



# CENTRO CULTURAL PALACE

Líneas Editoriales 2018

MUNICIPALIDAD DE COQUIMBO

CENTRO CULTURAL PALACE





# CENTRO CULTURAL PALACE

## LÍNEAS EDITORIALES CENTRO CULTURAL PALACE

Ilustre Municipalidad de Coquimbo  
Departamento de Cultura

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.  
Departamento de Ciudadanía Cultural  
Programa Red Cultura

**Elaborado por:** ONG La Inter-Acción  
Coquimbo, Julio 2018



MUNICIPALIDAD DE COQUIMBO

CENTRO CULTURAL PALACE





# CONTENIDO

## Presentación

### 1. Antecedentes

1.1	Características de la Comuna.....	6
1.2	Localidades de la Comuna.....	6
1.3	Su gente: Los Coquimbanos .....	7
1.4	Contexto regional y local de la infraestructura cultural ..	8
1.5	Patrimonio Cultural .....	9
1.6	El Departamento de Cultura .....	10
1.7	Alianzas y redes.....	12
1.8	Potenciales audiencias.....	13
1.8	Historia del Centro Cultural Palace.....	14
1.10	El Centro Cultural Palace: Principios hoy.....	15
1.10	El Centro Cultural Palace: Programación Actual .....	16
1.10	El Centro Cultural Palace: Funcionarios.....	17
1.11	Horarios de funcionamiento.....	18

### 2. Infraestructura

2.1	El Centro Cultural Palace.....	20
2.2	Salas que utiliza el Centro Cultural Palace.....	23
2.3	Principales problemas de la infraestructura .....	30
2.4	Equipamiento .....	30

### 3. Diagnóstico

3.1	Metodología Participativa .....	33
3.2	Fortalezas y Oportunidades .....	34
3.3	Principales problemáticas a enfrentar .....	35
3.4	Barreras externas.....	35
3.5	Sueños y anhelos .....	36
3.6	Desafíos .....	36

### 4. Líneas Editoriales

4.1	Modelo de Líneas Editoriales.....	37
4.2	Principios de las Líneas Editoriales.....	38
4.3	Ejes estratégicos .....	38
4.4	Orientación Programática .....	39
4.5	Públicos .....	40

### 5. Institucionalidad Jurídica y Administrativa

5.1	Institucionalidad Jurídica .....	41
5.2	Planificación estratégica Administrativa.....	41
5.3	Esquema de Planificación Estratégica .....	42

### 6. Programación

6.1	Oferta programática .....	43
6.2	Estrategias de intervención .....	49

### 7. Formación de audiencias

7.1	Estrategias .....	52
7.2	Estrategias: Inclusión de nuevas audiencias.....	53
7.3	Estrategias: Mantenimiento de públicos.....	55

### 8. Plan de Difusión

8.1	Objetivos .....	57
8.2	Canales de comunicación .....	57
8.3	Acciones previas .....	58
8.4	Actividades según público .....	58
8.5	Canales de comunicación y actividades según público...	59

### 9. Plan de Financiamiento

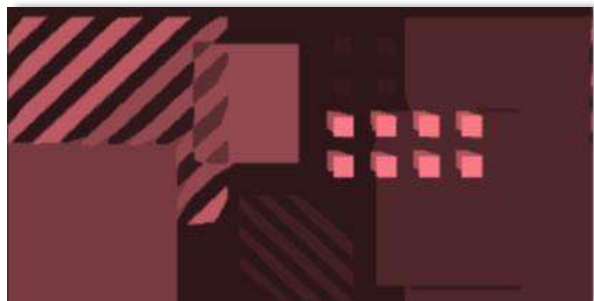
9.1	Fuente de financiamiento .....	63
9.2	Rango de costos.....	64
9.2.1	Costo de las Actividades .....	64
9.3	Actividades financiadas mediante fuentes externas .....	65
9.4	Actividades financiadas mediante fuentes internas .....	66

### 10. Estructura Organizacional

10.1	Organigrama .....	69
10.2	Descripción de cargos .....	70
10.3	Horarios de funcionamiento.....	74

### 11. Anexos

Anexo 01	.....	76
Anexo 02	.....	78
Anexo 03	.....	79
Anexo 04	.....	81
Anexo 05	.....	87
Anexo 06	.....	96

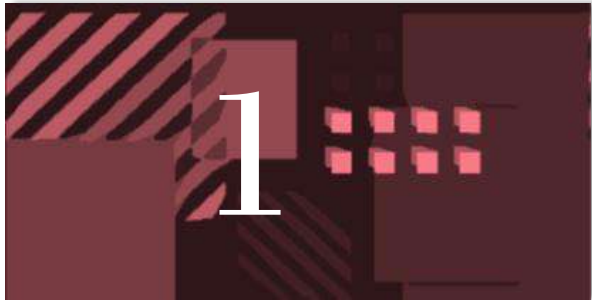


## Presentación.

La realización de este documento se enmarca dentro de los compromisos asumidos por la Ilustre Municipalidad de Coquimbo y el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, mediante la implementación del programa Red Cultura, componente Fortalecimiento de la Gestión Cultural Municipal y la participación ciudadana.

Esta área, de fortalecimiento de la gestión cultural municipal, se entrelaza con el trabajo asociativo de los espacios culturales, buscando fomentar, a través de herramientas de gestión, una planificación acorde a la realidad de la comunidad.

Dentro del marco de la gestión y planificación, es que la Municipalidad de Coquimbo, ha buscado entregar herramientas a sus trabajadores, en un intento de proyectar la cultura y sus diferentes estadios destinados a ella.



# Antecedentes.





## 1.1 Características de la Comuna

Coquimbo, es una ciudad puerto, que se encuentra ubicada en el kilómetro 459 de la ruta 5 Norte, en la provincia del Elqui. IV Región con su nombre homónimo.

Limita al norte con la comuna de La Serena , al Oeste con la comuna de Andacollo y al sur con la Comuna de Ovalle. Tiene una superficie total estimada en 1.429 Km<sup>2</sup>.

La ciudad esta emplazada en una península de forma triangular y se caracteriza por un clima estepárico costero. Sus principales actividades económicas se relacionan con la pesca, el comercio minorista y comercio marítimo.



Figura 1: Cartografía de Coquimbo.

## 1.2 Localidades de la Comuna.

Coquimbo cuenta con 30 Localidades según datos extraídos de su Plan De Desarrollo Comunal.

Punta Lengua de Vaca	San Bernardo	Guanaqueros
San Ramón	Rincón la Majadita	Las Tacas
Santa Florencia	Las Perdices	Las Cardas
Camarones	El Rincón	Huachalalume
Cantera	Puerto Aldea	El Carmen
Cerrillos	Las Barrancas	Pan de Azúcar
El Peñón	Las Mercedes	Tambillos
El Tangue	La Hacienda	Tierras Blancas
San Rafael	Nueva Vida	Tongoy
Totalalillo	Apatitas	La Fundición

Cuadro 1: Fuente, PLADECO Coquimbo.



### 1.3 Su Gente: Los Coquimbanos

Según datos obtenidos a través del CENSO 2017 la población de la comuna de Coquimbo se distribuye de la siguiente forma:

Territorio	Año 2017
Comuna de Coquimbo	227.730
Región de Coquimbo	757.586
País	17.574.003

Tabla 1: Fuente, INE



227.730 Total



117.858 Mujeres



24.091 Adultos Mayores



69.743 Jóvenes



35.223 Niños



98.673 Adultos



109.872 Hombres





## 1.4 Contexto regional y local de la infraestructura cultural.

Región de Coquimbo.

Total : 67 espacios de infraestructura cultural especializada correspondientes a 15 comunas de la región.



23 Centros Culturales y/o  
Casa de la Cultura.



20 Bibliotecas.



6 Teatros o Salas de Teatro.



9 Museos.



7 Galerías de Arte o sala de  
exposiciones.



1 Sala de Cine



1 Sala de ensayo

Comuna de Coquimbo.

Infraestructura cultural municipal:

- Centro Cultural Palace.
- Biblioteca Municipal Dr. Guillermo Francis Jones.
- Casa de las Artes.
- Casa de la Cultura.
- Casa de las Artes Rural.

Infraestructura cultural universitaria o privada:

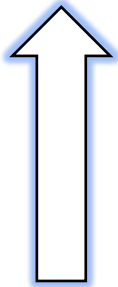
- Galpón Cultural Universidad Católica del Norte.
- Centro Cultural Alejandro Chelén Rojas
- Taller Medrano.
- Centro Cultural Mohammed VI
- Centro de Investigación e Innovación Escénica.
- Molinos de Arte





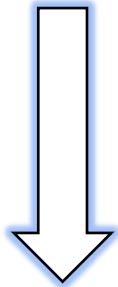
## 1.5 Patrimonio Cultural.

Fuente: Política Cultural Regional Coquimbo 2017 - 2022, CNCA 2017



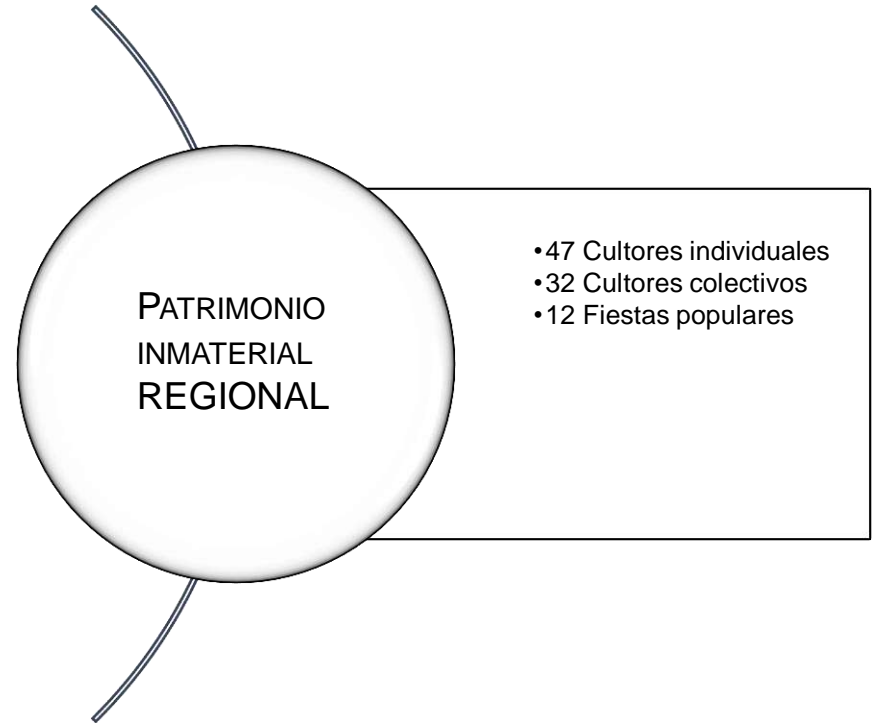
### PATRIMONIO MATERIAL REGIONAL

- 49 Monumentos históricos.
- 2 Santuario de la naturaleza.
- 5 Zonas típicas.



### PATRIMONIO MATERIAL COMUNA COQUIMBO.

- 1 Zona Típica.
  - Pueblo de Guayacán.
- 2 Monumentos Históricos.
  - Casa de administración del establecimiento de Guayacán.
  - Iglesia de Guayacán.





## 1.6 El Departamento de Cultura.

Nombre institución.	Departamento de Cultura.
Ubicación Departamento de Cultura.	Aldunate 599, Centro Cultural Palace.
Nº de funcionarios del Departamento de Cultura. (Administración)	3
Nº de funcionarios que dependen del Departamento de Cultura.	69
Presupuesto municipal 2017.	27.367.785
Presupuesto municipal 2018.	186.150.994

Cuadro 2: Elaboración propia

El Departamento de Cultura de la comuna de Coquimbo, no cuenta con una programación estable. Ya que su función es coordinar los espacios culturales dependientes de la municipalidad:

Espacios dependientes del Departamento de Cultura	
Centro Cultural Palace.	Casa de las Artes Rural
Biblioteca Pública Municipal.	Casa de las Artes.
Casa de la Cultura	

Cuadro 3: Elaboración Propia.



Fuente: Fun Page Departamento de Cultura Coquimbo.



## 1.6 El Departamento de Cultura.

### Visión.

Promover y consolidar a Coquimbo como un espacio cultural abierto al mundo, equitativo, incluyente, deliberativo y diverso que promueve la implementación de políticas culturales participativas al servicio de la consolidación de la ciudadanía cultural, del desarrollo sostenible y del mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar de todos sus habitantes.

### Misión.

Ser un servicio público comunal descentralizado y participativo encargado del rescate del patrimonio cultural material e inmaterial, revalorizando la identidad cultural local a través de instancias de formación, como de acceso a los distintos lenguajes artísticos, transformando la Cultura en un motor de desarrollo para la comuna de Coquimbo y sus habitantes.

### Objetivos Estratégicos del Departamento de Cultura

- ❖ Mejorar la oferta cultural municipal para que sea accesible a toda la comuna.
- ❖ Poner en valor el patrimonio material e inmaterial de la comuna.
- ❖ Fomentar la creación de cultores y artistas locales en diferentes disciplinas y la formación de audiencias.

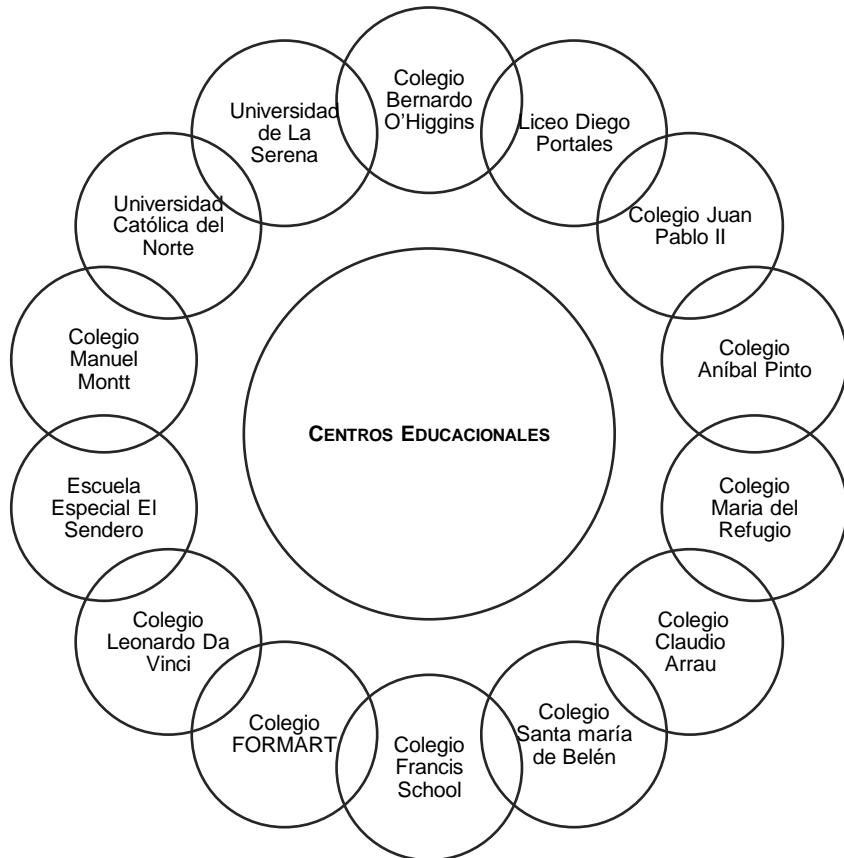


## 1.7 Alianzas y redes.

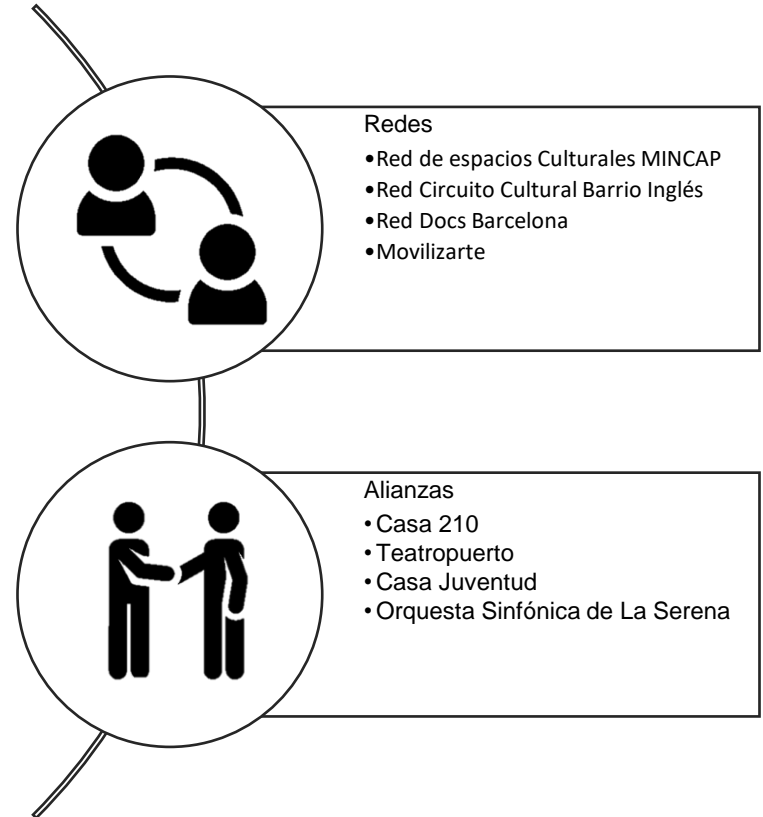
### Colegios con los que se relaciona el Centro Cultural Palace.

Según el Plan de Desarrollo Comunal (2013 – 2018) de Coquimbo, en la comuna hay 50 jardines infantiles y 87 colegios.

De éstos, 12 colegios y 2 universidades se relacionan con el Centro Cultural Palace.



