturas.  |



| <b>EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.</b> |   |
|---|---|
| <b>INICIATIVA 3:</b>                                    | Elaboración de política de pago municipal para los trabajadores de las Culturas locales.                |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>                         | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| No aplica.  | Administración Municipal, DAF, Control, Departamento de Licitaciones, DITUR, DIDEKO.<br>Externas: CCPM. |
| <b>RESPONSABLE</b>                                      | Administración Municipal.   |

| <b>EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.</b>   |   |
|---|---|
| <b>INICIATIVA 4:</b>  | Elaboración de modelo de gestión de espacios públicos municipales para su uso en actividades culturales.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>   | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Fondos públicos regionales y/o nacionales para mejora o implementación de infraestructura cultural. | Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas.<br>Externas: Cumplimiento normativa Chile Compras y leyes respectivas asociadas a fondos públicos. |
| <b>RESPONSABLE</b>  | Departamento de Las Culturas.   |

**EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>INICIATIVA 5:</b>            | Ordenanza de Artesanía: plan de Trabajo, articulación, seguimiento.          |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal.                      | Mesa Intramunicipal, Alcaldía, DIMAO (Dirección de Medio Ambiente y Ornato). |
| <b>RESPONSABLE</b>              | DIDEKO.  |

**EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>INICIATIVA 6:</b>            | Ordenanza de Artes Callejeras y Espacio Público: plan de trabajo, articulación, seguimiento.         |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal.                      | Mesa Intramunicipal, Alcaldía, DIMAO (Dirección de Medio Ambiente y Ornato), Observatorio Municipal. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | DIMAO.   |



| <b>EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.</b> |  |
|---|--|
| <b>INICIATIVA 7:</b>                                    | Conformación de red de espacios culturales de la comuna de Puerto Montt.   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>                         | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| No aplica.  | Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas.<br><br>Externas: actores del sector privado, organizaciones territoriales, funcionales y alianzas con organismos internacionales para la promoción de la cultura. |
| <b>RESPONSABLE</b>                                      | Departamento de Las Culturas.  |

| <b>EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.</b>  |  |
|--|--|
| <b>INICIATIVA 8:</b>   | Estudio e inversión Centro Cultural Sector Poblacional.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>  | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal + fondos públicos regionales y/o nacionales para diseño y/o ejecución de infraestructura cultural. | Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas.<br><br>Externas: Fondos nacionales e internacionales para la promoción de la Cultura. |
| <b>RESPONSABLE</b>   | SECPLAN.   |



| <b>EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.</b> |  |
|---|--|
| <b>INICIATIVA 9:</b>                                    | Estudio de caracterización de trabajadores y servicios del sector cultural de la comuna de Puerto Montt.   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>                         | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Fondos regionales y/o nacionales.                       | Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas.<br>Externas: Fondos nacionales e internacionales para la promoción de la Cultura. |
| <b>RESPONSABLE</b>                                      | Departamento de Las Culturas.  |

| <b>EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.</b> |   |
|---|---|
| <b>INICIATIVA 10:</b>                                   | Banco integrado de proyectos (Promoción de fondos públicos e inversión externa).  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>                         | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| No aplica.  | ERD - SEREMI Cultura - CEDER U Lagos - GORE, Mercociudades, entre otros. MOP - MINVU -MIDESO - CONADI - CONICYT, otros. |
| <b>RESPONSABLE</b>                                      | Departamento de Las Culturas.   |

**EJE ESTRATÉGICO 1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.**

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 11:</b>              | Archivo histórico comunal en versión digital.   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>    | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Municipal + públicos y/o privados. | Bibliotecas, USS Archivo patrimonial - Diario Llanquihue - Fundación Monte Verde - colecciones particulares, entre otros. |
| <b>RESPONSABLE</b>                 | Oficina de Patrimonio.  |

**EJE ESTRATÉGICO 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 12:</b>           | Conformación de mesas sectoriales (Gobernanza).   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Municipal.                      | Actores del Ecosistema cultural, ciudadanía, academia, pueblos originarios, sector privado, funcionarios de otros servicios públicos necesarios para la integración y desarrollo de la cultura a nivel comunal ejemplo: Ministerio de desarrollo social, GORE, MCAP, Sernatur, entre otros. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Departamento de Las Culturas.   |

**EJE ESTRATÉGICO 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.**

|   |  |
|---|--|
| <b>INICIATIVA 13:</b>   | Constitución y funcionamiento de Comité Consultivo de Cultura Comunal. |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>                                       | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal y externo según fondos disponibles asociados a esta acción. | Actores del ecosistema cultural local.                                 |
| <b>RESPONSABLE</b>  | Alcaldía.  |

**EJE ESTRATÉGICO 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 14:</b>           | Puerto Montt creativo: innovación y emprendimiento (capacitaciones)   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Municipal.                      | Internas: Dirección de Turismo, Delegaciones (área de Cultura), CCPM., Museo Histórico, Concejo municipal.<br>Externas: MCAP, GOBIERNO REGIONAL, Cámara de Comercio y Turismo, Asociaciones gremiales de artistas, artesanos y pueblos originarios de la comuna, colectivos de artistas, Universidades, BAJ, CoWo, entre otros. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Departamento de Las Culturas.   |

**EJE ESTRATÉGICO 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>INICIATIVA 15:</b>           | Puerto Montt “Cultura Adelante” (Concurso)   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal.                      | Internas: Dirección de Turismo, Delegaciones (área de Cultura), CCPM., Museo Histórico, Concejo municipal.<br>Externas: MCAP, GOBIERNO REGIONAL, Cámara de Comercio y Turismo, Asociaciones gremiales de artistas, colectivos de artistas, agrupaciones culturales, Universidades, BAJ, CoWo, entre otros. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Departamento de Las Culturas.  |

**EJE ESTRATÉGICO 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 16:</b>           | Reconocimiento de Pueblos Originarios en Puerto Montt.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Municipal y Externa.            | CONADI / SERNAM / MINCAP / MUSEO PRECOLOMBINO / CEDER ULA / Of.Patrimonio / Deptos. de Cultura Regionales / DAEM / Relaciones internacionales / Oficina de la Mujer / Depto. de Fomento productivo / Delegaciones urbanas y rurales / Asociaciones gremiales de artesanos y pueblos originarios de la comuna. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Oficina de Pueblos Originarios.   |

