

PLAN DE GESTIÓN CASAFACTORÍA 2026-2029



Tabla de contenido

Índice de Tablas.....	2
<i>Introducción y Marco General</i>	5
Presentación y Marco Institucional.....	5
Marco Conceptual y Normativo	5
Misión y Propósito de CasaFactoría	5
Ejes Orientadores del Plan de Gestión.....	6
Contexto territorial	7
Antecedentes comunales.....	7
La población nacional	10
Alineación de CasaFactoría con la Estrategia Quinquenal Regional (EQR)	11
Principales Ejes de Planificación a Integrar en el PG.....	12
Origen, Historia y Modelo de Gestión de CasaFactoría.....	12
Origen y Evolución del Espacio	12
Misión y Orientación Estratégica	13
Modelo de Gobernanza y Sostenibilidad.....	14
<i>Elementos metodológicos del Diagnóstico</i>	15
Entrevistas en profundidad	15
Encuentros de co diagnóstico y co diseño.....	18
Primer Encuentro: Equipo interno CasaFactoría	18
Área	18
Detalle	18
Segundo Encuentro: Agentes culturales vinculados al sector privado	21
Tercer Encuentro: Artistas visuales	23
Cuarto encuentro: Red de espacios culturales autogestionados de la Región del Maule	26
Quinto encuentro: Artistas y usuarios	29
Elementos Plan de Gestión CasaFactoría de Talca (2026-2030)	32
Imagen Objetivo de CasaFactoría (2030)	32
Misión y Visión	34
Ejes y Líneas Estratégicas	35

Detalle de Actividades por Eje Estratégico	40
Plan de Inversiones (2026-2030)	46
Plan de Difusión del Plan de Gestión (PG)	47
Plan de Monitoreo y Seguimiento (2026–2030)	49
Cronogramas (Carta Gantt) del Plan de Gestión (2026–2030)	50
Eje 1: Sostenibilidad y Profesionalización	50
Eje 2: Infraestructura y Habitabilidad.....	51
Eje 3: Desarrollo de Audiencias y Contenido	52
Bibliografía.....	54

Índice de Tablas

Tabla 1 Enfoques	6
Tabla 2 Alineación con la Estrategia Quinquenal de Cultura de la Región del Maule 2024-2029.....	11
Tabla 3 Hitos en la historia de CasaFactoría	12
Tabla 4 Nudo crítico infraestructura.....	15
Tabla 5 Nudos críticos programación	16
Tabla 6 Nudos criticos sostenibilidad	17
Tabla 7 Nudos criticos detectados en el primer encuentro.....	18
Tabla 8 Nudos criticos tercer encuentro.....	23
Tabla 9 Análisis FODA	26
Tabla 10 Misión y Visión	34
Tabla 11 Ejes estratégicas	35
Tabla 12 Líneas, programas y actividades eje 1.....	35
Tabla 13 Líneas, programas y actividades eje 2.....	36
Tabla 14 Líneas, programas y actividades eje 3.....	37
Tabla 15 Detalle actividades eje 1	40
Tabla 16 Detalle actividades eje 2.....	42
Tabla 17 Detalle actividades eje 3.....	44

Tabla 18 Plan de inversiones	46
Tabla 19 Plan de difusión	47
Tabla 20 Plan de monitoreo y seguimiento	49
Tabla 21 Cronograma eje 1	50
Tabla 22 Cronograma eje 2	51
Tabla 23 cronograma eje 3	52

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Pirámide poblacional	9
Ilustración 2 Población Nacional	10

Introducción y Marco General

Presentación y Marco Institucional

El presente documento constituye el Informe final del Plan de Gestión (PG) de la CasaFactoría de Talca, un espacio cultural y de vinculación comunitaria administrado por la Corporación Ciudadanía.

Este proceso de planificación se inscribe en el marco del apoyo y financiamiento del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP), a través del Programa Red Cultura, reconociendo a CasaFactoría como un agente clave para el desarrollo cultural territorial en la Región del Maule.

El Plan de Gestión completo abarca el período 2026-2029 y tiene como principal objetivo fortalecer la institucionalidad, sostenibilidad y vinculación de la CasaFactoría con sus diversos públicos y comunidades, garantizando el acceso a los Derechos Culturales.

Marco Conceptual y Normativo

La elaboración del Plan de Gestión sigue rigurosamente la “Guía Metodológica para la construcción de Planes de Gestión con enfoque de públicos” del MINCAP (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2024), cuyo propósito es dotar a los espacios culturales de una hoja de ruta estratégica, participativa y sostenible.

Misión y Propósito de CasaFactoría

La CasaFactoría, propiedad de Corporación Ciudadanía, articula su quehacer desde el enfoque de derechos humanos y derechos culturales.

- Rol Principal: Contribuir al bienestar social de los habitantes de la Región del Maule mediante la ejecución de proyectos que fomenten la participación y el sentido comunitario.

- Actividades Centrales: Funciona como Espacio Galería, Sala Formativa y lugar de Cowork Comunitario para organizaciones sociales.
- Enfoque: La articulación del sector artístico con los públicos se realiza con una perspectiva de derechos humanos, y su gestión cultural opera de manera participativa y horizontal, promoviendo la creación de redes vinculantes.

Ejes Orientadores del Plan de Gestión

El Plan se desarrolla bajo los siguientes enfoques estratégicos, tal como lo mandata la Guía Metodológica del MINCAP (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2024), y en línea con el Plan Nacional de Desarrollo y Formación de Públicos 2021-2024 (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021):

Tabla 1 Enfoques

Enfoque Estratégico		Implicancia para CasaFactoría
Enfoque Públicos	de	Pone a las personas y comunidades al centro de la gestión, buscando ampliar y diversificar la participación cultural.
Enfoque Derechos	de	Orienta la gestión cultural a garantizar el ejercicio de los Derechos Humanos, incluyendo los culturales (acceso, participación y contribución).
Enfoque Territorial		Considera las particularidades del entorno de la CasaFactoría, barrio y comuna, pero de la misma manera su alcance que va más allá de esas delimitaciones.
Enfoque Participativo		Basado en la co-creación y el diálogo, asegurando la implicación de la comunidad y actores locales en la toma de decisiones.

Contexto territorial

Antecedentes comunales

Talca: Ciudad Histórica, Intermedia y Capital del Maule

Talca es la ciudad capital de la Región del Maule, ubicada en el valle central entre el mar y la Cordillera de los Andes (Municipalidad de Talca, 2023). En su calidad de capital regional, es la sede del Gobierno Regional, la Delegación Presidencial y las Secretarías Regionales Ministeriales (SEREMI). Aglutina más de 60 sedes de instituciones públicas del país, siete universidades (dos de ellas del Consejo de Rectores) y las principales instituciones financieras y cadenas comerciales del país.

Datos Geográficos y Territoriales

Ubicación y Morfología: Se localiza dentro de la cuenca del río Maule, sobre terrazas escalonadas en el área del río Claro, entre el río Lircay y el Estero Piduco. Su superficie comunal es de 232km². El llano donde se asienta presenta buena aptitud para el poblamiento, aunque existen áreas de restricción por inundación.



Hidrografía: La ciudad se encuentra a orillas del Río Claro y es atravesada por el Estero Piduco (que limita con el sur de Talca).

Clima y Contaminación: Posee un clima mediterráneo, con inviernos fríos y veranos calurosos. Desde 2008, Talca fue declarada zona saturada por material particulado (MP10), siendo la calefacción residencial a leña la principal fuente de contaminación.