### Alianzas y redes





## 1.7 Alianzas y redes.

Oficinas u/o Departamentos municipales con quienes se relaciona



- Municipales
- Casa del Adulto Mayor
  - Oficina de la Mujer
  - Oficina Gestión Inclusiva
  - Oficina de la Juventud
  - Oficina de medioambiente
  - Departamento de Fomento Productivo
  - Corporación de Deporte
  - Corporación de Turismo
  - Oficina de Relaciones Internacionales
  - CESFAM
  - Hospital de Coquimbo San pablo
  - Servicio de Salud



## 1.8 Potenciales Audiencias.

### Organizaciones sociales

Según datos entregados por la municipalidad en Junio del 2017, en el sector urbano de la comuna de Coquimbo hay 116 Organizaciones sociales para posibles vinculaciones, con personalidad Jurídica vigente al 2018. De éstas 25 estarían ligadas al ámbito cultural.

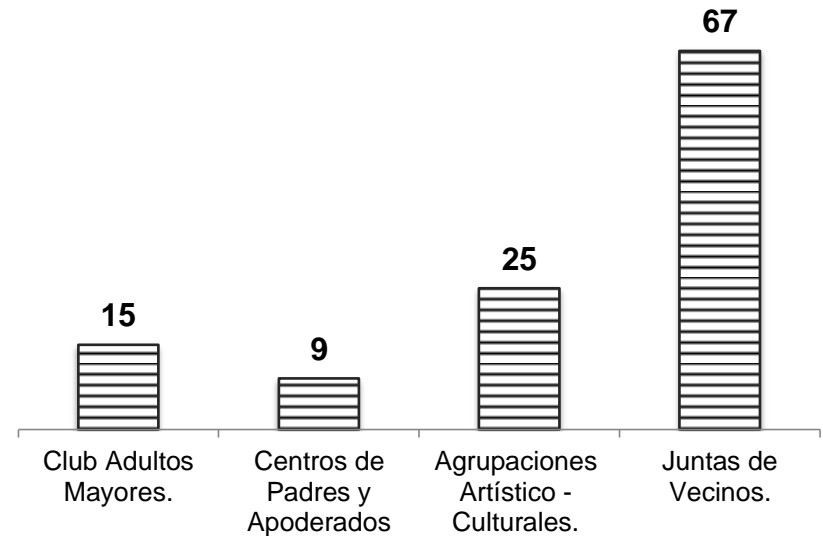


Gráfico 1: Elaboración propia



## 1.9 Historia del Centro Cultural Palace.



La infraestructura que hoy alberga al Centro Cultural Palace, ha sido lugar para el desarrollo portuario de la zona. En sus orígenes en el año 1892, su construcción estuvo en manos de la Compañía Inglesa de Vapores. Ya para el año 1914, pasa a propiedad de la familia escocesa Chesney Cosgrove, y posteriormente se instaló el Pacific Steam Navigation Company. Para entonces, el funcionamiento de estas compañías trajo una fuerte influencia cultural, social y arquitectónica proveniente de Norteamérica y Europa.

Sin embargo, esta obra arquitectónica no estuvo exenta de siniestros ya que en el año 1917 ocurrió un incendio que afectó parte importante de su estructura original, es así como su reconstrucción fue destinada al Hotel Palace, siendo su dueño Don Agustín Virgilio Momina.

Para el siglo XX, como consecuencia de la falta de un plan de conservación, el edificio comienza a deteriorarse, y solo quedaba disponible para su uso el primer piso, donde funcionaba un centro y feria artesanal de nombre Mynka Kamana. Para ese entonces, y luego de sufrir los vestigios del maremoto y terremoto, su deterioro era evidente y afectaba el grueso de su estructura, siendo demolido en el año 2004.

En el año 2008 la Municipalidad de Coquimbo decide comenzar su reconstrucción, la cual fue financiada a través del Programa de Infraestructura Cultural del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y el Fondo Nacional de Desarrollo Regional del Gobierno Regional de Coquimbo. Es así como, en el año 2012 se transforma en lo que hoy conocemos como el Centro Cultural Palace, el cual, se sitúa en el centro del Barrio Inglés siendo reconocido como uno de los principales espacios para el fomento y desarrollo de la cultura, el patrimonio y las artes en la cuarta región.

En la actualidad, “el inmueble, de 1.500 m<sup>2</sup>, posee hoy tres niveles conectados por un patio central abierto, una sala de artes escénicas con capacidad para 221 espectadores, una galería de artes visuales, una plaza exterior con espacio para la artesanía, un estudio de grabación, dos salas de ensayo y un café literario. Además, dispone de accesos y servicios para discapacitados”.

Información extraída del sitio web

<http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/03/libro-cultura-en-red.pdf>.

Documento en Red: Una década de teatros y centros culturales públicos. Pág. 138. Revisión 14/06/2018.





## 1.10 El Centro Cultural Palace: Principios hoy.

### VISIÓN.

Ser el principal Centro Cultural de socialización y valorización de las artes y el patrimonio de La Región de Coquimbo.

### MISIÓN.

Somos el principal espacio de intermediación entre las artes y el público en Coquimbo. Trabajamos en favor de la distribución y exhibición de productos y servicios culturales diversos con apoyo a la calidad de producción de obras para los artistas y gestores locales, por medio de un buen equipamiento, asesorías profesionales y herramientas de apreciación artística para los habitantes de nuestra comuna, permitiendo comprender las acciones creativas contemporáneas desde diferentes ángulos interpretativos.

### LÍNEA EDITORIAL.

Tiene un carácter multidisciplinario y en él se desarrollan servicios culturales y actividades de creación, formación y difusión en diferentes ámbitos de la cultura, así como también otorga apoyo a organizaciones y grupos dedicados a ella. Cuenta con espacios básicos para la entrega de servicios culturales.

### OBJETIVO GENERAL.

Fortalecer el desarrollo cultural de la comuna, para que las personas puedan acceder y participar de las artes y los bienes.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- i. Incrementar y abrir espacios de participación ciudadana
- ii. Promover la asociación y cooperación del Centro Cultural Palace entre personas e instituciones públicas y privadas.
- iii. Fomentar y afirmar la identidad y la diversidad cultural de la comuna, a través de sus múltiples expresiones.
- iv. Contribuir a la habilitación, creación y generación de espacios para el óptimo desarrollo cultural.
- v. Contribuir a la preservación, conservación y difusión del patrimonio tangible e intangible de la comuna, y trabajar en el rescate de la memoria colectiva
- vi. Fomentar el aumento de recursos para el funcionamiento y desarrollo de actividades artísticas. Buscar fuentes de financiamiento y apoyo para la generación de eventos culturales.

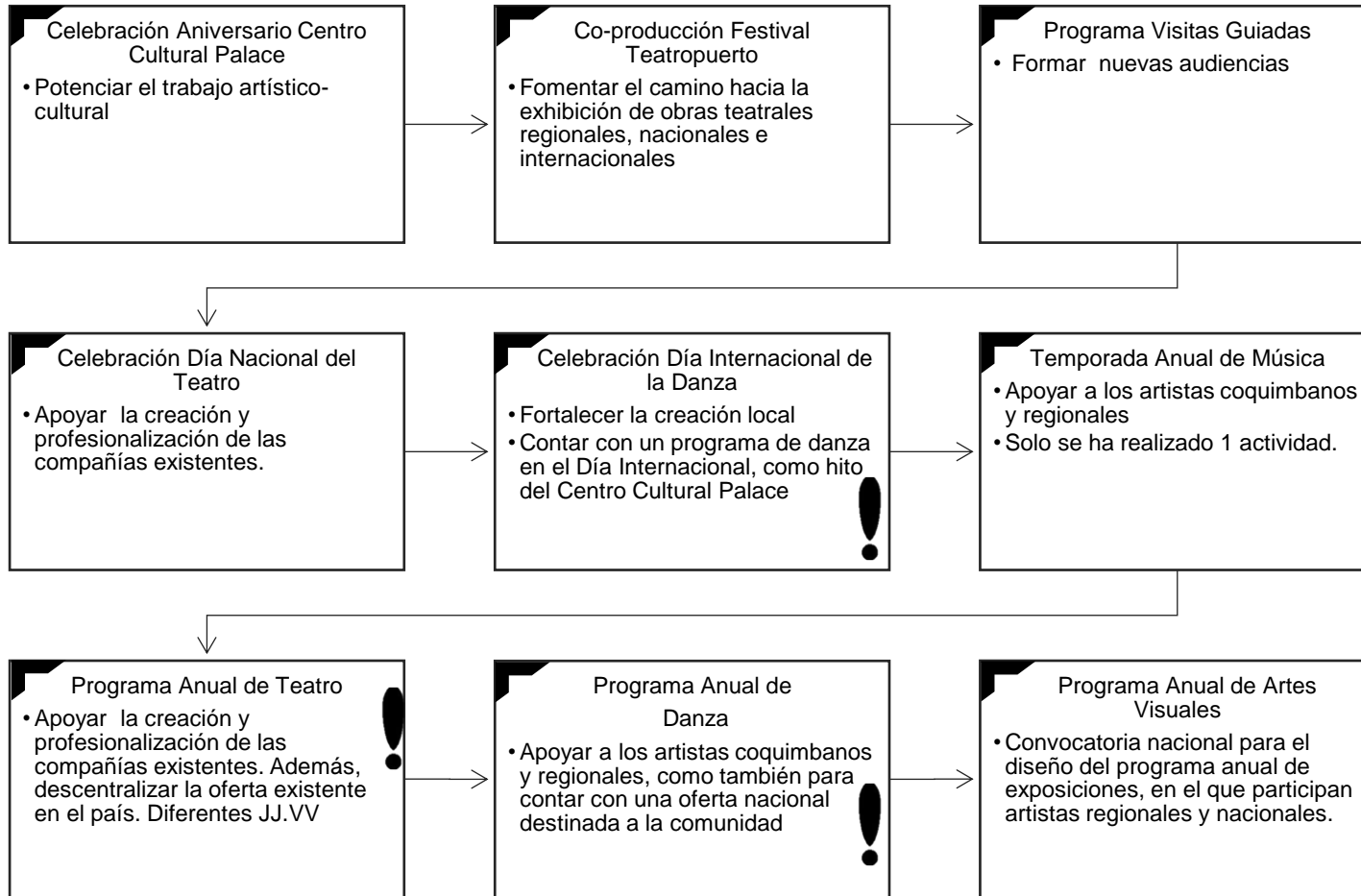
Cantidad de funcionarios	20
Presupuesto 2018 1er Semestre	23.900.000
Presupuesto esperado año 2018	113.000.000

Tabla 2: Elaboración Propia.





## 1.10 El Centro Cultural Palace: Programación actual.



! Actividades que no se realizaron el primer semestre de 2018 por falta de presupuesto



## 1.10 El Centro Cultural Palace: Funcionarios

### Directora

Nombre: Yéssica Delaigue Fernández

Profesión / Oficio: Periodista

Funciones: Administración del Centro Cultural Palace

Martes a sábado :10:00 a 19:00

### : Comunicaciones

Nombre: Pablo Ignacio Silva Mondaca

Profesión / Oficio: Periodista

Funciones: Comunicaciones del CCP

Martes a sábado : 10:00 a 19:00

### Producción Artística – Libro Libre

Nombre: Ruth Mancilla Santander

Funciones: Atención Libro - Libre

Lunes a viernes: 8:30 a 17:30

### Producción Artística

Nombre: Tamara Kenny Ubillo Rivera

Funciones: Producción

Lunes a viernes; 8:30 a 17:30

### Producción Artística - Sonido

Nombre: Joel Arévalo Pasarín

Funciones: Técnico en Sonido

Lunes a viernes; 8:30 a 17:30

### Producción Artística - Iluminación

Nombre: Ricardo Guajardo Godoy

Funciones: Técnico en Luminotecnia

Martes a sábado : 10:00 a 19:00

### Producción Artística - Sonido

Nombre: Diego Bustos Rojas

Profesión / Oficio: Ingeniero en Sonido

Funciones: Encargado del sonido

Martes a sábado : 10:00 a 19:00

### Secretaria

Nombre: Alejandra Villanueva Aguirre

Funciones: Secretaria

Lunes a viernes; 8:30 a 17:30

### Informadores Comunitarios

Nº de funcionarios: 7

Turnos rotativos de 8hrs

### Auxiliares de Servicios

Nº de funcionarios: 2

Lunes a viernes; 8:30 a 17:30

### Recepcionista

Nombre: Rosa González Morales

Lunes a viernes; 8:30 a 17:30



## 1.11 Horarios de funcionamiento.

### Oficinas del Centro Cultural Palace

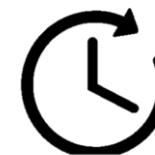


Horario continuo	Días
8:30 - 19:00	
X	Lunes
X	Martes
X	Miércoles
X	Jueves
X	Viernes
X	Sábados

Tabla 3: Elaboración propia

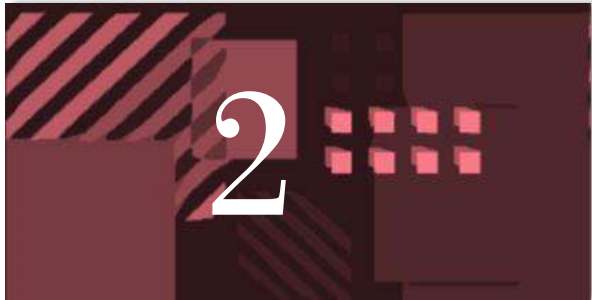
### Extensión Centro Cultural Palace

Horarios sujetos a programación



Mañana	Tarde	Noche	Días
10:30 – 14:00	15:00 – 19:00	19:00 – 22:00	
		X	Lunes
		X	Martes
		X	Miércoles
		X	Jueves
		X	Viernes
X	X	X	Sábados
X			Domingo

Tabla 4: Elaboración propia



## Infraestructura.



## 2.1 El Centro Cultural Palace

Edificio de recuperación patrimonial, no ha sido declarado como tal por el Consejo de Monumentos Nacionales. En cuanto a la accesibilidad del lugar, cuenta con rampa de acceso en el 1er piso, para sector de Cafetería y sala de artes escénicas; ascensor con mantención vigente y en proceso de licitación pública el período 2018; servicios higiénicos para discapacitados en el primer piso; y en la sala de artes escénicas existe un espacio para sillas de ruedas (publico). Sin embargo, no existe acceso al escenario. La capacidad máxima de butacas de la sala principal es de 220, y la superficie total del recinto es de 1.777 m2. Al año 2017 el edificio cuenta con mantención de la infraestructura (pintura y barniz general interior del edificio, cambio sistema de varales en sala de artes escénicas y reparación en gasfitería general del edificio).

**El Centro Cultural Palace tiene los siguientes espacios disponibles al público:**

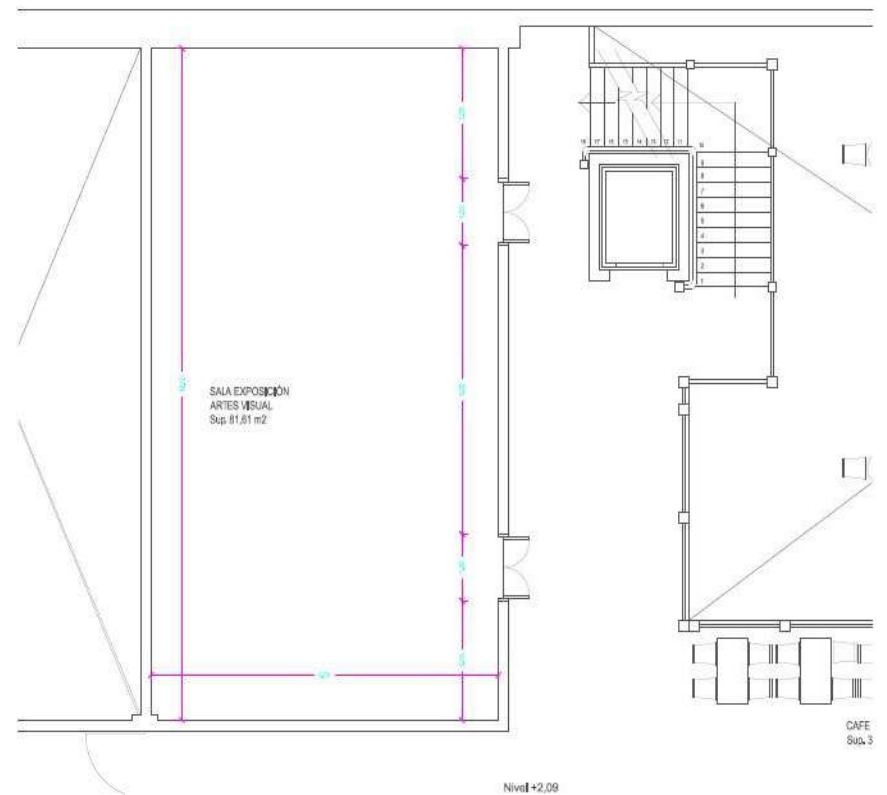
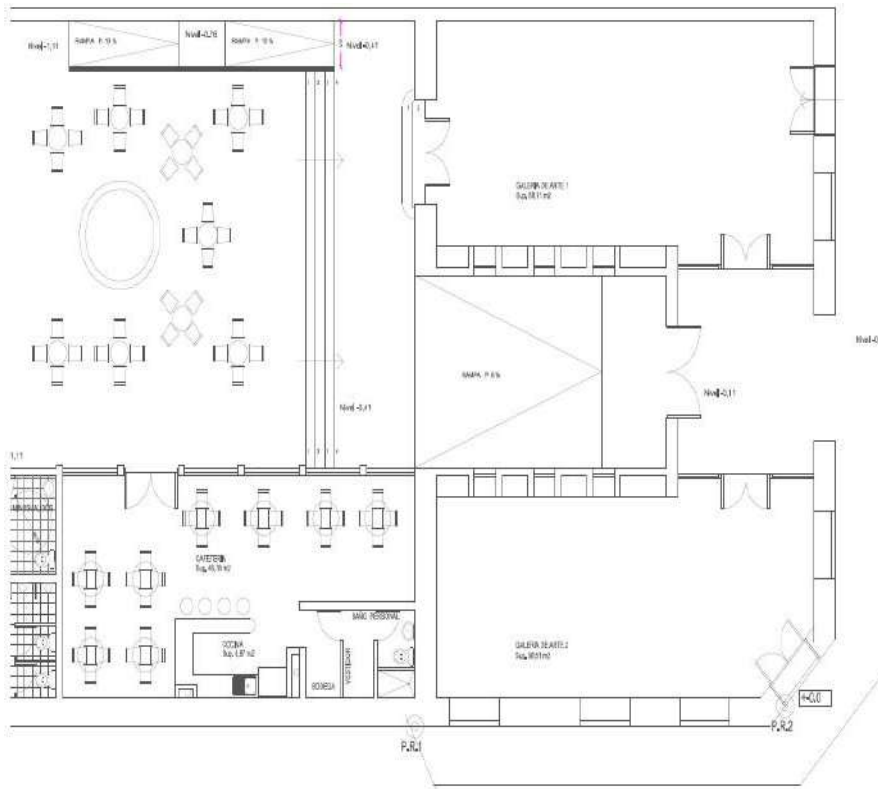




