

# PGCC

## **Plan de Gestión para Centros Culturales** **Casa de la Cultura de Illapel** *Región de Coquimbo*



## CONTENIDOS

00A1.- Antecedentes Históricos de la Comuna de Illapel .....	4
B- ANÁLISIS FODA, Síntesis Mesa de trabajo y Seminario de Administración y Gestión .....	7
B.1 Análisis mesas de trabajo y seminario de gestión, metodología de acción participativa .....	7
Desarrollo de contenidos y metodología de recolección de información. ....	7
Metodología .....	10
C1. Nivel regional antecedentes generales .....	19
C2. Nivel regional infraestructura cultural. ....	20
D-PROPUESTA ESTRATÉGICA. Plan de Gestión Cultural.....	21
D2- Modelo del Plan de Gestión .....	24
D2. Infraestructura, análisis del medio Casa de la Cultura de Illapel.....	25
D3. Desarrollo del Plan Estratégico .....	27
D3.1 Misión y Visión.....	27
D3.2 Ejes de desarrollo.....	30
D3.3 Orientación Programática .....	33
D3.4 Modelo de figura legal e institucionalidad jurídica elección unidad administrativa. ....	34
D3.5 Estrategias de desarrollo .....	36
D3.6 Lineamientos estratégicos, estrategias de desarrollo.....	37
D3.7 Clasificación de Productos Casa de la Cultura de Illapel .....	44
D3.8 Espacios y productos. ....	49
D4 Marketing Mix .....	52
D4.1 Enfoque de marketing: orientación al producto. ....	52
D4.2 Estrategia de mercado .....	52
D4.3 Acciones Para la estrategia de desarrollo de productos. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D4.4 Comunicación de Marketing.....	54
D4.5 Piezas Gráficas .....	55
D5 Estructura Organizacional, descripción de Funciones .....	56

En este documento daremos a conocer la propuesta del plan de gestión para la Casa de la Cultura de la ciudad de Illapel. Este instrumento consiste en la elaboración de una guía de trabajo y control, para los procesos de desarrollo de actividades y planificación de propuestas culturales, en diferentes materias relacionadas con la infraestructura del centro y los lineamientos de las políticas culturales tanto nacionales, como locales.

El plan estratégico presentado en este documento, es un instrumento o guía de trabajo, que nace desde la participación y el desarrollo de conceptos y aportes de la comunidad, los y las cuales asistieron a Mesas de Trabajo y en el ejercicio de un Seminario de Gestión y Administración Cultural que permitió rescatar; las necesidades, ideas y desafíos de la comunidad en materia de Programación, Creación de Audiencias y Gestión Cultural.

La comuna de Illapel, debe su nombre a la lengua mapuzugun “Millapel” que significa ‘Garganta de Oro’, Es una ciudad de Chile, comuna ubicada en la Región de Coquimbo, es capital de la Provincia de Choapa y se emplaza en la rivera norte y valle del río Illapel, el principal tributario del río Choapa. Su territorio comunal limita al norte con las comunas de Monte Patria y Combarbalá, al sur con las comunas de Los Vilos y Salamanca, al este con la Argentina y al oeste con la comuna de Canela. Antiguamente conocida como la Ciudad de los Naranjos (hasta que estos árboles fueron eliminados), se ubica en la zona más angosta del territorio continental chileno, el cual alcanza los 90 km de ancho. Integra el Distrito Electoral N° 9 y pertenece a la 4ª Circunscripción Senatorial.

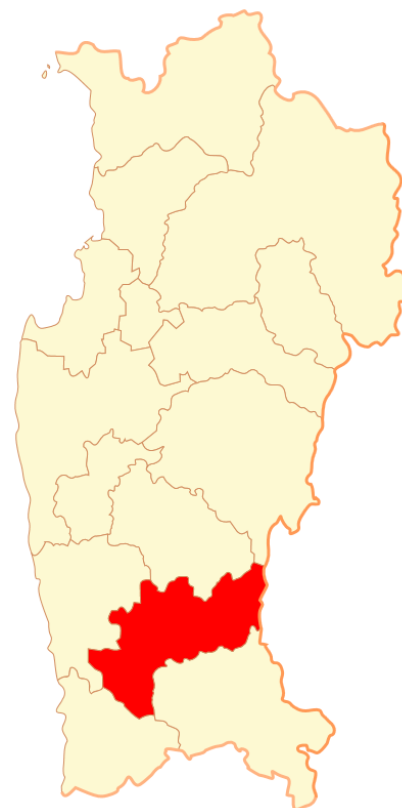
Illapel, más allá del área urbana, está compuesto por 41 localidades que podrían agruparse en tres grandes áreas: las cercanas al Río Choapa, las cercanas al secano o sector minero, y las cercanas al río Illapel.

Al oeste de la Comuna, principalmente por el lecho del río Choapa o sus alrededores, están ubicados: Socavón, Lanco, Limahuida, La Posada, Peralillo, Cumbre de Los Andes, Canelillo Alto, Canelillo Bajo, Cañas del Choapa, Choapa, Pintacura Sur, Pintacura Norte, Coyuntagua, Doña Juana, Ilta, Quebrada el Peral, Cuz Cuz, Tunga Norte, y Tunga Sur.

Al noreste, en el Secano, están: La Aguada, Quillaicillo, Aucó, Cocoú, La Yesera, Farellón Sánchez, Matancilla, Rincón del Romero y Ravanales, también están Quilmenco y la Quebrada de Lo Gallardo.

Hacia el este, y por el río Illapel, están: Asiento Viejo, Las Cocineras, La Colonia, Cárcamo, La Quebrada de Cárcamo, Huintil, La Capilla, Carén, Santa Virginia y Césped.

Illapel se encuentra a 54 km al noreste de Los Vilos y a 281 km de Santiago de Chile. En carretera desde Santiago, se accede por la Autopista del Aconcagua, en sentido norte, hasta el Enlace, también se puede ingresar a la ciudad de Illapel por el enlace puerto oscuro en la 5N, pasando por las localidades de Canela alta y baja, llegando a los pozos y luego siguiendo hacia al sur, hasta pasar por la reserva



Esta zona, según información histórica e investigación territorial, tiene ocupación humana desde la última glaciación. Luego de esto, hace 10000 años, sucesivos grupos humanos han recorrido estos parajes. Tras la invasión Inca a Chile, por la zona Cordillerana de Illapel, se reconoce el pasó del “Camino del Inca” en Chile central. Este mismo camino fue seguido por Diego de Almagro (1536) y por Pedro de Valdivia (1540) para acceder al Valle de Aconcagua y al Valle del Río Mapocho. El 20 de septiembre de 1752 la Junta de Poblaciones del Reino de Chile acordaba estudiar la posibilidad de fundar varias localidades en la zona norte, entre ellas Illapel. Para dar cumplimiento a éste acuerdo, don Bartolomé del Villar, corregidor en ese tiempo de la Villa de San Martín de la Concha, actual Quillota, a cuya jurisdicción pertenecía la ciudad de Illapel, convocó a una reunión de los vecinos principales de la zona del Choapa, con el objetivo de que determinaran el lugar más apropiado para a asentarse la nueva villa.

Esta reunión se efectuó el 24 de marzo de 1754, y luego de mencionar varios lugares que se estimaban adecuados como por ejemplo: las vegas del Marqués de la Pica, al sur de la hacienda, los terrenos de Pintacura, y la parte central del valle de Cuz-Cuz, se acuerda y opta por este último, es decir, donde actualmente y siempre ha estado ubicada la ciudad de Illapel. Los acuerdos tomados en la reunión fueron transmitidos poco después por el corregidor del Villar al Presidente Gobernador del Reino Don Domingo Ortiz de Rosas, quien, por edicto de fecha 6 de junio de 1754 aprobaba la fundación de la villa, publicándose dicho decreto y con todas las formalidades de la época, el 10 de noviembre de ese mismo año.

Al año siguiente, el 8 de febrero, en una reunión de vecinos, éstos acordaron dar a la villa el nombre de San Rafael de Rozas en homenaje a la hija del presidente, Doña Rafaela, y se acordaba, al mismo tiempo, levantar una iglesia bajo la advocación del Arcángel San Rafael. La utilidad de esta fundación, cayó pronto en total abandono, por la hostilidad con la que recibieron Don Valeriano Gaspar de Ahumada y el Márquez de la Pica, dueño del paraje de Illapel, por cuanto el primero veía en ellos, la desmembración de su hacienda y el segundo, el menoscabo del feudo y autoridad sobre los habitantes. A consecuencia de esta situación decayó el entusiasmo de los vecinos por levantar sus casas, a excepción de unos pocos que persistían en hacerse propietarios, hasta que al enterarse Don Ambrosio O'Higgins en el terreno mismo, ordenó su inmediata repoblación de la villa San Rafael de Rozas bajo decreto publicado el día 12 de noviembre de 1788.



Por Real Cédula del 15 de septiembre de 1787, se aprobó todo lo obrado por O'Higgins en este asunto. Se le otorgó el título de Villa con el nombre de San Rafael de Rozas, y se les dispensó el uso de un escudo de armas, con las siguientes características: Un cerro cubierto de oro y campo de oro con alas de plata y a su espalda un río, dentro de él un pez plateado. Por orla cinco hoces rozantes en campo rojo, con este lema: "*Viscera mea aurea*" (Mis entrañas son de oro). El cerro y río aluden a la situación de las villas entre la falda y la ribera del río, el color del campo y vena de oro del cerro indican ser asiento principal de sus ricos minerales de este metal y las alas y pez, en conmemoración de su ángel tutelar y las honces y campos de la orla son el blasón de Presidente Domingo Ortiz de Rozas.

Las primeras autoridades de la ciudad y miembros más importantes del cabildo fueron: José Manuel de Gorostizaga, Martín Larraín, Cirilo Ureta, Francisco de Otaola, Bruno de Perea, Andrés Cabanillas, Casimiro Martínez, José del Solar, José Véliz, Manuel Silva, Manuel Rueda, Santiago O'ryan, José Joaquín Sierra, Agustín Lira, José María Santibañez, Ramón de Undurraga, Manuel Díaz y Benito Charlín. Durante el movimiento revolucionario iniciado en La Serena el año 1852, las tropas que acompañaban a don Benjamín Vicuña Mackenna entran triunfalmente a Illapel. Al llegar, sostienen un sangriento combate en la Aguada, inmediaciones de Cuz-Cuz, con las tropas gobiernistas de esa época. La superioridad de las fuerzas del sur, pudo más que el idealismo y la falta de preparación, tácticas y recursos de los revolucionarios que fueron totalmente derrotados en esa sangrienta jornada. La avenida de Los Naranjos (hoy llamada Ignacio Silva) era conocida hasta el año 1861, como la Nueva Cañada y estaba totalmente plantada de álamos, como homenaje al triunfador del Perú se le dio el nombre de Paseo Bulnes.

En años posteriores los álamos fueron cambiados por naranjos por el gobernador don José Agustín Valdivieso. La calle Independencia se llamó calle del Rey, la calle Constitución se llamó Ahumada, las demás calles no tenían nombre a excepción de la calle del *Bochinche*, actual Carrera y a mediados de 1850 se fundó la primera escuela pública.

Illapel, es una ciudad muy activa, en la que destacan las tradiciones y su marcado entorno arqueológico. En muchos sectores; como los son Cuz Cuz, Céspedes, Cárcamo o Limahuida, por mencionar algunos, se pueden observar gran variedad de petroglifos los cuales son adjudicados a diaguitas y molles, familias habitantes originarias del sector, además de las edificaciones coloniales.

Al visitar la ciudad se puede reconocer la Plaza de Armas, frente a la cual se ubica la Municipalidad, también destaca la Casa Villarroel, las Casas del Mirador, las Casas de La Puntilla y la Iglesia Catedral de San Rafael Arcángel, los cerros que rodea la ciudad en la parte más angosta de Chile, sitio ideal para la astronomía. Con una gastronomía abundante en donde se puede degustar de los camarones de río y queso de cabra entre otros sabores característicos de la zona.



### B.1 Análisis mesas de trabajo y seminario de gestión, metodología de acción participativa

Dentro de las actividades de carácter participativo, que se realizaron, donde participaron diferentes actores relevantes del circuito cultural de la comuna, fueron las Mesas de Trabajo y Seminario de Administración y Gestión Cultural, estas actividades nos otorgaron insumos para el diseño del Plan de Gestión que estamos abordando en este informe.

#### **Mesas de trabajo**

Para el caso de las mesas de trabajo, desarrolladas en la comuna de Illapel. Se ejecuta en una de las etapas, basada en la acción participante y valor constructivo. La metodología empleada fue basada en la generación de debate y conversación tomando como referencia la situación actual de la Casa de la Cultura, en los temas de Programación, Formación de Audiencias y Gestión. Este último se estableció en una mesa con día y hora distinta a los temas de programación y formación de audiencias.

#### **Desarrollo de contenidos y metodología de recolección de información.**

Mencionado anteriormente, la metodología a emplear fue la acción de generación de conversación, debate y aplicación de conocimientos otorgados en la mesa.

Los participantes de cada mesa de trabajo aportaron en la recopilación de información, necesidades y propuestas, para la elaboración del plan de gestión participativa para la referida Casa de la Cultura. Este trabajo se realizó validando tanto la información que se obtenga de las gestiones, programaciones y convocatorias realizadas por la Casa de la Cultura, como la percepción que los actores relevantes –participantes de estas mesas- tengan en relación a dicha información.

## C- METODOLOGÍA

### Metodología:

El proceso participativo es dinámico y genera contextos grupales, una construcción colectiva de sentidos, conocimientos, ideas fuerzas que sean activadores de caminos de solución de problemas y de concreción de ideas favorecedoras de los ámbitos temáticos que han sido abordados. Todo el esfuerzo estuvo orientado a la búsqueda de la conformación y/o fortalecimiento de una o varias redes de cultura y arte, que faciliten la labor de la gestión cultural de los centros y ayuden en la toma de decisiones (en el contexto de este proceso), de las instituciones/organizaciones y sus redes.

- a. **Mesa Programación artística:** Se creó este espacio de conversación para opinar sobre el sentido y los factores que hacen necesario y posible contar con una programación artística cultural adecuada, pertinente y atractiva en los centros culturales de la comuna. Se dio una introducción breve a la temática y a la metodología, para luego iniciar con trabajo de conexión con los sentidos y enfoques propios respecto de lo que sería una “buena programación”. Compartir la reflexión. Se contó con un cuadro resumen estadístico entregado por la administración del espacio, este contempló el número de artistas y elencos de la comuna que han sido programados.

A partir de ese insumo se hizo un trabajo colectivo en una planilla con el número de artistas y elencos programados que provienen dentro y fuera de la comuna y el número de actividades de formación y transferencia que han sido programadas. Finalmente se muestra la proporción de días con actividades y sin actividades; y la proporción de presentación entre las distintas disciplinas artísticas. Planilla llenar en papelógrafo.