**EJE ESTRATÉGICO 2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 17:</b>           | Promoción de Celebraciones y Festividades días D.   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Municipal y Externa.            | DIDEKO/CCPM/DIMAO/Ferias y Mercados/Delegación Rural/B.A.J. Los Lagos/sindicatos trabajadores/DAEM/tv municipal/medios escritos y radiales. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | DITUR.  |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>INICIATIVA 18:</b>           | Puerto Montt Marca Ciudad (Incubadora de ideas, Gráfica, Audiovisual).   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal y Externa.            | PROCHILE/CORFO/MINCAP/RELACIONES EXTERIORES/ARTESANÍAS CHILE/DIRAC/CONSULADOS /Agentes, artistas y creativos locales/participación de la quíntuple hélice. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | DITUR.   |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>INICIATIVA 19:</b>           | Revista Puerto Montt Agenda Ciudad.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal y Externa.            | Redes / RR.SS. del municipio/Encargados comunicación municipal por dirección / Delegaciones municipales urbanas y rurales. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | DITUR.   |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 20:</b>           | Web Cultura Puerto Montt.   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Municipal.                      | Espacios Culturales comunales y regionales, mesa intramunicipal, mesas sectoriales, actores y líderes relevantes en el territorio comunal, regional y nacional. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Departamento de Comunicaciones Municipal.   |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 21:</b>           | Programación cultural en canal TV de difusión comunal MUNITV.   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Municipal y Externa.            | Red de Medios y prensa regional / Red Espacios Culturales Los Lagos /Mesa Sectorial de Audiovisual / Red Los Lagos Film Commission. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Departamento de Comunicaciones Municipal.   |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 22:</b>           | Punto informativo cultural.   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Fondos concursables.            | Agentes culturales y creativos, espacios culturales, bares y restaurantes, encargados de sitios patrimoniales, operadores turísticos. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | DITUR.  |



| <b>EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.</b> |  |
|---|--|
| <b>INICIATIVA 23:</b>                                   | Red de Colaboración Cultural interregional.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>                         | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal y Externa.                                    | Red Espacios Culturales MINCAP /RED CHILE CULTURA/Red Ecosistema Los Lagos / Centros o Corporaciones culturales Macro zona sur, Medios de Prensa escritos, radiales y digitales presente en la comuna. |
| <b>RESPONSABLE</b>                                      | Departamento de Las Culturas.  |

| <b>EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.</b> |  |
|---|--|
| <b>INICIATIVA 24:</b>                                   | <b>Puerto Montt sobre ruedas.</b>  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>                         | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal y Externa.                                    | Departamentos municipales de fomento productivo / Alcaldías / Espacios culturales municipales / RED de municipios. |
| <b>RESPONSABLE</b>                                      | DITUR.   |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 25:</b>           | Feriarte e Commerce.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Municipal.                      | Subdirección de Fomento Productivo. RED INTERREGIONAL / RED DE MUNICIPIOS / RED DE ESPACIOS CULTURALES / RR.SS. MUNICIPALES/WEB TURISMO / PRENSA Y MEDIOS / Relaciones Internacionales municipio / Plataformas de cruceros y operadores turísticos. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Departamento de Las Culturas.   |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>INICIATIVA 26:</b>           | Ciclo de mesas redondas (territoriales) del quehacer cultural local.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>   |
| Municipal.                      | Agentes, artistas, creadores, gestores, mediadores, productores, comunicadores e Instituciones público privadas del sector. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Observatorio Municipal.   |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>INICIATIVA 27:</b>           | Formación de audiencias y públicos en la comunidad educativa.  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal y externa.            | DAEM SEP/ MUNICIPIO / Agrupación ETE/FUNDACIÓN TERRITORIO TEATRAL/BAJ LOS LAGOS/ESPACIO FLOR DE AGUA/ULA/UACH/CCPM/BIBLIOTECA Regional/Museo Histórico/Ayahué/Jardín infantil Flores del Valle /MINCAP/AGAP/KIMUN MAPU/BIBLIOTECA MATÍAS YURASZECK/Delegaciones urbanas y rurales. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Departamento de Las Culturas.  |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>INICIATIVA 28:</b>           | Festival de la Canción Inédita (género popular y folclórico).  |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal y Externa.            | Red comunal y regional de Espacios Culturales, Delegaciones y departamentos municipales atingentes, Medios de Prensa escritos, radiales y digitales presente en la comuna. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | CCPM.  |

**EJE ESTRATÉGICO 3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS.**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>INICIATIVA 29:</b>           | Carnaval de las Artes.   |
| <b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>ALIANZAS COLABORATIVAS</b>  |
| Municipal y Externa.            | CCPM., Museo Histórico, DAEM, Dirección de Turismo, restaurantes y alojamientos, delegaciones municipales, Gobernación regional, DIMAO, Carabineros, seguridad municipal, agrupaciones, colectivos y compañías locales y nacionales. |
| <b>RESPONSABLE</b>              | Departamento de Las Culturas.  |



#### FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

| Nº | EMISOR                                    | Fuente de financiamiento sugerida   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1  | PROCHILE                                  | Concursos de servicios e industrias creativas<br><a href="http://exenta-n2060-aprueba-bases-concurso-industrias-creativas-y-servicios.pdf">exenta-n2060-aprueba-bases-concurso-industrias-creativas-y-servicios.pdf</a><br>(prochile.gob.cl)  |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   | X   |     |
| 2  | PROCHILE                                  | Concurso PROYECTOS SECTORIALES Y EMPRESARIALES DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS<br><a href="http://exenta-n2075-convocatoria-postulacion-proyectos-concurso-industrias-creativas-2022.pdf">exenta-n2075-convocatoria-postulacion-proyectos-concurso-industrias-creativas-2022.pdf</a><br>(prochile.gob.cl) |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   | X   |     |
| 3  | PROCHILE                                  | Marcas Sectoriales<br><a href="https://concurso.prochile.cl/Account/Login.aspx">https://concurso.prochile.cl/Account/Login.aspx</a>   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   |
| 4  | MINISTERIO SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO | Fondo de Fortalecimiento de las organizaciones de interés público.<br><a href="https://fondodefortalecimiento.gob.cl/contacto/">https://fondodefortalecimiento.gob.cl/contacto/</a>   |     |     | X   | X   |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 5  | SENADIS                                   | Fondo Nacional de Proyectos Inclusivos (FONAPI)<br><a href="http://p.senadis.cl/">http://p.senadis.cl/</a>  |     |     |     |     |     |     | X   | X   |     |     |     |     |
| 6  | SENADIS                                   | Concurso Nacional de Apoyo a Instituciones Educativas para la inclusión de estudiantes en situación de discapacidad.<br><a href="https://b.senadis.cl/2021/">https://b.senadis.cl/2021/</a>   |     |     |     | X   | X   |     |     |     |     |     |     |     |