## 2.1 El Centro Cultural Palace

**Vista Planta. Primer piso.** Planos del acceso, sala de exposiciones 1 y 2, cafetería.

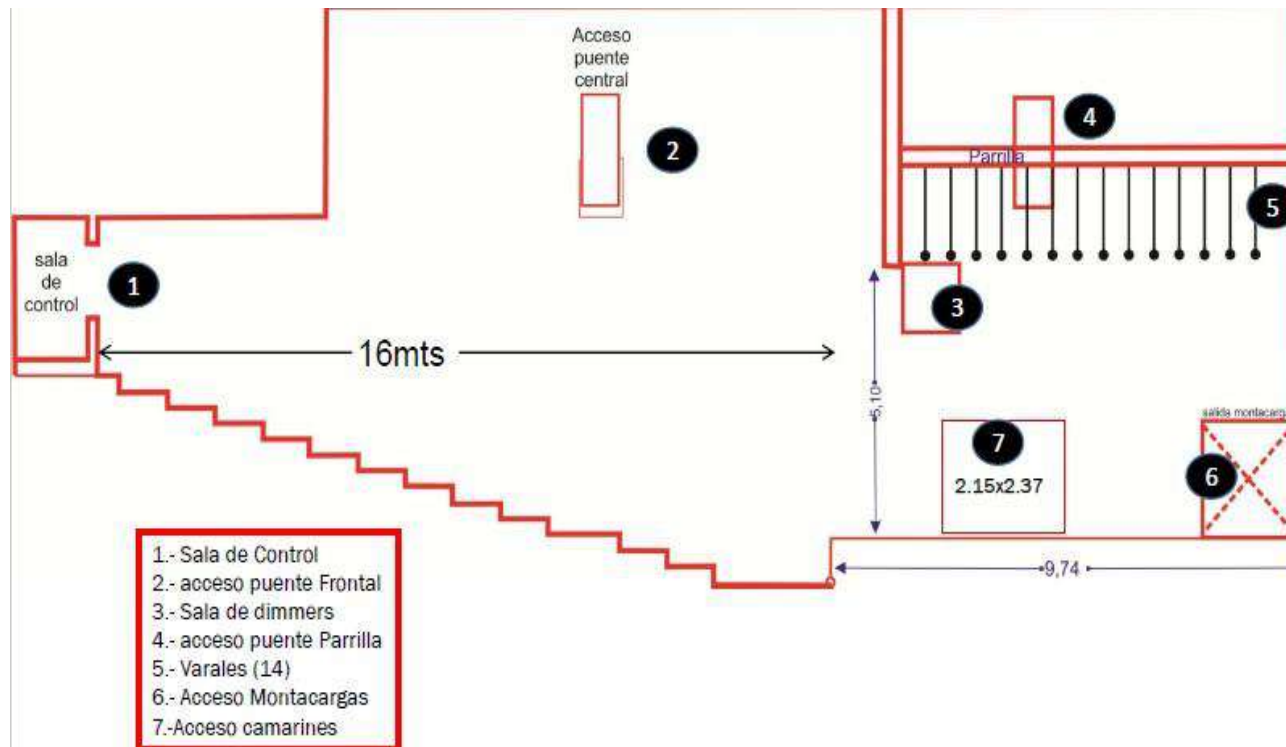
**Vista Planta. Segundo piso.** Plano de la sala multiuso.





## 2.1 El Centro Cultural Palace

Vista Planta. Primer piso. Plano de la sala de artes escénicas.







## 2.2 Salas que utiliza el Centro Cultural Palace Primer Piso.

Sala 0. Ingreso



Sala 01. Exposiciones





## 2.2 Salas que utiliza el Centro Cultural Palace Primer Piso.

### Sala 2. Exposiciones



### Sala 03. Cafetería





## 2.2 Salas que utiliza el Centro Cultural Palace Primer Piso.

Sala 4. Recepción



Sala 05. Teatro







## 2.2 Salas que utiliza el Centro Cultural Palace Segundo Piso.

Sala 6. Biblioteca Libro Libre



Sala 07. Multiuso





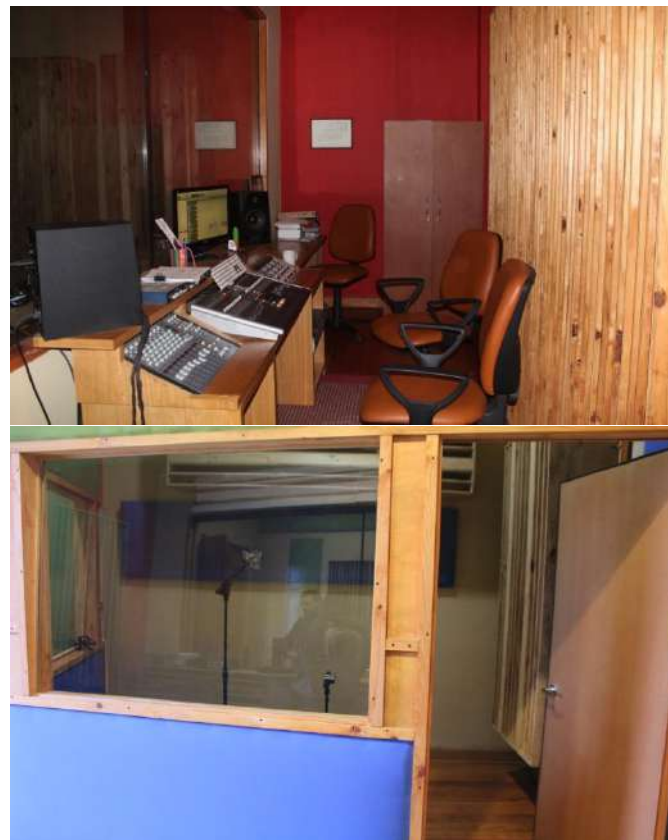
## 2.2 Salas que utiliza el Centro Cultural Palace Segundo Piso.

Pasillo y ascensores



Tercer piso.

Sala 08. Estudio de Grabación





## 2.2 Salas que utiliza el Centro Cultural Palace

### Tercer piso.

#### Sala 9. Sala de danza



#### Baños Sala de danza



Además, el edificio cuenta con baños para público general en el 1er piso diferenciado para hombres y mujeres. Y en el segundo piso, se encuentran disponibles baños para el personal del CCP.





## 2.2 Salas que utiliza el Centro Cultural Palace Tercer piso.

### Sala 10. Patio de los Artesanos



### Vista exterior del frontis







## 2.3 Principales problemas de infraestructura

PROBLEMA DETECTADO
Baldosas sueltas y resquebrajas 1er piso
Baldosa suelta en acceso a escalera principal 2do piso
Desprendimiento del revestimiento interior de piedra pizarra
Desprendimiento del revestimiento exterior, vía de evacuación
Brecha en el cielo de escalera próxima al escenario
Cielo hundido en acceso de evacuación de camarines
Escalera principal del recinto sin iluminación en peldaño
Niveles que considera la escalera sin luminarias de emergencia
Agujero en piso de acceso a Arte y Comunicaciones
Fisura en acceso a Administración CCP

Tabla 5: Elaboración propia

Información respecto a los problemas detectados ha sido extraída del documento "Informe Técnico Centro Cultural Palace 2018". Oficina de Prevención de Riesgos. Ilustre Municipalidad de Coquimbo. SGSSO-MCO-INTC-PAL-001

## 2.4 Equipamiento.

### Equipos de sonido

PRODUCTO	CANTIDAD
Consola Midas M32.	01
Ecuilizador dBx1231.	02
Multiefecto LexiconMX300.	01
Reproductor de cd/mp3 NumarkCDN77.	01
Multipar 24x8 Whirlwind 45 mts.	01
Multipar 24x4 Whirlwind 15 mts.	01
35 canon canon.	
Cajas directas pasivas Behringer ultra di400p.	04
Cajas directas activas Samsons Direct.	02
Atriles de micrófono c/boom.	20
Monitores de escenario dB technologiesFM12.	05
Line Array FBT Mitus206la.	08

Tabla 6: Elaboración propia



## 2.4 Equipamiento

### Equipos de sonido

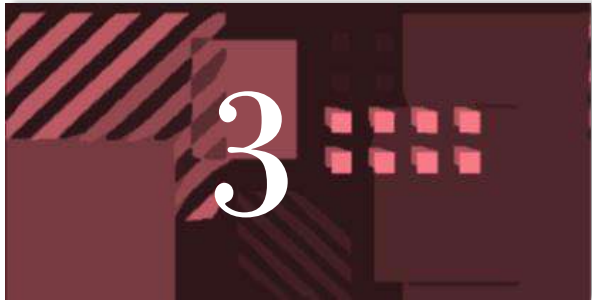
PRODUCTO	CANTIDAD
Sub bajos FBT 118s.	02
Micrófono RodeM1.	09
Micrófono sennheiserew604.	08
Micrófono ShureSm-57.	08
Micrófono Shure Beta 57.	04
Micrófono Shurebeta 52.	01
Micrófono ShureSm91.	01
Micrófono RodeNT55.	03
Micrófono RodeNT5.	02
Micrófono inalámbrico Sennheiserew100g3.	02
Micrófono inalámbrico de solapa Mipro.	02
02 Cápsula de cintillo Mipro.	02

Tabla 7: Elaboración propia

### Equipos de audio

PRODUCTO	CANTIDAD
Proyector NEC 5000 Ansilúmenes.	01
Proyector NEC 2500 Ansilúmenes.	02
Cable VGA-VGA 45 mts.	02
Cable VGA-VGA 15 mts.	01
Reproductor Blue Ray LG BD-570 Full HD.	02
Reproductor DVD Blue Ray Samsung.	01
Telón 3x4 mts eléctrico fijo.	01
Telón 1,80x1, 80 mts c/trípode.	02

Tabla 8: Elaboración propia



# Diagnóstico

## Bases para las Líneas editoriales.

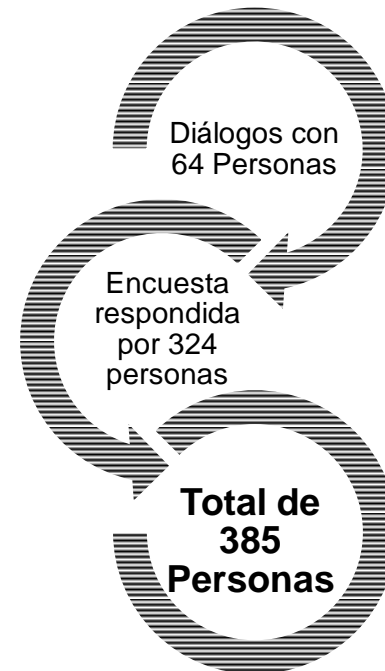


### 3.1 Metodología participativa.

El presente documento es la concretización de un proceso de carácter participativo iniciado en abril del año 2018 y finalizado en Junio del mismo año. Para su elaboración se realizaron las siguientes actividades:

2 GRUPOS FOCALES  
 10 ENTREVISTAS  
 2 VISITAS A ESTUDIANTES  
 1 ENCUESTO CIUDADANO  
 324 ENCUESTA ONLINE

Todas estas actividades suman un total de **385** personas consultadas.





### 3.2 Fortalezas

Mediante el proceso de análisis de la información se identificaron 3 ideas fuerzas en relación a los aspectos positivos que aportan a un óptimo desarrollo de las Líneas Editoriales del Centro Cultural Palace.

<b>Gestión y programación</b>
Oferta cultural que da espacio a las distintas ramas artísticas, como obras de teatro, bailes típicos, modernos, música, artes visuales, entre otros.
Se valora como “de calidad” las obras que se presentan en el Centro Cultural.
Se realizan actividades de manera simultánea haciendo uso de las distintos salas y generando un espacio en constante movimiento
Se valora el trabajo que realiza el equipo administrativo, el cual es percibido por los entrevistados como un buen clima laboral
<b>Infraestructura</b>
El espacio cuenta con variedad de salas lo que permite reunir gran gama de ramas artísticas.
El estudio de grabaciones está disponible para las bandas de la comuna.
<b>Accesibilidad</b>
El acceso a las actividades y uso del espacio es gratuito para los usuarios.
Los servicios que se ofrecen están dirigidos tanto a los artistas como al público en general.



### 3.3 Oportunidades.

<b>Recursos del Entorno</b>
Reactivar el barrio con los locatarios y los espacios culturales.
Generar interés de los privados a través de convenios.
<b>Infraestructura</b>
Generar proyectos para ampliar la infraestructura (La casa de los tres balcones).



### 3.4 Principales problemáticas a Enfrentar

#### Difusión

- Falta mayor difusión en los distintos territorios a través de la JJVV. Clubes deportivos, Club de cueca, llegar a sectores de escasos recursos.
- Mejorar la información que se entrega de las actividades y talleres a los territoriales.



#### Infraestructura y Equipamiento

- Falta mantención de los espacios como baldosas, escaleras, reparar goteras.
- Falta actualización del equipamiento técnico..



#### Formación de audiencias

- Falta enfocar las audiencias a todos los grupos etarios, para llegar más a los niños y jóvenes.



### 3.5 Barreras externas.

#### Entorno

- Ubicación del CCP se encuentra retirada o a trasmano.
- El sector del Barrio Inglés esta desprestigiado por la delincuencia.



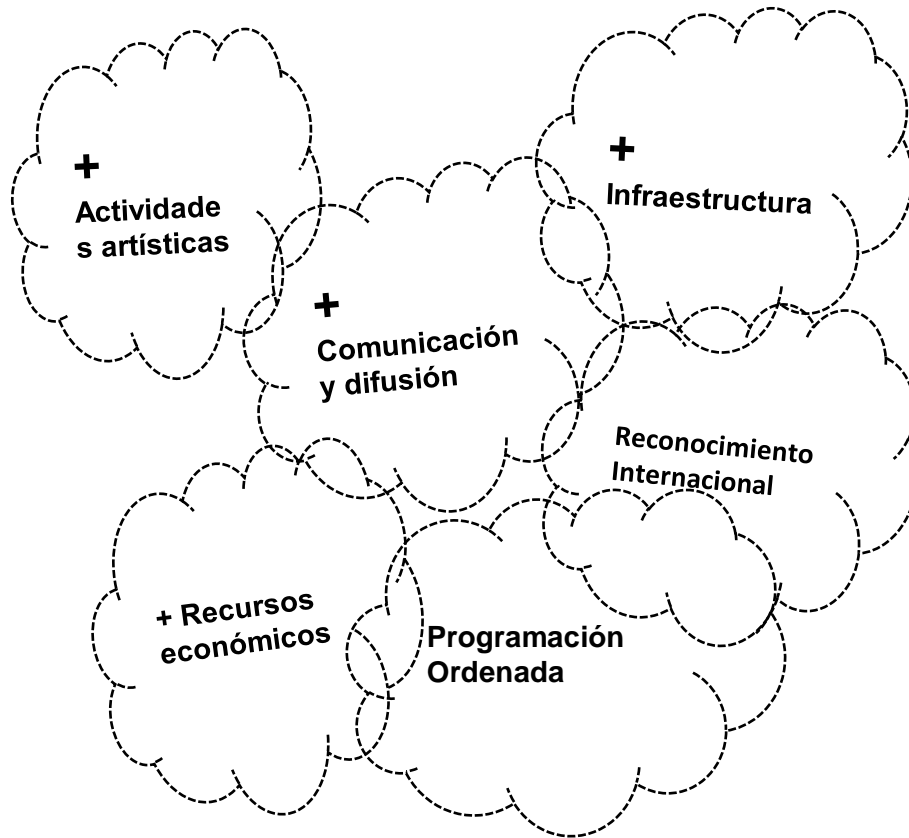
#### Gestión Municipal

- Percepción de una visión eventista de la cultura desde el municipio, invirtiendo más recursos para este tipo de actividades.