- b. **Formación de audiencias:** Se inicia la segunda mesa con una actividad de imaginaria, que permite a cada uno conectar con las propias motivaciones para participar en el mundo del arte y cultura, luego se realiza una plenaria con todos los grupos. Luego trabajó en grupo enunciando mirando el número de actividades de formación y transferencia que han sido programadas y número de visitantes (público y participantes) en los centros los últimos 6 meses.

Desde ahí se desarrollan propuestas innovadoras, para priorizar la formación de nuevos públicos desde la perspectiva de la convocatoria, desde los procesos formativos. Producto final, entre todos definen y priorizaron 3 iniciativas.



- c. Gestión cultural:** La gestión y producción de eventos culturales, constituye un eslabón fundamental tanto en la circulación de la creación artística, como en la conservación y difusión de las manifestaciones culturales competente, pertinente y adecuada de un equipamiento y procedimientos de difusión de propuestas artísticas y expresiones culturales, logística, operativa y de gestión.
- Presentación de power y posterior trabajo en grupos que se trabajará los tres ámbitos de la gestión de los Centros: Modelo de gestión, gestión y administración de recursos y gestión de redes y comunicaciones.

## Conclusiones

La mesa de trabajo de la comuna de Illapel obtuvo como resultado un encuentro de participación con enriquecimiento mutuo, dado que la metodología fue crear un espacio de conversación constante, en el cual se direccionaron vivencias y experiencias de los temas tratados, se tomaron grandes ideas para la formación de un Plan de Gestión Cultural, por medio de la recopilación de pilares fundamentales como: la participación, integración de artistas, democracia cultural ligada a la expresión artística en las calles y gestión de procesos presupuestarios para mejorar las condiciones económicas de las propuestas y sustentabilidad financiera.

Es relevante mencionar que existe un acuerdo unánime de que la Casa de la Cultura es el principal espacio cultural y núcleo donde se generar las políticas o corrientes culturales para la comunidad. De esto se desprende que existe un escenario favorable para la ejecución de un plan de gestión a partir de su espacio central como es la Casa de la Cultura de Illapel.

En relación a los resultados de la mesa las conclusiones más profundas son.

- Existe la necesidad compartida de contar con un Plan de Gestión como carta de navegación para la programación artística cultural de la comuna y generar mecanismos presupuestarios eficientes.
- Llevar la cultura a la calle y generar actividades que provoquen curiosidad en la audiencia pública.
- Descentralizar la cultura y generar procesos de planificación para desarrollar eventos y tendencias artísticas fuera del radio urbano.
- Generar actividades donde la gente no sea sólo espectador si no que, un artista más, el arte es parte esencial de las personas solo falta encender y/o activar la curiosidad por explorar, sentir y vibrar con instrumentos, colores, sonidos, formas y movimientos.
- Existe un acuerdo unánime de la mesa por trabajar en un nuevo proceso que reviva la cultura y el espíritu de la Casa de la Cultura para abrir este espacio a la comunidad. Hacer del centro un núcleo de proceso de gestión, donde su gran sala de espacio cultural y expresión artística sea la calle y su espacio público conformado por su plaza.

Finalmente se concluye que existe un liderazgo de gestión cultural reconocido por parte del Encargado Cultural Municipal, así mismo los miembros del departamento de cultura se muestran empoderados en la consecución de actividades culturales o muestran una gran experiencia con la vinculación artística de sus bases.

## **Seminario**

El Seminario de Gestión y Administración Cultural tiene como objetivo de acuerdo a las bases de licitación, organizar y coordinar la participación de diversos actores culturales de la comuna de Illapel, para realizar ponencias con relatores de renombre a nivel nacional, en materias de Administración y Gestión de Espacios Culturales (Mariela Llancaqueo) Programación Artística (Patricia Mix) y Formación de Audiencias (Carolina Millas).

## **Metodología**

La metodología propuesta se basa en dos etapas, la primera consiste en un seminario, la cual consiste en una exposición basada en información sobre los temas de Formación de Audiencia, Programación Artística y Gestión y Administración Cultural, así mismo las exposiciones se verán acompañadas de experiencias prácticas y relatos vivenciales por parte de las relatoras, las cuales tienen una gran trayectoria y practica en estos temas.

La difusión de las experiencias y proceso vigentes en las cuales se ha estado desarrollando en diferentes regiones, tienen como objetivo asimilar fácilmente los conceptos propuesto y mostrar a la audiencia que, los proceso de los temas tratados no son etapas de trabajo difícil de llevar o resolver, más bien resultar ser un desafío lúdico, creacional y participativo.

La segunda fase metodológica consiste en el desarrollo de talleres, estos en un proceso participativo y de debate que consiste en conocer la creatividad de la audiencia de lo escuchado y aprendido durante las ponencias del seminario. Este debate tiene como finalidad, generar vínculos entre los pares sociales y establecer puntos críticos, propuestas, ideas y soluciones preliminares para establecer los pilares del Plan de Gestión Cultural.

El desarrollo de la actividad de taller tiene como objetivo desarrollar instrumentos de aplicación como son: El diagnóstico de la gestión Administrativa, caracterización de los servicios culturales, los hitos de programación y actividades de gestión de públicos.

## Conclusiones

En relación a la ponencia del Encargado Cultural de la Casa de la Cultura de Illapel, cuyo tema central fue exponer su cuenta de gestión y administración del centro, en ella se puede apreciar un centro activo y con una programación estandarizada basada en fechas emblemáticas anuales donde se expresa el arte del sector local. Así mismo se muestra un lenguaje muy relacionado con las temáticas expuestas en el seminario, es decir la Casa de la Cultura genera área de: formación, extensión, formación de audiencia y puesta en valor del patrimonio local. Sin embargo los instrumentos desarrollados por la audiencia del seminario mostraron desconocimiento parcial o total sobre la gestión que realiza el centro de cultura.

Esta gran diferencia entre lo expuesto por la administración del centro y lo manifestado por los participantes del seminario, muestra un desconocimiento del quehacer de la Casa de la Cultural y la ciudadanía. Lo anterior no es un problema o que los procesos administrativos se estén haciendo de manera insuficiente, esta debilidad corresponde a una consecuencia común y muy clara de la carencia e inexistencia de un plan de gestión.

Sin embargo esta necesidad despierta el interés de la comunidad por reconstituir una Casa de la Cultural abierto a la comunidad e instaurar nuevos procesos de información, programación y crear nueva audiencia para participar de las actividades del centro.

Las Mesas de Trabajo y el Seminario han generado propuestas claves para el fortalecimiento de lo actualmente establecido por la Casa de la Cultura manifestando nuevos desafíos para el reconocimiento de este centro como núcleo cultural de las expresiones artísticas ciudadanas.

### Análisis F.O.D.A

En este componente realizaremos un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que pudieren existir en relación particularmente con la proyección de la Casa de la Cultura de Illapel.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Infraestructura cultural, adecuada para las expresiones artísticas que fortalece el desarrollo cultural local y regional.</p> <p>Espacio cultural multidisciplinario, donde se destacan el desarrollo de las artes tales como teatro, danza, artes visuales.</p> <p>Integración al circuito artístico nacional.</p> <p>Desarrollo de actividades que abre la posibilidad de capacitación de diferentes áreas artísticas.</p> <p>Equipo de trabajo afiatado y comprometido con la cultura.</p> <p>Apoyo permanente de parte del CNCA.</p>	<p>Posibilidad de descentralizar la actividad cultural de calidad a localidades apartadas.</p> <p>Posibilidad de postular a diferentes fuentes de financiamiento tanto público como privado.</p> <p>Espacio implementado, para capacitar y mejorar la calidad de los artistas y gestores de la comuna.</p> <p>Posibilitar de concretar alianzas y convenios con la empresa minera, protagonista del sector económico de la localidad.</p> <p>Variables económicas culturales ligada a la minera como fuente estratégica de recurso y aumento de población en el lugar</p>

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Carencia de recursos, que implica una deficiente difusión de temas culturales.</p> <p>Inexistencia de Información en la página web de las actividades del centro cultural y la descripción de este centro como importante hito cultural en la zona</p> <p>Falta de estrategia para el trabajo con la creación de audiencias. No existe autonomía administrativa</p> <p>Tiempos de traslados desde las actividades del Centro Cultural a los lugares rurales.</p> <p>Sectores aislados con variación de clima, muchas veces no aptos para desarrollar actividades de extensión del Centro Cultural al aire libre.</p>	<p>Dificultad de priorizar recursos públicos regionales para fines culturales.</p> <p>Insuficiente aporte de la empresa privada.</p> <p>Existe un factor político que incide en el acercamiento de los artistas a las políticas culturales comunales.</p> <p>Resistencia al cambio y resistencia a desarrollar actividades pilotos que tienen relación con sistema de gestión financiera, desarrollo turístico histórico y patrimonial como línea cultural.</p>

## **Conclusión F.O.D.A.**

Los factores considerados en la tabla FODA, sin duda son útiles para considerar en términos generales las potencialidades de la Casa de la Cultura de Illapel.

Las fortalezas y las oportunidades se presentan como parte concreta, ya en marcha, con necesidades o demandas de la comunidad en general y de las comunidades culturales en particular, lleva a apreciar la Casa de la Cultura como el espacio de oportunidad de desarrollo cultural principal para la comunidad local.

Las debilidades y amenazas se muestran como reticencias, ignorancia o predominio de otros intereses o factores que influyen negativamente en su actual y futura gestión.

Por lo anterior expuesto, resulta indiscutible que un desafío fundamental respecto de la Casa de la Cultura de Illapel, consiste en definir una adecuada inversión de recursos que garanticen establecer las asientos administrativos y de gestión cultural para la sostenibilidad del espacio en el tiempo acorde a sus fines propiamente tales.

La resistencia de la actividad cultural relacionada con una gestión financiera de cobro o simplemente desarrollar un modelo de gestión basado en una corporación, establece un clima de poco cambio o transformación de ideas, sin embargo esta acción de continuidad que desea realizar la administración del centro y de hacer de la cultura un bien de servicio público es muy positiva, siempre y cuando esté concebida dentro de los lineamientos de desarrollo del alcalde y su Concejo Comunal y hacer de la cultura un eje fundamental en la educación y el desarrollo social de la ciudadanía y transformarla en un componente político de fuerza para generar una nueva relación del alcalde y la comunidad.

Para dar respuesta a lo anterior se requiere un presupuesto alto en inversión de actividades culturales, relacionándolas con el mensaje político del Alcalde, la participación ciudadana y aumentando los grados de satisfacción y posicionamiento de la comunidad en los espacios públicos, por lo cual la gestión financiera ya no debe ser evaluada desde la rentabilidad económica, sino que desde la rentabilidad social y política, las cuales son medibles de acuerdo al número de personas que accede a programas sociales culturales y cantidad de audiencia que la Casa de la Cultura puede crear.

La comuna de Illapel posee un mercado de variada fortaleza local, más que su infraestructura o edificaciones de cultura, el mercado de este medio se caracteriza por las potencialidades sociales y geográficas. La cantidad de artistas personas con talentos culturales lo hacen ser un atractivo mercado para potencial la cultura desde su base social que son las personas.

Su geográfica es muy importante, dado que Illapel posee un importante legado geográfico de culturas rupestres, esto es considerado como una gran fuente de información para generar cultura turística desde sus propios habitantes y conformar procesos históricos de aprendizaje local.

El mercado Cultural de Illapel está conformado de diferentes variables, las cuales daremos a conocer a continuación.

#### Infraestructura en la comuna cultural:

La comuna de Illapel posee 4 espacios cultura los cuales son: la Casa de la Cultural, la biblioteca y dos gimnasios como centro de expresión para grandes audiencias de personas donde incluye el deporte y la cultura.

		Horario	Temática	Infraestructura
Biblioteca	Pública	08:30-17:30	Préstamos de libros, alfabetizaciones digitales, recursos audiovisuales, caja viajera, biblio-plaza, club literario, clínicas artísticas.	Sala - Multiuso
Casa de la Cultural	Casa de la Cultura	08:30-17:30	Talleres de formación artística, exposiciones, presentaciones, teatro, extensión artística, itinerancias, club de lectores, espectáculos musicales.	Salón auditorio, sala de exposiciones, biblioteca, sala de biblioredes, sala de ensayos
Gimnasios	Liceo Ortiz de Rosas	-----	Teatro, danza, clases de ed. Física, exposiciones	Gimnasio Techado
	Municipal	-----	Eventos deportivos y eventos culturales de alto impacto.	Gimnasio Techado

Los espacios como gimnasios no son contados como un elemento de infraestructura cultural pero dentro de las ciudades con menos de 60 mil habitantes pueden ser concebidos como elementos para albergar audiencia para muestras artísticas de gran convocatoria. Dada las condiciones de infraestructura de la comuna es necesario graficar esta oferta desde el punto de vista de concentración de audiencia. Además de la Plaza de Armas junto con la pérgola son los puntos neurálgicos para las expresiones sociales y culturales.

## Áreas de desarrollo cultural

- Formación: Educación artística a través de talleres de: teatro, danza, guitarra, música, pintura, muralismo, folklore y alfabetización digital, todos enfocados a los diferentes sectores socioeconómicos y etarios de la comuna de Illapel.
- Extensión: Realización y programación de actividades artísticas y culturales durante todo el año.
- Formación de audiencias: Ciclo de actividades artísticas de integración de la ciudadanía.
- Fomento a la lectura: Desarrollo de hábito lector a través de la Biblioteca Municipal y ludoteca.

El Plan de acción de la Casa de la Cultura ha permitido a la fecha fomentar y facilitar el desarrollo del Arte y la Cultura en la Comuna, con la implementación de talleres de formación artística, formando audiencias, integrando a la comunidad con las expresiones artísticas, otorgando espacios e infraestructura para realizaciones de actividades artístico-culturales y generando nexos con los distintos agentes de la comunidad relacionados con esta las Áreas.

Dentro de los actores culturales de la Casa de la Cultura, logro establecer durante el año 2012 vínculos de trabajo con múltiples organismo públicos y privados, destacándose la red comunal del municipio que permite mantener de manera directa contacto con todos las juntas de vecino de la comuna, asimismo a través del trabajo hecho por el DAEM permite a la Casa de la Cultura, un trabajo conjunto tanto con las escuela municipales como particulares subvencionadas y así con otras entidades.

Lamentablemente no se ha podido realizar una red de artistas locales que nos permitan hacer un trabajo conjunto, por lo tanto los contactos y apoyo a los artista es reducido.



### Entidades de alianza cultural:

- Consejo de la Cultura y las Artes, Región de Coquimbo.
- Red de Encargados de Cultura Región de Coquimbo.
- Agrupación de Pintores de Illapel, A.P.I.
- Agrupación de Artesanos de Illapel, Oro y Sol.
- Agrupación Folclórica Voces del Tiempo.
- Comité Violeta Parra, Mundo Nuevo Sur.
- Centro de Extensión de la Cultura y las Artes, CECA Municipalidad de Ovalle.
- Departamento de Cultura y las Artes de la Municipalidad de Tulúa, Colombia.
- Fundación Futuro.
- Jardines Infantiles municipales y particulares subvencionados.
- Gobierno Regional de Coquimbo.
- Escuelas y colegios tanto municipales como particulares subvencionados.
- Red Chinchilla.
- Cineteca Nacional
- Fundación Minera Los Pelambres.
- Fundación Mary & Gabriel Mustakis.