Historia y Desarrollo Urbano

Fundación: Talca tuvo dos intentos de fundación. Fue refundada definitivamente por el Gobernador Manso de Velasco el 12 de mayo de 1742 como la Villa San Agustín de Talca.

Hito Histórico: En su Plaza de Armas, se firmó la Declaración de Independencia el 12 de febrero de 1818 por Bernardo O'Higgins.

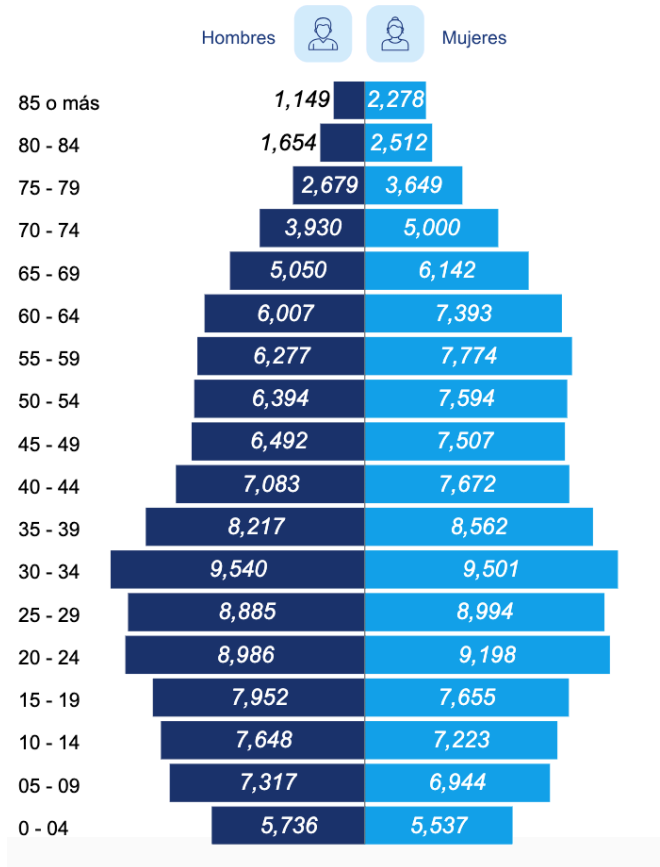
Crecimiento y Desastres:

- En 1870, el trazado urbano alcanzaba 120 manzanas.
- La llegada del ferrocarril en 1875 contribuyó al progreso comercial y agrícola.
- El terremoto de 1928 destruyó viviendas y tradiciones, causando una gran pérdida arquitectónica.
- En 1960, la migración rural-urbana obligó a la ciudad a extenderse al sur del Estero Piduco.
- En 1980, la superficie construida se dobló, perdiendo su forma de damero y dejando atrás la imagen de ciudad colonial y agrícola.

Demografía

- La comuna de Talca tiene 232.131 habitantes (INE, 2024)
- El promedio de edad es de 38 años
- El índice de envejecimiento es de 84.3 (hay 84.3 personas de 65 años o más por cada 100 personas menores de 15 años)

Ilustración 1 Pirámide poblacional



- La pirámide poblacional de la comuna muestra una forma similar a la nacional con un ensanchamiento entre los 20 y 44 años.

Administración y Planificación

- Gobierno Comunal: La administración local reside en la Ilustre Municipalidad de Talca, dirigida por el alcalde (Juan Carlos Díaz Avendaño).
- Planificación Estratégica: El principal instrumento de planificación es el Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) 2024-2028. Este plan se basa en cuatro ámbitos de desarrollo: Desarrollo Territorial y Ambiental, Desarrollo Social y Cultural, Desarrollo Económico y Productivo, y Desarrollo Institucional y Participación Ciudadana.

- Zonificación Urbana: La ciudad está dividida en varias zonas urbanas para su descripción y caracterización, incluyendo el Centro, Nororiente, Norte, Suroriente (Carlos Trupp y Las Colines), Pericentro y Surponiente.

La población nacional

La Población Nacional es reconocida en Talca por ser un sector con una marcada identidad histórica y un alto valor patrimonial arquitectónico. No es simplemente una zona residencial moderna, sino un barrio histórico cuyo entorno confiere un carácter particular a las edificaciones que alberga.

Desde el punto de vista social, la Población Nacional se define principalmente como un barrio obrero. Su configuración habitacional está fuertemente determinada por una demografía envejecida, siendo una zona con una alta concentración de personas mayores. Esta característica es crucial, ya que el grueso de sus habitantes pertenece a un segmento que requiere consideración y estrategias específicas de vinculación comunitaria.

Ilustración 2 Población Nacional



Dentro de este sector, existen puntos de referencia importantes, como la Plaza de los Pueblos. Además, el barrio tiene una denominación o una referencia asociada al nombre de un doctor. Estos elementos subrayan la relevancia de la Población Nacional

como un área de la ciudad que, aunque no es parte del circuito central, posee una rica historia cimentada en su rol social y su arquitectura tradicional.

El valor de este barrio radica en su capacidad de representar la memoria histórica y el tejido social de Talca, manteniendo una estructura y composición que contrasta con las zonas más comerciales o de desarrollo reciente.

Alineación de CasaFactoría con la Estrategia Quinquenal Regional (EQR)

La Estrategia Quinquenal Regional (EQR) del Maule establece seis ámbitos de desarrollo prioritarios, de los cuales la CasaFactoría, por su misión social y autogestionada, se alinea directamente con tres categorías clave.

Tabla 2 Alineación con la Estrategia Quinquenal de Cultura de la Región del Maule 2024-2029

Ámbito de la EQR	Relevancia para CasaFactoría (Razón de la alineación)
I. Participación y Acceso a la Vida Cultural	Este ámbito busca la descentralización y el acceso equitativo a la oferta cultural. La CasaFactoría, al ser un espacio inserto en la Población Nacional de Talca, contribuye directamente a descentralizar la oferta fuera del circuito central.
V. Habitabilidad y Gestión de Espacios de Uso Artístico, Cultural y Patrimonial	La necesidad de poner un interés creciente en los asuntos de Gestión de espacios es sumamente importante en el desarrollo de CasaFactoria
IV. Memorias, Identidades y Gestión Sostenible del Patrimonio	Dado el foco de Corporación Ciudadanía y la existencia de Sitios de Memoria en Talca , la CasaFactoría se alinea con el objetivo de impulsar y reconocer el rol de la memoria en la conformación de la identidad territorial.

Principales Ejes de Planificación a Integrar en el PG

El Plan de Gestión de la CasaFactoría debe incorporar los siguientes enfoques y datos específicos para ser coherente con la Estrategia Regional:

1. Descentralización y Enfoque Territorial
2. Ecosistemas, Colaboración y Sostenibilidad
3. Uso y Gestión de Espacios (Habitabilidad)

Origen, Historia y Modelo de Gestión de CasaFactoría

La historia de la CasaFactoría se divide en dos momentos clave: su origen como espacio personal de la gestora y su transformación a un espacio cultural de la Corporación Ciudadanía.

Origen y Evolución del Espacio

La CasaFactoría no nació con una gran planificación, sino que evolucionó a partir de una necesidad y la iniciativa personal de la gestora.¹

Tabla 3 Hitos en la historia de CasaFactoría

Etapas	Hito Clave y Motivación	Rol Principal Asumido
Fase 1: Origen Personal (Sin planificación)	La casa fue comprada como un espacio para la gestora de Corporación Ciudadanía, quien hacía sus talleres de fotografía en el lugar	Sede Informal/Taller Privado.
Fase 2: Apertura y Uso Comunitario (Orgánico)	La casa se convirtió en un punto de encuentro informal: se ocupaba para reuniones de	Espacio de Contención (Rol de "caja de resonancia").