### 3.6 Sueños y anhelos



### 3.7 Desafíos.

Por otro lado, a través de la información recolectada se logró identificar el desafío que el Centro Cultural Palace para los próximos 4 años

**EL CENTRO CULTURAL PALACE LOGRA CUBRIR TODA LA DEMANDA INTERNA - EXTERNA Y LA GENERACIÓN DE NUEVOS PÚBLICOS.**



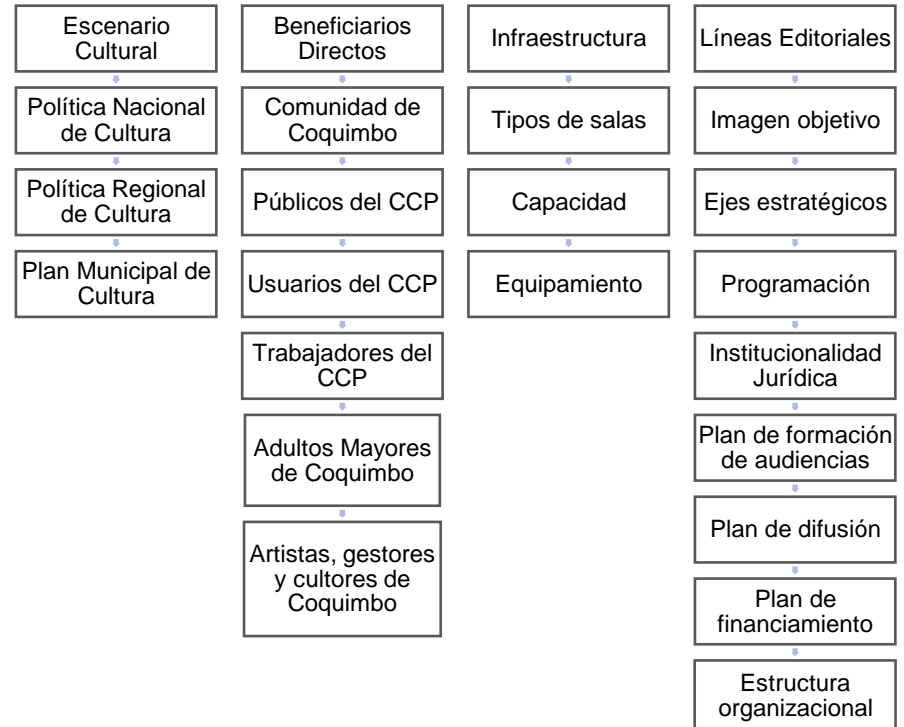




## 4.1 Modelo de Líneas Editoriales.



# Líneas Editoriales





## 4.2 Principios de las Líneas Editoriales

Con el fin de definir las prioridades estratégicas en la gestión cultural del Centro Cultural Palace, a desarrollar en los próximos 4 años (2019 – 2022), se han definido las bases que guiarán a la institución.

# VISIÓN

Ser el principal espacio de difusión, fomento, creación y circulación de obras artísticas, en la región de Coquimbo, generando instancias de participación ciudadana en el espacio y el territorio.

# MISIÓN

Otorgar un espacio de mediación para la formación de públicos activos al consumo de bienes y servicios culturales a través de la exhibición de obras, una infraestructura con carácter Inclusiva, un equipamiento técnico profesional y un equipo de trabajo capacitado para el cumplimiento de las demandas de la comunidad.

## 4.3 Ejes estratégicos

1. **Infraestructura y equipamiento:** Mantener en óptimas condiciones el espacio físico y equipamiento técnico para el eficiente desarrollo de las actividades.
2. **Comunicaciones:** Trabajar en una estrategia de comunicaciones internas y externas para ampliar las convocatorias, difusión y generación de contenidos artístico – Culturales.
3. **Formación de audiencias** Generar instancias para la participación ciudadana, la mediación cultural y la fidelización de públicos.
4. **Gestión interna:** Desarrollar mecanismos de planificación estratégica que permita el uso eficiente de los recursos.



#### 4.4 Orientación programática

Definir al Centro Cultural Palace en un solo concepto resultaría una tarea titánica, pues precisamente el ser multifacético se enmarca dentro de sus principales características, dando espacio para la creación, formación y difusión de todas las expresiones artísticas y culturales de la región.



El Centro Cultural Palace hoy en día responde a esta mirada integral e integradora de la cultura, conjugando una diversidad de servicios para el desarrollo de artistas, promoviendo el acceso inclusivo, potenciando la mediación cultural a través de iniciativas de apreciación artísticas y educativas, y la generación de nuevas audiencias.

Todas estas características, además, de la dedicada labor de su recurso humano, han cimentado las bases para ser reconocido por la comunidad como el principal punto de encuentro de artistas emergentes y consagrados a nivel local, regional y nacional, donde la calidad y profesionalismo de las obras, muestras y actividades de extensión que se realizan son el hilo conductor que las reúne y el valor agregado a disposición de todos quienes vienen a este espacio para empaparse de la historia de la comuna, y apreciar el arte en todo su esplendor.



## 4.5 Públicos

Para efectos las Líneas Editoriales se ha buscado diferenciar los potenciales beneficiarios tanto directos como indirectos.

Si bien, poder contabilizar los públicos será un trabajo de su despliegue y éxito, hemos elaborado un esquema que pueda guiar el trabajo de gestión que se llevará a cabo en Centro Cultural

Categorías:

**Beneficiarios directos:** Son aquellas personas naturales y/o jurídicas que participan de un proceso artístico / cultural desde el acto de la creación y aquellas personas que participan de una actividad artístico / cultural de manera esporádica según sus preferencias.

**Beneficiarios indirectos:** Son aquellas personas naturales y/o jurídicas que reciben un potencial directo de las acciones de los programas, proyectos y actividades que contempla las Líneas Editoriales.

*Para detalle de beneficiarios ver Anexo 04.*





## Institucionalidad Jurídica y Administrativa



### 5.1 Institucionalidad Jurídica.

El Centro Cultural Palace es una infraestructura cultural que pertenece a la Ilustre Municipalidad de Coquimbo y depende administrativamente del Departamento de Cultura.



### 5.2 Planificación estratégica y administrativa.

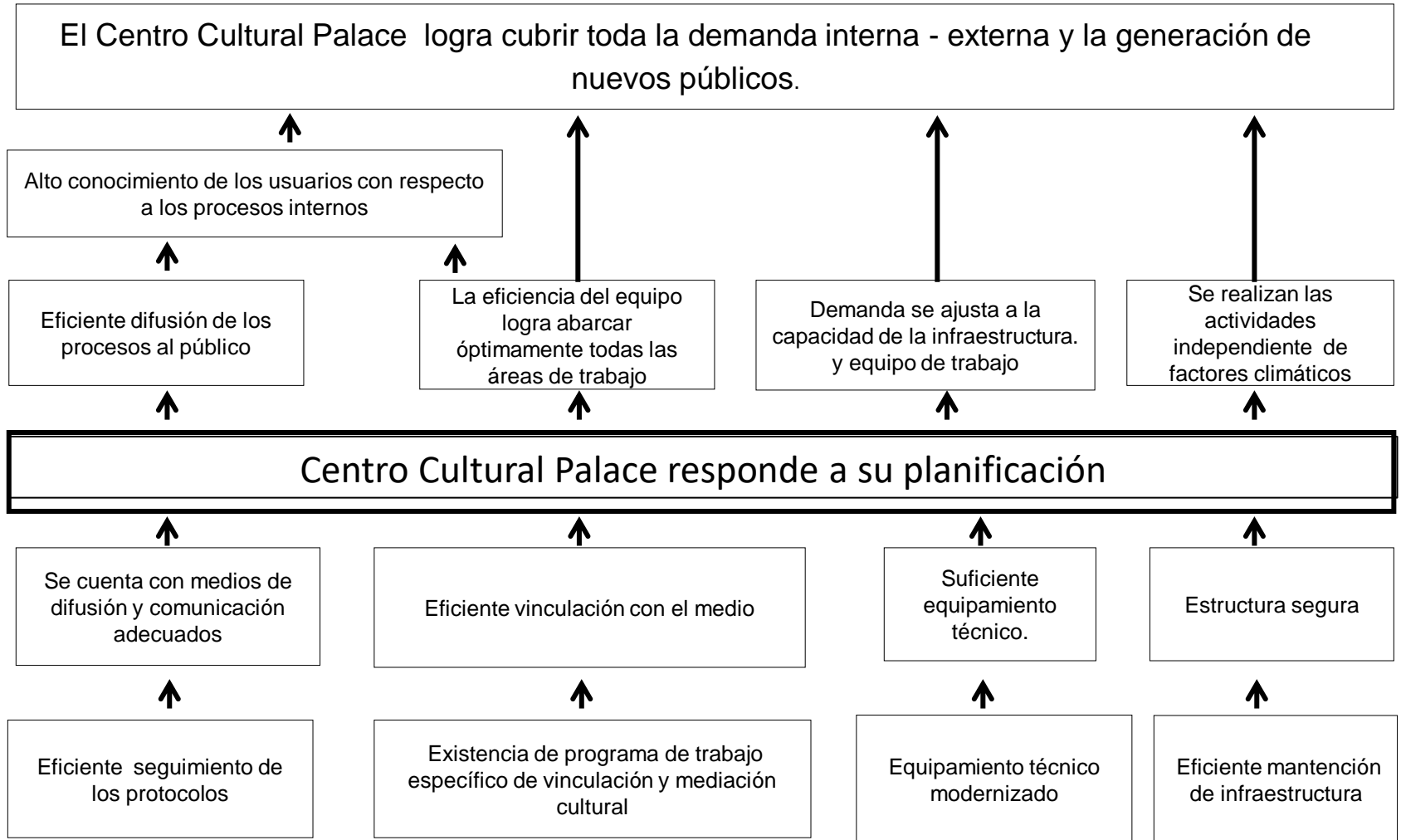
El objetivo principal planteado se enfoca en que **“El Centro Cultural Palace logre cubrir toda la demanda interna - externa y la generación de nuevos públicos”**.

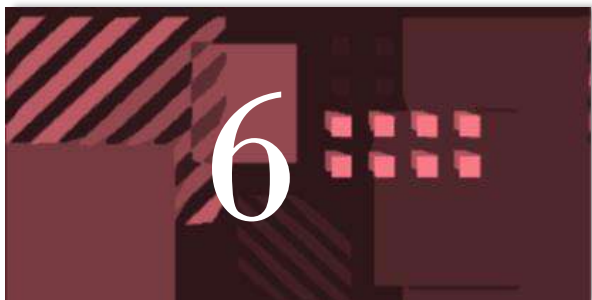
Para esto será necesario contar con una infraestructura acorde a las necesidades de Coquimbo, realizar un trabajo de vinculación con el medio y mejorar la gestión interna con la finalidad de responder a una planificación y no a la altísima demanda con la que cuenta el Centro Cultural.

La Unidad administrativa, deberá contar con un recurso humano capacitado en gestión cultural, planificación, control del inmueble y realización de las actividades.



### 5.3 Esquema de Planificación estratégica.

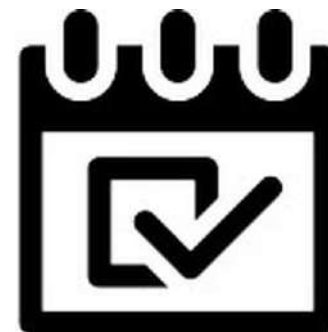




## Programación.

En el siguiente capítulo se presenta la oferta programática del Centro Cultural Palace para los próximos 4 años. Los Programas y Proyectos que contiene este documento, se gestaron a partir de los diálogos con la comunidad que se realizaron para la su elaboración.

### AGENDA CULTURAL





## 6.1 Oferta programática.

A continuación se detalla la programación del Centro Cultural Palace, ordenada según los ejes Estratégicos ya definidos. En ella se distinguen los Programas y sus Proyectos asociados, las estrategias de intervención, la rama artística en la cual se enmarcan y el período de ejecución.

*Para detalle de metas y objetivos por proyectos, ver Anexo 05.*

### Eje estratégico 1. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	RAMA ARTÍSTICA	2019	2020	2021	2022
1.1.	Mantenimiento y reparaciones Edificaciones (obra gruesa)	1.1.1	Mantenimiento del CCP	Infraestructura Cultural	Infraestructura	x	x	x	x
1.2	Mantenimiento y reparaciones (equipamiento)	1.2.1	Mantenimiento y reparación de Ascensor y Montacarga	Infraestructura Cultural	Infraestructura	x	x	x	x
		1.2.2	Mantenimiento de Cámaras de Seguridad	Infraestructura Cultural	Infraestructura	x	x	x	x
		1.2.3	Aire Acondicionado	Infraestructura Cultural	Infraestructura	x	x	x	x
		1.2.4	Otros ( limpieza cubrepiso Sala Artes Escénica ,afinación Pianos)	Infraestructura Cultural	Infraestructura	x	x	x	x
1.3	Adquisición de mobiliarios	1.3.1	Adquisición mobiliario Sala Multiuso	Infraestructura Cultural	Infraestructura	x			
1.4	Equipos Luminotecnia	1.4.1	Adquisición	Infraestructura Cultural	Infraestructura	x	x	x	x
1.5	Equipos Informáticos	1.5.1	Adquisición equipamiento computacional y accesorios área comunicaciones	Infraestructura Cultural	Infraestructura	x			
1.6	Cierre galería artesano	1.6.1	Contar con un espacio para la realización de actividades del CCP	Infraestructura Cultural	Infraestructura	x			

Tabla 9: Elaboración propia





## 6.1 Oferta programática.

### Eje estratégico 2. COMUNICACIONES.

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	RAMA ARTÍSTICA	2019	2020	2021	2022
2.1	Publicidad y difusión	2.1.1	Insumos para impresión	Difusión	Artes en general	x	x	x	x
2.2	RRSS	2.2.1	Contenido audiovisual	Difusión	Artes en general	x	x	x	x
		2.2.2	WhatsApp	Fidelización	Artes en general	x	x	x	x
		2.2.3	Revista digital	Difusión	Artes en general	x	x	x	x
2.3	Prensa	2.3.1	Desarrollo de comunicados	Difusión	Artes en general	x	x	x	x
		2.3.2	Envío de cápsulas las radios y TV	Difusión	Artes en general	x	x	x	x
		2.3.3	RRSS	Difusión	Artes en general	x	x	x	x
		2.3.4	Mailing	Fidelización	Artes en general	x	x	x	x
		2.3.5	Gestión de gráficas impresas	Difusión	Artes en general	x	x	x	x
		2.3.6	WEB	Difusión	Artes en general	x	x	x	x

Tabla 10: Elaboración propia



## 6.1 Oferta programática.

### Eje estratégico 3. FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	RAMA ARTÍSTICA	2019	2020	2021	2022
3.1	Participación	3.1.1	Celebración Aniversario Centro Cultural Palace / 30 de enero	Vinculación	Artes en general	x	x	x	x
		3.1.2	Co-producción Festival Teatropuerto	Participación	Artes escénicas	x	x	x	x
		3.1.3	Programa Visitas Guiadas / todo el año	Vinculación	Difusión	x	x	x	x
		3.1.4	Celebración aniversario de Coquimbo	Acceso	Artes musicales	x	x	x	x
		3.1.5	Celebración Día Nacional del Teatro /mayo	Participación	Artes escénicas	x	x	x	x
		3.1.6	Celebración Día Internacional de la Danza/ abril	Participación	Artes escénicas	x	x	x	x
		3.1.7	Temporada Anual de Música /todo el año	Participación	Artes musicales	x	x	x	x
		3.1.8	Programa Anual de Teatro /todo el año	Participación	Artes escénicas	x	x	x	x
		3.1.9	Programa Anual de Danza / todo el año	Participación	Artes escénicas	x	x	x	x
		3.1.10	Programa de formato lector Libro Libre	Participación	Literatura	x	x	x	x
		3.1.11	Coquimbo en 5 estrofas	Fomento Lector	Literatura	x	x	x	x

Tabla 11: Elaboración propia



## 6.1 Oferta programática.

### Eje estratégico 3. FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	RAMA ARTÍSTICA	2019	2020	2021	2022
3.2	<b>Mediación</b>	3.2.1	Programa Anual de Artes Visuales	Mediación	Artes Visuales	x	x	x	x
		3.2.2	Iniciativas de mediación	Mediación	Artes en general	x			
		3.2.3	Conversatorios de creación de la obra	Vinculación	Artes visuales y escénicas	x	x	x	x
3.3	<b>Circulación</b>	3.3.1	Teatro	Vinculación	Artes escénicas	x	x	x	x
		3.3.2	Danza	Vinculación	Artes escénicas	x	x	x	x
		3.3.3	Artes Visuales	Vinculación	Artes visuales	x	x	x	x

Tabla 12: Elaboración propia



## 6.1 Oferta programática.

### Eje estratégico 3. GESTIÓN INTERNA.

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	RAMA ARTÍSTICA	2019	2020	2021	2022
4.1	Préstamos de salas	4.1.1	Préstamo sala Danza	Vinculación	Artes escénicas	x	x	x	x
		4.1.2	Préstamos de artes escénicas	Formación	Artes en general	x	x	x	x
		4.1.3	Préstamos sala Multiuso	Formación	Artes en general	x	x	x	x
4.2	Estudio de grabación	4.2.1	Servicio estudio de grabación de audio	Fomento a la creación	Artes musicales	x	x	x	x
4.3	Fortalecimiento a la gestión del equipo de trabajo	4.2.2	Capacitaciones al equipo	Formación	Gestión Cultural	x	x	x	x

Tabla 13: Elaboración propia



## 6.2 Estrategias de intervención

Cada una de las actividades planificadas cuenta con una estrategia de intervención que orienta las líneas de acción y los énfasis con que se diseñará, enfocará y medirá.

**ACCESO.** Esta estrategia orienta a las actividades a proveer instancias donde los habitantes de la comuna puedan conocer, disfrutar y participar activamente del arte y la cultura, como la asistencia a eventos artísticos y culturales, acceder a los lugares patrimoniales, conocer la oferta cultural, utilizar los espacios destinados al desarrollo artístico, etc. En resumen, vivir el arte y la cultura.

**FORMACIÓN.** La vocación que posee este tipo de actividades es la enseñanza de algún conocimiento relacionado al arte y la cultura que exige un profundo compromiso por parte del alumno más allá de la participación en la actividad, este deberá tener un interés por aprender y estar dispuesto a cumplir objetivos y metas, a asistir permanentemente un período de tiempo a la actividad, etc.

**FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.** Actividades que aportan a la instalación de hábitos de consumo cultural en base a estrategias que aportan a formar públicos fidelizados para las distintas manifestaciones culturales y artísticas. (incluye mediación, vinculación, participación y fidelización)

**INFRAESTRUCTURA CULTURAL.** Esta estrategia apunta a mejorar los espacios físicos donde se realizan las actividades culturales en la comuna, manteniendo y equipando los espacios actuales.