### Programación cultural:

La Casa de la Cultura cuenta con una programación anual que se ejecuta a partir de las efemérides culturales del país, la calendarización de los talleres de formación y las necesidades del Municipio.

La Casa de la Cultura a través de su programación anual del año 2012 y 2013 logro convocar a una gran cantidad de asistentes, las que detallamos en las siguientes dimensiones:

- |                       |                   |                               |                                       |
|-----------------------|-------------------|-------------------------------|---------------------------------------|
| - Eventos artísticos. | - Día del Libro   | - Taller Danza Juvenil.       | - Taller de Música: Banda emergentes. |
| - Exposiciones        | - Día de la Mujer | - Taller Danza Adulto Mayor.  | - Taller de Arte Experimental         |
| - Itinerancia         | Día de la Madre   | - Taller Teatro Infantil.     | Orfebrería y Marionetas               |
| - Jueves en vivo      | - Día del Padre   | - Taller de Teatro Juvenil.   | - Taller de Telar                     |
| - ChoapaCine          | Día del Niño      | - Taller de Dibujo y Técnica. | - Taller de Tango                     |
|                       | - Show            | - Taller de Música.           | - Taller de Zumba                     |
|                       | - Pasando Agosto  | - Guitarra principiante.      | - Taller de cueca                     |
|                       |                   | - Guitarra Avanzado.          | - Taller de salsa y bachata           |

## Participación cultural:

Dentro de los aspectos importantes de la participación ciudadana es el programa Biblioredes, el cual capacitó el presente año un total de 20 personas, y con una participación de más de 2000 personas en temas como alfabetización digital, uso de computadores y préstamos de libros, etc.

En temas de de participación ciudadana, podemos decir que las temáticas culturales, en la Casa de la Cultura se dividen en

Danza: 20%	Teatro: 22%	Libro: 8%	Artes Visuales: 20%	Música: 30%
------------	-------------	-----------	---------------------	-------------

La participación de artistas locales se divide de la siguiente manera

1	Artistas locales		
	Artes escénicas: 40%	Artes visuales:15%	Culturas Urbanas:10%
2	Artistas regionales		
	Artes escénicas:10%	Artes visuales: 5%	Culturas Urbanas: 3%
3	Artistas nacionales e internacionales		
	Artes escénicas: 10%	Artes visuales: 3%	Culturas Urbanas: 2%

## C1. Nivel regional antecedentes generales

Elemento	N° de Provincias	N° de Comunas	Población Regional	Población Provincia Cabecera	Población Comuna Capital	N° de Matriculas de Establecimientos Educativos por tipo			N° Universidades y centros de estudio Superior	% de comunas con infraestructura cultural idónea			Cantidad de Monumentos Patrimoniales Regionales	Cantidad de Eventos costumbres o típicos catastrados	Cantidad de Turistas que visitan la región por provincias	Caracterización regional en torno a la oferta artístico cultural por disciplina		
Cantidad	3	15	603.210 habitantes	365.371 habitantes	160.148 habitantes (2011: 214.685 habitantes)	Municipales: 65.314	Particulares: 80.306	Universitarios: 35.968	26 Centros de Estudio Superior	Elqui: 33.3%	Limarí: 20%	Choapa: 25%	23 Monumentos patrimoniales regionales	18 Eventos costumbres o típicos catastrados	Región de Coquimbo: 981.960	26% Talleres y Cursos	14% Artesanía	
Detalle									9:Universidades						Elqui: 862.400	10% Artes Visuales	9% Danza	
									8:CFT						Limarí: 23.520	8% Teatro	6%	
									8:CFT						Choapa: 96.040	6% Música	5% Música Popular	
																4% Música	5% Otras	

## C2. Nivel regional infraestructura cultural.

Elemento	Proyección porcentual de la oferta existente por disciplina			Referencia al equipamiento cultural			Cantidad y tipo de medios de comunicación masiva						Referencia porcentual de la comunidad que más participa en actividades culturales				Promedio de asistencia a espectáculos					Cantidad de Salas de los teatros y capacidad de personas							
Cantidad	Conciertos	Teatro	Danza	Centros Culturales y Casas de la Cultura	Bibliotecas	Teatros,	Salas y Auditorios	Diarios	Periódicos	Revistas	Rádios	Portales y Blogs	Canales Tv	Niños	Jóvenes	Adultos	Adultos Mayores:	Conciertos	Cine	Danza	Teatro	Artes Visuales	Provincia de Elqui	La Serena	La Higuera	Vicuña	Provincia de Limarí	Ovalle	Provincia de Illape
	36%	23%	15%	10	18	3	27%	2	2	7	15	7	4	14	25	42	19	33	29.1%	29,30%	19.4%	307%		2	1	1		1	1
Detalles				Elqui	Limarí	Choapa																							
	Auditorios y salas.			Centros Culturales y/o casas de la cultura	Centros culturales	Centros culturales																							
	4			7	1	2																							
	Teatros			Bibliotecas	Bibliotecas	Bibliotecas																							
	9			5	5	4																							
	Auditorios y salas.																												
	16																												

## D-PROPUESTA ESTRATÉGICA. Plan de Gestión Cultural

La actual propuesta de gestión se crea a partir de las directrices emanadas del Concejo de Cultura y Las Artes Región de Coquimbo, el que establece apoyo a los municipios para crear un Plan de Gestión Estratégico y desarrollar mejores ideas y guías de trabajo para sus Centros Culturales, junto con el seguimiento de sus procesos y las mejoras de rentabilidad social cultural de sus habitantes.

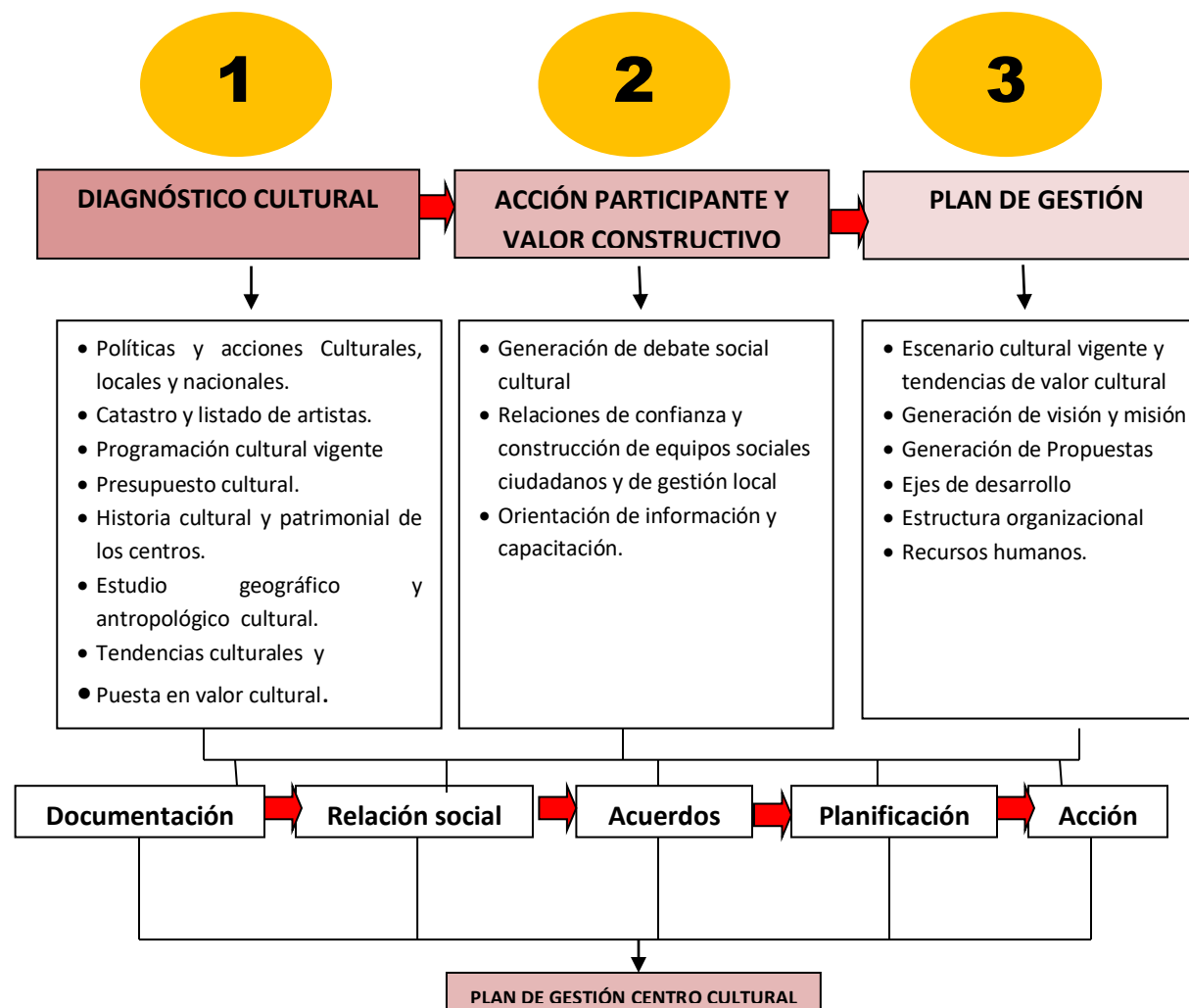
El presente plan de gestión propone establecer un ordenamiento, que permita crear las bases para una sana administración, con participación de la comunidad y pensada en considerar las expresiones artístico culturales de la comuna, región y país, pero con un gran énfasis social de su gente y su colectivo cultural de base.

Este plan se orienta a fortalecer la administración de los centros culturales, considerando sus funcionarios y sistemas de trabajo para optimizar y determinar mejoras en sus procesos.

Dentro de los estudios realizados en las mesas de trabajo, se pudo percibir un fuerte trabajo y dedicación de las unidades administrativas, empleando las políticas públicas de cultura nacional, con una comunicación permanente con el Concejo de La Cultura y Las Artes. Por lo anterior el plan orientara a modelar el trabajo mediante una metodología que ordene y defina las acciones o pilares conceptuales donde se sostiene su trabajo y que desde su experiencia, los mismos funcionarios generarán nuevas ideas y busquen la vinculación de recursos mediante mecanismos anexos al estado y el municipio.

## D1- Metodología del Plan de Gestión.

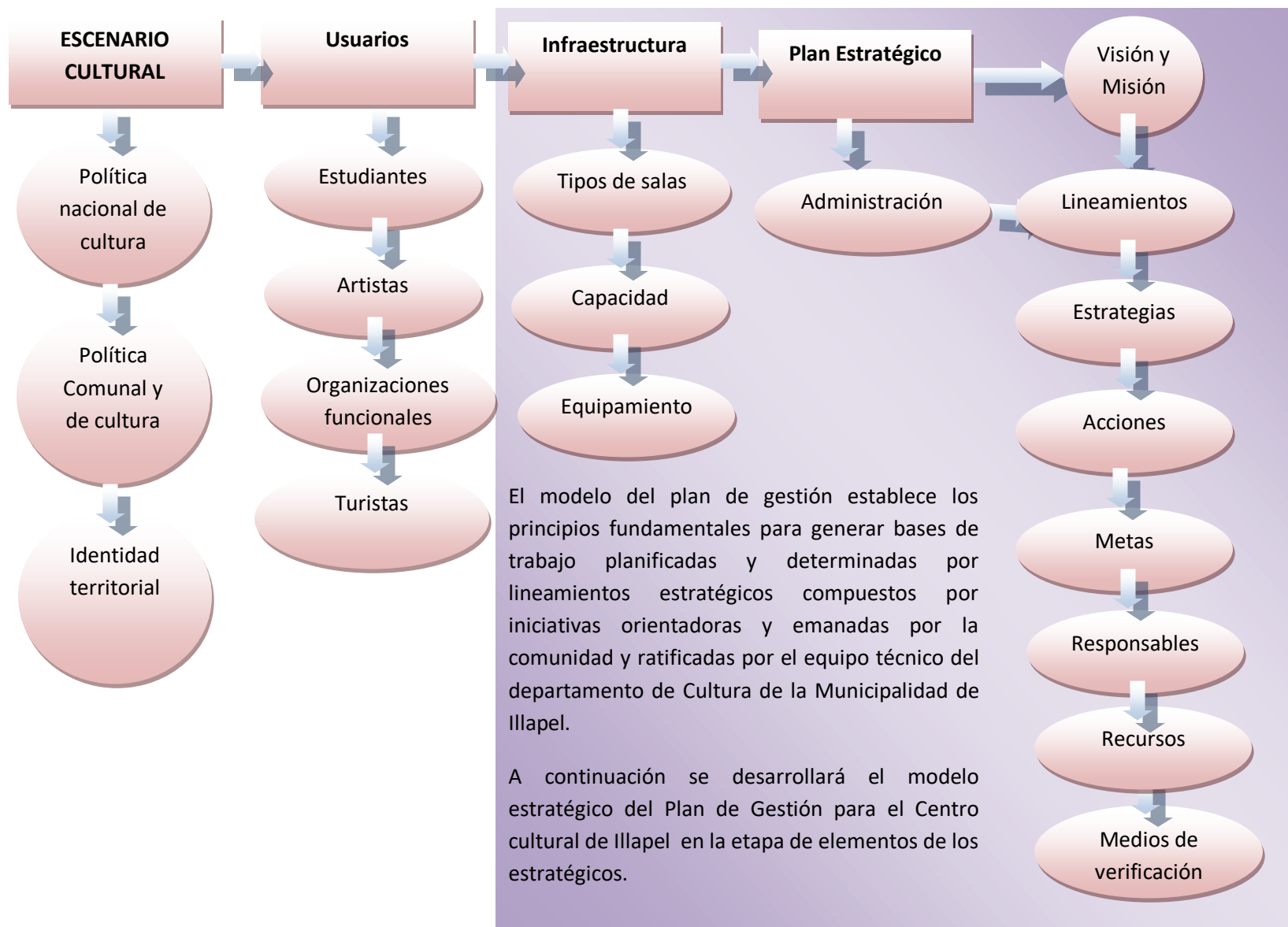
La metodología del plan de gestión, descansa en un proceso participativo basada en la constitución de Mesas de trabajo de trabajo cultural y en un Seminario de Gestión Cultural, el modelo para recopilar información para la construcción del Plan de Gestión, es el siguiente.



