



PERFILES DE INICIATIVAS

PLAN MUNICIPAL DE CULTURA DE PUERTO MONTT

Coordinador de programa: Arturo Vera Carrasco.

Asesoría profesional

Francisca Paris Reyes
Gestora Cultural.

Paulina Guerra Rivera
Magíster en Derecho, Economía y Gestión.

Septiembre 2021

Puerto Montt - Chile

ÍNDICE

Introducción.....	página 3
De la participación.....	página 4
Una aproximación al concepto de Cultura.....	página 5
Desarrollo.....	página 7
Índice perfiles de iniciativas.....	página 10
Fichas de iniciativas individuales Eje Institucionalidad.....	página 13
Fichas de iniciativas individuales Eje Oferta Local.....	página 35
Fichas de iniciativas individuales Eje Audiencias.....	página 49
Anexo: glosario.....	página 73

INTRODUCCIÓN

El Plan Municipal de Cultura es “un instrumento de gestión municipal que se elabora en base a una planificación estratégica, mediante la cual se definen objetivos de desarrollo cultural para la comuna de mediano y largo plazo, incluida la estrategia para llevarlos a cabo”. Su propósito es “alcanzar el establecimiento y la consolidación de una forma de alianza concertada y permanente entre los actores locales de la comuna, tanto públicos como privados, destinada a lograr en conjunto una nueva posición de desarrollo previamente consensuada por todos los actores relevantes. El logro de dichos objetivos debe ser una tarea que asume el municipio con la participación de la ciudadanía y los actores culturales; lo que a su vez debe partir de la base de la detección de las necesidades culturales y sociales de la comuna, así como de su identidad y potencialidades de desarrollo”².

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

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

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

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

¹ CNCA (2009): Guía metodológica para el desarrollo de Planes Municipales de Cultura.

² CNCA (2009): Guía metodológica para el desarrollo de Planes Municipales de Cultura.

DE LA PARTICIPACIÓN

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

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

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



UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE CULTURA

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

TENDENCIAS.

Para dar respuesta a este problema, Néstor García Canclini³ describe cuatro tendencias de cómo se ha abordado desde la sociología la definición de cultura:

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

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

³ García Canclini, Néstor, 1997, “Cultura y Comunicación: Entre lo Global y lo Local”, Pág.38.

RESPUESTA SOCIOSEMIÓTICA.

De esta forma Néstor García Canclini propone una definición operativa: **“cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social.”**⁴

SEGUNDA PREGUNTA.

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

APERTURA COGNITIVA.

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

- 1.- El plano de la percepción; el entorno fija su atención en el trabajo, los productos y su circulación. El sistema por su parte, presta más atención, de manera reactiva, a lo que expresa el entorno.
- 2.- El plano de los recursos: el sistema, más que proponer, tiende a mantenerse y contener. La oferta de lo global, que determina la demanda, instala una brecha entre ésta y la oferta local. La oferta local, principalmente entendido como lo artesanal y/o lo artístico, tiende a mantenerse en relativa latencia en lo que respecta al Mercado

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

⁴ García Canclini, Néstor, 1997, “Cultura y Comunicación: Entre lo Global y lo Local”, Pág.35.

DESARROLLO

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

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

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

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

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

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

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

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

1. **Diseño:** Definir las prioridades de las 29 iniciativas propuestas para presentar a la ciudadanía y al Concejo Municipal para su aprobación y financiamiento, dentro del transcurso de este año 2021.
2. **Ejecución:** En virtud de la prioridades aprobadas y financiamiento, se llevará a cabo el desarrollo de las actividades, de manera coordinada, integral y con visión holística para posicionar a la cultura y sus diversas manifestaciones en la comunidad de Puerto Montt. Esta etapa debe ir acompañada de una fuerte socialización y participación de los distintos actores culturales de la comuna.
3. **Consolidación:** Esta etapa es clave para evaluar cada una de las acciones realizadas, pero se sugiere no sólo evaluar al final de cada proyecto desarrollado/ejecutado, sino en el mismo desarrollo de cada uno de estos, con el propósito de implementar acciones de corrección y/o mejoras necesarias para el exitoso cumplimiento del objetivo de cada proyecto y el aporte al desarrollo de una cultura sostenible en la comuna.

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



1. **Investigación:** Destinar recursos (económicos, tiempo y personas) que se dediquen a investigar y buscar experiencias en otros territorios (nacionales e internacionales) que sean viables de aplicar en la comuna. Demostración cualitativa y cuantitativa del desarrollo cultural en Interrelación con diversos campos del conocimiento y sectores productivos.
2. **Formación:** Destinar recursos (económicos, tiempo y personas) que permitan adquirir el desarrollo en habilidades técnicas, creativas y las necesarias para el desarrollo y fomento de la cultura de manera continua.
3. **Fase creativa y/o Creación:** Acción que promueve espacios para dar existencia a obras, bienes y/o servicios artísticos, culturales y creativos.