¹ A partir de información obtenida en encuentros, entrevistas y documentación secundaria del espacio

		organizaciones (Mesa de Derechos Humanos, Mujeres sin Fronteras) y otros fines aledaños.	
Fase 3: Formalización y Planificación		Hace más de un año, se decidió darle vida y generar programación. Esto llevó a la creación de un Plan de Gestión (PG) preliminar.	Espacio Cultural con Programación Permanente (Galería/Sala Formativa/Cowork).

Misión y Orientación Estratégica

La corporación que administra el espacio (Corporación Ciudadanía) nació en 2017.

- Fundación y Principio Ético: Nace como búsqueda de desarrollo y trabajo en una organización que tenga un enfoque de derechos humanos ante la falta de una instancia así en la Región del Maule. La Corporación se centra en la memoria y los derechos humanos como respuesta ante esa necesidad inicial.
- Prioridades del PG Inicial: El primer Plan de Gestión definió líneas claras
 - a) Prioridad Temática: Espacio de artes visuales y acento en derechos humanos
 - b) Prioridad de Públicos: Público reducido (por el tamaño del espacio), con respeto a las personas mayores del barrio.
 - c) Prioridad de Género: Privilegiar a mujeres y disidencias sexo-genéricas en las exposiciones.
 - d) Prioridad de Comportamiento: Mantener un "declarado de comportamiento" y "buenas prácticas" (respetar horarios, no hacer ruido en la noche, versiones acústicas).

Impacto de la Centralización: El reconocimiento de la CasaFactoría como sede de la Corporación ha generado una descentralización interna de las acciones de la

Corporación, pasando de operar a nivel regional (Pelarco, Colbún) a centrarse en el espacio de Talca y sus alrededores.

Modelo de Gobernanza y Sostenibilidad

El modelo de gestión de CasaFactoría es frágil y se sostiene en la voluntad, la transparencia y el trabajo en red.

Gobernanza

- Modo de Trabajo: Se opera en modo voluntario. Solo hay remuneraciones cuando hay proyectos.
- Transparencia: Existe una política transparencia con los fondos, ser "buenos pagadores" y no reproducir comportamientos de explotación o maltrato.
- Toma de Decisiones: No hay reuniones programadas. Se trabaja por delegación y representación (personalización), donde ciertas personas asumen temas y así se evita la sobrecarga de funciones y trabajo.

Sostenibilidad y Fragilidad:

- Vulnerabilidad Estructural: El espacio es "frágil" y su continuidad depende de la situación personal de los dueños ("si los dueños o familia nos pasa algo, obviamente esta casa se va a vender").
- Financiamiento Fijo: La Corporación cubre los costos fijos (la casa está comprada y se pagan los gastos básicos).
- Financiamiento de Proyectos: El financiamiento se obtiene de proyectos de la Corporación, para cubrir gastos del espacio, pero no el costo operacional total.
- Modelo de Uso: El espacio se presta gratuitamente a organizaciones; se fomenta la venta de obras sin comisión y se promueve un modelo de economía comunitari

Elementos metodológicos del Diagnóstico

Los dos principales recursos metodológicos utilizados en el diagnóstico participativo fueron encuentros orientados a distintos grupos de interés para CasaFactoría y entrevistas en profundidad a informantes claves.

Entrevistas en profundidad

Críticos de Infraestructura y Operación

Los desafíos se centran en la funcionalidad diaria de un espacio no convencional.

Tabla 4 Nudo crítico infraestructura

Nudo Crítico	Detalle del Problema	Evidencia Clave de la Fuente
Almacenamiento/Circulación	El espacio interior tiene problemas de circulación y almacenaje, lo que requiere despejar y optimizar el uso de las salas.	"problemas de almacenaje o de circulación", "buscar un... mobiliario o trabajar el diseño del espacio más móvil"
Potencial Desaprovechado	La Casa es un espacio patrimonial acondicionado y la segunda sala tiene potencial vinculante, pero el espacio no se usa al máximo de su capacidad.	"La segunda sala tiene un potencial vinculante, en que toda la casa pudiese ser un lugar de exposición"

Falta de Identidad Visual del Entorno	A pesar del alto valor del barrio, no existe una forma visible y formal de poner en valor ese entorno en el frontis de la casa.	"instalar algún otro anuncio, aviso, algo en relación a... Poner el valor el barrio", "falta poner que estas cosas como de esto que decías tú, a lo mejor empapelar afuera"
---------------------------------------	---	---

Críticos de Programación y Alcance (Desarrollo de Públicos)

Los desafíos se centran en cómo el espacio se comunica y articula con el ecosistema.

Tabla 5 Nudos críticos programación

Nudo Crítico	Detalle del Problema	Evidencia Clave de la Fuente
Brecha de Convocatoria Digital	Falta de mecanismos digitales formales para la postulación, limitando la atracción de artistas itinerantes, emergentes y diversos	"Podrían implementar quizás, mecanismos digitales de postulación, convocatoria que vayan en las mismas redes de difusión"
Proyección de Nicho Reducida	A pesar de ser la capital regional, la CasaFactoría no está posicionada como un referente para las 30 comunas, limitando su capacidad de convocar contenido regional.	"sería interesante que se transforme en un espacio referente para artistas visuales de las treinta comunas de la región"

Subutilización de Archivos y Medios	La oportunidad de usar el archivo fílmico (VHS) de la gestora y expandir la programación a lo audiovisual y la literatura/escritura está desaprovechada.	"recuperar algo que tiene que ver... con un club de video", "espacio para literatura, escritura"
Limitación en Alianzas	Las alianzas del espacio pueden ser demasiado acotadas al área visual, perdiendo fuerza y oportunidades de ahorro de recursos.	"Se debe detallar espacios afines que no solo sean de artes visuales", "asociarse, vincularse con otros espacios afines".
Ausencia de Red de Contactos	No se utiliza activamente los catastros de artistas existentes para generar invitaciones personalizadas y posicionar a CasaFactoría como un referente de vanguardia.	"Existen catastros de artistas visuales de donde se podría sacar una red de contactos para hacer una invitación mas personalizada".

Críticos de Sostenibilidad y Modelo de Gestión

El modelo de financiamiento debe formalizarse para la continuidad.

Tabla 6 Nudos criticos sostenibilidad

Nudo Crítico	Detalle del Problema	Evidencia Clave de la Fuente
Dependencia de Fondos Públicos	El financiamiento se basa principalmente en la postulación a fondos concursables (PAUC, Punto	"CasaFactoría tiene amplio espacio... [y] amplio experiencia en

	Cultura), sin una alternativa de ingresos propios asegurada.	relación a la postulación de fondos"
Falta de Inversión Individual	No se ha explorado un modelo de inversión o "club de amistades" que asegure la participación activa y el financiamiento de individuos con intereses en el espacio.	"El club de amigos, una vinculación más directa con gente que quiera invertir"

Encuentros de co diagnóstico y co diseño

Primer Encuentro: Equipo interno CasaFactoría

La siguiente tabla sintetiza los principales cuellos de botella identificados en la gestión y operación, los cuales se utilizarán como insumos directos para la Etapa de Co-diseño y la formulación de objetivos estratégicos del PG.