A partir del trabajo de las Mesas participativas y el seminario de Gestión Cultural. Las ideas fuerzas generales para desarrollar nuevos mecanismo de trabajo se basan en:

1. Desarrollar procesos participativos de trabajo, es decir incorporar a la comunidad artística como ente de opinión y consultoría de los procesos del centro cultural.  
**Acción cultural de administración participativa.**
2. Fomentar el trabajo de las artes con los artistas locales.  
**Más programación local.**
3. Mecanismos de difusión masiva, hacer del centro cultural el principal centro de las artes y exposiciones.  
**Mayor difusión y una fuerte red social de comunicación.**
4. Aumentar los mecanismo para sensibilizar a la comunidad sobre la cultura y las actividades  
**Mayor promoción cultural.**
5. Hacer del centro cultural un nuevo circuito para rescatar las potencialidades históricas y patrimonio rupestre  
**Desarrollo del mundo rural y el patrimonio inmaterial.**
6. Integrar al centro a actividades culturales sociales, incentivando los talentos ciudadanos e integrar el centro como un elemento abierto a su plaza central.  
**Potencialización de la Casa de la Cultura al anillo urbano de encuentro social**
7. Hacer del centro un nuevo circuito que permita visualizar a la población foránea la historia y patrimonio de la comuna  
**Desarrollo de un turismo cultural patrimonial.**

## D2- Modelo del Plan de Gestión





## D2. Infraestructura, análisis del medio de la Casa de la Cultura de Illapel.

La Casa de la Cultura, es un Departamento de la Ilustre Municipalidad de Illapel, ubicada en Calle O'Higgins Nº 280. Su infraestructura fue edificada en el año 2004 a través de un proyecto FNDR, con una superficie construida de 1.857 M2. Cuenta con varios espacios (administrativos, de formación y de realización artística cultural), destacándose principalmente su salón multiuso, el cual cuenta con 177 butacas. Sus instalaciones son privilegiadas en toda la Provincia del Choapa, ya que permite el desarrollo de talleres artísticos de diferentes disciplinas, así como la muestras de obras artísticas de gran envergadura; de igual forma la Casa de la Cultura cumple un rol social fundamental en la comuna, ya que permite reuniones, charlas y seminarios de organismo privados como también de organizaciones comunitarias en general.

A continuación describiremos el programa arquitectónico de La Casa de la Cultura.

ÁREA	TIPO DE INFRAESTRUCTURA
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	Oficina de Director
	Oficina de secretaría
	Oficina de Extensión
	Baños de Administración
	Bodega de Administración
ÁREA CONFERENCIAS, EXPOSICIONES Y TALLERES.	Sala de Exposiciones Plástica
	Hall1
	Sala de Exposiciones autóctonas
	Salón Auditorio
	Sala Multi-taller
	Sala Multipropósito
	Bodega sala de proyecciones
	Boletería
	Sala taller Dibujo
	Sala de Danza
	Oficina Sala de Danza
	Modulo Taller Teatro
	Modulo Taller Música

ÁREA	TIPO DE INFRAESTRUCTURA
ÁREA CAMARINES Y S.S.H.H.	Camarín Damas
	Camarín Varones
	S.S.H.H. Público Damas
	S.S.H.H. Públicos varones
	S.S.H.H. Personal servicio Damas
	S.S.H.H. Personal servicio Varones
ÁREA CIRCULACIONES.-	Patio cubierto
	Cafetería
	Terraza
	Rampa Minusválido
	Pasillo Aéreo
	Estacionamiento Subterráneo
<b>TOTAL SUPERFICIE CONSTRUIDA</b>	1.857M2

	Modulo Taller Pintura
ÁREA BIBLIOTECA.-	Oficina Jefe de Biblioteca
	Sala de lectura Público General
	Computadores (Biblioredes)
	Sala de procesos técnicos y reparaciones
	Sala material Audiovisual
	Depósito de libros

### **D3. Desarrollo del Plan Estratégico**

#### **D3.1 Misión y Visión**

##### **Misión**

Para la comunidad urbana y rural de Illapel, artistas locales, amantes e interesados en el arte y la cultura, la Casa de la Cultura Municipal es el único centro cultural de la comuna y provincia que ofrece gratuitamente un espacio de formación, exhibición y difusión cultural, con talleres artísticos, sala de exposición, cine, artes escénicas y musicales, biblioteca y una amplia gama anual de actividades patrimoniales y eventos artísticos.

##### **Visión**

Ser un centro sociocultural ejemplar para la región y el país.

##### **Espíritu e identidad del Centro cultural**

Atender las necesidades e intereses expresivos, sociales y culturales de la población local con servicios y productos innovadores, sustentables y de alta calidad. Trabajar en la transformación de un centro referente, para la circulación de las manifestaciones artísticas de excelencia y un motor para el desarrollo y proyección de los artistas locales, con promoción al desarrollo del arte y la cultura de manera integral, inclusiva y democrática y colocar a la población Illapelina con creaciones nacionales e internacionales de excelencia.

## Objetivos Generales

- A. Impulsar la integración comunitaria mediante la gestión de la Casa de la Cultura como un espacio de encuentro, esparcimiento y aprendizaje para la ciudadanía.
- B. Apoyar la creación y gestión cultural de calidad de los artistas y gestores locales y facilitar el diálogo de éstos con experiencias foráneas ejemplares.
- C. Estimular una demanda creciente de público para las artes, acercando el lenguaje de las disciplinas artísticas, tradicionales y contemporáneas, a nuevos públicos de la comuna y de la provincia del Choapa.
- D. Enriquecer y dinamizar la oferta cultural de la ciudad de Illapel

## Objetivos Específicos

### Culturales

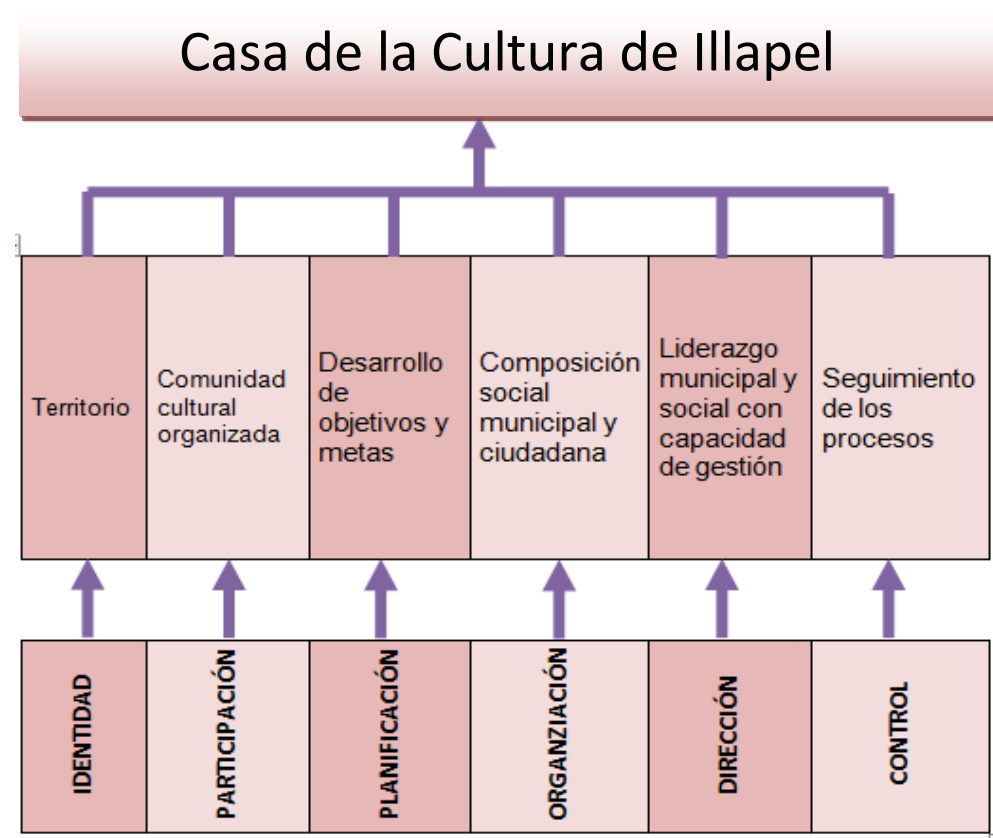
- A. Apoyar la formación y capacitación profesional de los artistas y gestores culturales locales.
- B. Facilitar los procesos de creación y producción de los artistas y colectivos artísticos locales, ofreciendo espacios y equipamientos de calidad.
- C. Promover un consumo cultural informado y crítico en la población de Illapel, mediante programas de formación de público.
- D. Articular un trabajo cultural con otras instituciones, favoreciendo una gestión eficiente que garantice una oferta variada y de calidad, que aliente el intercambio artístico y cultural.
- E. Aumentar anualmente el número de actividades culturales programadas, con énfasis en la calidad de las mismas.

## Sociales

- A. Vincular a la Casa de la Cultura y su programación con el entorno inmediato, facilitándole a la comunidad local el acceso al recinto y su participación en las decisiones de programación.
- B. Ampliar el radio de impacto del espacio con programas de exhibición extramuros.
- C. Aumentar anualmente la oferta programática para los diferentes grupos etáneos.
- D. Servir como plataforma de exhibición y promoción de los artistas locales

### D3.2 Ejes de desarrollo.

Según los estudios recogidos en la participación social y los temas discutidos en el equipo técnico municipal, hacen que el plan de gestión para la Casa de la Cultura de Illapel, debe sustentarse en pilares organizacionales que establezcan directrices enfocadas a profundizar la cohesión administrativa y focalizando esta administración en concepto de considerar en su trabajo, el territorio y sus identidad, la ciudadanía como elemento clave de participación desde un elemento consultivo, la planificación para generar ideas a largo plazo, la organización como elemento clave para una buena estructura de relación laboral y acuerdo de ideas, la dirección en sentido de generar buena representación y liderazgo y el control como mecanismo de asegurar los buenos procesos de trabajo que emanen de las propuesta.



### Definición de los ejes de desarrollo

<b>1.- IDENTIDAD</b>	Conjunto de valores, símbolos, creencias y costumbres del territorio que debe representar a la “Casa” y al cual debe generar su orientación y acción.
<b>2.- PARTICIPACIÓN</b>	Conjunto de acciones o iniciativas para impulsar la integración de la comunidad cultural organizada, fomentando el ejercicio de orientación y control de las acciones que promueva la política cultural del centro.
<b>3.- PLANIFICACIÓN</b>	Proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos y objetivos
<b>4.- ORGANIZACIÓN</b>	Estructura social administrativa compuesta por personas de índole municipal y del mundo social cultural organizado, cuyo propósito sea entregar representatividad cultural de acuerdo a las necesidades y demandas sociales.
<b>5.- DIRECCIÓN</b>	Acciones y decisiones que provean una correcta provisión de los recursos necesarios para el eficiente y adecuado cumplimiento de las funciones del centro. La dirección debe estar enfocada a una adecuada distribución, capacitación y bienestar de las personas y acciones que se realizan en el centro, como también por el cumplimiento de las obligaciones legales relativas a ellas. La dirección orienta a contribuir el logro de los objetivos y en concordancia las aspiraciones culturales de la comunidad.
<b>6.- CONTROL</b>	Proceso por el cual la organización de la Casa de la Cultura monitoreará y reglamenta la eficiencia y la eficacia de sus acciones y actividades necesarias para cumplir lo planificado en sus metas

## Creación de objetivos y lineamientos de acción

### IDENTIDAD

1. Reconocer el territorio local como base de fuente artística cultural en cuanto a su historia y patrimonio.
2. Realzar a los artistas locales emergentes y con trayectoria, profundizando la difusión de sus creaciones.
3. Difundir el centro cultural como icono patrimonial de las artes y la cultura de Illapel.

### PARTICIPACIÓN

1. Incorporar a la base social artística como fuente de consultoría y opinión con el trabajo del centro.
2. Aumentar iniciativas de participación social mediante la detección y trabajo de difusión de talentos artísticos vecinales.
3. Crear delegados culturales, territoriales y formar el Consejo de la cultura del centro.

### PLANIFICACIÓN

1. Ejercer los lineamientos del plan de gestión.
2. Crear actividades fundamentados en planes plurianuales y con presupuesto asignado con anterioridad.
3. Establecer líneas de acción de financiamiento externo con otras instituciones.

### ORGANIZACIÓN

1. Establecer y respetar el cronógrafa de funciones de la Casa de la Cultura.
2. Ejercer una coordinación permanente del centro con otros centros culturales de la red municipal.
3. Desarrollar reuniones de coordinación con otros centros de la red municipal y calendarizar actividades anuales.

### DIRECCIÓN

1. Generar un liderazgo que trascienda en un reconocimiento social por la externalización de la Casa de la Cultura
2. Liderazgo reconocido y destacable en el ejercicio de convenios de cooperación
3. Ejercer una sana y directa relación con el mundo cultural municipal y nacional, destacando el sentido de la gestión en el marco laboral.
4. Desarrollar liderazgos empáticos con la comunidad y con los gestores culturales.

### CONTROL

1. Desarrollar instrumentos de contabilidad de resultados.
2. Desarrollar herramientas de cuentas públicas culturales.
3. Fomentar la difusión de actividades con resultados y registro de imágenes
4. Asignar metas de acción, por estrategia de trabajo y personal contratado dentro del centro.



### D3.3 Orientación Programática

La principal orientación programática que tendrá este espacio estará dada por una línea curatorial que se focalizará en la Identidad, el patrimonio cultural y los artistas locales, ello principalmente por las condiciones de fortaleza que presenta la oferta cultural local desde los liderazgos de las artes en sus distintas categorías.

Desde esta perspectiva, la orientación programática apunta a establecer un equilibrio entre las muestras de excelencia regional y las muestras artísticas foráneas con la finalidad de generar dinámicas que den viabilidad y sustentabilidad al modelo local sin excluir propuestas ni disciplinas locales líderes, pero fortaleciendo desde experiencias externas aquellas áreas más deficitarias con una oferta externa de arte. Ello con la finalidad de generar hábitos de consumo cultural permanentes, fidelización de públicos y educación de la sensibilidad artística y cultural. En este sentido, dada la baja usos cultural y la gran oferta artística existente, se proyecta relevar la labor de gestores culturales y artistas locales, así como el desarrollo y fomento de líneas de trabajo en el ámbito de las artes musicales, desde la formación y promoción de nuevos talentos, en coordinación con la Casa de la Cultura, como máximo exponente de espacio para la formación cultural

Para garantizar la sostenibilidad de este programa se proyecta generar un programa de hitos y/o eventos culturales de alta convocatoria que generen recursos desde las potencialidades turísticas de la zona con la finalidad de dinamizar una oferta cultural estable y sin mayores proyecciones de crecimiento.

Para ello se contemplará además un programa de extensión y difusión regional que permita la circulación y articulación de muestras de excelencia en el resto de la comuna y región a través de la red de espacios culturales y centros culturales existentes.

#### D3.4 Modelo de figura legal e institucionalidad jurídica elección unidad administrativa.

Modelo en el cual está basado el trabajo jurídico y administrativo de la Casa de la Cultura.



El objetivo principal planteado es transformar “La Casa” en una infraestructura cultural líder, mediante una unidad administrativa apta, infraestructura adecuada y actores relevantes, que deben tener como fines específicos fidelizar una audiencia, en base a actividades de fomento cultural, publicitarias, de marketing y establecer alianzas y redes de cooperación y además conseguir que la comunidad se identifique, lo cual implicará realización de actividades complementarias.

La unidad administrativa debe por lo tanto, contar con recurso humano capacitado para planificar, organizar, dirigir y controlar el inmueble cultural, debiendo enfatizar la gestión de recursos y sustentar el inmueble.