**DIFUSIÓN.** El énfasis en este tipo de actividades es dar a conocer a la comunidad en general (vecinos, visitantes, medios, país, etc.) las distintas riquezas que tiene la comuna humanas y materiales, por ejemplo: Cultores, Artistas, tradiciones, Infraestructura patrimonial... etc. Además de dar a conocer el Centro Cultural Palace y las actividades que desarrolla.

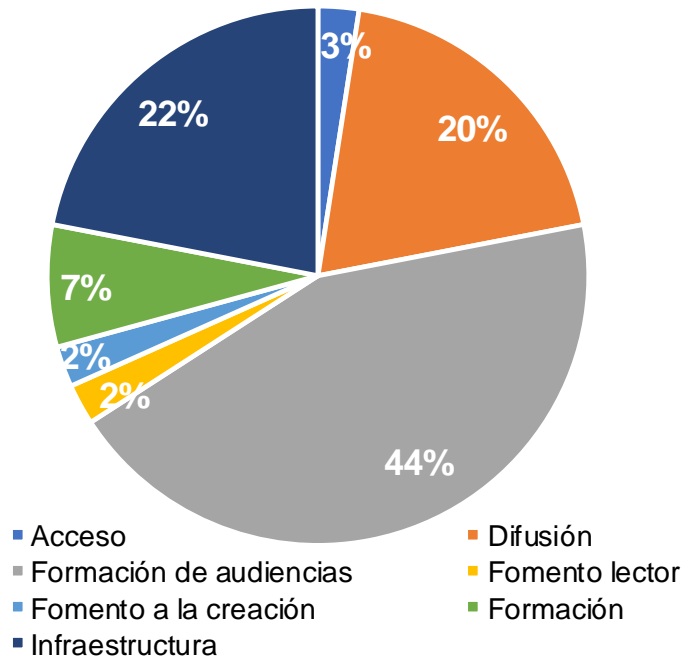
**FOMENTO A LA CREACIÓN.** Actividades que buscan potenciar la creación y difusión de artistas o cultores de un mismo territorio aportando al patrimonio cultural local.

**GESTIÓN.** El objetivo de esta estrategia es apoyar y robustecer las acciones autogestionadas que emprenden los habitantes de la comuna, o los encargados de espacios culturales con la finalidad de realizar un trabajo eficiente.

**FOMENTO LECTOR** Actividades de promoción lectora que favorecen el interés por la lectura con el fin de instalar hábitos lectores en la comunidad.



## 6.2 Estrategias de intervención



Tal como muestra el Gráfico 2, un **44% de las actividades están asociadas a una estrategia de Formación de audiencias**, un **20** apunta a **difundir y comunicar las actividades que se realizan en el Centro Cultural Palace** y un **22%** se enfoca en mantener en óptimas condiciones la infraestructura para un desarrollo adecuado de las actividades.

**De ésta forma, se busca, además responder a la demanda interna y externa, además de generar nuevos públicos (formación de audiencias)**

Gráfico 2: Distribución de las estrategias de intervención



## Formación de audiencias.

El Centro Cultural Palace en su declaración de principios ha fijado el rumbo hacia la generación de nuevos públicos. Dando un paso más allá de la gestión realizada los últimos años y haciéndose cargo de la importancia de llegar a nuevos vecinos.

Para aportar en el cumplimiento de los objetivos mencionados se implementarán una serie de estrategias que colocará los intereses y necesidades del destinatario en el centro de la planificación; se definirá con claridad quiénes son, dónde habitan, cómo se comunican, cuáles son sus preferencias, etc., con la finalidad de permitir el disfrute, la comprensión y la integración de nuevas audiencias a sus actividades. El desarrollo del presente documento, contempla una herramienta de trabajo a 4 años plazo.



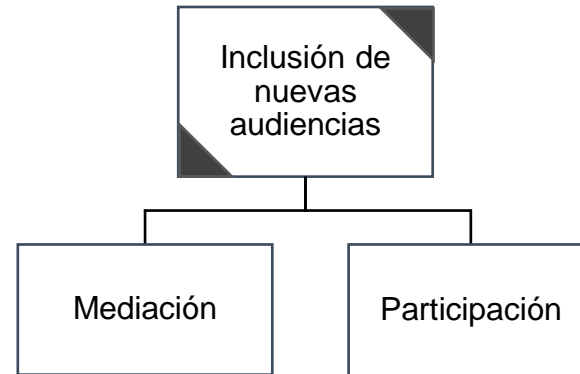
## 7.1 Estrategias

El Centro Cultural Palace se ha propuesto en su gestión, para los próximos 4 años, generar nuevas audiencias. Enfocando su trabajo hacia la creación de nuevos públicos y la fidelización de los mismos. Es por esto, que dentro de sus ejes estratégicos se ha establecido uno directamente apuntando a esto.

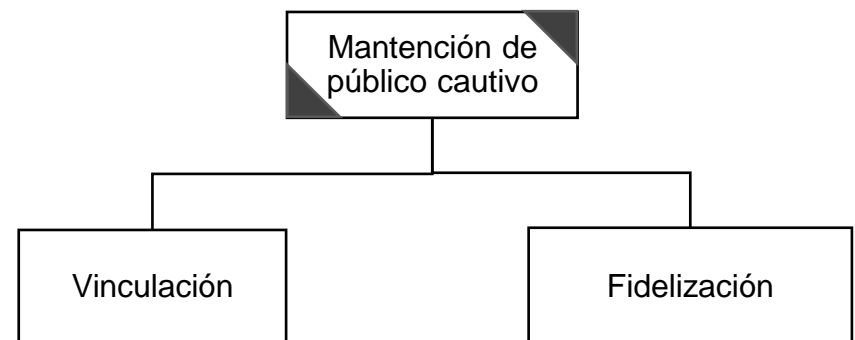
Esta planificación se conforma por dos Líneas de desarrollo: Formación de audiencia y Mantenimiento de público cautivo.

“Es importante entender que la formación de audiencias consiste en La **planificación, elaboración e implementación de estrategias** orientadas a **incidir en las preferencias y valorizaciones de un determinado grupo frente a las creaciones artísticas** y a **intervenir en las barreras** que condicionan el **acceso y la participación** de una determinada comunidad o grupo en la oferta cultural”. (Herramientas para la gestión cultural local - formación de audiencia. CNCA. 2014)

La Línea Inclusión de nuevas audiencias, estará compuesta dos estrategias: Mediación y Participación.



Por su parte, la Línea Mantenimiento de público cautivo, estará conformada por dos estrategias: Vinculación y Fidelización.







## 7.2 Estrategias : Inclusión de nuevas audiencias

Si bien durante la etapa de diagnóstico se pudo observar que el Centro Cultural Palace ha logrado insertarse en el espacio artístico-cultural de la comuna de Coquimbo de forma exitosa, estaría creando la necesidad de llegar a más personas. Es por esto, que para los próximos 4 años, el Centro Cultural buscará incorporar nuevas audiencias, desde el espacio de la participación y la mediación.

### ESTRATEGIA **MEDIACIÓN**

**Objetivo:** Favorecer el acercamiento de diferentes públicos a las actividades que se realicen, mediante la vivencia de experiencias relevantes que faciliten la comprensión de la obra, el involucramiento y participación activa de los espectadores

### ESTRATÉGIA **PARTICIPACIÓN**

**Objetivo:** Promover la participación a través de la apreciación y creación artística de acuerdo a cada grupo etario, manteniendo un plan de trabajo anual y sistemático que enfoque la programación para la apreciación y apropiación de la cultura y el arte.

Podemos considerar que el interés escénico es el factor que diferencia las personas con actitud proactiva del resto. **El interés escénico es un impulso que se origina en el sistema personal de valores como respuesta a una necesidad de desarrollo y que se adquiere durante el período de formación** (infancia y adolescencia) en el grupo familiar, en el sistema educativo o a través de las relaciones con el entorno [...]  
**La creación de públicos pasa por la creación de interés escénico”.**

*(Marketing de las artes escénicas: creación y desarrollo de públicos. Jordi Sellas y Jaume Colomer. Cuadernos Gescénic. Barcelona, 2009).*



## 7.2 Estrategias : Inclusión de nuevas audiencias

### ESTRATEGIA MEDIACIÓN

EJE	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
Formación de audiencias	Programa Visitas Guiadas / todo el año	x	x	x	x
	Programa Anual de Artes Visuales	x	x	x	x

Tabla 14 Elaboración propia

### ESTRATEGIA PARTICIPACIÓN

EJE	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
Formación de audiencias	Co-producción Festival Teatropuerto	x	x	x	x
	Celebración Día Nacional del Teatro /mayo	x	x	x	x
	Celebración Día Internacional de la Danza/ abril	x	x	x	x
	Temporada Anual de Música /todo el año	x	x	x	x
	Programa Anual de Teatro /todo el año	x	x	x	x
	Programa Anual de Danza / todo el año	x	x	x	x
	Programa de formato lector Libro Libre	x	x	x	x

Tabla 15: Elaboración propia

“Independientemente de la manera en que se avance en la estructuración de la estrategia de formación de audiencias, es indudable que los proyectos impulsados en este ámbito apuntan a intervenir en la desigualdad de acceso a la oferta artística y en la participación cultural”.

*(Herramientas para la gestión cultural local - formación de audiencia. CNCA. 2014)*



### 7.3 Estrategias: Mantención de público

Este segundo objetivo se enfoca principalmente en mantener los públicos cautivos que tiene el Centro Cultural Palace, esto quiere decir, en aquellas personas que asisten regularmente y son parte activa de su oferta cultural.

ESTRATEGIA

#### VINCULACIÓN

**Objetivo:** Acercar a la comunidad a la cultura y las artes generando experiencias que permitan mantener un diálogo permanente y cercano con agentes culturales y sociales.

ESTRATEGIA

#### FIDELIZACIÓN

**Objetivo:** Sustener un consumo cultural activo en quienes son parte activa de la oferta cultural

El desafío para estas estrategias es **sostener el consumo cultural mediante la generación de experiencias satisfactorias de vinculación del público con las creaciones y los espacios** en que éstos se presentan.

*(Herramientas para la gestión cultural local - formación de audiencia. CNCA. 2014)*

ESTRATEGIA

#### VINCULACIÓN

EJE	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
Formación de audiencias	Celebración Aniversario Centro Cultural Palace / 30 de enero	x	x	x	x
	Conversatorios de creación de la obra	x	x	x	x
	Teatro	x	x	x	x
	Danza	x	x	x	x
	Artes Visuales	x	x	x	x
Gestión Interna	Préstamo sala Danza	x	x	x	x

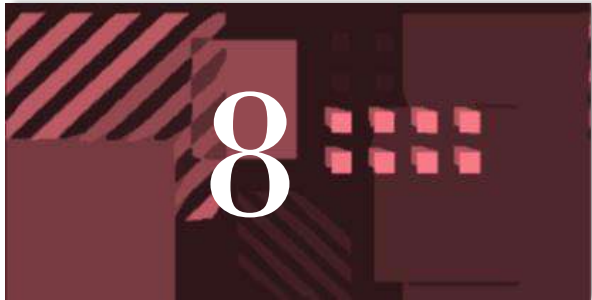
Tabla 16: Elaboración propia

ESTRATEGIA

#### FIDELIZACIÓN

EJE	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
Comunicaciones	WhatsApp	x	x	x	x
	Mailing	x	x	x	x

Tabla 17: Elaboración propia



## Plan de Difusión

Toda infraestructura cultural que está abocada a la comunidad dentro de su planificación estratégica debe tener en cuenta la importancia de la difusión tanto institucional como la difusión de sus actividades, ambos elementos van de la mano al momento de enfrentarse en el desarrollo de una actividad, no se puede difundir una actividad si la comunidad no conoce o reconoce a la infraestructura cultural como un espacio abierto que convoca a la participación, así como también no se puede difundir un espacio físico sin un contenido y sin un encuadre programático.

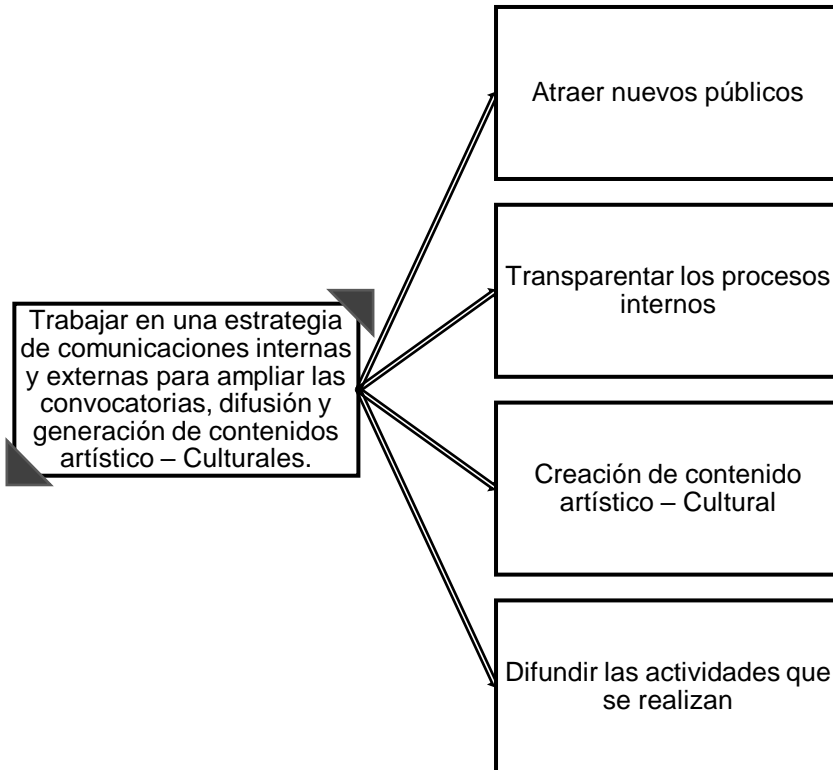
Además debemos tener en consideración que el grado de posicionamiento que tenga una organización cultural en la sociedad, abre, entre otras, las posibilidades de conseguir recursos. Ya que, una organización que es reconocida por la comunidad, por el aporte que hace y el grado de profesionalismo y calidad de su trabajo, va a tener más posibilidades de atraer recursos que una que no posea dicho reconocimiento.



## 8.1 Objetivos

Para plantear la difusión del Centro Cultural Palace se debe tener en consideración el mensaje clave que se quiere hacer llegar al público. Para esto se hace necesario integrar una estrategia comunicacional tanto global (con la finalidad de mantenerse en la esfera cultural) como específica de las actividades que realiza.

Además este centro se ha planteado no solo difundir, sino crear contenido artístico – cultural. Formando un círculo virtuoso de difusión + comunicación.



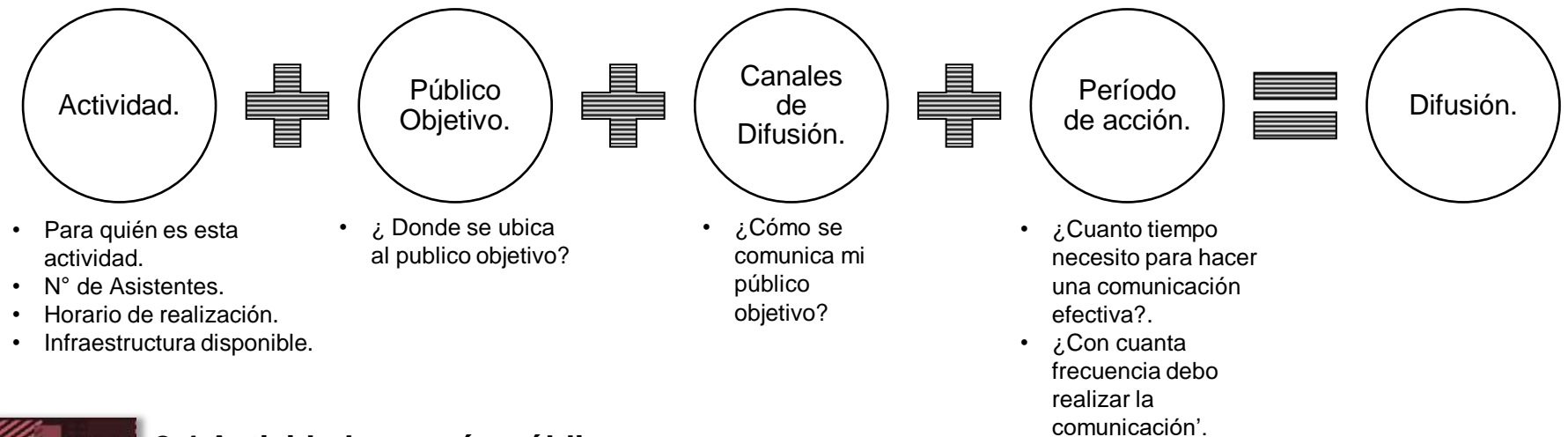
## 8.2 Canales de comunicación





### 8.3 Acciones previas a la difusión de las actividades

Para comunicar el desarrollo de las actividades, se debe primero establecer el público al cual están dirigidas dichas acciones. Luego se deben identificar los canales de comunicación que serán más efectivos y el período de acción y su gradualidad.



### 8.4 Actividades según público

De acuerdo a la programación realizada, se identificaron 3 formas de comunicación: Masivas, Grupo de interés y Digital Masiva

**MASIVAS:** Actividades abiertas a toda comunidad de carácter familiar y colectivo, donde se espera gran afluencia de público, generalmente se realizan en grandes espacios: Ej.: Obras de teatro.

**GRUPO DE INTERÉS:** Actividades enfocadas a grupos específicos que tengan un propósito u organización común, se espera una afluencia de público relativa al grupo de interés asociado a la actividad. En general se debe tener un conocimiento o experiencia previa para su óptima participación. Ej.: Visitas guiadas.