Tabla 7 Nudos críticos detectados en el primer encuentro

Área	Detalle
Sostenibilidad y Modelo de Financiamiento	<p>El desafío más importante es la fragilidad y dependencia financiera del espacio, lo que impacta la planificación a mediano y largo plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fragilidad Financiera del Espacio Físico: La CasaFactoría como tal es "frágil" y está sujeta a la situación personal de la gestora y su familia • Modelo de Gasto Operacional: Los costos fijos del espacio (gastos asociados a la casa) no son cubiertos por proyectos y dependen de aportes personales. La Corporación ejecuta proyectos

	<p>que incluyen ítems para el espacio, pero esto no cubre la operación total.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de Fondos Operacionales: En Chile, no existen fondos específicos que permitan sostener los gastos operacionales de los espacios, lo que obliga a priorizar el pago de honorarios. • Búsqueda Incipiente de Financiamiento Privado: Hay una intención de vincularse con el sector privado (ej. viñas, fundaciones como la de María Pia Yev-Lovic) para generar financiamiento diverso y asignaciones directas, pero esto es aún una línea de trabajo a desarrollar. • Dificultades en Fondos Públicos: Han experimentado errores que los dejaron fuera de fondos relevantes (como el PAUS) debido a fallas en el proceso, lo que implica una demora en la obtención de financiamiento más estable.
Infraestructura y Accesibilidad	<p>Existen problemas estructurales y de diseño que limitan el uso y la capacidad de ampliar el público en coherencia con la inclusión.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Climatización Inadecuada: El espacio requiere de un sistema de climatización permanente, lo cual es considerado una prioridad en infraestructura, pero que actualmente es un "nudo" sin resolver debido a problemas

	<p>técnicos y estructurales en el muro que lo debiese sostener.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de Accesibilidad Universal: El espacio no responde a las necesidades de personas con discapacidad o en silla de ruedas, ya que no tiene el ángulo de rampa necesario para el ingreso, y el baño no cumple con el diseño ni las medidas mínimas. Esto es un limitante de la inclusión que dadas las características del inmueble no es de sencilla solución • Proyectos de Ampliación Pendientes: Existe la intención de realizar una gran mejora estructural, como echar abajo un muro para hacer una galería y una planta abierta en el segundo piso, pero esto es un proyecto costoso y sin financiamiento asegurado.
Gobernanza y Gestión de la Programación	<p>La forma de operar del espacio, aunque efectiva para su nicho, posee un espacio de mejora en formalización para la toma de decisiones y la ampliación de audiencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de Reuniones de Gestión Periódicas: Las reuniones del equipo no son sistemáticas, sino que surgen por "contingencia". No hay una regularidad establecida, lo que dificulta la planificación formal del PG. • Riesgo de Confusión de Identidades: Existe la posibilidad de que la comunidad y los colaboradores se confundan entre las "tres figuras" que gestionan: la Gestora principal, la

	<p>Corporación Ciudadanía, y la CasaFactoría.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Público Fiel pero Acotado: Aunque hay un grupo de personas muy leal que asiste a "todas las muestras" y actividades , es necesario desarrollar una estrategia para ampliar y diversificar el público más allá de este círculo íntimo. • Potencial Desaprovechado de Temáticas: Si bien la Corporación tiene una fuerte vinculación con Pueblo Originario y Memoria/Derechos Humanos (su génesis), el espacio físico de CasaFactoría aún no ha desarrollado una estrategia directa y vinculada para estos ejes, como la propuesta de un Museo Biblioteca de Derechos Humanos.
--	---

Segundo Encuentro: Agentes culturales vinculados al sector privado

Estos nudos se concentran en las áreas que CasaFactoría debe fortalecer para asegurar la sostenibilidad a través de alianzas estratégicas y financiamiento privado.

Críticos de Profesionalización y Formalidad

Los agentes privados, al igual que los fondos públicos, requieren garantías de gestión y un marco legal claro.

- **Falta de Medios de Comunicación Formales/Estables:** Existe la necesidad de formalizar los canales de comunicación y difusión. Aunque se menciona el uso de redes sociales, se destaca la falta de un *Media Partner* o una estrategia clara de difusión, lo cual es vital para los privados que buscan visibilidad.

- **Incertidumbre en la Ley de Donaciones Culturales:** Si bien la Ley es vista como un potencial camino de financiamiento, no se evidencia un conocimiento profundo o un plan de acción formal para utilizar este mecanismo, que es el preferido por las grandes empresas.
- **Ausencia de una Propuesta de Valor Estratégica:** Las ideas para el futuro son numerosas y variadas, pero no están condensadas en una propuesta única y priorizada que se pueda presentar al mundo privado. Esto incluye la necesidad de una oferta definida y atractiva para los donantes.

Críticos de Vinculación y Alcance Barrial

El gran potencial barrial y comunitario de CasaFactoría es un activo que aún no se capitaliza de manera sistemática.

- **Potencial Desaprovechado de la Ubicación:** Se reconoce que la casa está en un lugar con gran potencial para actividades barriales (proyecciones en el muro, uso de la plaza contigua), lo que podría ser un atractivo para el *sponsoreo*, pero estas ideas deben pasar de la lluvia de ideas a acciones concretas en el PG.

Críticos del Modelo de Sostenibilidad

Se reitera el desafío de migrar de la autogestión de subsistencia a la sostenibilidad estructurada.

- **Necesidad de Definir un "Grupo Target" con Poder Adquisitivo:** Se detecta que un público ideal para la sostenibilidad no es el adulto mayor, sino las mujeres con alto poder adquisitivo o aquellos vinculados al turismo, ya que son quienes "sí compran" y tienen un compromiso más responsable. Esto obliga a la CasaFactoría a segmentar su público y adaptar la propuesta de valor para asegurar ingresos propios estables.
- **Dependencia en la "Actividad del Momento":** La energía de la gestora y el equipo se dispersa en "la gran cantidad de ideas" sin una priorización de aquellas que generarán la sustentabilidad a largo plazo. Se requiere que el PG priorice las ideas que se puedan "aterrizar" y canalizar a corto y mediano plazo.

Para el Plan de Gestión, los nudos críticos en la dimensión privada señalan que la CasaFactoría debe concentrar sus esfuerzos en el eje **"Gobernanza y Sostenibilidad"** para:

- a) Crear un "Dossier de Inversión" (Propuesta de Valor): Una propuesta clara con objetivos medibles, alineada con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el Enfoque Territorial (Eje EQR).
- b) Formalizar la Estrategia de Difusión: Asegurar que cualquier colaboración privada se vea potenciada por un Media Partner o una estrategia de comunicación profesional.
- c) Aprovechar la Ley de Donaciones: Investigar y formalizar la ruta para acogerse a esta ley y abrir la puerta al financiamiento de grandes empresas en la región del Maule

Tercer Encuentro: Artistas visuales

El tercer encuentro, focalizado en el sector de Artistas Visuales y afines, revela que los nudos críticos de CasaFactoría se concentran en la limitación de la infraestructura, la formalización de la colaboración con artistas y la necesidad de integrar la memoria local a la propuesta visual.