| Nº                   | EMISOR                 | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----------------------|------------------------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| PATRIMONIO Y MEMORIA |                        |  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 7                    | MCAP                   | Fondo del Patrimonio Cultural SNPC<br><a href="#">Bases Concurso Nacional 2021 (editadas).pdf (sngp.gob.cl)</a><br><br><a href="#">Bases Concurso Regional 2021 (editadas).pdf (sngp.gob.cl)</a>   |     |     |     |     |     |     | X   | X   | X   | X   |     |     |
| 8                    | MCAP                   | Fondo de Fortalecimiento de Organizaciones Patrimoniales (FFOP)<br><a href="https://www.fondos.gob.cl/ficha/snpc/organizaciones-patrimoniales-ffop/">https://www.fondos.gob.cl/ficha/snpc/organizaciones-patrimoniales-ffop/</a>   |     |     |     |     | X   | X   |     |     |     |     |     |     |
| 9                    | MINISTERIO DE JUSTICIA | Fondo concursable para proyectos de cultura y sitios de memoria<br><a href="https://ddhh.minjusticia.gob.cl/fondo-concursable-para-proyectos-de-cultura-y-sitios-de-memoria-de-la-subsecretaria-de-derechos-humanos">https://ddhh.minjusticia.gob.cl/fondo-concursable-para-proyectos-de-cultura-y-sitios-de-memoria-de-la-subsecretaria-de-derechos-humanos</a> | X   | X   | X   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 10                   | MCAP                   | Programa de Mejoramiento Integral de Bibliotecas (PMI)<br><a href="#">Convocatorias Fondo del Patrimonio Cultural – Fondos Cultura (fondosdecultura.cl)</a>  |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |     |     |     |



| Nº                    | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|-----------------------|--------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| FONDO ARTES ESCÉNICAS |        |  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 11                    | MCAP   | Programas Formativos<br><a href="#">Microsoft Word - 02-FAAEE-FORMATIVOS-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)  |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 12                    | MCAP   | Investigación<br><a href="https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/07/FAAEE-INVESTIGACION-2022.pdf">https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/07/FAAEE-INVESTIGACION-2022.pdf</a> |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 13                    | MCAP   | Creación escénica<br><a href="#">Microsoft Word - 03-FAAEE-CREACION-22-V1.docx</a> (fondosdecultura.cl)  |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 14                    | MCAP   | Creación y Producción de Montajes Escénicos<br><a href="#">Microsoft Word - 11-FAAEE-CREACIONPRODUCCION-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)   |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 15                    | MCAP   | Producción Escénica<br><a href="#">Microsoft Word - 04-FAAEE-PRODUCCION-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)   |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 16                    | MCAP   | Circulación Nacional de Montajes Escénicos<br><a href="#">Microsoft Word - 05-FAAEE-CIRCULACION-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)   |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |



| Nº | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----|--------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 17 | MCAP   | Festivales y Encuentros<br><a href="#">Microsoft Word - o6-FAAEE-FESTIVALES-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)                                   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 18 | MCAP   | Equipamiento y Adecuación de Espacios Escénicos<br><a href="#">Microsoft Word - o9-FAAEE-Equipamiento-30_JULIO.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)      |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 19 | MCAP   | Difusión Digital<br><a href="#">Microsoft Word - o7-FAAEE-DIFUSION-22-V1.docx</a> (fondosdecultura.cl)   |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 20 | MCAP   | Fomento a la Economía Creativa<br><a href="#">Microsoft Word - 10-FAAEE-ECreativa-22-V2.docx</a> (fondosdecultura.cl)                                |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 21 | MCAP   | Becas Chile Crea<br><a href="#">Microsoft Word - o8-FAAEE-BCC-22-V2.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)   |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 22 | MCAP   | Convocatoria Programa Artes Escénicas Itinerantes Regionales 2021<br><a href="#">Microsoft Word - itinerantes -2021.docx</a><br>(fondosdecultura.cl) |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |



| Nº                | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|-------------------|--------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| FONDO AUDIOVISUAL |        |  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 23                | MCAP   | Programa de Formación de Públicos para el Audiovisual<br><a href="#">BasesFormacion-Publicos-2021.pdf</a><br>(fondosdecultura.cl)  |     |     | X   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 25                | MCAP   | RED CULTURA - Fortalecimiento de la planificación y la gestión cultural local<br><a href="https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/04/Rex-677-Aprueba-Bases-FPGCL-2021.pdf">https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/04/Rex-677-Aprueba-Bases-FPGCL-2021.pdf</a> |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |     |     |
| 25                | MCAP   | Becas Chile Crea<br><a href="#">Microsoft Word - 01-FAV-BCC-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 26                | MCAP   | Investigación<br><a href="#">Microsoft Word - 04-FAV-INVESTIGACION-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)  |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 27                | MCAP   | Guion original y adaptación literaria<br><a href="#">Microsoft Word - 04-FAV-GUION-22-V3.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)  |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 28                | MCAP   | Formación Grupal<br><a href="#">Microsoft Word - 03-FAV-FORMACIONGRUPALS-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)  |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |



| Nº | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----|--------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 29 | MCAP   | Producción Audiovisual Regional<br><a href="#"><u>Microsoft Word - 07-FAV-PRODUCCIONREGIONAL-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</u></a>         |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 30 | MCAP   | Producción Audiovisual de Otros Formatos<br><a href="#"><u>Microsoft Word - 06-FAV-OTROSFORMATOS-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</u></a>     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 31 | MCAP   | Producción Audiovisual de Largometrajes<br><a href="#"><u>Microsoft Word - 05-FAV-LARGOMETRAJE-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</u></a>       |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 32 | MCAP   | Producción Audiovisual de Cortometrajes<br><a href="#"><u>FAV-Cortometraje-2022.pdf (fondosdecultura.cl)</u></a>                             |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 33 | MCAP   | Distribución de Cine y Videojuegos<br><a href="#"><u>FAV-CINEVIDEOJUEGOS-2022.pdf (fondosdecultura.cl)</u></a>                               |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 34 | MCAP   | Difusión, Implementación y Exhibición Audiovisual<br><a href="#"><u>Microsoft Word - 09-FAV-DIFUSION-22-V3.docx (fondosdecultura.cl)</u></a> |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |



| Nº | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----|--------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 35 | MCAP   | Programa de Apoyo para la Participación en Instancias Competitivas e Instancias Formativas Internacionales<br><a href="https://fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/06/T1584Aprueba-bases-linea-distribucion.pdf">FNDAudioVisual-ApoyoParticipacion-2021.pdf (fondosdecultura.cl)</a> |     |     |     |     |     |     |     | X   | X   |     |     |     |
| 36 | MCAP   | Línea de distribución 2021<br><a href="https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/06/T1584Aprueba-bases-linea-distribucion.pdf">https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/06/T1584Aprueba-bases-linea-distribucion.pdf</a>   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 37 | MCAP   | Línea de fortalecimiento de empresas audiovisuales 2021<br><a href="https://fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/06/T1583Aprueba-bases-Fortalecimiento-empresa-audiovisual.pdf">T1583Aprueba-bases-Fortalecimiento-empresa-audiovisual.pdf (fondosdecultura.cl)</a>                   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 38 | MCAP   | Línea de fortalecimiento de proyectos audiovisuales 2021<br><a href="https://fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/06/T1582Aprueba-bases-linea-fortalecimiento-proyectos-AV.pdf">T1582Aprueba-bases-linea-fortalecimiento-proyectos-AV.pdf (fondosdecultura.cl)</a>                    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 39 | MCAP   | Programas de Públicos del Audiovisual<br><a href="https://fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/06/T1581Aprueba-bases-de-Programas-Publicos-del-Audiovisual-2021-2022.pdf">Rex-3044-Bases-de-Programas-Publicos-del-Audiovisual-2021-2022.pdf (fondosdecultura.cl)</a>                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |



| Nº                                  | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|-------------------------------------|--------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES |        |  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 40                                  | DIRAC  | Concurso Anual de Proyectos Culturales Dirac<br><a href="https://www.dirac.gob.cl/convocatorias/abierta-convocatoria-para-postular-proyectos-culturales-a-ejecutarse-en">https://www.dirac.gob.cl/convocatorias/abierta-convocatoria-para-postular-proyectos-culturales-a-ejecutarse-en</a>                    |     |     |     |     |     |     |     | X   | X   | X   |     |     |
| CORFO                               |        |  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 41                                  | CORFO  | Factoría Musical Impulsa 2021<br><a href="https://www.fondos.gob.cl/ficha/corfo/factoria_musical_impulsa/">https://www.fondos.gob.cl/ficha/corfo/factoria_musical_impulsa/</a>   |     |     |     |     |     |     |     | X   | X   |     |     |     |
| 42                                  | CORFO  | Factoría Audiovisual Impulsa<br><a href="https://www.corfo.cl/sites/lcpp/convocatorias/fac_audiovisual_impulsa_2020">https://www.corfo.cl/sites/lcpp/convocatorias/fac_audiovisual_impulsa_2020</a>  |     |     |     |     |     |     |     | X   | X   |     |     |     |
| 43                                  | CORFO  | Concurso Audiovisual: Línea de Apoyo Distribución y Comercialización Nacional<br><a href="https://www.corfo.cl/sites/lcpp/convocatorias/programa_distribucion_audiovisual_modalidad_de_exhibicion">https://www.corfo.cl/sites/lcpp/convocatorias/programa_distribucion_audiovisual_modalidad_de_exhibicion</a> |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |     |
| 44                                  | CORFO  | Línea de Apoyo Distribución y Comercialización Internacional<br><a href="https://www.corfo.cl/sites/lcpp/convocatorias/concurso_audiovisual_agosto_2019_distribucion_internacional">https://www.corfo.cl/sites/lcpp/convocatorias/concurso_audiovisual_agosto_2019_distribucion_internacional</a>              |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |



| Nº               | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|------------------|--------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 45               | CORFO  | Línea de Apoyo Asistencia a Eventos de Mercado Internacionales<br><a href="https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/concurso_audiovisual_agosto_2019_asistencia_a_eventos_de_mercado">https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/concurso_audiovisual_agosto_2019_asistencia_a_eventos_de_mercado</a> |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 46               | CORFO  | Línea de Apoyo Desarrollo de Proyectos Unitarios y Series<br><a href="https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/concurso_audiovisual_agosto_2019_proyectos_unitarios_series">https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/concurso_audiovisual_agosto_2019_proyectos_unitarios_series</a>                |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| FONDART NACIONAL |        |   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 47               | MCAP   | Arquitectura<br><a href="Microsoft Word - FNAC-ARQUITECTURA-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)">Microsoft Word - FNAC-ARQUITECTURA-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</a>   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 48               | MCAP   | Diseño<br><a href="Microsoft Word - 04-FNAC-DISENO-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)">Microsoft Word - 04-FNAC-DISENO-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</a>   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 49               | MCAP   | Artesanía<br><a href="Microsoft Word - 03-FNAC-ARTESANIA-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)">Microsoft Word - 03-FNAC-ARTESANIA-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</a>  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 50               | MCAP   | Artes de la Visualidad<br><a href="Microsoft Word - 02-FNAC-AAVV-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)">Microsoft Word - 02-FNAC-AAVV-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</a>   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |



| Nº | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----|--------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 51 | MCAP   | Infraestructura Cultural<br><a href="#">Microsoft Word - 06-FNAC-INFRAESTRUCTURA-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)                           |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 52 | MCAP   | Fomento a la Economía Creativa<br><a href="#">Microsoft Word - 05-FNAC-ECONOMIA-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)                            |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 53 | MCAP   | Organización de Festivales, Ferias y Encuentros<br><a href="#">FNAC-FESTIVALES-2022.pdf</a><br>(fondosdecultura.cl)                               |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 54 | MCAP   | Becas Chile Crea<br><a href="#">Microsoft Word - 08-FNAC-BCC-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 55 | MCAP   | Actividades formativas y de asistencia técnica - PAOCC<br><a href="#">Microsoft Word - ACT-FORMATIVAS-PAOCC-2021.docx</a><br>(fondosdecultura.cl) |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 56 | MCAP   | 10º Concurso de Ensayos CEDOC CNAC<br><a href="#">rex-936-ano-2021-4.pdf</a><br>(centronacionaldearte.cl)   |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 57 | MCAP   | Línea de Circulación Internacional<br><a href="#">VA-CIRC-NTER-FONDART-NAC-2021.pdf</a><br>(fondosdecultura.cl)                                   |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |



| Nº               | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|------------------|--------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| FONDART REGIONAL |        |   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 58               | MCAP   | Creación Artística<br><a href="#">Microsoft Word - 02-FREG-CREACIONARTISTICA-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)                       |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 59               | MCAP   | Actividades Formativas<br><a href="#">Microsoft Word - 01-FREG-FORMATIVAS-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)                          |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 60               | MCAP   | Infraestructura<br><a href="#">Microsoft Word - 07-FREG-INFRAESTRUCTURA-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)                            |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 61               | MCAP   | Organización de Festivales, Ferias y Carnavales<br><a href="#">Microsoft Word - 09-FREG-festivales-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl) |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 62               | MCAP   | Difusión<br><a href="#">Microsoft Word - 06-FREG-DIFUSION-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)  |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 63               | MCAP   | Culturas Migrantes<br><a href="#">Microsoft Word - 03-FREG-CULTURAMIGRANTE-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)                         |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 64               | MCAP   | Cultura Tradicional y Popular<br><a href="#">Microsoft Word - 04-FREG-CULTURA-TRADYPOPULAR-22-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)         |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |



| Nº                 | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|--------------------|--------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 65                 | MCAP   | Creación en Artesanía<br><a href="#">Microsoft Word - 10-FREG-Artesania-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</a>        |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 66                 | MCAP   | Pueblos Originarios<br><a href="#">Microsoft Word - 03-FREG-CULTURAPO-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</a>          |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 67                 | MCAP   | Culturas Regionales<br><a href="#">Microsoft Word - 08-FREG-culturasregionales-22-V1.docx (fondosdecultura.cl)</a> |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 68                 | MCAP   | Línea de Circulación Nacional<br><a href="#">VA-CIRC-NAC-FONDART-REG-2021.pdf (fondosdecultura.cl)</a>             |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| FONDO DE LA MÚSICA |        |  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 69                 | MCAP   | Convocatoria Programa de Orquestas Profesionales<br><a href="#">Orquestas-Doctas-2021.pdf (fondosdecultura.cl)</a> |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |
| 70                 | MCAP   | Concurso de Composición Musical Luis Advis<br><a href="#">Bases-Concurso.pdf (cultura.gob.cl)</a>                  |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |
| 71                 | MCAP   | Becas Chile Crea<br><a href="#">Microsoft Word - Línea Becas Chile Crea 09.08.docx (fondosdecultura.cl)</a>        |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |



| Nº | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----|--------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 72 | MCAP   | Convocatoria Iberorquestas: Galardón Joven Intérprete y Mejor Agrupación Joven<br><a href="#"><u>Convocatorias Fondo de la Música – Fondos Cultura (fondosdecultura.cl)</u></a>                                    |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 73 | MCAP   | Investigación y Registro de la Música Nacional<br><a href="#"><u>Microsoft Word - 02-FM-INVESTIGACION-22-V.docx (fondosdecultura.cl)</u></a>   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 74 | MCAP   | Coros, Orquestas y Bandas Instrumentales<br><a href="#"><u>Microsoft Word - 03-FM-COBI-22-V2.docx (fondosdecultura.cl)</u></a>   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 75 | MCAP   | Fomento a la Economía Creativa: Asociatividad y Redes<br><a href="#"><u>Microsoft Word - 08-FM-EC-22-V2.docx (fondosdecultura.cl)</u></a>  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 76 | MCAP   | Infraestructura y Equipamiento<br><a href="#"><u>Microsoft Word - 09-FM-infra-22-V2.docx (fondosdecultura.cl)</u></a>  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 77 | MCAP   | Producción de Registro Fonográfico<br><a href="#"><u>FM-REGISTRO-2022.pdf (fondosdecultura.cl)</u></a>   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 78 | MCAP   | Actividades Formativas<br><a href="https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/07/FM-FORMATIVA-S-2022.pdf"><u>https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/07/FM-FORMATIVA-S-2022.pdf</u></a> |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |



| Nº | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----|--------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 79 | MCAP   | Difusión de la Música Nacional<br><a href="#"><u>Microsoft Word - 07-FM-DIFUSION-22-V2.docx (fondosdecultura.cl)</u></a>  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 80 | MCAP   | Música en Vivo (Presencial o Virtual)<br><a href="#"><u>FM-VIVO-2022.pdf (fondosdecultura.cl)</u></a>   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 81 | MCAP   | Apoyo para actividades virtuales, presenciales o mixtas, de fomento a la industria musical<br><a href="#"><u>Microsoft Word - AMPLIFICA.docx (fondosdecultura.cl)</u></a> |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 82 | MCAP   | Convocatoria Programa Ibermúsicas<br><a href="#"><u>Convocatorias – Ibermúsicas 2020 (ibermusicas.org)</u></a>  |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |
| 83 | MCAP   | Línea para la difusión online de la música chilena<br><a href="#"><u>Bases-Difusion-Online-de-la-Musica-Chilena-2021.pdf (fondosdecultura.cl)</u></a>                     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |
| 84 | MCAP   | Línea de Apoyo al Desarrollo de la Industria Musical<br><a href="#"><u>FMusica-Apoyo-industria.pdf (fondosdecultura.cl)</u></a>   |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |
| 85 | MCAP   | Línea de apoyo a la circulación de la música chilena<br><a href="#"><u>Bases-Apoyo-a-la-Circulacion-Musica-Chilena-2021.pdf (fondosdecultura.cl)</u></a>                  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |



| Nº              | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|-----------------|--------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 86              | MCAP   | Línea Asistencia a Ferias y Mercados Internacionales<br><a href="#">Bases-Ferias-y-Mercados-2021.pdf</a><br>(fondosdecultura.cl)   |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |
| 87              | MCAP   | Convocatoria Premio Presidente de la República a la Música Nacional<br><a href="#">premiopresidente@cultura.gob.cl</a>   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |
| FONDO DEL LIBRO |        |  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 88              | MCAP   | Programa de Adquisición de Libros de autores chilenos para distribución en bibliotecas públicas<br><a href="#">Bases-2021_Programa-Adquisicion-de-Libros_Final.pdf</a><br>(fondosdecultura.cl) |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |
| 89              | MCAP   | Becas Chile Crea<br><a href="#">Microsoft Word - 01-FL-CHILECREA-V3.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 90              | MCAP   | Investigación<br><a href="#">Microsoft Word - 02-FL-investigacion-V2.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 91              | MCAP   | Creación<br><a href="#">Microsoft Word - 06-FL-CREACION-V1.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 92              | MCAP   | Economía Creativa<br><a href="#">Microsoft Word - 07-FL-ECREATIVA-V2.docx</a><br>(fondosdecultura.cl)  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |



| Nº | EMISOR   | Fuente de financiamiento sugerida  | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----|--|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 93 | MCAP   | Apoyo a festivales, encuentros y ferias<br><a href="#">Microsoft Word - 04-FL-FESTIVALES-V1.docx (fondosdecultura.cl)</a>          |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 94 | MCAP   | Fomento de la lectura y/o escritura<br><a href="#">Microsoft Word - 03-FL-LECTURA-V1.docx (fondosdecultura.cl)</a>                 |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 95 | MCAP   | Fomento a la industria<br><a href="#">Microsoft Word - 05-FL-INDUSTRIA-V2.docx (fondosdecultura.cl)</a>                            |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 96 | MCAP   | Línea de Apoyo a la Traducción<br><a href="#">FNLL-Traducion-2021-v1.pdf (fondosdecultura.cl)</a>                                  |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |     |
| 97 | MCAP   | Convocatoria Premios Literarios<br><a href="#">Premios Literarios (cultura.gob.cl)</a>   |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |
|    | Fondo de Fomento al Arte en la Educación (FAE)           |  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 98 | MCAP   | Convocatoria Fondo de Fomento al Arte en la Educación<br><a href="#">Rex-1314-Aprueba-bases-FAE-2022.pdf (fondosdecultura.cl)</a>  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
|    | Programa Apoyo a Organizaciones Culturales Colaboradoras |  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 99 | MCAP   | Línea de Apoyo a Espacios Culturales<br><a href="#">Microsoft Word - Bases-TECyADM-Conv2020-PAOCC-v2.docx (fondosdecultura.cl)</a> |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |



| Nº  | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|-----|--------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 100 | MCAP   | Fortalecimiento de la Gestión y Programación, modalidad Continuidad<br><a href="#"><u>Bases-PAOCC-CONTINUIDAD.pdf</u></a><br>( <a href="#"><u>fondosdecultura.cl</u></a> )  |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| 101 | MCAP   | Línea de Fortalecimiento de la Gestión y Programación, modalidades Agentes y Espacios Culturales - Línea de Redes Sectoriales de Espacios Culturales<br><a href="#"><u>Bases-PAOCC.pdf</u></a><br>( <a href="#"><u>fondosdecultura.cl</u></a> )                                   |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |
| 102 | MCAP   | Actividades formativas y de asistencia técnica<br><a href="#"><u>Microsoft Word - ACT-FORMATIVAS-PAOCC-2021.docx</u></a><br>( <a href="#"><u>fondosdecultura.cl</u></a> )   |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |
| 103 | MCAP   | Línea Redes Sectoriales de Espacios Culturales y Línea Fortalecimiento de la Gestión y Programación: Modalidades Agentes Culturales y Espacios Culturales<br><a href="#"><u>Microsoft Word - REDES-AE-PAOCC-2021-V1.docx</u></a><br>( <a href="#"><u>fondosdecultura.cl</u></a> ) |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |
| 104 | MCAP   | Línea Fortalecimiento de la Gestión y Programación: Modalidad Trayectoria<br><a href="#"><u>Microsoft Word - TRAYECTORIA-PAOCC-2021-V1.docx</u></a><br>( <a href="#"><u>fondosdecultura.cl</u></a> )  |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |



| Nº  | EMISOR | Fuente de financiamiento sugerida   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|---|--------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Red Cultura                                   |        |   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 105   | MCAP   | Convocatoria para organizaciones culturales focalizadas en desarrollo social local<br><a href="#">Convocatorias Red Cultura – Fondos Cultura (fondosdecultura.cl)</a>   |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 106   | MCAP   | Fortalecimiento de la planificación y la gestión cultural local<br><a href="https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/04/Rex-677-Aprueba-Bases-FPGCL-2021.pdf">https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/04/Rex-677-Aprueba-Bases-FPGCL-2021.pdf</a>          |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |     |     |
| 107   | MCAP   | Financiamiento de Iniciativas para el Fortalecimiento de Organizaciones Culturales Comunitarias<br><a href="#">Rex-1451-2021-Aprueba-Bases-FIFOC.pdf (fondosdecultura.cl)</a>   |     |     |     |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |
| Programa Infraestructura                      |        |   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 108   | MCAP   | financiamiento de infraestructura cultural pública y/o privada<br><a href="https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/02/Rex-164-2021-Aprueba-bases-PFICPP2021.pdf">https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/02/Rex-164-2021-Aprueba-bases-PFICPP2021.pdf</a> |     |     |     |     | X   |     |     |     |     |     |     |     |
| Fondo para el Mejoramiento Integral de Museos |        |   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| 109   | MCAP   | Convocatoria Fondo para el Mejoramiento Integral de Museos<br><a href="#">Convocatorias – Fondos Cultura (fondosdecultura.cl)</a>   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     | X   |



| Nº  | EMISOR         | Fuente de financiamiento sugerida   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|-----|----------------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 110 |                | Ley de donaciones culturales.<br><a href="http://donacionesculturales.gob.cl/ley-de-donaciones-culturales/comite-de-donaciones-culturales/">http://donacionesculturales.gob.cl/ley-de-donaciones-culturales/comite-de-donaciones-culturales/</a>  | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   |
| 111 | MINEDUC        | FAEP Fondo de Apoyo en la Educación Pública.<br><a href="https://educacionpublica.cl/wp-content/uploads/2021/05/REX-837-APRUEBA-ORIENTACIONES-Y-LINEAMIENTOS-FAEP-2021.pdf">https://educacionpublica.cl/wp-content/uploads/2021/05/REX-837-APRUEBA-ORIENTACIONES-Y-LINEAMIENTOS-FAEP-2021.pdf</a> |     |     |     |     |     | X   | X   | X   | X   | X   | X   |     |
| 112 | MINEDUC        | Financiamiento Ley SEP. MINEDUC.<br><a href="https://www.ayudamineduc.cl/ficha/convenio-sep-12">https://www.ayudamineduc.cl/ficha/convenio-sep-12</a>   |     |     |     |     | X   | X   | X   | X   | X   | X   | X   |     |
| 113 | GORE LOS LAGOS | FONDO NACIONAL DE DESARROLLO REGIONAL (F.N.D.R. 6%) CULTURA.<br><a href="https://www.goreloslagos.cl/fondos_concursables/fondos_concursables.html">https://www.goreloslagos.cl/fondos_concursables/fondos_concursables.html</a>   |     |     |     |     | X   | X   | X   |     |     |     |     |     |



## **Sistema de Seguimiento y Evaluación.**

El éxito de la implementación del Plan de Cultura descansa en su seguimiento y evaluación permanente; esto nos permitirá contar con un estado de avance actualizado, máxime de las líneas de acción que trascienden el año presupuestario, permitiendo realizar las correcciones o priorizaciones necesarias para su fortalecimiento.

### **Estrategia general de seguimiento y evaluación.**

- Conformar una **mesa intramunicipal** integrada por funcionarios y profesionales atingentes, encargados del área en el territorio y el Concejal Presidente de la Comisión de Educación y Cultura, que tendrá como objeto potenciar el trabajo coordinado y colaborativo entre las diversas áreas municipales cuyas funciones tengan alcance y/o pertinencia en la actividad artístico - cultural en la comuna.
- Conformar **Mesas Culturales** integradas por trabajadores/as locales del sector Cultura, a objeto de procurar una mayor representatividad sectorial, a través de procesos participativos continuos, regulares y estructurados, para la toma de decisiones respecto de la gestión municipal en la materia.
- Conformar **Mesas Territoriales**, con el objetivo de integrar modelos de participación en el que vecinos, organizaciones sociales, autoridades, instituciones y el empresariado local reflexionen, opinen, coordinen y validen acciones tendientes a dar sentido a la gestión cultural local.
- Redactar una Memoria anual dándose a conocer mediante Cuenta Pública Participativa, instancia que en conjunto con la comunidad y autoridades, permitirá proponer ajustes o modificaciones necesarias.
- Utilizar una matriz de seguimiento para evaluar, mediante indicadores, el desarrollo de cada una de las iniciativas propuestas.
- Realizar reuniones mensuales internas a cargo del equipo gestor como una instancia para dar a conocer – socializar - los avances de cada una de las actividades proyectadas.



## Indicadores de gestión

- Porcentaje de cumplimiento de plazos estipulados para el desarrollo de cada iniciativa.
- Porcentaje de financiamiento externo respecto del interno involucrado en el desarrollo de cada iniciativa.
- Número de beneficiarios directos participantes del proyecto y porcentaje de cumplimiento de lo previsto previamente.
- Número de colaboradores participantes, conformados por diversas organizaciones, instituciones, entre otros agentes.
- Porcentaje de programación / propuesta local (oferta local) involucrado en el proyecto.
- Porcentaje de distribución territorial comunal de los beneficiarios participantes de las actividades.
- Nivel de satisfacción de los beneficiarios ante cada iniciativa realizada.