Sobre la base del árbol de objetivos y con la ayuda de una tabla de decisiones se elegirá de manera simple y objetiva la unidad administrativa más conveniente.

De acuerdo a los análisis y conclusiones de las mesas de trabajo se determina no se desea una independencia o descentralización de la unidad de cultura, por lo tanto el documento descrito manifestará la situación de mejoramiento e implementación del Plan de Gestión ideal u optima, sin embargo pese a las dificultades de crear un corporación cultural en este periodo es importante que con la realidad actual, se puede generar una estrategia de fortalecimiento basado en el desarrollo de una estructura de cultural que pueda priorizar entre dos situaciones:

**1 Fortalecimiento de la unidad cultural.**

**2 Establecer la actividad cultural como un eje estratégico de la política del alcalde, basado en una participación activa de la comunidad.**

Ambos escenarios hacen posible el desarrollo de una política de fortalecimiento y priorización en la toma de decisiones y mejora la burocracia de los procesos administrativos, para la generación de elementos productivos en cultura. Lo ideal de este proceso de mejoramiento administrativo es generar eficiencia y eficacia al momento de decidir y concretar acciones culturales en favor de la comunidad cultural y civil, desarrollar procesos transparentes y pluralistas sin sesgo político de acuerdo a los lineamientos de cultura del periodo en ejercicio.

## Horizonte de Planificación

Para efectos de este programa se ha definido un mix de lineamientos estratégicos que permitan articular desde distintas dimensiones las potencialidades que un Centro Cultural puede entregar, tales dimensiones apuntarán a dar coherencia a la definición programática de excelencia, identidad, diversidad en miras al desarrollo y fomento de nuevos talentos audiencias más participativas, y mayores atractivos de entretenimiento cultural.

**El horizonte de tiempo de planificación de este plan esta propuesta para 6 años con el objetivo de alcanzar el equilibrio en su proyección.**

La unidad de gestión propuesta desarrollará su labor a partir de cuatro áreas temáticas que planificarán y materializarán los componentes de los objetivos se detallan:

### D3.5 Estrategias de desarrollo


ESTRATEGIAS	CAMPOS TEMÁTICOS
GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN	Gestionar y administrar los recursos materiales y humanos, con parámetros culturales, sociales y económicos que posibiliten la sostenibilidad de los espacios y los programas a desarrollar.
DESARROLLO ARTÍSTICO PATRIMONIAL Y PROGRAMACIÓN	Construir planes y programas que impulsen la calidad, el fomento de nuevos talentos y el desarrollo artístico desde la creación colectiva y la excelencia, a partir de una participación eficiente de los artistas locales, por medio de instrumentos y canales transparentes, pluralistas y democráticos
CREACIÓN DE AUDIENCIA Y COMUNICACIONES	Desarrollar un programa de turismo cultural desde una programación artística diversa y de excelencia que permita atraer y ampliar la demanda cultural hacia una audiencia local y externa diversificada y permanente, que disfrute, reflexione y participe activamente del proceso creativo cultural.


ACTIVIDADES	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Formalización de la organización	x					
Gestión y planificación	x	x	x	x		
Desarrollo Artístico, patrimonial y programación		x	x	x	x	x
Creación de Audiencia y comunicaciones			x	x	x	x
Convenios y gestión de recursos		x	x	x	x	x
Obtención de recursos propios				x	x	x


### D3.6 Lineamientos estratégicos, estrategias de desarrollo.

#### Gestión y planificación

Esta línea tiene relación con la gestión y administración de los recursos materiales y humanos que permiten sostener el espacio y sus salas, los planes y programas a desarrollar. Se trata de una línea de trabajo permanente, tendiente a organizar la gestión eficiente de la “Casa”. Entre sus objetivos está desarrollar instrumentos concretos para una mejor gestión, socializándolos con el resto del equipo. En gran medida, sus servicios son internos, es decir, están pensados para favorecer los procesos de gestión del espacio y a sus propios trabajadores.

LÍNEAS DE ACCIÓN	ACCIONES	META	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE
 <b>Administración y gestión de los recursos materiales y humanos.</b>	Diseño de instrumentos para el seguimiento y control de procesos y resultados de las actividades y espectáculos.	Determinación del impacto de la programación del espacio; mejoramiento de la eficiencia y eficacia de la gestión.	Memoria de gestión del espacio, cuenta pública, encuestas de satisfacción de los usuarios, focus group.	Presupuesto Municipal	Unidad de Administración y Dirección
	Diseño de instrumentos para el seguimiento y control de la administración del recinto.	Eficiencia en el uso de los recursos.	Manual de procedimientos funcionando, informes, inventario.	Presupuesto Municipal	Unidad de Administración y Dirección
	Diseño e implementación de un organigrama acorde con las funciones y servicios del espacio.	Ordenamiento del equipo de trabajo.	Organigrama diseñado, diagrama de flujo de procesos de gestión funcionando, descripción de cargos elaborada.	Presupuesto Municipal	Unidad de Administración y Dirección
	Gestión de cursos anuales de capacitación para el personal de la Casa de la Cultura.	Profesionalización del equipo de gestión.	Programa de contenidos de los cursos desarrollados, certificados extendidos, trabajos conducentes a la certificación.	Presupuesto Municipal; Fondos Cultura CNCA.	Unidad de Administración y Dirección

LÍNEAS DE ACCIÓN	ACCIONES	META	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE
 <b>Planificación y gestión participativa, en diálogo y coordinación con otros agentes culturales comunales.</b>	Reuniones de coordinación semanales con equipo de gestión de la Casa de la Cultura y otras unidades municipales.	Funcionamiento del espacio en coordinación y complementariedad con el resto de las unidades municipales.	Pautas y actas de reuniones, planes de trabajo anuales.	Presupuesto Municipal	Unidad de Administración y Dirección
	Reuniones semanales con agrupaciones artísticas y gestores culturales representativos del territorio.	Modelo de gestión del espacio inclusivo y participativo, en diálogo con el territorio y sus agentes culturales.	Pautas y actas de reuniones, planes de trabajo anuales.	Presupuesto Municipal	

LINEAS DE ACCIÓN	ACCIONES	META	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE
 <p>Trabajo en red. Establecimiento de alianzas y programas conjuntos con otras instituciones, en favor de la optimización de recursos y el diseño de una programación de calidad.</p>	Gestión de alianzas de cooperación y participación, conformando una red de socios estratégicos.	Firma o compromiso de alianzas de cooperación y participación, renovables año a año, con al menos seis entidades artísticas a nivel nacional, comprometidas a desarrollar actividades en el inmueble.	Actas de acuerdos y convenios firmados, informes de gestión, programas de proyectos conjuntos ejecutados.	Presupuesto Municipal	Unidad de Administración y Dirección
	Levantar una cartera de colaboradores y amigos de la Casa de la Cultura.	Firma o compromiso de alianzas de cooperación y participación, renovables año a año, con al menos diez empresas a nivel local, comprometidas con estimular la participación de la ciudadanía en el espacio.	Actas de acuerdos y convenios firmados.	Presupuesto Municipal	Unidad de Administración y Dirección
	Canjes con empresas e instituciones.	Establecimiento de mecanismos de intercambio de bienes y servicios que optimicen los recursos del espacio.	Convenios y acuerdos firmados, listados de canjes realizados.	Presupuesto Municipal	Unidad de Administración y Dirección
	Generar una galería museo de las artes locales	Recopilar obras de artistas reconocidos para conformar un inventario de las artes.	Desarrollo de una infraestructura física y una edición escrita de las obras recopiladas	GORE fondo de cultura, Convenios, Donaciones, FONDART	Municipalidad de Illapel.

## Desarrollo artístico y patrimonial

Línea relacionada con el diseño y ejecución de planes y programas que impulsen el desarrollo artístico-cultural y fomenten la participación eficiente de los artistas locales, además de la formación de nuevos talentos, mediante instrumentos y canales de participación transparentes, pluralistas y democráticos. Así también, en esta línea se enmarca la producción y exhibición de muestras locales, nacionales e internacionales bajo condiciones técnico-profesionales de calidad, que favorezcan la conformación de un circuito virtuoso de circulaciones artísticas e intercambios de experiencias entre los creadores locales y aquellos de otras latitudes.

LÍNEAS DE ACCIÓN	ACCIONES	META	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE
<b>1</b> Artes visuales	Convocatoria regional y nacional para sala de exposiciones.	12 exposiciones durante el año, con publicación de tríptico o catálogo.	Bases de la convocatoria y listado de selección, catálogos publicados, carpeta de prensa, registros.	Presupuesto Municipal, Fondos de Cultura CNCA, Auspicios y Ley de Donaciones Culturales.	Área Artes Visuales
	Capacitación en curatoría para los responsables de la sala de exposiciones.	Un curso anual que instale capacidades de curatoría para una gestión pertinente de la sala.	Programa de la capacitación, listado de participantes, registros.	Presupuesto Municipal, Fondos de Cultura CNCA, Auspicios y Ley de Donaciones Culturales.	Área Artes Visuales
<b>2</b> Patrimonio local	Talleres y seminarios patrimoniales, uno de ellos programado en el marco de la celebración del Día del Patrimonio.	Valoración del patrimonio local, incentivando la generación de proyectos patrimoniales que surjan de la comunidad. En concreto: dos talleres o seminarios anuales que aborden diferentes dimensiones del patrimonio local.	Programa, listado de participantes, registros audiovisuales, encuestas de evaluación.	Presupuesto Municipal, Fondos de Cultura CNCA, Auspicios y Ley de Donaciones Culturales.	Área de Patrimonio Local.
<b>3</b> Artes escénicas	Ejecución de Temporada de Teatro	Una obra al mes de teatro clásico o contemporáneo.	Programas, carpeta de prensa, registros.	Fondos de Cultura CNCA, Auspicios y Ley de Donaciones Culturales, convenios de cooperación.	Área de Teatro
	Ejecución de Temporada de Danza	Una obra al mes de danza clásica o contemporánea.	Programas, carpeta de prensa, registros.	Fondos de Cultura CNCA, Auspicios y Ley de Donaciones Culturales, convenios de cooperación.	Área de Danza



LÍNEAS DE ACCIÓN	ACCIONES	META	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE
<b>4</b>  <b>Artes musicales</b>	Ejecución de ciclo de música.	Un concierto al mes de música, considerando los diferentes géneros musicales.	Programas, carpeta de prensa, registros.	Fondos de Cultura CNCA, Auspicios y Ley de Donaciones Culturales, convenios de cooperación.	Área de Música
<b>5</b>  <b>Formación para las artes</b>	Concursos de nuevos talentos. Selección de jurado y especialistas, convocatoria, concurso y premios (pasantías, talleres), según cada disciplina artística, abarcando todos los grupos etéreos y desarrollando convenios con instituciones.	Mejoramiento de los conocimientos, capacidades y obras de los creadores locales beneficiados, considerando como premios de los concursos: (1) pasantías de formación, gestionadas en alianza con centros culturales nacionales e internacionales, (2) tutorías de artistas locales con experiencia y reconocimiento.	Actas de premiación de los concursos, programas e informes de las pasantías, evaluaciones de los pasantes, registros.	Presupuesto municipal, convenios con instituciones.	Unidad de Administración y Dirección, responsables de áreas artísticas.
	Ejecución de talleres de teatro, danza, artes visuales y música.	Fomento de artistas locales y producción local con identidad. Dos talleres al año por cada disciplina.	Listado de participantes, informes de evaluación, encuestas de satisfacción, registros.	Presupuesto municipal, convenios con instituciones.	Unidad de Administración y Dirección, responsables de áreas artísticas.
	Pasantías de capacitación y actualización de conocimientos para monitores de talleres.	Actualización de contenidos y mejoramiento de metodologías de los talleres ofrecidos en la Casa de la Cultura.	Informes de pasantías, entrevistas con los monitores beneficiados.	Fondos de Cultura CNCA, convenios con instituciones.	Unidad de Administración y Dirección
<b>6</b>  <b>Celebración de los días de las artes.</b>	Programación coordinada de las salas y espacios culturales comunales, en función de los hitos o festividades de las disciplinas artísticas.	Visibilidad de las disciplinas artísticas y de sus exponentes locales.	Programas, carpeta de prensa, registros.	Presupuesto Municipal, Fondos de Cultura CNCA, convenios de cooperación.	Unidad de Administración y Dirección, responsables de áreas artísticas.

## Comunicaciones y públicos

Línea que enmarca el trabajo necesario para la conformación y fidelización de una audiencia local y externa diversificada y permanente, que disfrute de la programación de la Casa de la Cultura como un público activo, con sentido crítico y sensible a las experiencias y muestras artístico-culturales. Así también, esta línea enmarca los programas y proyectos necesarios para posicionar al espacio en la opinión pública local y nacional.

LÍNEAS DE ACCIÓN	ACCIONES	META	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE
<b>1</b>  Publicaciones	Publicación de revista física y digital.	Ofrecer productos informativos de calidad que permitan aumentar el público y contar con material para gestiones de prensa y de financiamiento.	Publicaciones impresas.	Presupuesto Municipal, auspicios.	Unidad de Administración y Dirección.
	Publicación de programación mensual.				
	Publicación de Memoria Anual.				
<b>2</b>  Productos de difusión especializados	Página Facebook de la Casa de la Cultura y gestión de redes sociales.	Aumentar, mantener y fidelizar al público.	Página web y productos de difusión hechos y funcionando.	Presupuesto Municipal, FNDR tradicional, auspicios.	Unidad de Administración y Dirección.
	Cartelera en gigantografía en frontis de la Casa de la Cultura.				
	Pantalla Led con programación permanente.				
<b>3</b>  Observatorio de públicos	Creación de una base de datos de amigos, socios y asistentes.	Fidelización del público	Base de datos creada y funcionando.	Presupuesto Municipal	Unidad de Administración y Dirección.
	Generación de estadísticas mensuales sobre el público y análisis de datos, mediante conteos y encuestas de participación y satisfacción.	Fidelización del público	Instrumentos de recolección de datos funcionando.	Presupuesto Municipal	
	Estudio permanente de las tendencias de los públicos nacionales y extranjeros hacia los distintos espectáculos y muestras artísticas.	Fidelización del público.	Informes de estudios hechos.	Presupuesto Municipal	

LÍNEAS DE ACCIÓN	ACCIONES	META	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE
<b>4</b> Formación de Públicos	Programa extramuros de la cartelera de la Casa de la Cultura.	Ampliar el radio de impacto del espacio y entregar herramientas de apreciación artística aprovechando las funciones programadas fuera del recinto.	Programas, encuestas de evaluación, carpeta de prensa, registros.	FNDR 2%	Unidad de Administración y Dirección, responsables de áreas artísticas.
	Charlas de apreciación artística en el espacio, relacionadas con la cartelera.	Mejorar las capacidades de comprensión de los lenguajes artísticos y aumentar el público para la Casa de la Cultura.	Encuestas de evaluación, carpeta de prensa, registros.	N/A	Unidad de Administración y Dirección, responsables de áreas artísticas.
<b>5</b> Red de información para la gestión cultural local: catastro y visibilización de los agentes y espacios culturales locales.	Creación de una base de datos de artistas locales, nacionales e internacionales vinculados a la Casa de la Cultura, diferenciada por cada área artística y por locación.	Sistematización y difusión de la información de artistas, organizaciones y espacios locales, mediante plataforma web del espacio y otros portales afines, que se actualice una vez al año, a lo menos.	Plataforma web y sus estadísticas.	Presupuesto Municipal	Unidad de Administración y Dirección

### D3.7 Clasificación de Productos Centro Cultural Illapel

#### 1. Muestras de artes visuales y curatoría:

Es un programa que convoca a creadores locales y nacionales en las distintas disciplinas de las artes visuales, tales como escultura, fotografía, pintura, dibujo, grabado, técnicas mixtas, soportes audiovisuales y nuevos lenguajes visuales, para exhibir sus obras en las categorías de Muestras y Exposiciones Individuales; Muestras y Exposiciones colectivas; y Muestras de otras instituciones que permitan convocar al público y ofrecer servicios como visitas guiadas o charlas explicativas de las exposiciones. Estas actividades se desarrollarán en el Hall y que tienen los siguientes requerimientos: papelería y material de difusión (catálogos, invitaciones, afiches, gigantografías y otros), para su instalación y montaje (plintos, marcos, vidrios, iluminación, amplificación y otros) y equipo técnico de montaje de las obras.