**DIGITAL MASIVA:** Actividades enfocadas a llegar al público a través de las redes sociales y /o medios digitales. No buscan convocar a una actividad en particular, sino mas bien informar y comunicar de una gama de acciones que se llevarán a cabo: Ej.: Creación página Web.

*Para detalle de las cada proyecto a desarrollar y su público para la comunicación, ver Anexo 04.*



## 8.5 Canales de difusión y estrategias de comunicación

MASIVAS			
CANAL	ACCIÓN	PERIODO	GRADUALIDAD
Redes Sociales	Invitación a participar mediante las redes sociales de las actividades que se realizan en Centro Cultural Palace	Un mes previo a la actividad	Una vez al día
Pasacalles	Instalación de pasacalles en lugares estratégicos como, principales avenidas, plazas, municipalidad y sectores de mayor afluencia de público.	Tres semanas previo a la actividad	Durante las 3 semanas
Afiches	Instalación en puntos de alta concurrencia como plazas, locales comerciales, sedes comunitarias, establecimientos educacionales, calles concurridas..	Una semana previo a la actividad	Durante la semana
Pendón	Instalación de un pendón en el Hall de entrada del Centro Cultural Palace	Un mes previo a la actividad	Durante todo el mes
Perifoneo	Llamado, más atractivo para invitar a participar generalmente a un evento.	Una semana previo a la actividad	Todos los días en horarios para el público al cual va dirigido
TV y Radio local	Invitación a los vecinos a participar mediante radios.	Un mes previo a la actividad	Dos veces al mes
	Entrega de comunicado de prensa sobre la actividad.	Una semana previo a la actividad	Dos veces a la semana
	Invitación a cubrir la inauguración o parte de la actividad.	Una semana previo a la actividad	Una vez a la semana
Periódico Municipal	Realizar inserto sobre la actividad	1 semana previo a la actividad	Una vez a la semana

Tabla 18: Elaboración propia



## 8.5 Canales de difusión y estrategias de comunicación

GRUPOS DE INTERÉS			
CANAL	ACCIÓN	PERIODO	GRADUALIDAD
Correo electrónico	Invitación a participar a los líderes o directiva de agrupaciones afines con la actividad para que difundan en sus reuniones	Dos semanas antes	Dos veces a la semana
Sitio Web	Desarrollar nota informando la actividad	Un mes antes	Se mantiene durante todo el mes
	Desarrollar nota después de la actividad	Un día después de la actividad	Se mantiene durante todo el mes siguiente
Redes Sociales	Invitación a participar mediante las redes sociales del Centro Cultural	Un mes antes	Dos veces a la semana
TV y radios locales	Entrega de comunicado de prensa sobre la actividad	Una semana antes	Dos veces a la semana
	Invitación a cubrir la inauguración o parte de la actividad	Una semana antes	Dos veces a la semana

Tabla 19: Elaboración propia





## 8.5 Canales de difusión y estrategias de comunicación

DIGITAL MASIVO			
CANAL	ACCIÓN	PERIODO	GRADUALIDAD
Correo Electrónico	Informar según base de datos.	Semanalmente	Una vez a la semana
Redes Sociales	Informar a través de las redes sociales.	Semanalmente	Una vez al día
WhatsApp	Enviar información a través de WhatsApp, según base de datos.	Semanalmente	Una vez a la semana
Newsletters	Envío de informativo según base de datos actualizada.	Semanalmente	Una vez a la semana

Tabla 20: Elaboración propia



## Plan de Financiamiento.

A continuación se presenta el plan financiamiento de las actividades proyectadas en Las Líneas Editoriales del Centro Cultural Palace. Para esto, se consideran 2 variables:

- Rango de costo de las actividades.
- Fuente de financiamiento.



## 9.1 Fuentes de financiamiento

Son todas aquellas instancias que permiten contar con los recursos financieros necesarios para la realización de las actividades. Identificar su origen ayudará a la gestión del Centro Cultural Palace a proyectarse, organizarse y enfocar sus esfuerzos.

Se identifican 3 grandes fuentes de financiamiento:

### Fuentes Internas

- Presupuesto municipal

### Fuentes Externas

- Postulación de proyectos a fondos estatales. *(Para detalle de la información, ver Anexo 03).*
- Presentación de proyectos a Ley de Donaciones - Culturales.
- Apoyo de empresas privadas
- Financiamiento de proyecto a fondos privados y/o internacionales.

### Gestión

- Actividades que dependen de las gestiones realizadas con otras organizaciones, con presupuesto bajo, ya que por lo general sólo se necesita el cofre

Cómo podemos observar en el gráfico de programación, un **51,2%** de las actividades provienen de financiamiento exclusivamente municipal, un **43,9% de Gestiones realizadas por el equipo del Centro Cultural Palace**, tan solo el **4,9% corresponde a presupuesto externo**.

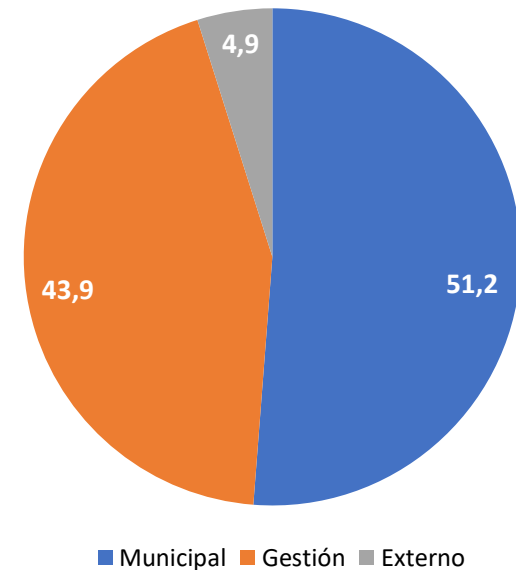


Gráfico 3: Distribución de las fuentes de financiamiento



## 9.2 Rango de costos

Para realizar una proyección y análisis del financiamiento de las Líneas Editoriales, se clasifica cada una de las actividades en los siguientes rangos de costos:

Rango de costos
Menos de 500.000
Entre 500.001 y 1.000.000
Entre 1.000.001 y 2.000.000
Entre 2.000.001 y 3.000.000
Entre 3.000.001 y 4.000.000
Entre 4.000.001 y 5.000.000
Entre 5.000.001 y 10.000.000
Mayor de 10.000.001

Tabla 21: Elaboración propia

*\*Para detalle de las actividades según rango de costos y fuente de financiamiento sugerida, ver en Anexo 01.*

## 9.2.1 Costo de las actividades

Como se observa en el gráfico, el **57,5% de las actividades se desarrollarán con un presupuesto menor a 500.000 y un 20% no sobrepasa los 5.000.000**. No obstante, el 7,5% es igual o mayor a \$10.000.000 siendo el ítem de mantenimiento y reparación de la infraestructura el de mayor costo para el CCP.

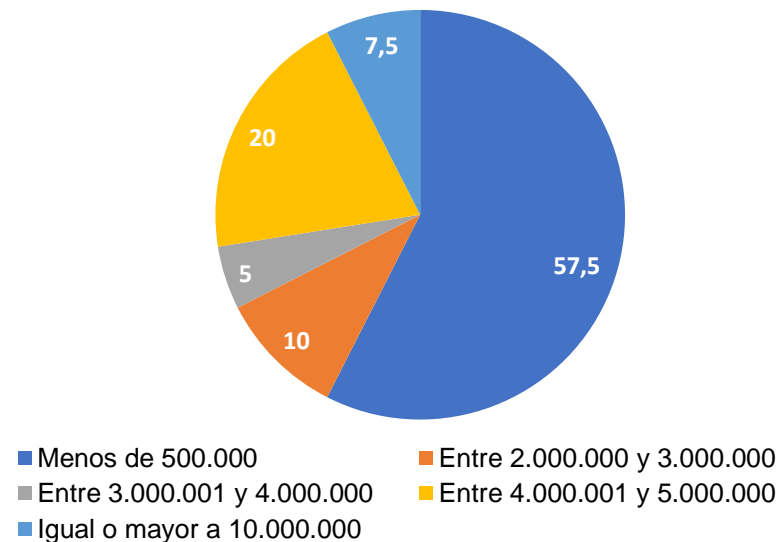


Gráfico 4: Distribución del costo



### 9.3 Actividades financiadas mediante fuentes externas

Ejes estratégicos

**Formación de Audiencias y  
Gestión Interna**

EJE ESTRATÉGICO	Nº	ACTIVIDADES	FINANCIAMIENTO	RANGO DE COSTOS
Formación de Audiencias	3.2.2	Iniciativas de mediación	Externo	Menor o igual a 500.000
Gestión Interna	4.2.2	Capacitaciones al equipo	Externo	Menor o igual a 500.000

Tabla 22: Elaboración propia

Para las actividades financiadas mediante **fuentes externas** se deben considerar al menos **un año desde la postulación a respectivos fondos al inicio de su ejecución**. Además, se pueden concebir los proyectos de manera integral, es decir, se pueden agrupar una serie de actividades en un solo proyecto con distintos años de ejecución.

*Para detalle de las actividades, ver Anexo 02.*



## 9.4 Actividades financiadas mediante fuentes internas y de gestión

Cronograma de actividades de financiamiento interno y de gestión. Este instrumento le permitirá al encargado del Centro Cultural Palace elaborar el presupuesto anual que será necesario para llevar a cabo las actividades.

### Eje estratégico

#### 1. Infraestructura y Equipamiento

Nº	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
1.1.1	Mantenimiento del CCP	x	x	x	x
1.2.1	Mantenimiento y reparación de Ascensor y Montacarga	x	x	x	x
1.2.2	Mantenimiento de Cámaras de Seguridad	x	x	x	x
1.2.3	Aire Acondicionado	x	x	x	x
1.2.4	Otros (limpieza cubre piso Sala Artes Escénica ,afinación Pianos)	x	x	x	x

Tabla 23: Elaboración propia

Nº	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
1.3.1	Adquisición mobiliario Sala Multiuso	x			
1.4.1	Adquisición	x	x	x	x
1.5.1	Adquisición equipamiento computacional y accesorios área comunicaciones	x			
1.6.1	Contar con un espacio para la realización de actividades del CCP	x			

Tabla 24: Elaboración propia





## 9.4 Actividades financiadas mediante fuentes internas y de gestión

Eje estratégico

2. Comunicación

Nº	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
2.1.1	Insumos para impresión	x	x	x	x
2.2.1	Contenido audiovisual	x	x	x	x
2.2.2	WhatsApp	x	x	x	x
2.2.3	Revista digital	x	x	x	x
2.3.1	Desarrollo de comunicados	x	x	x	x
2.3.2	Envío de cápsulas las radios y TV	x	x	x	x
2.3.3	RRSS	x	x	x	x
2.3.4	Mailing	x	x	x	x
2.3.5	Gestión de gráficas impresas	x	x	x	x
2.3.6	WEB	x	x	x	x

Tabla 25: Elaboración propia

Eje estratégico

3. Formación de Audiencias

Nº	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
3.1.1	Celebración Aniversario Centro Cultural Palace / 30 de enero	x	x	x	x
3.1.2	Co-producción Festival Teatropuerto	x	x	x	x
3.1.3	Programa Visitas Guiadas / todo el año	x	x	x	x
3.1.4	Celebración aniversario de Coquimbo	x	x	x	x
3.1.6	Celebración Día Internacional de la Danza/ abril	x	x	x	x
3.1.7	Temporada Anual de Música /todo el año	x	x	x	x
3.1.8	Programa Anual de Teatro /todo el año	x	x	x	x
3.1.9	Programa Anual de Danza / todo el año	x	x	x	x
3.1.10	Programa de formato lector Libro Libre	x	x	x	x
3.1.11	Coquimbo en 5 estrofas	x	x	x	x

Tabla 26: Elaboración propia



## 9.4 Actividades financiadas mediante fuentes internas y de gestión

Eje estratégico

### 3. Formación de Audiencias

Nº	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
3.2.1	Programa Anual de Artes Visuales	x	x	x	x
3.2.3	Conversatorios de creación de la obra	x	x	x	x
3.3.1	Teatro	x	x	x	x
3.3.2	Danza	x	x	x	x
3.3.3	Artes Visuales	x	x	x	x

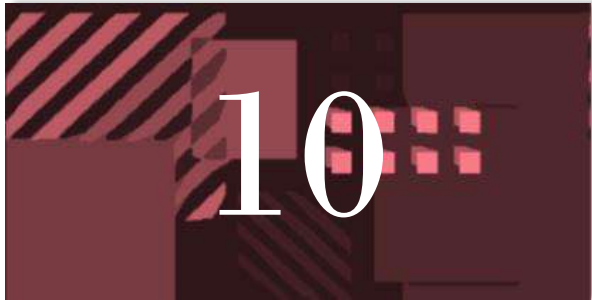
Tabla 27: Elaboración propia

Eje estratégico

### 4. Gestión Interna

Nº	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
4.1.1	Préstamo sala Danza	x	x	x	x
4.1.2	Préstamos de artes escénicas	x	x	x	x
4.1.3	Prestamos sala Multiuso	x	x	x	x
4.2.1	Servicio estudio de grabación de audio	x	x	x	x

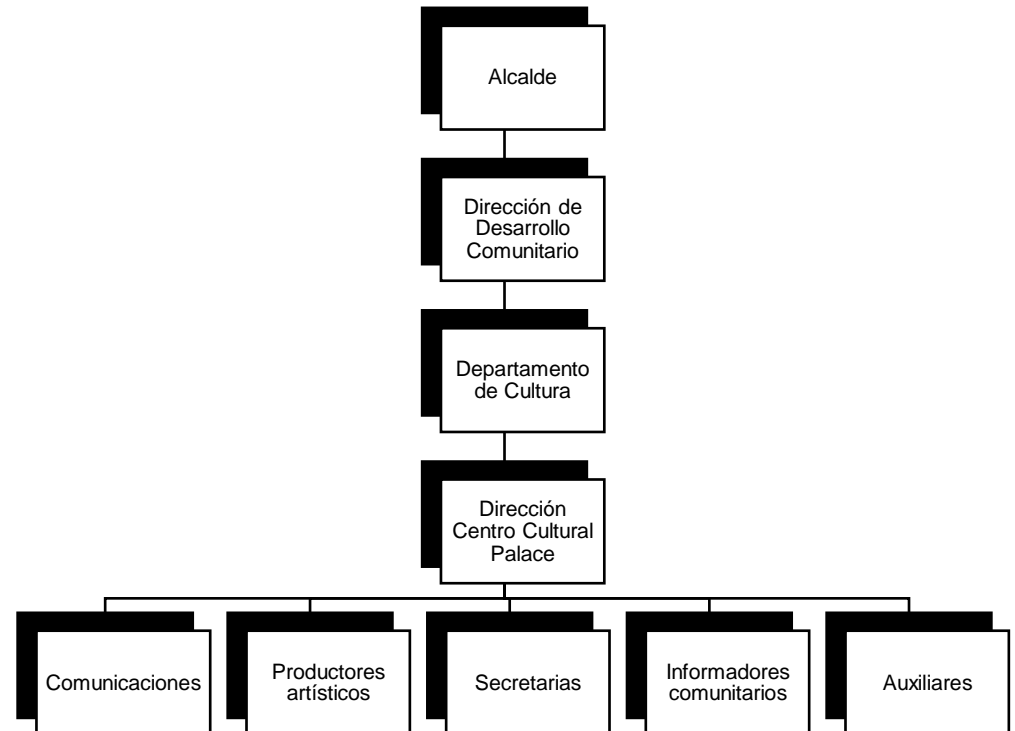
Tabla 28: Elaboración propia



## Estructura Organizacional.



### 10.1 Organigrama





## 10.2 Descripción de cargos

Cargo	<b>Coordinadora(o) General Centro Cultural Palace</b>	
<b>Perfil</b>	Profesional con experiencia en gestión cultural, planificación cultural y administración.	
<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 en las Líneas Editoriales, a través de la ejecución de los programas y proyectos, como asimismo supervisar y gestionar eficientemente las Estrategias de la institución.	
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Apoyar, proteger, fomentar y promover las diferentes actividades que integran las Líneas Editoriales</li> <li>b) Formular y planificar las actividades que desarrolle el Centro Cultural Palace</li> <li>c) Participar en las actividades del Centro Cultural Palace</li> <li>d) Controlar y evaluar el avance y cumplimiento de compromisos, metas y objetivos de la planificación.</li> <li>e) Promover el mejoramiento continuo de los procesos y productos del Centro Cultural Palace</li> <li>f) , como también de su infraestructura, espacios y equipamiento.</li> <li>g) Orientar el trabajo de su equipo hacia los objetivos de la institución.</li> <li>h) Preocuparse de las convocatorias de las actividades que desarrolle el Centro Cultural Palace</li> <li>i) Preocuparse permanente por la imagen corporativa, hacia el interior como exterior de la institución, realizando acciones concretas en apoyo a la misma.</li> <li>j) Coordinar acciones conjuntas con organismos públicos y privados en beneficio de los objetivos institucionales.</li> </ul>	
<b>Competencias</b>	Capacidad de liderazgo Autonomía para la toma de decisiones Calidad de análisis Confianza en sí mismo(a). Capacidad para realizar trabajo en equipo	Comunicación efectiva. Compromiso organizacional. Adaptación al cambio. Manejo de conflictos. Manejo de Redes sociales y comunicación.

Cuadro 4: Elaboración Propia.



## 10.2 Descripción de cargos

Cargo	<b>Producción técnica y logística</b>	
<b>Perfil</b>	Técnico con experiencia y conocimientos en manejo de equipamiento técnico de la Sala de Teatro (Iluminación, Proyección y Sonido)	
<b>Objetivos del Cargo</b>	Manejar el equipamiento técnico	
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proveer de la Información Técnico a las compañías, agrupaciones y artistas que lo soliciten.</li> <li>- Realizar montajes técnicos de las actividades que se realicen en la Sala de Teatro y Danza</li> <li>- Mantener Inventario del equipamiento. -</li> <li>- Responsable del Orden y mantención de los equipos.</li> </ul>	
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientación a la eficiencia.</li> <li>• Confianza en sí mismo(a).</li> <li>• Capacidad para realizar trabajo en equipo.</li> <li>• Comunicación efectiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso organizacional.</li> <li>• Adaptación al cambio.</li> <li>• Manejo de conflictos.</li> </ul>

Cuadro 5: Elaboración Propia.