## Medios de Verificación

- Encuestas de satisfacción.
- Clipping de prensa.
- Soportes varios de difusión.
- Listas de asistencia.
- Bitácora de producción.
- Documentos varios (oficios, términos de referencia, órdenes de compra, convenios, alianzas, etc.).
- Registros fotográficos y audiovisual.



A continuación se presenta un ejemplo de formato de **matriz de seguimiento**, el cual tiene como referencia el Plan de Acción Municipal.

| <b>EJE ESTRATÉGICO PMC: 1. MEDIACIÓN: INSTITUCIONALIDAD.</b>  |  |  |             |  |                  |                              |   |
|---|--|--|-------------|--|------------------|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.</b>  |  |  |             |  |                  |                              |   |
| <b>OBJETIVO GENERAL:</b> Potenciar el trabajo coordinado y colaborativo entre las diversas áreas municipales cuyas funciones tengan alcance y/o pertinencia en la actividad artístico - cultural en la comuna.  |  |  |             |  |                  |                              |   |
| <b>O.E. 1:</b> Establecer una estructura de diálogo y coordinación intramunicipal en materia cultural a contar de la gestión 2022.<br><b>O.E.2:</b> Mejorar la claridad programática de los diversos productos estratégicos del municipio asociados al sector.<br><b>O.E.3:</b> Contribuir en ampliar la cobertura, oportunidad y periodicidad de la oferta, a partir de la orientación consciente y consensuada con los actores culturales locales vinculados al municipio.<br><b>O.E.4:</b> Integrar las diversas áreas municipales pertinentes a la actividad cultural, potenciando la coordinación y colaboración entre ellas y abriendo la participación a los colectivos públicos y privados. |  |  |             |  |                  |                              |   |
| <b>Conformación y funcionamiento de Mesa intramunicipal de Cultura.</b>   |  |  |             |  |                  |                              |   |
| Meta Colectiva  | Indicador  | Acción   | Presupuesto | Productos  | Inicio - término | Responsable                  | Medios de verificación                          |
| Al 10 de diciembre de 2022, se desarrollan no menos de 4 jornadas de trabajo en el marco de la conformación de la Mesa Intramunicipal de Cultura.   | Documento informe de gestión redactado que consigna acciones, plazos y responsables.<br><br><b>SI:100%</b><br><b>NO:0%</b> | Se conforma y pone en marcha la <b>Mesa Intramunicipal de las Culturas</b> , la que tendrá como objeto hacer un seguimiento y evaluación de los objetivos validados en el PMC, además de proponer una estrategia de trabajo común y coordinada en torno a la materia cultural que aborda el municipio. | \$400.000.- | Al 10 de diciembre de 2022, se desarrollan no menos de 4 jornadas de trabajo, con una reunión mínima trimestral. | Mar-dic 2022     | DEPARTAMENTO DE LAS CULTURAS | Acta de validación integrantes mesa de trabajo. |



## GLOSARIO

1. **Actores culturales:** Representantes del mundo cultural que trabajan en la cultura y para la cultura.
2. **Alianzas estratégicas:** pacto que establecen organizaciones u otras entidades para trabajar en conjunto y así lograr que cada una pueda alcanzar sus objetivos. Se trata de una metodología de cooperación para alcanzar metas que de manera individual es menos factible.
3. **Artista:** es la persona que crea o produce obras de arte. Pueden coincidir en el mismo sujeto las capacidades del autor y artista, por supuesto. Persona que estimula, que ve para arriba y se inspira en la luna, gente que sabe de cultura, que saben encontrar el destello en su locura. De igual manera, un pintor o un escritor, reúne ambas cualidades. Lo que se entiende por artista proviene de la familia léxica de la palabra: arte (del latín *ars*, *artis*, y este calco del griego *τέχνη* (*téchne*))
4. **Beneficiario:** es aquella persona natural o jurídica a la cual se le transfiere un bien o determinadas facultades sobre un activo. Esto, con base en un documento con sustento legal.
5. **Circulación:** En uso, en vigencia, difundiéndose. Proceso de difundir y promover.
6. **Ciudadanía:** (del latín *civitas*, ciudad) refiere a todos los derechos y obligaciones por los cuales un individuo (el ciudadano) está sujeto a una relación con la sociedad de la que forma parte. La cualidad de ciudadanía otorga la pertenencia a una comunidad humana organizada.
7. **Colaboración:** es la acción y efecto de colaborar. Este verbo refiere a trabajar en conjunto con otra u otras personas para realizar una obra.
8. **Comercialización:** es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor.
9. **Comunidad:** (del latín *communītas*, -*ātis*) es un grupo de seres humanos que tienen ciertos elementos en común, tales como el idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio, por ejemplo), estatus social o roles.
10. **Consumidor:** es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad.



11. **Creación:** acción y efecto de inventar, establecer o instituir algo que anteriormente no existía ni posee antecedentes. La palabra creación deriva del latín *creatio*.
12. **Cultura:** “*abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social.*”<sup>33</sup>
13. **Demandante:** es aquella persona o empresa con interés en adquirir un bien o servicio. Ello, con el objetivo de cubrir una necesidad insatisfecha.
14. **Derechos de Propiedad Intelectual:** La propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a los autores y a otros titulares (artistas, productores, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación.
15. **Difusión:** es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín *diffusio*, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.
16. **Disciplinas artísticas:** Las artes creativas a menudo son divididas en categorías más específicas, como las artes decorativas, las artes plásticas, las artes escénicas o la literatura.
17. **Economía local:** El objetivo del desarrollo local y de su economía, es construir las capacidades institucionales y productivas de un territorio determinado a fin de mejorar su futuro económico y calidad de vida de sus habitantes.
18. **Educando:** Adjetivo/ Que está recibiendo educación.
19. **Equipo de trabajo:** grupo de personas naturales y/o jurídicas que participan en un proyecto.
20. **Holístico:** indica que un sistema y sus propiedades se analizan como un todo, de una manera global e integrada, ya que desde este punto de vista su funcionamiento sólo se puede comprender de esta manera y no sólo como la simple suma de sus partes.
21. **Identidad cultural:** se refiere precisamente a todo ese conjunto de valores, creencias y modos de comportamiento que funcionan como factor cohesionador de un grupo de personas y que les brinda a los individuos un sentido de pertenencia.
22. **Innovación:** es un proceso que introduce novedades y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos.

---

<sup>33</sup> García Canclini, Néstor, 1997, “Cultura y Comunicación: Entre lo Global y lo Local”, Pág.35.



23. **Integración social:** es el proceso durante el cual los recién llegados o las minorías se incorporan a la estructura social de la sociedad de acogida. Se entiende por integración social las acciones que posibilitan a las personas que se encuentran en la marginación a participar del nivel mínimo de bienestar social alcanzado en un determinado país.