#### 2. Actividades literarias:

Las actividades literarias son iniciativas relacionadas con el lenguaje tanto oral como escrito y que su implementación se traduce en Presentaciones de Libros y Publicaciones de interés Comunal, regional, nacional e internacional, y en diversos formatos. Este programa además convoca a Encuentros de Literatura tales como charlas, seminarios y otros donde participen creadores locales e invitados especiales como también el público. Estas actividades se desarrollan en biblioteca, auditorio, salas de talleres y el sector del café del segundo piso, como actividades de café literario o club literario, esta actividad tiene los siguientes requerimientos: papelería y material de difusión (invitaciones, afiches, gigantografías y otros), para su instalación (sillas, mesas, iluminación amplificación y otros).

#### 3. Convenios y patrocinios hall:

Programa de alianzas estratégicas con instituciones o personas que apoyarán económicamente el desarrollo de los programas de artes visuales y/o literatura que se desarrollarán en los diferentes espacios, lo que le ofrecerá a los patrocinadores contar con su imagen corporativa en los distintos soportes comunicacionales que se utilizarán como también la mención de su marca y nombre en distintos formatos y otros pactados caso a caso. Estas alianzas permitirán contar con recursos frescos y/o servicios para las actividades del centro.

### **3. Muestras audiovisuales:**

Estas muestras tendrán dos modalidades: la primera serán exhibiciones de obras audiovisuales en las categorías de documentales, medimetrotrajes y cortometrajes como también de nuevos formatos de creadores locales y/o regionales que fortalezcan la identidad, dándole cabida a obras que no siempre tienen un espacio en los circuitos de la industria cinematográfica comercial. La segunda modalidad contempla la muestra de obras audiovisuales en las categorías de documentales y largometrajes profesionales nacionales e internacionales. Las dos modalidades le permitirán al público acceder a una oferta variada de obras clásicas como contemporáneas y experimentales el área en formato de obras individuales, ciclos de cine, muestras temáticas y/o de autores o nuevas tendencias en el espacio del Centro Cultural. Para su materialización se requiere de la dotación técnica para la proyección de las obras en los distintos formatos, papelería y material de difusión (catálogos, invitaciones, afiches, gigantografías y otros).

### **4. Muestras artísticas locales, concurso profesional:**

Programa que se desarrollará en base a muestras y presentaciones de elencos profesionales en el ámbito de las distintas expresiones, categorías y formatos de las artes escénicas y la música y que serán seleccionados a partir de concursos convocados y públicos que serán seleccionados por un comité de especialistas en cada área. Para su concreción se requiere de: convocatoria de los concursos a través de papelería y material de difusión (bases, invitaciones, afiches, gigantografías y otros), para su puesta en escena (escenografía, iluminación, amplificación y fichas técnicas requeridas caso a caso) y equipo técnico de producción para las presentaciones.

### **5. Convenios y patrocinios**

Programa de alianzas estratégicas con instituciones o personas que apoyarán económicamente el desarrollo de los programas de artes audiovisuales, musicales y escénicas que se desarrollarán en el espacio de la Sala Auditorio de la Casa de la Cultura, lo que le ofrecerá a los patrocinadores contar con su imagen corporativa en los distintos soportes comunicacionales que se utilizarán como también la mención de su marca y nombre en distintos formatos y otros pactados caso a caso. Estas alianzas permitirán contar con recursos frescos y/o servicios para las actividades del centro.

## **6. Eventos de excelencia:**

Programa en las distintas categorías artísticas de agrupaciones y talentos locales, nacionales y/o extranjeras de gran trayectoria y alta calidad artística que permitirán contar con presentaciones en formato de festivales, fiestas, ciclos, muestras y otras conformaciones similares de convocatoria media y que tendrán lugar en el auditorio del centro y/o utilización de su espacio público de su plaza central para eventos de alta convocatoria, para esta concreción se requiere de: búsqueda y convocatoria de elencos a través, de papelería y material de difusión (bases, invitaciones, afiches, programas de sala, gigantografías y otros), para su puesta en escena (escenografía, iluminación, amplificación y fichas técnicas requeridas caso a caso) y equipo técnico de producción para las presentaciones.

## **7. Espectáculos foráneos:**

Puestas en escena que muestren la diversidad nacional e internacional del arte en sus distintas expresiones y categorías de la música, artes escénicas e integradas que se han desarrollado en otras latitudes y que tendrán lugar en el Salón Auditorio para su concreción se requiere de: búsqueda y convocatoria de elencos a través, de: papelería y material de difusión (bases, invitaciones, afiches, programas de sala, gigantografías y otros), para su puesta en escena (escenografía, iluminación, amplificación y fichas técnicas requeridas caso a caso) y equipo técnico de producción para las presentaciones.

## **8. Programas nuevos talentos:**

Muestras y presentaciones del proceso y finalistas de diversos concursos en las distintas categorías artísticas de propuestas de elencos o solistas aficionados y/o semi profesionales que se presentarán en vivo ante un comité de especialistas, el proceso de este programa durará seis meses y de cada concurso se obtendrá un ganador. El proceso, selección y premiación será difundido de manera radial, televisión y prensa escrita, este programa se debe trabajar en conjunto con la red cultural municipal.

Para su concreción se requiere de: búsqueda y convocatoria de elencos y/o solistas a través de papelería y material de difusión (bases, invitaciones, afiches, programas de sala, gigantografías y otros), para su puesta en escena (escenografía, iluminación, amplificación y fichas técnicas requeridas caso a caso), equipo técnico de producción para las presentaciones y premios para los ganadores.

## **9. Programa y concurso orquesta juveniles e infantiles**

Muestras y presentaciones del proceso y finalistas de concursos de Orquesta Infantiles y Juveniles de la zona y el país que se presentarán en vivo ante un comité de especialistas, el proceso de este programa durará seis meses y tendrán lugar en la Gran Sala del centro. Para su concreción se requiere de: búsqueda y convocatoria de orquesta infantojuveniles a través de papelería y material de difusión (bases, invitaciones, afiches, programas de sala, gigantografías y otros), para su puesta en escena (iluminación, amplificación y fichas técnicas requeridas caso a caso), equipo técnico de producción para las presentaciones y premios para los ganadores.

## **10. Programa y de segmentos aficionados:**

Muestras y presentaciones del proceso y finalistas de concursos en las distintas categorías artísticas de propuestas de agrupaciones y solistas aficionados y/o semi profesionales que se presentan en vivo frente a un comité de especialistas. Los Concursos tienen como objetivo específico la educación de la sensibilidad, la formación de audiencias y de nuevos públicos y se realizará con los segmentos: 1.- Coros, 2.- Educación Formal, 3.- Educación Superior; 4.- Bandas Escolares y 3° Edad.

Para su concreción se requiere de: búsqueda y convocatoria de elencos y/o solistas a través de papelería y material de difusión (bases, invitaciones, afiches, programas de sala, gigantografías y otros), para su puesta en escena (escenografía, iluminación, amplificación y fichas técnicas requeridas caso a caso), equipo técnico de producción para las presentaciones y premios para los ganadores.

## **11. Convenios y patrocinios :**

Programa de alianzas estratégicas con instituciones o personas que apoyarán económicamente el desarrollo de los programas de artes audiovisuales, musicales y escénicas que se desarrollarán en el espacio de la Sala auditorio lo que le ofrecerá a los patrocinadores contar con su imagen corporativa en los distintos soportes comunicacionales que se utilizarán como también, la mención de su marca y nombre en distintos formatos y otros pactados caso a caso. Estas alianzas permitirán contar con recursos frescos y/o servicios para las actividades del centro.

## **12. Itinerancias a comunas:**

Muestras y presentaciones de elencos, agrupaciones y solistas aficionados y/o semi profesionales y profesionales que se presentan en vivo en las distintas localidades de la comuna. Tiene como objetivos específicos fortalecer la relación con los municipios y los agentes locales de la zona posibilitando la educación de la sensibilidad, la formación de audiencias y de nuevos públicos. Para su concreción se requiere de: búsqueda y convocatoria elencos y público a través de papelería y material de difusión (bases, invitaciones, afiches, programas de sala, gigantografías y otros), para su puesta en escena (iluminación, amplificación y fichas técnicas requeridas caso a caso), equipo técnico de producción para las presentaciones y traslados y estadía en las localidades.

## **13. Itinerancias a red espacios culturales:**

Muestras y presentaciones de elencos, agrupaciones y solistas aficionados y/o semi profesionales y profesionales que se presentan en vivo en los distintos espacios culturales de la región que formarán parte de la red de Espacios Culturales. Éste línea tiene como objetivos específicos fortalecer la relación con los municipios, los agentes locales y la oferta de los espacios culturales locales de la zona posibilitando la educación de la sensibilidad, la formación de audiencias y de nuevos públicos. Para su concreción se requiere de: búsqueda y convocatoria de elencos y público a través de papelería y material de difusión (bases, invitaciones, afiches, programas de sala, gigantografías y otros), para su puesta en escena (iluminación, amplificación y fichas técnicas requeridas caso a caso), equipo técnico de producción para las presentaciones y traslados y estadía en las localidades.

## **14. Itinerancias en espacios educativos:**

Muestras y presentaciones de elencos, agrupaciones y solistas aficionados y/o semiprofesionales y profesionales que se presentan en vivo en espacios educativos de la región. Tiene como objetivos específicos fortalecer la relación con los distintos segmentos de estudiantes de la zona posibilitando la educación de la sensibilidad, la formación de audiencias y de nuevos públicos. Para su concreción se requiere de: búsqueda y convocatoria de elencos a través de papelería y material de difusión (bases, invitaciones, afiches, programas de sala, gigantografías y otros), para su puesta en escena (iluminación, amplificación y fichas técnicas requeridas caso a caso), equipo técnico de producción para las presentaciones y traslados a los establecimientos educativos.



### D3.8 Espacios, productos y costos del Centro Cultural.

De acuerdo a la oferta expresada en el año 2012 y 2013 esta se manifestó de la siguiente manera:

	Temática	Total Asistentes	Total Anual
<b>Eventos Artísticos</b>	Charlas	200	600
	Exposiciones	100	800
	Jueves en vivo	100	600
<b>Celebraciones</b>	Día del Libro	200	200
	Día de la Mujer	200	200
	Día de la Madre	200	200
	Día del Padre	200	200
	Día del Niño	3000	3000
	Pasando Agosto	200	200
	Cine	180	3000
	<b>TOTALES</b>	<b>4580</b>	<b>10000</b>
<b>Talleres de formación</b>		<b>Integrantes anual</b>	
	Danza Juvenil	7	
	Danza adulto mayor	10	
	Teatro infantil	10	
	Teatro Juvenil	15	
	Dibujo	15	
	Música	15	
	Guitarra avanzado	8	
	Guitarra Adulto	10	

De acuerdo a los antecedentes de oferta esta muestra una gran potencialidad en la cantidad de talleres que entrega en centro comunitario, esto representa una gran función de entrega de formación cultural y de manera gratuita. Este punto es muy importante y representa un sentido de desarrollo social muy amplio, empleando la cultura como medio de aprendizaje del arte y mejorando la relación social, sin embargo su cantidad de personas no demuestra una gran concurrencia, lo cual hace la necesidad de crear estrategias que incentiven la participación para pertenecer a estos talleres.

Dado esta oferta se confecciona, la siguiente propuesta de demanda para establecer nuevos parámetros de programación.

### Actividades a desarrollar de acuerdo a los espacios existentes.

ESPACIOS	PRODUCTO
HALL Y SALA DE EXPOSICIONES	<b>1. Muestras de Artes Visuales y Curatoría:</b>
	Convocatoria para artistas nacionales y locales (12 actividades anuales que combinarán muestras de artes experimentales, profesionales y muestras de excelencia).
	<b>2.- Actividades Literarias:</b>
	2.1 Presentaciones libros de distintos formatos (3 libros de interés nacional y 2 regionales anuales).
	2.2 Encuentros literarios (1 de carácter nacional y 1 a nivel regional anual).
	<b>3. Convenios y Patrocinios:</b>

ESPACIOS	PRODUCTO
AUDITORIO BAJA Y CONVOCATORIA MEDIA	<b>1. Muestras audiovisuales:</b>
	Muestras específicas en las categorías de documentales, medio y cortometrajes (44 funciones de cine en distintas categorías y formatos anuales).
	<b>2. Muestras artísticas locales, concurso profesional:</b>
	Muestras y presentaciones de elencos profesionales en el ámbito de las distintas expresiones, categorías y formatos de las artes escénicas y la música y que serán seleccionados a partir de Concursos que seleccionará un comité de expertos. (22 funciones anuales).
	<b>3. Convenios y Patrocinios:</b>

ESPACIOS	PRODUCTO
AUDITORIO ALTA CONVOCATORIA	<b>9. Eventos de excelencia:</b>
	Programa en las distintas categorías artísticas de agrupaciones y talentos locales, nacionales y/o extranjeras de gran trayectoria y alta calidad artística que permitirán contar con presentaciones en formato de festivales, fiestas, ciclos, muestras y otras conformaciones similares de alta convocatoria de público (4 funciones anuales).
	<b>10. Espectáculos foráneos:</b>
	Puestas en escena que muestren la diversidad nacional e internacional de las artes en sus distintas expresiones, (16 funciones anuales).
	<b>11. Programas Nuevos Talentos:</b>
	Muestras y presentaciones del proceso y finalistas de diversos concursos en las distintas categorías artísticas de propuestas de elencos o solistas aficionados y/o semi-profesionales que se presentarán en vivo ante un comité de especialistas, el proceso de este programa durará seis meses y de cada concurso se obtendrá un ganador. El proceso, selección y premiación será televisado. Tiene como objetivo buscar, seleccionar y premiar a nuevos talentos en las distintas áreas artísticas y formar un semillero de artistas e intérpretes emergentes locales.