Tabla 8 Nudos críticos tercer encuentro

Nudo				Detalle
Críticos	de	Infraestructura	y	<ul style="list-style-type: none"> Las restricciones físicas de la casona, que ya fueron mencionadas en el primer encuentro, se agudizan al hablar de montaje de obras. Restricciones para Obras de Peso/Gran Formato: Existe una limitación crucial para montar obras pesadas o que requieran
Habitabilidad				

	<p>taladrar los muros, lo que restringe el tipo de arte visual que se puede exponer.</p> <ul style="list-style-type: none">• Problemas de Climatización (Reiterado): La falta de climatización, además de ser un problema de habitabilidad para el público, pone en riesgo las obras de arte sensibles a la temperatura y humedad, especialmente las fotografías.• Diseño Físico Limitante: Existe una visión de ampliación física (echar abajo un muro, abrir la galería) para crear un espacio más permeable y atractivo, pero esto no está financiado ni concretado, limitando el potencial expositivo.
Críticos de Colaboración y Sostenibilidad Sectorial	<ul style="list-style-type: none">• Existe la voluntad de trabajo, pero faltan mecanismos formales que aseguren un ingreso o la continuidad del montaje para el artista.• Falta de Mecanismos de Venta/Comercialización Directa: Los artistas visuales necesitan canales formales para la venta de

	<p>sus obras. Si bien la CasaFactoría facilita el espacio, no se ha formalizado una instancia que asegure una continuidad comercial para el artista (más allá del evento puntual).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de Programación Estable para Artistas: La falta de una programación estable y la dependencia de fondos externos generan incertidumbre para los artistas. Se requiere asegurar programas tan sencillos como un montaje de larga duración.
Críticos de Contenido e Identidad	<ul style="list-style-type: none"> • El potencial de la CasaFactoría como nodo de memoria y cultura local no siempre se refleja en la propuesta visual, la cual puede ser percibida como genérica. • Necesidad de Integración con el Enfoque de Memoria: Se destaca la necesidad de "fatalizar" (digitalizar y materializar) las fotos de la memoria local, reconociendo el potencial de la Factoría para crear un relato propio.

	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Contenido Audiovisual Técnico y Atractivo: Hay una necesidad de generar contenido visual más técnico (videos, relatos breves) para la difusión y el enganche de nuevos públicos, lo cual requiere inversión en producción. • Desafío de la Distinción Cultural : Un artista menciona que su cultura de origen es muy distinta, lo que subraya el desafío para la CasaFactoría de acoger la diversidad mientras define y promueve la identidad cultural propia del Maule.
--	--

Cuarto encuentro: Red de espacios culturales autogestionados de la Región del Maule

Análisis FODA

Tabla 9 Análisis FODA

Dimensión	Detalle
Fortalezas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modelo de Pago Ejemplar para Artistas: La Corporación ha generado la política de pago digno hacia los artistas, dignificando su trabajo. 2. Alta Capacidad de Autogestión y Rotación: El espacio ha logrado una alta actividad y rotación de artistas a través de la autogestión, utilizando fondos

	<p>propios de la Corporación para pagar la instalación, difusión y cócteles, lo que atrae a artistas y público.</p> <p>3. Vínculos Estratégicos y Descentralización: La CasaFactoría ha formalizado vínculos con la Universidad Autónoma y está logrando descentralizar sus proyectos, llevando actividades a comunas rurales como Peyuhue y San Javier.</p> <p>4. Enfoque Curatorial Único y Atractivo: Prioriza la programación de mujeres y disidencias sexogenéricas, y exhibe obras que incomodan o son censuradas en otros espacios (ej. arte explícito homosexual), lo que le da una identidad distintiva y relevante.</p> <p>5. Alta Tasa de Venta de Obras: El modelo de actividades de un día y la promoción activa de contactos han resultado en una alta tasa de venta (entre el 75% y 80%) de las obras exhibidas.</p>
Oportunidades	<p>1. Firma de Convenios con la Universidad: La Facultad de Ingeniería Comercial está realizando un plan de medios y Periodismo está elaborando un plan de comunicaciones. Existe la oportunidad de formalizar estos vínculos con convenios para la sostenibilidad (ej. plan medioambiental).</p> <p>2. Financiamiento Privado por Patrocinio: Se ha conseguido una alianza con una viña para una caja mensual de vino a cambio de un logo, lo que</p>

	<p>demuestra un potencial para asegurar patrocinios regulares y estables.</p> <p>3. Vínculo con la Estructura Municipal/Pública (Técnica) : La red de espacios (Recam) de la cual forma parte CasaFactoría, puede ofrecer un dossier de servicios (producción, técnica, mediación) a municipios para licitaciones, ya que estos carecen de capacidad técnica y se enfocan en lo "eventista".</p>
Debilidades	<p>1. Incertidumbre en la Salud de la Fundadora: La dependencia en torno a la figura de la gestora fundadora torna cualquier problema de salud de está en un problema a resolver</p> <p>2. Falta de Estructura Física y Protocolos : El espacio no está abierto todos los días y no tiene las condiciones (bodegaje) para actividades permanentes o para la rampa movable. Esto limita su usabilidad.</p> <p>3. Brecha en los Estándares de Empleabilidad: Apesar de pagar bien en proyectos, el sector cultural en general es "maltratado"</p>
Amenazas	<p>1. Riesgo de Venta de la Casa: Derivado de la situación de salud de la gestora, existe la amenaza real de que la CasaFactoría se venda y desaparezca como espacio de programación.</p>

	<p>2. Pérdida de Representatividad en el Estado: El sector enfrenta el peligro de que, si no hay un presidente "sensible con la cultura" o representación en el gobierno, la sostenibilidad del sector colapse, volviendo a un espíritu de "guerrilla" de subsistencia.</p>
--	---

Quinto encuentro: Artistas y usuarios

Nudos Críticos: Evaluación de Infraestructura y Experiencia (5to Encuentro)

1. Críticos de Infraestructura y Flujo Operacional

La limitación espacial es el nudo central que compromete la experiencia y el desarrollo de proyectos ambiciosos.

- Flujo de Visitantes Restringido: La disposición actual del espacio desde la entrada hacia la galería principal genera un cuello de botella o "choque" que dificulta un flujo fluido para el público y las obras.
 - *Evidencia:* "el espacio que hay como desde la entrada hacia adentro hace que... Si estamos chocando... Churrando todo".
- Almacenamiento (Bodegaje) Inadecuado: Se reitera la necesidad de resolver el problema de almacenamiento para poder guardar mobiliario (mesas plegables) y equipamiento, lo cual es un problema recurrente en los espacios reducidos.
 - *Sugerencia:* Se sugiere la opción de incorporar mobiliario que se recoja y sea multifuncional (diseño en cajones/acolchonado) para optimizar el espacio.
- Climatización e Iluminación (Reiterado) 💡: Siguen siendo puntos de mejora cruciales para la habitabilidad y el montaje de exposiciones.

2. Críticos de Programación y Desarrollo de Públicos

Existe un potencial sin explotar en la integración de la propuesta de valor con el entorno barrial y la memoria local.

- Desconexión del Valor del Barrio: Aunque el trabajo con los vecinos es personal ("persona a persona"), falta una estrategia formal para poner en valor la importancia histórica y social del barrio en la identidad del espacio.
 - *Solución Propuesta:* Incorporar una placa o una instalación que hable del valor y la historia del barrio, incentivando la vinculación con los vecinos.
- Foco en Artes Visuales y Cine (Video Club) : Se sugiere retomar y potenciar el formato de club de video/cine (cortos, visionados) para complementar la oferta de artes visuales, aprovechando el proyector de alta calidad y los intereses de los gestores.
- Articulación de la Plaza Cercana : La Plaza de los Pueblos (súper cerquita) representa un nexo que no está completamente articulado para realizar actividades de extensión vinculadas a artes visuales y derechos humanos.

3. Críticos de Percepción y Posicionamiento

La percepción del espacio es altamente positiva, pero su naturaleza no convencional puede generar incertidumbre si no se comunica claramente.

- Fortaleza del Espacio No Convencional: El espacio es percibido como "hogareño", "amigable" y "no convencional" para las artes visuales. Esta es una fortaleza, ya que los artistas igual quieren exponer a pesar de las limitaciones.
- Potencia Curatorial en Obras Alternativas: Se reconoce la "superfortaleza" de que la CasaFactoría le busca la forma de exponer obras que otros espacios no acogerían.