24. **Intermediación:** es el proceso mediante el cual, un agente, el cual recibe el nombre de intermediario, se encarga de vincular, o comunicar, a dos, o más, partes interesadas en realizar una transacción o negociación.

25. **Intersectorialidad:** Tanto el diseño como la implementación de la política cultural es asumida por distintos servicios, ministerios e instituciones públicas de manera coordinada.

26. **Iteración:** Replicar, repetición o reiteración. Es el acto de repetir un proceso, para generar una secuencia de resultados (posiblemente ilimitada), con el objetivo de acercarse a un propósito o resultado deseado.

27. **Manifestación cultural:** son todas las expresiones y sentimientos que reflejan la identidad cultural, social y los valores de una comunidad, que son comunicadas y transmitidas de una generación a otra. Para comprender el concepto de manifestaciones culturales debe hacerse referencia a dos términos claves: cultura e identidad cultural.

28. **Medios:** Medio (la forma singular de medios) es el conjunto de salidas o herramientas de comunicación que se usan para almacenar y para proporcionar información o datos. Puede estar asociado con comunicación de medios, o comunicación en masa especializada en negocios, así como: media impresa y prensa, fotografía, publicidad, cine, radiodifusión (radio y televisión) y ediciones.

29. **Oferente:** aquella persona o empresa que brinda un producto o servicio, normalmente, con el objetivo de obtener ganancias.

30. **Participación ciudadana:** es la intervención de la ciudadanía en la toma de decisiones respecto al manejo de los recursos y las acciones que tienen un impacto en el desarrollo de sus comunidades. Es un legítimo derecho de los ciudadanos y para facilitarle, se requiere de un marco legal y de mecanismos democráticos que propicien las condiciones para que las personas y las organizaciones de diversos sectores de la sociedad hagan llegar su voz y sus propuestas a todos los niveles de gobierno.

31. **Producción artística:** hace referencia al esfuerzo para poder coordinar ciertos procesos que nos llevan a producir trabajos.



32. **Promoción:** Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

33. **Sostenibilidad:** se refiere a algo que está en condiciones de conservarse o reproducirse por sus propias características, sin necesidad de intervención o apoyo externo. El término puede aplicarse sobre diversas cuestiones: métodos productivos, procesos económicos, culturales, entre otros.

34. **Sustentabilidad:** es un término ligado a la acción del ser humano en relación con su entorno. Está ligada al equilibrio de cualquier especie en particular con los recursos que se encuentran en su entorno. En 1987, se realizó el Informe Brundtland, dentro de la acción de Naciones Unidas, y que la definió como la capacidad de satisfacer necesidades de la generación humana actual sin que esto suponga la anulación de que las generaciones futuras también puedan satisfacer las necesidades propias.

35. **Territorio Cultural:** Para la Cartografía, la mirada debe reconocer el espacio donde la actividad cultural se desarrolla, ya que éste impregna todo quehacer cultural con ciertos matices propios, derivados de su geografía, de su historia, de las características sociales y económicas, y en particular de los imaginarios sociales compartidos.

36. **Usuario:** aquel individuo que utiliza de manera habitual un producto, o servicio.

37. **Valor agregado:** es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor comercial dentro de la percepción del consumidor.



## Referencias

- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (2018), Marco Jurídico de las Municipalidades.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2004), Estudio de caracterización: Los trabajadores del sector cultural en Chile.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes CNCA (2009), Guía metodológica para el desarrollo de Planes Municipales de Cultura.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes CNCA (2014), Herramientas para la gestión cultural local – Formación de audiencias.
- Corporación Cultural Municipal De Puerto Montt: Plan de Gestión Casa del Arte Diego Rivera 2018 - 2022.
- DDU-SECPLAN, Municipalidad de Puerto Montt (2018), Estudio del patrimonio cultural inmueble. Puerto Montt, Chile.
- Dillehay, T. (2004), Monte Verde. Un asentamiento humano en el pleistoceno tardío en el sur de Chile. Santiago: Editorial LOM.
- García Canclini, Néstor (2004), Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad, Gedisa, Barcelona.
- García Canclini, Néstor (1997), “Cultura y Comunicación: Entre lo Global y lo Local”, Pág.38.
- Gobierno Regional de Los Lagos (2009), Estrategia Regional de Los Lagos. Los Lagos, Chile: GORE.
- Google earth (2015), Puerto Montt. Puerto Montt, Chile.
- Guerra, Roberto (2016), Gestión y autogestión de la cultura.
- Instituto Nacional de Estadística (2017), Censo. Chile.
- Luhmann, Niklas, (1996): Introducción a la teoría de sistemas; Universidad Iberoamericana.
- MCAP: Política Nacional de Cultura 2017-2022.



- [MCAP: Programa Red Cultura. <https://www.cultura.gob.cl/redcultura/>](https://www.cultura.gob.cl/redcultura/)
- Metodología FLACSO de planificación-gestión (planificación participativa y gestión asociada); versión 1993.
- Ministerio de Desarrollo Social y Familia – MIDESO Chile (2017), Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional.
- Ministerio de Obras Públicas – MOP (2000), inventario del patrimonio cultural inmueble. Vol. X. Región de Los Lagos, Chile: Ministerio de Obras Públicas.
- Ministerio de Vivienda y Urbanismo (1996), “Estudio de Estándares de Equipamiento” AC Consultores.
- Ministerio Secretaría General de Gobierno – MSGP (2011), Ley sobre asociaciones y participación
- Municipalidad de Puerto Montt (2009), Memoria explicativa PRC-PMO 2009. Puerto Montt, Chile.
- Municipalidad de Puerto Montt (2018), Estudio del patrimonio cultural inmueble. Puerto Montt, Chile.
- Municipalidad de Puerto Montt. (2015), Catastro de equipamiento comunal. Puerto Montt, Chile.
- Norbert Wiener (1948), Cibernetica o el control y comunicación en animales y máquinas.
- PADEM (2020), Municipalidad de Puerto Montt.
- PLADEC (2017), Plan Comunal de desarrollo de Puerto Montt, Chile: Municipalidad de Puerto Montt.
- Portal único de Fondos Concursables Chile: <https://fondos.gob.cl/>
- Proyecto TRAMA (2014), Escenario del Trabajador Cultural en Chile.
- Soto del Ángel, Juan (Méjico 2018), La autorreproducción del sistema de la ciencia, una reflexión a partir de Niklas Luhmann.



- Tampe Maldonado , Eduardo SJ (1983), Desde Melipulli hasta Puerto Montt.
- UNESCO (1972), Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural; <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- Universidad de Chile (2010), Análisis del Programa de Centros Culturales del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: Infraestructura y Audiencias
- Urbina, M. X. (2009), La frontera de arriba en el Chile colonial: interacción hispanoindígena en el territorio entre Valdivia y Chiloé e imaginario de sus bordes geográficos, 1600-1800. Santiago: Centro de Investigaciones Diego Barros Arana.
- Urbina Burgos, Rodolfo (1983). La periferia meridional Indiana.