ESPACIOS	PRODUCTO	Temática
Adecuación de recinto de estacionamiento para áreas de talleres	Artes Visuales	Dibujo Pintura, Comics, Muralismo, Fotografía
	Teatro	Infantil, juvenil y adulto mayor.
	Danza	Folklórica, Clásica
	Música	Clásica, Tradicional, Contemporánea
	Canto	Coro
	Literatura	Todas
	Artesanía	Cerámica, Talabartería, cestería

## D4 Marketing Mix

### D4.1 Enfoque de marketing: orientación al producto.

**MARKETING CULTURAL:** Es el arte de alcanzar aquellos segmentos de mercado interesados en el producto - precio, distribución y promoción, con el objetivo de poner en contacto al producto con un número suficiente de consumidores y alcanzar así los objetivos de acuerdo con la misión de la organización cultural.

Existen dos criterios para categorizar las organizaciones culturales y de esta forma adaptar las herramientas de marketing:

- Conocer la orientación de la misión de la organización (mercado o producto).
- Establecer la relación con el producto cultural con el objetivo de optimizar los beneficios.

### D4.2 Estrategia de mercado

**MERCADO:** Conjunto de consumidores que manifiestan necesidades y deseos por bienes, servicios o ideas. La organización cultural buscará consumidores que presenten necesidades que puedan ser cubiertas por las obras producidas. Sin embargo el término consumidor alude a una persona que adquiere un producto, lo consume y lo agota. Para este caso La Cultura no es un producto es más bien un servicios un talento único de un artista cuya finalidad por parte de la población el usos de este talento y cuya finalidad no será el consumo, si no potenciar y desarrollar dicho servicio para las futuras generaciones, es decir preservarlo, sin embargo el concepto de mercado en cultura debe ser entendido como el espacio territorial y social en donde se mueve esta cultura y sus potenciales beneficiarios o seguidores.

## ANÁLISIS DEL ENTORNO

TIPO DE ENTORNO	DESCRIPCIÓN	QUIENES LO COMPONEN	DETALLE
<b>Interno</b>	Funcionarios y públicos internos de la Casa de la Cultura..	§ Director	
		§ Directivos temáticos	
		§ Profesionales	
		§ Técnicos y asistentes	
		§ Auxiliares	
<b>Mercado</b>	Grupos y organizaciones con los que trabajará la Casa de la Cultura.	Espectadores, amigos, grupos de interés, medios de comunicación, entre otros.	Aquí se incluye a las personas de la Región de Coquimbo, Provincia de Elqui, Limarí, Choapa, turistas regionales, nacionales, extranjeros, estudiantes.
<b>Regulador</b>	Grupos y organizaciones que supervisarán a la Casa de la Cultura con las leyes, normas y reglamentos.	Incluye impuestos, aplicación de la Ley de donaciones culturales, rendiciones como memorias anuales, cuentas públicas, etc	
<b>Competencia</b>	Grupos y organizaciones que compiten con la Casa de la Cultura para captar la atención y fidelización de los usuarios y empresas	Competencia Preferencial:	Deseos y preferencias generales que podrían tener los consumidores potenciales.
		Competencia Genérica	Todas las formas en que los consumidores potenciales pueden satisfacer una necesidad o deseo concreto.
		Competencia Formal	Todos los servicios alternativos que satisfacen el tipo seleccionado de actividad de ocio.
		Competencia Empresarial	Todos los demás tipos de organizaciones que pueden satisfacer las necesidades de los consumidores potenciales.
<b>Macromedio</b>	Fuerzas y condiciones que conforman las oportunidades y amenazas,	Análisis de amenazas:	Amenazas potenciales para una organización y la elaboración de planes de contingencia para prever, supervisar o ignorar estas amenazas.
		Análisis de oportunidades	si se gestionan de buena manera, las amenazas se pueden evitar

#### D4.4 Comunicación de Marketing

##### **Objetivos de la comunicación de marketing:**

En la comuna de Illapel, existe variabilidad del consumo, siendo proporcional el aumento en los períodos estacionales. Sin embargo, la tendencia en general es al crecimiento progresivo de la demanda por asistir a espectáculos de carácter cultural. La música, el cine, la danza y el teatro son los eventos culturales más consumidos.

**CONSTRUIR NOTORIEDAD:** Conseguir un nivel de notoriedad determinado en relación con la organización, sus productos y servicios. Posicionar al centro, como un espacio de participación activa de la comunidad con una amplia programación artística cultural que asegure espectáculos y eventos de calidad y en las distintas disciplinas artísticas.

**REFORZAR EL MENSAJE:** Mantener, a lo largo del tiempo, el nivel deseado de recuerdo en relación con la imagen, beneficios, nombre del centro y sus productos. El centro tenderá a reforzar estos mensajes mediante la utilización de diferentes herramientas y soportes comunicacionales, tales como:

Comunicación con los medios: a través de comunicados de prensa por correos electrónicos, envío de fotografías, imágenes para TV, cuñas, etc.

Comunicación directa con los públicos: a través de la creación de un sitio web, contactos vía teléfono, redes sociales (twitter, facebook, fanpage, vimeo, correo electrónico, etc.). Los públicos desean respuestas inmediatas a sus consultas, las que pueden tener relación con la oferta programática, valores de entrada, horarios de espectáculos, etc.

Comunicación interna: es fundamental mantener una buena comunicación interna, donde los trabajadores conocen todas las acciones que desarrolla el espacio cultural, en este caso la “Casa”, ya que al existir esta fluidez, se envía un mensaje correcto a nuestros usuarios y consumidores.

**ESTIMULAR A LA ACCIÓN:** Motivar al mercado objetivo para llevar a cabo una acción específica a corto plazo. La estrategia es que por cada producto que sale al mercado se elaboren las herramientas comunicacionales para su posterior difusión. Afiches, programas, dípticos, flyers, invitaciones, etc. Es importante considerar que gracias a las redes sociales se puede agilizar la difusión de espectáculos y eventos específicos.

## D4.5 Piezas Gráficas

**AFICHES.** Distribución en puntos específicos y de gran afluencia de públicos interesados en nuestros productos.

**PAPELERIA INTERNA.** Tarjetas de presentación, sobres, boletas, factures, hojas carta, etc.

**INVITACIONES.** Papel y digital.

**FLYERS.** Distribución por mailing.

**CATALOGOS Y PROGRAMAS.** Exposiciones, operas, conciertos, entre otros.

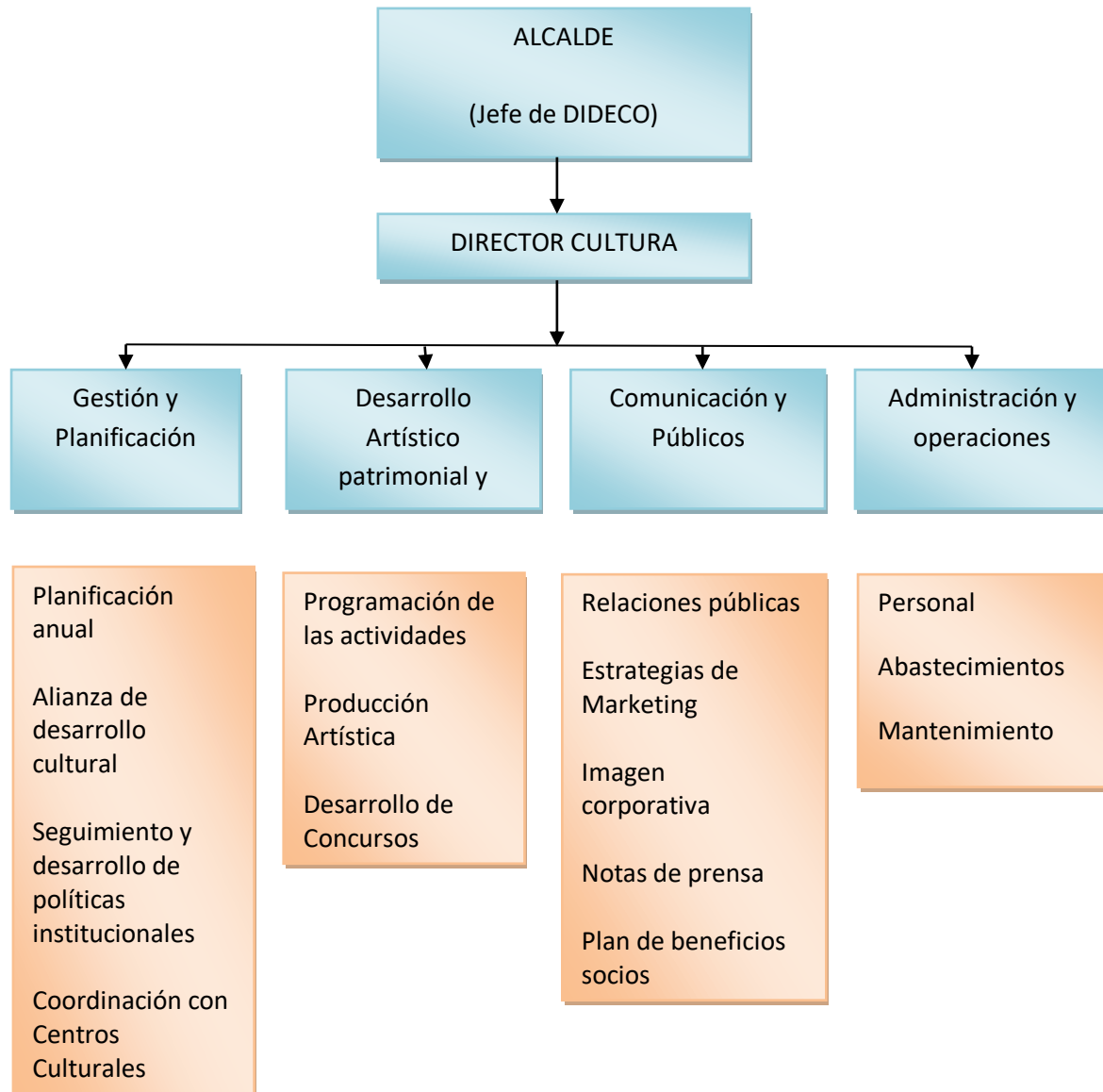
**MERCHANDISING** (Ítem marketing) Llaveros, lápices, gorros, calendarios, adhesivos, poleras, marcadores de libros, agendas, carpetas, etc.

### Comunicados de Prensa

Las piezas gráficas deberán ser confeccionadas con lineamientos del Municipio, ilustrando su imagen corporativa en todos sus documentos e incorporando un sello propio de forma y color, asimismo es necesario que ciertas actividades importantes queden retenidas en la memoria de la gente con una imagen uniforme.



## D5 Estructura Organizacional, descripción de Funciones





## Funciones, cargas y competencias:

### DIRECTOR CULTURA

CARGO: DIRECTOR
<b>PERFIL:</b>
Profesional con experiencia en ámbitos de la gestión cultural, de preferencia con estudios de postgrado en administración y finanzas, con experiencia comprobable en la administración pública, con alta capacidad de liderazgo y conformación de equipos de trabajo.
<b>OBJETIVOS DEL CARGO:</b>
<b>OBJETIVOS DEL CARGO:</b> Representar, dirigir, gestionar, planificar, coordinar, implementar, supervisar y evaluar acciones de su equipo de trabajo, a fin de dar cumplimiento a los objetivos acordados con el Directorio de la Corporación, a través de la ejecución de los programas y proyectos, como asimismo supervisar y gestionar eficientemente las Estrategias de la institución.
<b>FUNCIONES DEL CARGO:</b>
<b>1.- Gestión de Estrategias</b>
Participar en la formulación y planificación de las políticas y objetivos institucionales del municipio.
Controlar y evaluar el avance y cumplimiento de compromisos, metas y objetivos de la institución, informando periódicamente al municipio.
Promover el mejoramiento continuo de los procesos y productos de la Casa de la Cultura.
Orientar el trabajo de las direcciones con las políticas, objetivos y lineamientos estratégicos de la institución.
Preocuparse permanente por la imagen corporativa, hacia el interior como exterior de la institución, realizando acciones concretas en apoyo a la misma.
Coordinar acciones conjuntas con organismos públicos y privados en beneficio de los objetivos institucionales.

### 2.- Gestión de Recursos Humanos

Administrar las respectivas cargas de trabajo, procurando equidad en la distribución de los recursos, orientando la acción hacia una mayor productividad y calidad en el clima organizacional.

Aplicar los métodos de evaluación de desempeño en las distintas Direcciones de la institución.

Crear y aprovechar los ambientes de aprendizaje organizacional, que permitan un desarrollo armónico de todos los integrantes de la corporación.

Promover e implementar políticas y planes de higiene y seguridad laboral.

Retroalimentar efectivamente a las personas que supervisa.

### 3.- Gestión Financiera

Administrar los recursos que se pongan a su disposición.

Priorizar los recursos de acuerdo a los lineamientos estratégicos acordados entre en el municipio.

Gestionar la consecución de recursos financieros adicionales disponibles tanto en organismos privados como públicos.

### 4.- Gestión Comunicacional

Mantener una comunicación efectiva con todos los departamentos del municipio.

<b>COMPETENCIAS DEL CARGO</b>
Título Profesional, post título en gestión cultural u otro similar.
<b>Competencias interpersonales</b>
<b>1.- Liderazgo</b>
Capacidad de motivar e inspirar confianza en las personas de la institución, en concordancia con los lineamientos estratégicos de la organización. Es capaz de planificar el desarrollo de sus colaboradores y colaboradoras, y toma decisiones concretas al respecto, planeando y proponiendo acciones de desarrollo y capacitación adecuados.
<b>2.- Motivación por el logro de objetivos</b>
Capacidad de equilibrar adecuadamente la satisfacción de sus necesidades e impulsos con el cumplimiento de los objetivos institucionales, con una adecuada tolerancia a la frustración.
<b>3.- Trabajo en equipo</b>
Colaborar con otros, compartiendo conocimientos, esfuerzos y recursos, en pos de objetivos comunes. Implica alinear los propios esfuerzos y actividades con los objetivos del equipo o grupo de trabajo. Competencias gerenciales
<b>4.- Delegación</b>
Capacidad de delegar la ejecución de actividades en las diferentes personas de su entidad, con una adecuada evaluación del contexto y recurso, para la ejecución de las mismas, haciéndose responsable del resultado obtenido.
<b>5.- Manejo de Conflictos</b>
Capacidad de identificar los conflictos con objetividad, logrando percibir las necesidades de fondo que impulsan a los involucrados, siendo capaz de generar soluciones de calidad para la organización, a fin de asumir los menores costos asociados a éste y comprende el conflicto como una fuente de desarrollo.