- **Riesgo de Intervención en la Fachada:** Hay un consenso en que no se debe intervenir o cambiar la fachada de manera que se pierda la esencia de la casona antigua que le da su identidad barrial y su valor patrimonial.

Elementos Plan de Gestión CasaFactoría de Talca (2026-2030)

Imagen Objetivo de CasaFactoría (2030)

Al finalizar el Plan de Gestión 2026-2030, la CasaFactoría de Talca será un espacio cultural plenamente sostenible, profesional y un motor de desarrollo cultural en el Maule, cumpliendo con el siguiente escenario:

1. Sostenibilidad y Modelo de Gestión

- **Sostenibilidad Financiera Consolidada:** El espacio opera con un modelo de ingresos diversificado que cubre sus gastos operacionales fijos a través de la Facotienda/Galería en Consignación y los patrocinios privados (Dossier de Inversión Estratégica), liberando los fondos públicos para la programación artística.
- **Gestión Profesionalizada:** Se ha implementado un Protocolo de Colaboración y existe un equipo con roles definidos y reuniones de gestión periódicas, garantizando la formalidad y el trato digno a artistas y colaboradores.
- **Incidencia Política:** El espacio ha logrado un rol activo de incidencia en el Gobierno Regional (Gore), logrando movilizar la ejecución de fondos para el sector a través de vocerías políticas surgidas de la propia red cultural.

2. Infraestructura y Habitabilidad

- **Espacio Funcional y Apto:** Se ha implementado el diseño inteligente del espacio, resolviendo el problema de almacenamiento con mobiliario plegable y optimizando el flujo de visitantes.
- **Accesibilidad Garantizada:** El espacio cumple con estándares de habitabilidad y accesibilidad, con la instalación del sistema de climatización y el diseño e implementación de una solución de accesibilidad universal (rampa móvil o fija).

- **Identidad Visibilizada:** La casona ha integrado su narrativa barrial y patrimonial a su identidad visual (ej. placa exterior), consolidando su rol como un nodo de memoria y cultura en la Población Nacional.

3. Desarrollo de Audiencias y Contenido

- **Audiencia Amplia y Diversa:** La Factoría ha diversificado su público, integrando activamente a adultos mayores del barrio (a través de eventos lúdicos) y a público joven (a través del Club Audiovisual y las plataformas digitales).
- **Referente en Contenido No Convencional:** El espacio es reconocido a nivel regional como el principal centro de exhibición para obras que abordan temáticas sensibles y de Derechos Humanos (DD.HH.) (ej. Residencia de Corta Duración y Archivo de Memoria), siendo un referente para las artes visuales en el Maule.
- **Articulador Regional:** El espacio actúa como Articulador Técnico Regional de Artes Visuales, facilitando la itinerancia y circulación de obras entre los espacios autogestionados y los municipios.

Misión y Visión

La Misión y Visión se basan en el rol de la Corporación Ciudadanía, la vocación de DD.HH., y los hallazgos de los encuentros que demandan un espacio de confianza, arte y reflexión.

Tabla 10 Misión y Visión

Componente	Definición
Misión	Ser un Punto de Cultura Comunitaria y galería especializada en Artes Visuales y Memoria Histórica, promoviendo la participación activa y la co-creación a través de una gestión horizontal y descentralizada. Buscamos dignificar el trabajo de artistas y cultores, priorizando a mujeres y disidencias de la Región del Maule.
Visión	Ser el espacio cultural autogestionado más sostenible e incidente de la Región del Maule, reconocido por su excelencia técnica, su compromiso con los Derechos Culturales y su capacidad para transformar las obras que incomodan en plataformas de diálogo social.

Ejes y Líneas Estratégicas

El PG se estructura en tres Ejes Estratégicos que abordan los Nudos Críticos (Sostenibilidad, Gobernanza, Infraestructura).

Tabla 11 Ejes estratégicas

Eje Estratégico (PG)	Foco del Nudo Crítico	Estrategia de Solución
1. Sostenibilidad y Profesionalización	Fragilidad financiera y falta de modelo de negocio diversificado.	Formalizar la autogestión y generar ingresos propios estables.
2. Infraestructura y Habitabilidad	Limitaciones físicas (climatización, accesibilidad) y flujo interno	Optimizar el espacio existente y asegurar el cuidado de las obras.
3. Desarrollo de Audiencias y Contenido	Baja movilización de públicos con brechas y necesidad de visibilidad	Ampliar el alcance con propuestas programáticas segmentadas (Memoria, Barrio).

Eje 1: Sostenibilidad y Profesionalización

Objetivo Estratégico (O.E.): Diversificar y profesionalizar las fuentes de ingresos para garantizar la operación continua y la estabilidad laboral del equipo base.

Tabla 12 Líneas, programas y actividades eje 1

Línea Estratégica	Programas Clave	Actividades (Período 2026-2030)
1.1. Gestión de Recursos Propios y Privados	Programa: Dossier de Inversión Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> Creación y validación del "Dossier de Inversión y Propuesta de Valor" para fundaciones y empresas del Maule Realización de un ciclo de "Noches de Degustación/Venta de Arte" (ej. alianza con viñas) para generar ingresos estables
1.2. Economía Sectorial y Mercado	Programa: Tienda y Servicios Gremiales	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de la Tienda/Galería en Consignación (vitrina de venta permanente) para artistas visuales Oferta de Servicios Técnicos (producción, montaje, mediación)

		<p>para el arriendo a otros espacios de la red y municipios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de un modelo de negocio que replique el éxito de las tiendas colaborativas para artistas
1.3. Gobernanza y Gestión Interna	Programa: Estructura de Planificación y Protocolos	<ul style="list-style-type: none"> • Formalización de reuniones de gestión periódicas para el equipo motor (quincenales/mensuales) • Elaboración de un "Protocolo de Colaboración" para asegurar el trato digno y la ética con artistas contratados

Eje 2: Infraestructura y Habitabilidad

Objetivo Estratégico (O.E.): Resolver las carencias de infraestructura y almacenamiento para maximizar la funcionalidad y el cuidado de las obras.

Tabla 13 Líneas, programas y actividades eje 2

Línea Estratégica	Programas Clave	Actividades (Período 2026-2030)
2.1. Optimización Funcional del Espacio	Programa: Diseño Inteligente (Mobiliario y Flujo)	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición o diseño de mobiliario plegable/recogible y multifuncional para resolver el almacenamiento y facilitar la limpieza y el flujo • Instalación de un sistema de climatización y mejora de iluminación adecuado y seguro para la conservación de las obras • Implementación de un sistema de montaje adaptable para obras de más peso (cadenas, soportes), superando las restricciones de no poder taladrar los muros
2.2. Valoración de la Memoria	Programa: Casa y Barrio: Narrativa de Memoria	<ul style="list-style-type: none"> • Instalación de una Placa/Mural/Instalación exterior que ponga en valor la historia del barrio y su valor patrimonial (barrio histórico/obrero)

		<ul style="list-style-type: none"> • Creación del "Archivo Fotográfico Barrial" con fotos de vecinos para su digitalización y exposición • Exploración del proyecto de ampliación de infraestructura (mover el muro, planta abierta) con un foco en el financiamiento a largo plazo
--	--	---

Eje 3: Desarrollo de Audiencias y Contenido

Objetivo Estratégico (O.E.): Diversificar y ampliar el público, utilizando la especialización en artes visuales y memoria como motor de vinculación.