Cargo	<b>Encargado de Comunicaciones y Marketing</b>	
<b>Perfil</b>	Profesional con experiencia en comunicaciones, diseño gráfico y marketing.	
<b>Objetivos del Cargo</b>	Comunicar las diversas actividades del Centro Cultural Palace en las diferentes plataformas existentes en la comuna y la región.	
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar el diseño gráfico de la comunicación a las actividades del Centro Cultural Palace.</li> <li>- Majerar las redes sociales y página Web del Centro Cultural Palace.</li> <li>- Realizar las actividades de Marketing del Centro Cultural</li> <li>- Llevar las relaciones públicas del Centro Cultural Palace</li> <li>- Apoyar las actividades que realice el Centro Cultural Palace</li> <li>- Apoyar al Encargado del Centro Cultural Palace en la realización de sus actividades.</li> </ul>	
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientación a la eficiencia.</li> <li>• Confianza en sí mismo(a).</li> <li>• Capacidad para realizar trabajo en equipo.</li> <li>• Comunicación efectiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso organizacional.</li> <li>• Adaptación al cambio.</li> <li>• Manejo de conflictos.</li> <li>• Manejo de Redes sociales y comunicación.</li> </ul>

Cuadro 6: Elaboración Propia.



## 10.2 Descripción de cargos

Cargo	Encargada (o) de Biblioteca Libro Libre del Centro Cultural Palace	
<b>Perfil</b>	Profesional con experiencia en planificación, administración, catalogación y clasificación de material bibliográfico.	
<b>Objetivos del Cargo</b>	Ejecutar actividades administrativas y técnicas en la Biblioteca Libro Libre del Centro Cultural Palace, aplicando metodologías en los procesos de catalogación, clasificación, distribución y control de material bibliográfico y atendiendo y/o suministrando información al usuario, con el fin de brindar un eficiente servicio	
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Mantener Actualizado el inventario de la Biblioteca</li> <li>b) Gestionar alianzas a nivel local y regional con otras bibliotecas, organismos comunitarios, gubernamentales y/o privados</li> <li>c) Gestionar los servicios de préstamo, referencia, formación de usuarios, colecciones.</li> <li>d) Suministrar la información bibliográfica y de referencia de carácter general y multidisciplinar, tanto impresa como digital.</li> <li>e) Conocer los requerimientos de sus usuarios y evaluar constantemente el impacto y resultado de los servicios ofrecidos, para generar proyectos de mejoramiento de los servicios.</li> <li>f) Mantener actualizada la base de datos de usuarios.</li> <li>g) Planificar y diseñar actividades académicas y culturales en relación al fomento lector y el uso de información</li> <li>h) Garantizar los servicios óptimos al público, en los horarios establecidos, para el mejor aprovechamiento de los recursos existentes.</li> <li>i) Responsable de resolver los contratiempos que se presenten con los usuarios de la biblioteca .</li> </ul>	
<b>Competencias</b>	Probidad. Orientación al usuario Capacidad de planificación, orden y calidad Responsabilidad con el trabajo, plazos y horarios.	Capacidad para trabajar en equipo. Capacidad de trabajo bajo presión. Proactivo. Compromiso por los objetivos de la institución.

Cuadro 7: Elaboración Propia.



## 10.2 Descripción de cargos

Cargo	<b>A p o y o s   A d m i n i s t r a t i v o s</b>
<b>Perfil</b>	Secretaria Administrativa y/o carrera a fin.
<b>Objetivos del Cargo</b>	Asistir al coordinador/a general del Centro Cultural Palace y al equipo de trabajo en actividades de carácter administrativo relacionados a la recopilación de antecedentes, solicitud de información, almacenamiento y administración de documentos de usuarios y clientes, manteniendo la debida reserva y confidencialidad de la información proporcionada. Adicionalmente, apoyar la labor relacionada con la ejecución de la programación y las estrategias de difusión.
<b>Funciones</b>	a) Colaborar en forma oportuna y eficiente en los procesos administrativos y en la atención de usuario, brindando a apoyo en el cumplimiento al equipo de trabajo en las tareas y procesos propios del centro. b) Mantener de forma completa y actualizada los registros de usuarios y públicos del Centro Cultural Palace (catastros y bases de datos). c) Apoyar el desarrollo de las funciones de la jefatura y funcionarios del Centro Cultural Palace d) Concertar entrevistas y reuniones. e) Mantener agenda de actividades del Centro Cultural Palace f) Apoyar el cumplimiento de las estrategias de difusión de las actividades del Centro Cultural Palace. g) Establecer controles que le permitan garantizar resultados beneficiosos que favorezcan al Centro Cultural Palace.
<b>Competencias</b>	Orientación a la eficiencia. • Confianza en sí mismo(a). • Capacidad para realizar trabajo en equipo. • Comunicación efectiva. • Compromiso organizacional. • Adaptación al cambio. • Manejo de conflictos. • Manejo de Redes sociales y comunicación.

Cuadro 8: Elaboración Propia.

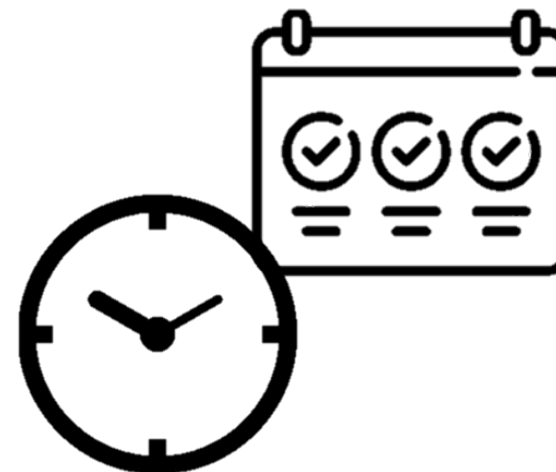




### 10.3 Horarios de funcionamiento

	MAÑANA	TARDE	NOCHE
	08:30 – 13:30	15:00 – 19:00	20:00 – 22:00
<b>Lunes</b>	X	X	X
<b>Martes</b>	X	X	X
<b>Miércoles</b>	X	X	X
<b>Jueves</b>	X	X	X
<b>Viernes</b>	x	x	X
<b>Sábados</b>	x	x	X

Tabla 29: Elaboración propia



*\*Los horarios vespertinos se encuentran sujetos a la programación de las actividades.*



## Anexos.



**Anexo 01.**  
**Actividades según costo y**  
**fuentes de financiamiento sugeridas.**

**Menor o igual a \$500.000**

N°	ACTIVIDADES	FINANCIAMIENTO
2.2.1	Contenido audiovisual	Gestión
2.2.2	WhatsApp	Gestión
2.2.3	Revista digital	Gestión
2.3.1	Desarrollo de comunicados	Gestión
2.3.2	Envío de cápsulas las radios y TV	Gestión
2.3.3	RRSS	Municipal - Prensa
2.3.4	Mailing	Gestión
2.3.5	Gestión de gráficas impresas	Gestión
2.3.6	WEB	Municipal - Prensa
3.1.3	Programa Visitas Guiadas / todo el año	Municipal
3.1.10	Programa de formato lector Libro Libre	Gestión
3.2.1	Programa Anual de Artes Visuales	Gestión
4.1.1	Préstamo sala Danza	Gestión

Tabla 30: Elaboración propia



**Entre \$2.000.000 a \$3.000.000**

N°	ACTIVIDADES	FINANCIAMIENTO
1.2.4	Otros (limpieza cubrepiso Sala Artes Escénica, afinación Pianos)	Municipal
1.3.1	Adquisición mobiliario Sala Multiuso	Municipal
3.1.2	Co-producción Festival Teatropuerto	Municipal
3.1.6	Celebración Día Internacional de la Danza/ abril	Municipal

Tabla 31: Elaboración propia

**Entre \$3.000.001 y \$4.000.0000**

N°	ACTIVIDADES	FINANCIAMIENTO
1.2.3	Aire Acondicionado	Municipal
3.1.1	Celebración Aniversario Centro Cultural Palace / 30 de enero	Municipal

Tabla 32: Elaboración propia

**Entre \$4.000.001 y \$5.000.0000**

N°	ACTIVIDADES	FINANCIAMIENTO
1.2.1	Mantenimiento y reparación de Ascensor y Montacarga	Municipal
1.2.2	Mantenimiento de Cámaras de Seguridad	Municipal
1.5.1	Adquisición equipamiento computacional y accesorios área comunicaciones	Municipal
2.1.1	Insumos para impresión	Municipal
3.1.5	Celebración Día Nacional del Teatro /mayo	Municipal
3.1.7	Temporada Anual de Música /todo el año	Municipal
3.1.8	Programa Anual de Teatro /todo el año	Municipal
3.1.9	Programa Anual de Danza / todo el año	Municipal

Tabla 33: Elaboración propia

**Igual o mayor a \$10.000.000**

N°	ACTIVIDADES	FINANCIAMIENTO
1.1.1	Mantenimiento del CCP	Municipal
1.4.1	Adquisición	Municipal
3.1.4	Celebración aniversario de Coquimbo	Municipal

Tabla 34: Elaboración propia



## Anexo 02. Cronograma de proyectos financiados con fuentes externas, postulados a fondos.

A continuación se presenta un cronograma de postulación a fondos públicos de los proyectos con financiamiento externo.

P= Postulación. I= Implementación.

P/I= Postulación e Implementación.

N°	ACTIVIDADES	2019	2020	2021	2022
3.2.2	Iniciativas de mediación	P/I			
4.2.2	Capacitaciones al equipo	P/I	P/I	P/I	P/I

Tabla 35: Elaboración propia





### Anexo 03. Fuentes de financiamiento externas para emprendimientos culturales.

Institución	Fuente de financiamiento
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP) Fondos de Cultura. fondosdecultura.gob.cl	Fondart Nacional. Fondart Regional. Fondo del Libro y la Lectura. Fondo de la Música. Fondo Audiovisual.
Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) corfo.cl	Programa de Industrias Creativas. Programa de Distribución Audiovisual. Concurso Desarrollo Audiovisual Capital Semilla. Concurso de Innovación y Emprendimiento Social. Fondos de Asistencia Técnica. (FAT) Proyectos Asociativos de Fomento. (PROFO) Fondo de Desarrollo y Crecimiento. Gestión de Innovación en Empresas Chilenas.

Cuadro 9: Elaboración Propia.

Institución	Fuente de financiamiento
Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) conadi.gov.cl	Fondo Concursable para Iniciativas de Difusión Local. Programa de Fomento Productivo del Fondo de Desarrollo Indígena. Programa Manejo y Protección del Patrimonio Cultural. Programa subsidio a la capacitación y especialización de indígenas. Programa aplicación del diseño curricular y pedagógico intercultural bilingüe. Programa recuperación y revitalización de las lenguas indígenas. Difusión y fomento de las culturas indígenas.
Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA) senama.cl	Vida saludable, desarrollo de personal. Capacitación y educación. Recreación y uso del tiempo libre.
Gobierno Regional gorecoquimbo.cl	Fondo nacional de desarrollo regional 2% Cultura y deportes.

Cuadro 10: Elaboración Propia.



Institución	Fuente de financiamiento
Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) sercotec.cl	Capital Semilla Empresa. Capital Semilla Emprendimiento. Capital Semilla Abeja Empresa. Capital Abeja Emprendimiento. Iniciativa de Desarrollo de Mercado. Fortalecimiento de Asociaciones MIPES.
Secretaría General de Gobierno (SEGEOB) portalciudadano.gob.cl	Fondo de medios de comunicación social regionales, provinciales y comunales. Fondo de fortalecimiento de la sociedad civil. Fondo de mejoramiento de infraestructura social. Fondo de fortalecimiento de las organizaciones y asociaciones de interés público.
Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) sercotec.cl	Capital Semilla Empresa. Capital Semilla Emprendimiento. Capital Semilla Abeja Empresa. Capital Abeja Emprendimiento. Iniciativa de Desarrollo de Mercado. Fortalecimiento de Asociaciones MIPES.

Cuadro 11: Elaboración Propia.

Institución	Fuente de financiamiento
Secretaría General de Gobierno (SEGEOB) portalciudadano.gob.cl	Fondo de medios de comunicación social regionales, provinciales y comunales. Fondo de fortalecimiento de la sociedad civil. Fondo de mejoramiento de infraestructura social. Fondo de fortalecimiento de las organizaciones y asociaciones de interés público.
Ministerio de Desarrollo Social Servicio Nacional de Discapacidad (SENADIS)	- Fondo Nacional de Proyectos Inclusivos

Cuadro 12: Elaboración Propia.





## Anexo 4. Nuestros Públicos.

A continuación se detallan los beneficiarios directos e indirectos identificados del Centro Cultural Palace, según las actividades que conforman su programación





## Eje estratégico

## 1. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	BENEFICIARIOS DIRECTOS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS	PUBLICO PARA DIFUSIÓN
1.1.	Mantenimiento y reparaciones Edificaciones (obra gruesa)	1.1.1	Mantenimiento del CCP	Usuarios del CCP	Comunidad en general	No aplica
1.2	Mantenimiento y reparaciones (equipamiento)	1.2.1	Mantenimiento y reparación de Ascensor y Montacarga	Usuarios del CCP	Comunidad en general	No aplica
		1.2.2	Mantenimiento de Cámaras de Seguridad	Usuarios del CCP	Comunidad en general	No aplica
		1.2.3	Aire Acondicionado	Usuarios del CCP	Comunidad en general	No aplica
		1.2.4	Otros (limpieza cubrepiso Sala Artes Escénica, afinación Pianos)	Usuarios del CCP	Comunidad en general	No aplica
1.3	Adquisición de mobiliarios	1.3.1	Adquisición mobiliario Sala Multiuso	Usuarios y públicos del CCP	Comunidad en general	No aplica
1.4	Equipos Luminotecnia	1.4.1	Adquisición	Usuarios del CCP	Comunidad en general	No aplica
1.5	Equipos Informáticos	1.5.1	Adquisición equipamiento computacional y accesorios área comunicaciones	Trabajadores CCP	Comunidad en general	No aplica
1.6	Cierre galería artesano	1.6.1	Contar con un espacio para la realización de actividades del CCP	Usuarios y públicos del CCP	Comunidad en general	No aplica

Tabla 36: Elaboración propia



Eje estratégico  
2. COMUNICACIÓN.

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	BENEFICIARIOS DIRECTOS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS	PUBLICO PARA DIFUSIÓN
2.1	Publicidad y difusión	2.1.1	Insumos para impresión	Usuarios y públicos del CCP	Comunidad en general	No aplica
2.2	RRSS	2.2.1	Contenido audiovisual	Artistas que se presentan en el CCP	Comunidad en general	Digital Masiva
		2.2.2	WhatsApp	Usuarios y públicos del CCP	Comunidad en general	Digital Masiva
		2.2.3	Revista digital	Usuarios y públicos del CCP	Comunidad en general	Digital Masiva
2.3	Prensa	2.3.1	Desarrollo de comunicados	Comunidad en general	Comunidad en general	Grupos de interés
		2.3.2	Envío de cápsulas las radios y TV	Comunidad en general	Comunidad en general	Grupos de interés
		2.3.3	RRSS	Comunidad en general	Comunidad en general	Digital Masiva
		2.3.4	Mailing	Usuarios y públicos del CCP	Comunidad en general	Grupos de interés
		2.3.5	Gestión de gráficas impresas	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		2.3.6	WEB	Comunidad en general	Comunidad en general	Digital Masiva

Tabla 37 Elaboración propia



Eje estratégico  
**3. FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.**

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	BENEFICIARIOS DIRECTOS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS	PUBLICO PARA DIFUSIÓN
3.1	Participación	3.1.1	Celebración Aniversario Centro Cultural Palace / 30 de enero	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		3.1.2	Co-producción Festival Teatropuerto	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		3.1.3	Programa Visitas Guiadas / todo el año	Comunidad en general	Comunidad en general	Grupos de interés
		3.1.4	Celebración aniversario de Coquimbo	Comunidad de Guayacán	Comunidad en general	Masiva
		3.1.5	Celebración Día Nacional del Teatro / mayo	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		3.1.6	Celebración Día Internacional de la Danza / abril	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		3.1.7	Temporada Anual de Música / todo el año	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		3.1.8	Programa Anual de Teatro / todo el año	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		3.1.9	Programa Anual de Danza / todo el año	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		3.1.10	Programa de formato lector Libro Libre	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		3.1.11	Coquimbo en 5 estrofas	Adultos mayores de la comuna	Comunidad en general	Grupos de interés

Tabla 38: Elaboración propia



Eje estratégico  
**3. FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.**

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	BENEFICIARIOS DIRECTOS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS	PUBLICO PARA DIFUSIÓN
3.2	Mediación	3.2.1	Programa Anual de Artes Visuales	Comunidad en general	Comunidad en general	Masiva
		3.2.2	Iniciativas de mediación	Comunidad en general	Comunidad en general	Grupos de interés
		3.2.3	Conversatorios de creación de la obra	Comunidad en general	Comunidad en general	Grupos de interés
3.3	Circulación	3.3.1	Teatro	Usuarios y públicos del CCP	Comunidad en general	Masiva
		3.3.2	Danza	Usuarios y públicos del CCP	Comunidad en general	Masiva
		3.3.3	Artes Visuales	Usuarios y públicos del CCP	Comunidad en general	Masiva

Tabla 39: Elaboración propia



Eje estratégico  
4. GESTIÓN INTERNA.