<b>6.- Flexibilidad en los Procesos de Pensamiento Estratégico</b>
Capacidad de adaptar la misión y visión institucional en el contexto en el que se desenvuelve, planificando adecuadamente el cumplimiento de metas, de acuerdo a los recursos disponibles, discriminando claramente la posibilidad de ser eficaz, eficiente, o ambas.
<b>7.- Negociación</b>
Habilidad para identificar y comprender posiciones con distintos intereses, actuando en la consecución de acuerdos beneficiosos tanto para los objetivos estratégicos de la institución como para los funcionarios, logrando a la vez compromisos duraderos y confiables. Competencias de relación con el entorno.
<b>8.- Manejo de relaciones interpersonales</b>
Capacidad de crear y mantener una red de contactos al interior y al exterior de la institución, para la creación de alianzas estratégicas que permitan potenciar el cumplimiento de objetivos institucionales en el contexto de un clima institucional positivo.
<b>9.- Comunicación efectiva</b>
Capacidad de comunicarse de manera abierta, directa y asertiva, a fin de lograr el alineamiento con los objetivos institucionales y por ende, la consecución de resultados, según lo planificado.
<b>10.- Tolerancia a la Diversidad</b>
Capacidad de asumir una actitud de respeto por formas distintas de pensamiento, género, credo religioso y, todas aquellas visiones, conductas y creencias diferentes a la propia que no atenten contra el bien común ni los objetivos institucionales.
<b>11.- Probidad</b>
Actuar de modo honesto, leal e intachable. Implica subordinar el interés particular al interés general o bien común.

## COORDINADOR DE GESTIÓN, PARTICIPACIÓN Y PLANIFICACIÓN

<b>CARGO: COORDINADOR GESTIÓN, PARTICIPACIÓN Y PLANIFICACIÓN</b>
<b>PERFIL:</b>
Profesional con experiencia en la gestión cultural y/o políticas culturales y planificación cultural, deseable estudios de perfeccionamiento de postítulo en el área de planificación, con capacidad de liderazgo y conformación de equipos de trabajo.
<b>OBJETIVOS DEL CARGO:</b>
Planificar, dirigir, coordinar, implementar, supervisar y evaluar acciones en el ámbito de la planificación y la gestión cultural de la institución, a fin de dar cumplimiento a los objetivos institucionales a través de la ejecución de las actividades de todos los programas y proyectos, como asimismo administrar y gestionar eficientemente los recursos humanos, financieros y materiales que pongan a su disposición, informando directa y periódicamente al director.
<b>FUNCIONES DEL CARGO:</b>
<b>1.- Gestión de Estrategias</b>
Controlar y evaluar el avance y cumplimiento de compromisos, metas y objetivos de su unidad a través del diseño y ejecución de planes, programas y proyectos orientados a la planificación y gestión cultural.
Promover el mejoramiento continuo de las producciones de difusión, en especial en los campos de la formación de nuevos públicos y formación de audiencias.
Preocuparse permanente por la imagen corporativa, hacia el interior de la institución, realizando acciones concretas en apoyo a la misma, estableciendo relaciones de trabajo eficientes y eficaces con entidades y personas naturales y jurídicas, en especial con creadores, académicos, productores culturales, productores artísticos y con los beneficiarios directos de la institución e internamente con todo el personal, funcionarios de las distintas direcciones y áreas de la institución.
Coordinar acciones conjuntas con organismos públicos y privados en beneficio de los objetivos institucionales.

<b>2.- Gestión de Recursos Humanos</b>
Gestionar un trabajo eficiente con el personal de su dependencia orientando la acción hacia una mayor productividad y calidad en el clima organizacional.
Aplicar los métodos de evaluación de desempeño dentro de la Casa de la Cultura.
Crear y aprovechar los ambientes de aprendizaje organizacional, que permitan un desarrollo armónico de los integrantes de la entidad.
Crear y aprovechar los ambientes de aprendizaje organizacional, que permitan un desarrollo armónico de los funcionarios y funcionarias de la entidad
Promover e implementar políticas y planes de higiene y seguridad laboral.
<b>3.- Gestión Financiera</b>
Administrar los bienes y recursos que se pongan a su disposición, con priorización en la administración eficaz y eficientemente los recursos asignados de acuerdo a lineamientos estratégicos y en especial lo que dice relación con la gestión de la infraestructura cultural que dispone la institución.
<b>4.- Gestión Comunicacional</b>
Mantener una comunicación efectiva con todas las estructuras organizacionales de la institución, en especial con el director de cultura.
<b>COMPETENCIAS DEL CARGO</b>
Título profesional afín al área cultural, además de poseer un postítulo en gestión cultural.
<b>Competencias interpersonales</b>
1.- Liderazgo
2.- Motivación por el logro de objetivos
3.- Trabajo en equipo
4.- Delegación
5.- Manejo de conflictos
6.- Flexibilidad en los procesos de pensamiento estratégico
7.- Negociación
8.- Manejo de relaciones interpersonales
9.- Comunicación efectiva
10.- Tolerancia a la diversidad
11.- Probidad

Gestionar recursos externos para las actividades propias de la extensión y difusión, mediante la presentación de postulaciones a fondos concursables y aportes de privados

## COORDINADOR DESARROLLO ARTÍSTICO PATRIMONIAL Y PROGRAMACIÓN

<b>CARGO: COORDINADOR DESARROLLO ARTISTICO PATRIMONIAL Y PROGRAMACIÓN</b>
<b>PERFIL:</b>
Profesional con en la artes, gestión cultural y/o políticas culturales estudios de perfeccionamiento de postítulo en el área de producción artística o afines, con capacidad de liderazgo y conformación de equipos de trabajo
<b>OBJETIVOS DEL CARGO:</b>
Planificar, dirigir, coordinar, implementar, supervisar y evaluar la actividad artística de la institución de acuerdo a los lineamientos y objetivos institucionales.
<b>FUNCIONES DEL CARGO:</b>
<b>1.- Gestión de Estrategias</b>
Controlar y evaluar el avance y cumplimiento de compromisos, metas y objetivos de su unidad a través del diseño y ejecución de planes, programas y proyectos orientados a la dirección artística de la institución, propuestas que deben ser acordadas con el director.
Promover el mejoramiento continuo de los procesos y productos de su área, en especial en las áreas el arte.
Preocuparse permanentemente por la imagen corporativa, hacia el interior de la institución, realizando acciones concretas en apoyo a la misma, estableciendo relaciones de trabajo eficientes y eficaces con entidades y personas naturales y jurídicas, en especial con proveedores, prestadores de servicios externos y con los beneficiarios directos de la institución e internamente con todo el personal.
Formular proyectos para la obtención de recursos, para la ejecución de proyectos artísticos.

<b>2.- Gestión de Recursos Humanos</b>
Gestionar un trabajo eficiente con el personal de toda la institución, orientando la acción hacia una mayor productividad y calidad en el clima organizacional, en especial con promover un clima laboral óptimo para el desempeño de los funcionarios.
Aplicar los métodos de evaluación de desempeño dentro de su unidad en la institución.
Crear y aprovechar los ambientes de aprendizaje organizacional, que permitan un desarrollo armónico de los funcionarios y funcionarias de la entidad.
Promover e implementar políticas y planes de higiene y seguridad laboral.
<b>3.- Gestión Financiera</b>
Administrar eficaz y eficientemente los bienes y recursos que disponga la institución, de acuerdo a lineamientos estratégicos de la institución.
Administrar los fondos concursables de los proyectos presentados por esta Dirección.
<b>4.- Gestión Comunicacional</b>
Mantener una comunicación efectiva con todas las estructuras organizacionales de la institución, en especial con la dirección.
<b>COMPETENCIAS DEL CARGO</b>
Título profesional en las áreas de las arte y la cultura.
<b>Competencias interpersonales</b>
1.- Liderazgo
2.- Motivación por el logro de objetivos
3.- Trabajo en equipo
4.- Delegación
5.- Manejo de conflictos
6.- Flexibilidad en los procesos de pensamiento estratégico
7.- Negociación
8.- Manejo de relaciones interpersonales
9.- Comunicación efectiva
10.- Tolerancia a la diversidad
11.- Probidad

## COORDINADOR CREACIÓN DE AUDIENCIA Y COMUNICACIONES

<b>CARGO: COORDINADOR FORMACIÓN DE AUDIENCIA Y COMUNICACIONES</b>
<b>PERFIL:</b>
Profesional del área de las comunicaciones con experiencia en gestión de gabinetes y equipos de marketing en el área cultural, deseable postítulo en el área. Capacidad de liderazgo y conformación de equipos de trabajo.
<b>OBJETIVOS DEL CARGO:</b>
Planificar, dirigir, coordinar, implementar, supervisar y evaluar la política y estrategias de comunicacionales, a fin de dar cumplimiento a los objetivos institucionales a través de la ejecución de las acciones promocionales, comunicacionales y de difusión, como asimismo administrar y gestionar eficientemente los recursos humanos, financieros y materiales que pongan a su disposición.
<b>FUNCIONES DEL CARGO:</b>
<b>1.- Gestión de Estrategias</b>
Controlar y evaluar el avance y cumplimiento de compromisos, metas y objetivos comunicacionales a través del diseño y ejecución de planes, programas y proyectos orientados a una comunicación estratégica eficiente y de difusión masiva de las acciones que emprende la institución, propuesta que deben ser acordadas con las otras áreas y en especial con la dirección.
Preocuparse permanente por la imagen corporativa, hacia el interior y exterior de la institución, lo que deberá traducirse en productos de marca institucional, material impreso, audiovisual y otros soportes para medios de comunicación, beneficiarios directos y la comunidad.
Coordinar acciones conjuntas con organismos públicos y privados en beneficio de los objetivos institucionales.
Informar permanentemente de las acciones de comunicación a la dirección.

<b>2.- Gestión de Recursos Humanos</b>
Gestionar un trabajo eficiente con cada área de la Casa de la Cultura, orientando la acción hacia una mayor productividad y calidad en el clima organizacional
Aplicar los métodos de evaluación de desempeño dentro de su unidad en la institución
Crear y aprovechar los ambientes de aprendizaje organizacional, que permitan un desarrollo armónico de los funcionarios y funcionarias de la entidad.
Promover e implementar políticas y planes de higiene y seguridad laboral.
<b>3.- Gestión Financiera</b>
Administrar los bienes y recursos que se pongan a su disposición, con priorización en la administración eficaz y eficientemente los recursos asignados de acuerdo a lineamientos estratégicos y en especial lo que dice relación con la gestión de la infraestructura cultural que dispone la institución.
<b>4.- Gestión Comunicacional</b>
Mantener una comunicación efectiva con todas las estructuras organizacionales de la institución, en especial con la dirección.
<b>COMPETENCIAS DEL CARGO</b>
Título profesional Periodista o afín , postítulo en gestión.
<b>Competencias interpersonales</b>
1.- Liderazgo
2.- Motivación por el logro de objetivos
3.- Trabajo en equipo
4.- Delegación

## OTROS PROFESIONALES, PLANTAS PROFESIONALES

CARGOS	FUNCIONES	CONOCIMIENTO	EXPERIENCIA	REQUISITOS
PRODUCTOR	Elaborar, Implementar, ejecutar y evaluar las producciones de la Casa de la Cultura.	Administración y evaluación de Proyectos Culturales	3 años a lo menos en dirección de un departamento cultural.	Profesional universitario de carrera de artes o ciencias sociales, con a lo menos 5 años de duración.
	Coordinación de Recursos Materiales, RRHH y de Gestión del las producciones de la Casa de la Cultura.	Políticas Culturales	Proyectos de instituciones de igual envergadura.	
		Leyes aplicadas a la Cultura - Aplicación y gestión de Ley Valdés	Dirección de equipos Administración pública y privada	
		Metodologías de:		
		Elaboraciones proyectos		
		Evaluación de proyectos.		
		Desarrollo de proyectos artísticos.		
Desarrollo de eventos y espectáculos culturales.				
COMUNICADOR SOCIAL	Implementar y evaluar el Plan de comunicaciones.	Estrategias de comunicación.	Comunicaciones en programas culturales - Diseño Gráfico Manejo de sitio Web	Periodista, diseñador gráfico o publicista
	Generar información del centro actualizada en medios de difusión tradicional y redes sociales	Organización estratégica		
	Establecer Vínculos Comunicacionales internos y externos	Diseño gráfico		
		Implementación y ejecución de proyectos - Office medio.		
		Dominio a nivel usuario de programas de diseño y web.		

## OTROS PROFESIONALES, PLANTAS TÉCNICAS

CARGOS	FUNCIONES	CONOCIMIENTO	EXPERIENCIA	REQUISITOS
<b>1 TECNICO DE SONIDO E ILUMINACIÓN</b>	Coordinar acciones de producción artísticas y fichas y plantas de iluminación y amplificación.	Programación de mesas de sonido y mesas de iluminación.	2 años a lo menos en desarrollo de producciones y espectáculos artístico culturales.	Técnico con estudios superiores en el área, con a lo menos 2 años de duración.
<b>1 SECRETARIA</b>	Administrativa	Office básico	Experiencia en administración de archivos y registros	Técnico superior con a lo menos 2 años de duración.
	Recepción		Orientación al cliente interno y externo	
	Partes		Conocimiento de inglés	
	Agenda			

## OTROS PROFESIONALES, PLANTAS ASISTENTES

CARGOS	FUNCIONES	CONOCIMIENTO	EXPERIENCIA	REQUISITOS
<b>5 AUXILIARES SERVICIOS GENERALES</b>	Aseo Apoyo en suministro y reposición de equipamiento e instalaciones		Experiencia de a lo menos 1 año en funciones similares	Enseñanza media completa
<b>2 GUARDIAS NOCTURNOS</b>	Vigilancia Tarde y Noche de la Casa de la Cultural	Curso OS10	Experiencia de a lo menos 1 año en funciones similares	Enseñanza media completa

## HORARIOS DE ATENCIÓN

Mañana	Tarde	Noche	Extensión	
8:30-14:00	15:00-17:30	18:00-20:00	22:00-01:00	
x	x			<b>lunes</b>
x	x	x		<b>martes</b>
x	x	x		<b>miércoles</b>
x	x	x	x	<b>jueves</b>
x	x	x	x	<b>viernes</b>

Dado que la Casa de la Cultura es la única infraestructura cultural artística de la Comuna de Illapel y centro mayor de la cultura y las artes de la provincia del Choapa, es necesario que dicho “Casa” posea un horario extensivo, destinado a satisfacer todos sus productos o servicios culturales con armonía y equilibrio.

Las actividades tendrán un horario determinado dado que la “Casa” debe ser un lugar donde confluyan las personas en sus diferentes actividades, pero que no se vea sobrepasada su capacidad al momento de desarrollar dichas acciones. Además se contempla un horario nocturno especial para eventos de mayor convocatoria y fuera de toda actividad menor de la “Casa” y la comunidad.

8:30-14:00							15:00-17:30							18:00-20:00							22:30-01:00							
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V			L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	
x							x																					Mantenición
							x	x	x	x				x	x	x	x	x										Talleres
	x	x	x	x			x	x	x	x						x	x	x							x			Exposiciones
	x	x	x	x			x	x	x	x				x	x	x												Ensayos
	x	x	x	x			x	x	x	x																		Seminarios y convenciones
																								x	x			Temporadas de arte y cultura
	x	x	x	x																								Visitas guiadas
																	x	x	x						x			Inauguraciones