Tabla 14 Líneas, programas y actividades eje 3

Línea Estratégica	Programas Clave	Actividades (Período 2026-2030)
3.1. Mediación de Contenido Inclusivo	Programa: Narrativa Visual y Memoria	<ul style="list-style-type: none"> • Creación del "Podcast Factor Creativo" enfocado en Artes Visuales y Derechos Humanos (DD.HH.) y con invitados regionales para generar contenido formal • Implementación de talleres de fotografía (analógica, fotolibro) y artes visuales lúdicas para la familia y la comunidad, asegurando el formato "seguro" para la infancia • Desarrollo de proyectos de Memoria Histórica que recojan relatos de la ruralidad (ej. historias de los cuerpos en el río Maule) y del golpe militar
3.2. Movilización y Fidelización	Programa: Eventos de Encuentro y Circulación	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de Eventos de Movilización para Adultos Mayores (ej. bingos o musicales de recuerdo) para anclarse en el tejido social del barrio • Creación de un "Circuito de Intercambio de Obras" con espacios rurales y municipios (ej. San Javier, Linares) para itinerar y visibilizar el trabajo de artistas locales/rurales • Retomar el Club de Cine/Audiovisual (visionados, cortos de bolsillo) para atraer nuevos públicos y complementar las artes visuales

3.3. Creación y Formación Especializada	Programa: Laboratorios de Exploración Artística	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de "Clínicas de Formulación de Proyectos" para artistas visuales sin diploma, fortaleciendo sus capacidades de postulación y profesionalización • Diseño de un modelo de "Residencia de Corta Duración" (online/presencial) para artistas con obras censuradas o temáticas sensibles • Implementación de la figura de "Teloneros" en cada exposición para dar visibilidad a artistas emergentes o disidencias
---	--	--

Detalle de Actividades por Eje Estratégico

Eje 1: Sostenibilidad y Profesionalización

Tabla 15 Detalle actividades eje 1

Línea Estratégica	Actividad (Período 2026-2030)	Indicador de Seguimiento	Meta (4 años)	Costo Aprox.	Fuente de Financiamiento
1.1. Gestión de Recursos Propios y Privados	Creación y validación del "Dossier de Inversión y Propuesta de Valor" para fundaciones y empresas del Maule ¹ .	% de cumplimiento del <i>roadmap</i> de creación del dossier.	Dossier finalizado y validado por el directorio y equipo legal (100%).	1M	Autogestión / Fondos Concursables
	Realización de un ciclo de "Noches de Degustación/Venta de Arte"	Número de eventos realizados / Ingreso promedio por evento	12 eventos realizados / Aumento del 15% en los ingresos propios anualmente.	2M	Patrocinio Privado / Venta de entradas
1.2. Economía Sectorial y Mercado	Implementación de la Tienda/Galería en Consignación (vitrina de venta permanente) para artistas visuales ³ .	% de obras vendidas / % de rotación de	Tasa de venta anual superior al 60% / Ingreso fijo mensual superior a \$500.000	2M	Fondos Propios / Fondos Concursables

		artistas / Ingreso fijo mensual			
	Oferta de Servicios Técnicos (producción, montaje, mediación) para el arriendo a otros espacios de la red y municipios ⁴ .	Número de contratos o convenios firmados con entidades externas.	5 contratos firmados anualmente (con municipios/redes).	3M	Arriendo de servicios / Licitaciones Públicas
1.3. Gobernanza y Gestión Interna	Formalización de reuniones de gestión periódicas para el equipo motor (quincenales/mensuales) ⁵ .	% de reuniones realizadas respecto a lo programado / Número de acuerdos formalizados.	90% de cumplimiento en la periodicidad y 100% de acuerdos formalizados.	\$1,000	Fondos Propios
	Elaboración de un "Protocolo de Colaboración" para asegurar el	Documento finalizado y	Protocolo aprobado por el Directorio	\$1,500	Fondos Concursables / Autogestión

	trato digno y la ética con artistas contratados ⁶ .	adoptado / % de uso en contratos.	(100%) y aplicado al 100% de los contratos.		
--	--	-----------------------------------	---	--	--

Eje 2: Infraestructura y Habitabilidad

Objetivo Estratégico (O.E.): Resolver las carencias de infraestructura y almacenamiento para maximizar la funcionalidad y el cuidado de las obras.

Tabla 16 Detalle actividades eje 2

Línea Estratégica	Actividad (Período 2026-2030)	Indicador de Seguimiento	Meta (4 años)	Costo Aprox.	Fuente de Financiamiento
2.1. Optimización Funcional del Espacio	Adquisición o diseño de mobiliario plegable/recogible y multifuncional	% de salas con mobiliario optimizado.	100% del mobiliario interno es flexible y optimizado para almacenamiento.	6M	Fondos Concursables (Líneas de Equipamiento)
	Instalación de un sistema de climatización y mejora de iluminación	% de variación anual de temperatura y humedad en	Reducción del riesgo de daño a obras (temperatura y	12M	Fondos de Infraestructura / Fondos Privados

		salas de exposición.	humedad controladas).		
2.2. Valoración de la Memoria	Instalación de una Placa/Mural/Instalación exterior que ponga en valor la historia del barrio y su valor patrimonial	Obra exterior instalada / Número de menciones en medios locales.	Instalación finalizada y alta difusión en medios (50 menciones).	4M	Fondos Concursables (Patrimonio) / Autogestión
	Creación del "Archivo Fotográfico Barrial" con fotos de vecinos para su digitalización y exposición	Número de fotografías digitalizadas / Número de exposiciones temáticas anuales.	Digitalizar 300 fotografías / 2 exposiciones anuales temáticas.	2M	Fondos Concursables (Memoria/Patrimonio)

Eje 3: Desarrollo de Audiencias y Contenido

Objetivo Estratégico (O.E.): Diversificar y ampliar el público, utilizando la especialización en artes visuales y memoria como motor de vinculación.

Tabla 17 Detalle actividades eje 3

Línea Estratégica	Actividad (Período 2026-2030)	Indicador de Seguimiento	Meta (4 años)	Costo Aprox.	Fuente de Financiamiento
3.1. Mediación de Contenido Inclusivo	Creación del "Podcast Factor Creativo" enfocado en Artes Visuales y DD.HH.	Número de episodios producidos / Número de descargas o reproducciones.	40 episodios producidos / 10,000 reproducciones totales.	4M	Fondos Concursables / Patrocinios
	Implementación de talleres de fotografía (analógica, fotolibro) y artes visuales lúdicas para la familia	Número de talleres realizados / % de participantes nuevos.	16 talleres realizados / 40% de nuevos participantes anuales.	4m	Fondos de Formación / Cuotas de Participación
3.2. Movilización y Fidelización	Implementación de Eventos de Movilización para Nuevos públicos	Número de eventos de movilización realizados / % de	8 eventos realizados / Aumento del 25%	2M	Fondos Comunitarios /

		participación de nuevos públicos	de adultos mayores en eventos.		Cuotas de Participación
	Creación de un "Circuito de Intercambio de Obras" con espacios rurales y municipios ¹⁴ .	Número de convenios de itinerancia firmados / Número de obras itineradas.	5 convenios activos / 10 obras itineradas anualmente.	3.5M	Fondos Concursables (Circulación)
3.3. Creación y Formación Especializada	Implementación de "Clínicas de Formulación de Proyectos" para artistas visuales sin diploma	Número de clínicas realizadas / % de participantes que postulan a fondos.	8 clínicas realizadas / 30% de los participantes postulan a fondos.	4M	Fondos de Formación / Arriendo de Servicios
	Diseño de un modelo de "Residencia de Corta Duración" (online/presencial) para obras censuradas o temáticas sensibles	Número de residencias realizadas / Número de obras expuestas post-residencia.	4 residencias realizadas / 100% de las obras resultantes son expuestas.	6M	Fondos Concursables (Creación)

Plan de Inversiones (2026-2030)

El Plan de Inversiones se centra en la adquisición de activos duraderos que ataquen directamente los Nudos Críticos de Infraestructura (Climatización y Almacenamiento).