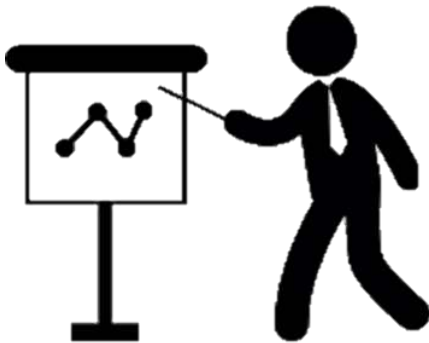
N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	BENEFICIARIOS DIRECTOS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS	PUBLICO PARA DIFUSIÓN
4.1	Préstamos de salas	4.1.1	Préstamo sala Danza	Usuarios del CCP	Comunidad en general	Masiva
		4.1.2	Préstamos de artes escénicas	Usuarios del CCP	Comunidad en general	Masiva
		4.1.3	Préstamos sala Multiuso	Usuarios del CCP	Comunidad en general	Masiva
4.2	Estudio de grabación	4.2.1	Servicio estudio de grabación de audio	Músicos de la región	Comunidad en general	Masiva
4.3	Fortalecimiento a la gestión del equipo de trabajo	4.2.2	Capacitaciones al equipo	Trabajadores CCP	Comunidad en general	Grupos de interés

Tabla 40: Elaboración propia



## Anexo 5. Metas y Objetivos.

Con la finalidad de realizar las Líneas Editoriales con éxito, se han definido metas de gestión. Las cuales se insertan como una herramienta de seguimiento y evaluación del trabajo realizado.







## Eje estratégico

## 1. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.

Nº	ACTIVIDADES	OBJETIVOS	METAS	INDICADOR	VERIFICADOR
1.1.1	Mantenimiento del CCP	Mantener en óptimas condiciones el edificio del CCP	Contar con un edificio adecuado a las necesidades del CCP	Total de las salas y espacios comunes en buen estado	Informe del estado de CCP
1.2.1	Mantenimiento y reparación de Ascensor y Montacarga	Mantener en óptimo funcionamiento el ascensor y montacarga del CCP	Contar con un ascensor y montacarga en funcionamiento	Ascensor en buen estado	Informe del estado de CCP
1.2.2	Mantenimiento de Cámaras de Seguridad	Mantener en óptimo funcionamiento las cámaras de seguridad del CCP	Contar con cámaras de seguridad en funcionamiento	Nº de cámaras en funcionamiento/Nº de cámaras totales	Informe del estado de CCP
1.2.3	Aire Acondicionado	Mantener en óptimo funcionamiento el aire acondicionado del CCP	Contar con el aire acondicionado en funcionamiento	Nº de artefactos de aire acondicionado en funcionamiento/Nº Total de aires acondicionados	Informe del estado de CCP
1.2.4	Otros (limpieza cubrepiso Sala Artes Escénica, afinación Pianos)	Mantener la limpieza del CCP	Contar con una limpieza adecuada para la realización de las actividades	Nº de espacios y artefactos con limpieza/Nº de artefactos y espacios sin limpieza	Informe del estado de CCP
1.3.1	Adquisición mobiliario Sala Multiuso	Mantener la Sala Multiuso con el equipamiento adecuado para las actividades que se realizan	Contar con un mobiliario adecuado para las actividades que se realizan en la Sala Multiuso	Nº de mobiliario total disponible/Nº de mobiliario necesario	Informe del estado de CCP

Tabla 41: Elaboración propia



**Eje estratégico**  
**1. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.**

<b>N°</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>VERIFICADOR</b>
1.4.1	Adquisición	Contar con equipos acorde a las necesidades para montajes de obras	Contar con un equipamiento óptimo	Debido al constante uso, ya ha cumplido su vida útil distintos tipo de focos	Informe del estado de CCP
1.5.1	Adquisición equipamiento computacional y accesorios área comunicaciones	Mantener computadores adecuados para el área comunicaciones	Contar con equipamiento óptimo para el trabajo del área de comunicaciones	N° de PC adquiridos/N° de PC necesarios	Informe del estado de CCP
1.6.1	Contar con un espacio para la realización de actividades del CCP	Diseño , redefinición del espacio y elaboración proyecto para el cierre de la galería	Espacio cerrado y en funcionamiento	Espacio habilitado para actividades	PMU

Tabla 42: Elaboración propia



Eje estratégico  
2. COMUNICACIÓN.

N°	ACTIVIDADES	OBJETIVOS	METAS	INDICADOR	VERIFICADOR
2.1.1	Insumos para impresión	Contar con los insumos necesarios para la difusión de las actividades que se realizan en el CCP	Contar con material necesario para difusión	N° de actividades con difusión impresa/N° total de actividades realizadas	Material gráfico
2.2.1	Contenido audiovisual	Generar contenido cultural asociado al espacio. Y difundir a través de plataformas digitales y medios masivos	24 cápsulas anuales	N° cápsulas audiovisuales/N° Total de cápsulas (meta)	Cápsulas audiovisuales
2.2.2	WhatsApp	Difundir la programación del espacios y la revista digital	52 programaciones enviadas	N° de programación enviadas por WhatsApp/N° total de programaciones anuales (meta)	Programación enviada a grupos de WhatsApp
2.2.3	Revista digital	Crear contenido culturales	6 revistas anuales	N° revistas elaborados/N° total de revistas anuales (meta)	Revistas anuales
2.3.1	Desarrollo de comunicados	Difundir a través de los medios de comunicación masivo las actividades	72 comunicados anuales	N° de comunicados realizados/N° total de comunicados anuales (meta)	Comunicados de prensa
2.3.2	Envío de cápsulas las radios y TV	Difundir a través de los medios de comunicación masiva las actividades	60 cápsulas anuales	N° de cápsulas realizadas/N° total de cápsulas anuales (meta)	Cápsulas radiales y TV
2.3.3	RRSS	Difundir a través de plataformas digitales las actividades	52 gráficas anuales	N° de gráficas realizadas/N° total de gráficas anuales (meta)	Gráficas de las actividades

Tabla 43: Elaboración propia



Eje estratégico  
2. COMUNICACIÓN.

N°	ACTIVIDADES	OBJETIVOS	METAS	INDICADOR	VERIFICADOR
2.3.4	Mailing	Difundir la programación del espacio y la revista digital	52 mailing anuales	N° de mailing enviados/N° total de mailing anuales (meta)	Mailing con la programación
2.3.5	Gestión de gráficas impresas	Difundir actividades puntuales y programación	12 gráficas anuales	N° gráficas impresas/N° total de gráficas anuales (meta)	Gráficas de las actividades
2.3.6	WEB	Contar con una nueva plataforma que sirva para difundir la programación y contenido asociado al CCP	1 página web o minisite en la página web municipal	Página web o minisite del CCP	Página web o minisite del CCP

Tabla 44: Elaboración propia



Eje estratégico  
**3. FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.**

N°	ACTIVIDADES	OBJETIVOS	METAS	INDICADOR	VERIFICADOR
3.1.1	Celebración Aniversario Centro Cultural Palace / 30 de enero	Visibilizar el CCP, descentralizar la oferta cultural y visibilizar a los artistas regionales en las áreas que trabaja el Centro Cultural	Se define anualmente de acuerdo a la actividad que se realizará para realizar el aniversario	Se define anualmente de acuerdo a la actividad que se realizará para realizar el aniversario	Medios de comunicación
3.1.2	Co-producción Festival Teatropuerto	Fomentar la exhibición de obras teatrales regionales, nacionales e internacionales	660 Personas	N° asistentes a la actividad/N° total participantes totales (meta)	Registro fotográfico
3.1.3	Programa Visitas Guiadas / todo el año	Formar nuevas audiencias	48 visitas guiadas	N° de visitas guiadas realizadas/N° total de visitas anuales (meta)	Registro fotográfico y audiovisual Registro audiovisual
3.1.4	Celebración aniversario de Coquimbo	Celebrar el aniversario de la Comuna	Se define anualmente de acuerdo a la actividad que se realizará para realizar el aniversario	Se define anualmente de acuerdo a la actividad que se realizará para realizar el aniversario	Medios de comunicación
3.1.5	Celebración Día Nacional del Teatro / mayo	Desarrollar un programa de celebración del Día Nacional del Teatro, como parte de los hitos anuales que desarrolla el Centro Cultural Palace	5 Obras teatrales	N° de obras teatrales realizadas/N° total de obras teatrales (meta)	Registro fotográfico

Tabla 45: Elaboración propia



Eje estratégico  
3. FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.

N°	ACTIVIDADES	OBJETIVOS	METAS	INDICADOR	VERIFICADOR
3.1.6	Celebración Internacional de la Danza/ abril	Fortalecer la creación local y contar con un programa de danza en el Día Internacional, como hito del Centro Cultural Palace. Ofrecer espacios de formación a la comunidad y a profesionales de la danza	3 obras de danza 4 intervenciones de danza	N° de obras realizadas/N° total de obras (meta) N° de intervenciones realizadas/N° total de intervenciones (meta)	Registro fotográfico y audiovisual
3.1.7	Temporada Anual de Música /todo el año	Apoyar a los artistas musicales coquimbanos y regionales	70 actividades de música	N° de actividades musicales realizadas/N° total de actividades anuales (meta)	Registro fotográfico y audiovisual
3.1.8	Programa Anual de Teatro /todo el año	Contar con un programa anual de teatro, a través de montajes locales, como apoyo a la creación y profesionalización de las compañías existentes. Además, descentralizar la oferta existente en el país.	60 obras teatrales anuales	N° de obras teatrales realizadas/N° total de obras teatrales anuales (meta)	Registro fotográfico y audiovisual
3.1.9	Programa Anual de Danza / todo el año	Contar con un programa anual de danza, para el apoyo a los artistas coquimbanos y regionales, como también para contar con una oferta nacional destinada a la comunidad, de manera de descentralizar la oferta existente en el país.	40 montajes de danza	N° de montajes de danza realizados/N° total de montajes de danza anuales (meta)	Registro fotográfico y audiovisual



**Eje estratégico**  
**3. FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.**

N°	ACTIVIDADES	OBJETIVOS	METAS	INDICADOR	VERIFICADOR
3.1.10	Programa de formato lector Libro Libre	Acercar a la comunidad a la literatura	30 actividades anuales	N° de actividades de fomento lector realizadas/N° total de actividades anuales (meta)	Registro fotográfico
3.1.11	Coquimbo en 5 estrofas	Fomentar la creación artística en base a la literatura enfocada a adultos mayores	10 participantes	N° de participantes del concurso/N° total de participantes esperados (meta)	Ficha de inscripción
3.2.1	Programa Anual de Artes Visuales	Fomentar la creación y formación de nuevas audiencias	12 Exposiciones anuales	N° de exposiciones mensuales/N° total de exposiciones anuales (meta)	Registro fotográfico
3.2.2	Iniciativas de mediación	Establecer una estrategia en conjunto con el MINCAP sobre educación artística	Se define al momento de postular	Se define al momento de postular	Proyecto postulado
3.2.3	Conversatorios de creación de la obra	Generar nuevos públicos a través del fomento a la creación (danza, teatro, artes visuales y música)	80 Conversatorios al año	N° de conversatorios realizados/N° Total de conversatorios anuales (meta)	Registro fotográfico
3.3.1	Teatro	Ser un espacio de circulación de obras teatrales	10 obras de teatro por circulación de FONDART	N° de obras de teatro realizadas/N° Total de Obras (meta)	Cartas de apoyo Obras teatrales
3.3.2	Danza	Ser un espacio de circulación de muestras de danza	10 obras de danza por circulación FONDART	N° de obras de danza realizadas/N° Total de Obras (meta)	Cartas de apoyo Muestra de danza
3.3.3	Artes Visuales	Ser un espacio de circulación de artes visuales	10 exposiciones visuales por circulación FONDART	N° de exposiciones realizadas anualmente/ N° Total de exposiciones (meta)	Cartas de apoyo Exposiciones

Tabla 47: Elaboración propia





Eje estratégico  
**4. GESTIÓN INTERNA.**

N°	ACTIVIDADES	OBJETIVOS	METAS	INDICADOR	VERIFICADOR
4.1.1	Préstamo sala Danza	Facilitar a la comunidad el espacio para montajes, talleres, ensayos, creación.	90 préstamos de la sala de danza	N° de prestamos realizados/ N° total de prestamos (meta)	Ficha de inscripción
4.1.2	Préstamos de artes escénicas	Facilitar a artistas y gestores la sala de teatro para presentación de seminarios y conversatorios. Conciertos, Cine	36 Préstamos de sala de teatro	N° de prestamos realizados/ N° total de prestamos (meta)	Ficha de inscripción
4.1.3	Prestamos sala Multiuso	Facilitar el espacios para el desarrollo de reuniones, talleres, lanzamientos de libros, seminarios , capacitaciones.	500 préstamos de la sala multiuso	N° de prestamos realizados/ Total de prestamos (meta)	Ficha de inscripción
4.2.1	Servicio estudio de grabación de audio	Entregar servicio de registro de audio para público en general	20 grabaciones anuales	N° de grabaciones realizadas/N° total de grabaciones (meta)	Grabaciones realizadas
4.2.2	Capacitaciones al equipo	Realizar dos capacitaciones anuales al equipo del CCP	2 anuales	N° de capacitaciones realizadas/N° Total de capacitaciones (meta)	Lista de asistencia Registro fotográfico

Tabla 48: Elaboración propia



## Anexo 06. Costos de los proyectos.

A continuación se detallan los costos generales de las actividades.

**Se debe tener en consideración que este documento puede ir actualizándose año a año, por lo tanto los costos son aproximados y variarán según la programación y las acciones que se necesitarán para la mantención de la infraestructura.** Además se debe contemplar la inflación y los cambios de precios en el país.





Eje estratégico  
**1. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.**

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	COSTOS ANUALES
1.1.	Mantenimiento y reparaciones Edificaciones (obra gruesa)	1.1.1	Mantención del CCP	\$ 33.000.000
1.2	Mantenimiento y reparaciones (equipamiento)	1.2.1	Mantenimiento y reparación de Ascensor y Montacarga	\$ 5.000.000
		1.2.2	Mantención de Cámaras de Seguridad	\$ 5.000.000
		1.2.3	Aire Acondicionado	\$ 4.000.000
		1.2.4	Otros ( limpieza cubrepiso Sala Artes Escénica ,afinación Pianos)	\$ 3.000.000
1.3	Adquisición de mobiliarios	1.3.1	Adquisición mobiliario Sala Multiuso	\$ 2.000.000
1.4	Equipos Luminotecnia	1.4.1	Adquisición	\$ 10.000.000
1.5	Equipos Informáticos	1.5.1	Adquisición equipamiento computacional y accesorios área comunicaciones	\$ 5.000.000
1.6	Cierre galería artesano	1.6.1	Contar con un espacio para la realización de actividades del CCP	

Tabla 49: Elaboración propia



Eje estratégico  
2. COMUNICACIÓN.

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	COSTOS ANUALES
2.1	Publicidad y difusión	2.1.1	Insumos para impresión	\$ 5.000.000
2.2	RRSS	2.2.1	Contenido audiovisual	\$ -
		2.2.2	WhatsApp	.
		2.2.3	Revista digital	\$ -
2.3	Prensa	2.3.1	Desarrollo de comunicados	\$ -
		2.3.2	Envío de cápsulas las radios y TV	\$ -
		2.3.3	RRSS	\$ 260.000
		2.3.4	Mailing	\$ -
		2.3.5	Gestión de gráficas impresas	\$ -
		2.3.6	WEB	\$ -

Tabla 50: Elaboración propia



Eje estratégico  
**3. FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.**

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	COSTOS ANUALES
3.1	Participación	3.1.1	Celebración Aniversario Centro Cultural Palace / 30 de enero	\$ 3.200.000
		3.1.2	Co-producción Festival Teatropuerto	\$ 3.000.000
		3.1.3	Programa Visitas Guiadas / todo el año	\$ -
		3.1.4	Celebración aniversario de Coquimbo	\$ 15.000.000
		3.1.5	Celebración Día Nacional del Teatro /mayo	\$ 5.000.000
		3.1.6	Celebración Día Internacional de la Danza/ abril	\$ 3.000.000
		3.1.7	Temporada Anual de Música /todo el año	\$ 5.000.000
		3.1.8	Programa Anual de Teatro /todo el año	\$ 5.000.000
		3.1.9	Programa Anual de Danza / todo el año	\$ 5.000.000
		3.1.10	Programa de formato lector Libro Libre	\$ -
		3.1.11	Coquimbo en 5 estrofas	\$ -

Tabla 51: Elaboración propia



Eje estratégico  
**3. FORMACIÓN DE AUDIENCIAS.**

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	COSTOS ANUALES
3.2	Mediación	3.2.1	Programa Anual de Artes Visuales -	\$ -
		3.2.2	Iniciativas de mediación	\$ -
		3.2.3	Conversatorios de creación de la obra	\$ -
3.3	Circulación	3.3.1	Teatro	\$ -
		3.3.2	Danza	\$ -
		3.3.3	Artes Visuales	\$ -

Tabla 52: Elaboración propia



Eje estratégico  
**4. GESTIÓN INTERNA.**

N°	PROGRAMAS	N°	ACTIVIDADES	COSTOS ANUALES
4.1	Préstamos de salas	4.1.1	Préstamo sala Danza	\$ -
		4.1.2	Préstamos de artes escénicas	\$ -
		4.1.3	Préstamos sala Multiuso	\$ -
4.2	Estudio de grabación	4.2.1	Servicio estudio de grabación de audio	\$ -
4.3	Fortalecimiento a la gestión del equipo de trabajo	4.2.2	Capacitaciones al equipo	\$ -

Tabla 53: Elaboración propia



## Costos Generales.

EJE ESTRATÉGICO	AÑO DE EJECUCIÓN				TOTAL 4 AÑOS
	2019	2020	2021	2022	
Infraestructura y Equipamiento	67.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	247.000.000
Comunicación	5.260.000	5.260.000	5.260.000	5.260.000	21.040.000
Formación de Audiencias	38.000.000	38.000.000	38.000.000	38.000.000	152.000.000
Gestión Interna	0	0	0	0	0

Tabla 54: Elaboración propia