Tabla 18 Plan de inversiones

Elemento de Inversión	Justificación (Nudo Crítico)	Costo Estimado (USD)	Fuente de Financiamiento Principal
Sistema de Climatización	Urgente para la habitabilidad y la conservación de obras sensibles a la temperatura y humedad	12M	Fondos de Infraestructura (Eje 2) / Donaciones Privadas
Mobiliario Plegable y/o Inteligente	Resolver el problema de almacenamiento y el flujo restringido de visitantes	6M	Fondos de Equipamiento (Eje 2) / Ingresos Propios
Implementación tienda	Estructura física (vitrinas, punto de venta, iluminación) para la galería en consignación	5M	Fondos de Inversión / Capital Semilla
Equipamiento Audiovisual Básico	Inversión en micrófono/interfaces de sonido para el Podcast Factor Creativo y el Club Audiovisual	3M	Fondos Concursables (Líneas de Difusión)
Inversión Total Estimada		26M	

Plan de Difusión del Plan de Gestión (PG)

El Plan de Difusión busca posicionar el PG y la CasaFactoría como un referente, asegurando la transparencia y la convocatoria para sus alianzas.

Tabla 19 Plan de difusión

Etapa	Objetivo	Actividades Clave	Medios de Difusión
1. Lanzamiento (2026)	Posicionar el PG como un proyecto estratégico y sostenible del Maule.	Evento de Lanzamiento con Socios Clave: Convocar a fundaciones, medios de comunicación y autoridades.	Dossier Impreso y Digital: Distribuir el resumen ejecutivo del PG y la Propuesta de Valor (Eje 1). Gacetilla de Prensa: Destacar el enfoque en DD.HH. y sostenibilidad.
2. Visibilidad Constante	Asegurar que la comunidad artística y el barrio conozcan los mecanismos de participación.	Publicación Digital de Convocatorias: Crear y mantener mecanismos digitales de postulación para artistas ²¹ . Campaña "Casa y Barrio": Difusión de la Placa/Mural de identidad barrial y los eventos lúdicos (Eje 2 y 3).	Redes Sociales: Promocionar los Servicios Técnicos (Eje 1) para atraer contratos. Podcast Factor Creativo: Usarlo como plataforma para comunicar avances y resultados del PG.

3. Reportabilidad y Transparencia	Mantener la confianza de los financiadores y el público.	Cuentas Públicas Anuales: Reportar el cumplimiento de metas y el uso de fondos a la Mesa Territorial y público en general.	Informe Anual de Gestión: Reporte detallado de los indicadores de seguimiento y las metas alcanzadas (Eje 1).
---	---	--	---


Plan de Monitoreo y Seguimiento (2026–2030)

El Plan de Monitoreo se centra en la verificación periódica de los indicadores para asegurar que la gestión sea efectiva y pueda corregirse a tiempo.

Tabla 20 Plan de monitoreo y seguimiento

Componente	Frecuencia	Responsable Interno	Herramienta de Verificación
Monitoreo Financiero y Operacional (Eje 1)	Trimestral	Equipo de Gestión (Coordinación)	Reporte de ingresos propios (Facotienda) vs. costos fijos. Verificación del cumplimiento del Protocolo de Colaboración.
Monitoreo de Infraestructura (Eje 2)	Semestral	Equipo de Gestión y Directiva	Registro fotográfico y <i>checklist</i> de las condiciones de climatización/almacenamiento. Avance en la búsqueda de financiamiento para ampliación.
Monitoreo de Impacto en Audiencias (Eje 3)	Semestral	Equipo de Gestión y Mediación	Registro de asistencia (separado por segmentos: adultos mayores, artistas sin diploma). Encuestas post-evento de satisfacción y registro de convenios de itinerancia.
Evaluación del PG	Anual y Final (2030)	Mesa Territorial y Directiva	Reuniones de Validación con la Mesa Territorial y Encuestas Externas para medir la percepción de la Factoría como "referente" y "espacio seguro".

Cronogramas (Carta Gantt) del Plan de Gestión (2026–2030)

Leyenda: Cada  representa un trimestre (4 trimestres por año)

Eje 1: Sostenibilidad y Profesionalización

Este eje se prioriza en los primeros dos años para establecer la base financiera y operativa que requiere el resto del plan.

Tabla 21 Cronograma eje 1

Actividad	2026	2027	2028	2029
1.1. Dossier de Inversión Estratégica				
Creación y validación del "Dossier de Inversión y Propuesta de Valor"	  			
Realización de un ciclo de "Noches de Degustación/Venta de Arte"	   	   	   	   
1.2. Economía Sectorial y Mercado				
Implementación de la Tienda/Galería en Consignación	  	   	   	   
Oferta de Servicios Técnicos para el arriendo a otros espacios		   	   	   
1.3. Gobernanza y Gestión Interna				
Formalización de reuniones de gestión periódicas (quincenales/mensuales)	   	   	   	   
Elaboración de un "Protocolo de Colaboración" ético	  			

Eje 2: Infraestructura y Habitabilidad

Este eje combina proyectos de diseño rápido (mobiliario, climatización) con proyectos de largo aliento (Archivo Barrial, Ampliación).

Tabla 22 Cronograma eje 2



Actividad	2026	2027	2028	2029
2.1. Optimización Funcional del Espacio				
Adquisición o diseño de mobiliario plegable/recogible	●●			
Instalación de un sistema de climatización y mejora de iluminación		●●●		
Implementación de un sistema de montaje adaptable para obras de más peso		●●		
2.2. Valoración de la Memoria				
Instalación de una Placa/Mural/Instalación exterior (identidad barrial)	●●●			
Creación del "Archivo Fotográfico Barrial" (digitalización y exposición)	●●●●	●●●●●	●●	
Exploración del proyecto de ampliación de infraestructura (mover el muro)	●●●	●●●		

Eje 3: Desarrollo de Audiencias y Contenido

Este eje mantiene actividades de alta frecuencia de forma continua, asegurando la mediación y el rol de la Factoría como centro de contenido alternativo.

Tabla 23 cronograma eje 3

Actividad	2026	2027	2028	2029
3.1. Mediación de Contenido Inclusivo				
Creación del "Podcast Factor Creativo" (Artes Visuales y DD.HH.)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Implementación de talleres de fotografía lúdica para la familia	●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
3.2. Movilización y Fidelización				
Implementación de Eventos de Movilización para Adultos Mayores	●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Creación de un "Circuito de Intercambio de Obras" con espacios rurales		●●●●	●●●●●	●●●●●
Retomar el Club de Cine/Audiovisual (visionados, cortos de bolsillo)	●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
3.3. Creación y Formación Especializada				
Implementación de "Clínicas de Formulación de Proyectos" (sin diploma)	●●●●	●●●●	●●●●	●●●●

Diseño de un modelo de "Residencia de Corta Duración"	 	  	 	
--	---	--	---	--

Bibliografía

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2021). *Plan Nacional de desarrollo y formación de públicos 2021-2024*. Santiago.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2024). *Guía metodológica para la construcción de planes de gestión con enfoque de públicos*. Valparaíso.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2024). *Guía Metodológica para la construcción de Planes de Gestión con enfoque de públicos*.