4. Producción y/o Manufactura: Resultado del proceso de convertir materias primas, formas, texturas, ritmos y colores en un producto elaborado por medio de un proceso productivo o uso de técnica específica.
5. Información: Canal de promoción y difusión que se constituye por un grupo de datos supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje específico, recurso que otorga significado o sentido mediante códigos y conjuntos de datos hacia las audiencias y consumidores basado en la trayectoria, acción y/o actividad.
6. Comercialización y/o Distribución: La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución local, regional, nacional e internacional. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una obra o servicio logrando que los consumidores lo conozcan, consuman, apropien, participen y valoren.
7. Exhibición y/o Circulación: Abrir nuevos espacios para la exposición de la cultura, y desarrollar su oferta y demanda en diversos mercados. Visibilizar las relaciones políticas, económicas, estéticas, sociales y de discurso entre el artista y su habitus. (territorio/identidad)
8. Consumo/Apropiación/Participación/Valoración: Se puede definir como la cantidad de bienes y servicios requeridos por un grupo de personas en un mercado determinado, en el cual influyen los intereses, las necesidades y las tendencias.
9. Regulación/Legislación: Establecimiento de normas, reglas o leyes dentro de un determinado ámbito. El objetivo de este procedimiento es mantener un orden, llevar un control y garantizar los derechos (autor, conexos, consumidor,) de todos los integrantes de una comunidad o de un modelo de negocio creativo.
10. Fuentes de Financiamiento: La fuente de financiación del artista, creador, ong's y de la empresa cultural y creativa es toda aquella vía que se utiliza para obtener los recursos necesarios financiar, satisfacer y sustentar su actividad. Pueden acceder a fuentes de financiación internas y externas

Por último y como otro complemento a las iniciativas, se ha asociado a cada uno de éstas, uno o más de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) de la agenda 2030 a la cual Chile se ha adscrito y comprometido para su gestión desde quehacer público.⁵

⁵ Compromiso de Chile con los ODS: <http://www.chileagenda2030.gob.cl/seguimiento/ods-1>

Índice general de perfiles de fichas de proyectos:

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

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

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

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

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.
INICIATIVA	1. Aumento Dotación Departamento de Las Culturas.
DESCRIPCIÓN	Se conforma un equipo de trabajo multidisciplinar que gestionará y coordinará acciones que se desarrollarán en el sector Cultura, ya sean al interior del municipio o con organizaciones e instituciones externas que tengan presencia en el territorio comunal. El equipo deberá contar con las competencias profesionales y técnicas para el cumplimiento de las iniciativas propuestas en el Plan Municipal de Cultura 2022-2025.
FUNDAMENTACIÓN	Basado en lo descrito en la Política de RR.HH del municipio 2021, aprobada por Decreto N° 259 del 7-01-2021. Se sugieren acciones asociadas según adscripción de Chile a los ODS: Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico, y Objetivo 17: Alianza para lograr los objetivos.
OBJETIVO GENERAL	Contribuir en el cumplimiento de las acciones propuestas en el PMC.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Conformar un equipo de trabajo permanente que coordine la gestión de proyectos en el marco de desarrollo e implementación de la Política Cultural Municipal.
	2. Desarrollar un plan de acción y seguimiento integrado de las actividades que realiza el municipio, en coherencia con la Misión y Visión institucional establecida.
	3. Establecer alianzas con otros servicios del municipio e instituciones externas, con las cuales sea necesario colaborar para el éxito de las iniciativas a desarrollar.
ACTIVIDADES	1. Se contrata personal capacitado en gestión cultural, administración cultural, formulación de proyectos, postulación a fuentes de financiamiento regional, nacional e internacional, contabilidad y finanzas. Dicho equipo debe contar al menos con 4 cargos, lo cuales serían: 1. Jefe de departamento, 2. Encargado de Gestión, finanzas y planificación, 3. Profesional del área de cultura y comunicaciones, y 4. Técnico del área de Cultura y Comunicaciones.
	2. Se presenta una planificación de trabajo para el cumplimiento de los objetivos propuestos en el PMC y que deben ser implementados durante el periodo determinado; esto es gestionar, dirigir y hacer seguimiento correspondiente.

	<p>3. Se mantiene un levantamiento de información del sector Cultura a nivel comunal, que complemente el diagnóstico realizado para la elaboración del PMC, de manera contar con un conocimiento actualizado del entorno.</p> <p>4. Se fortalece la producción cultural local, mediante la planificación y gestión de manera participativa, con enfoque de Derecho.</p> <p>5. Se identifican y articulan programas, fondos y actividades de índole cultural y patrimonial.</p> <p>6. Se estimula la participación de los habitantes y organizaciones en actividades de fomento y valoración de las Culturas y el Patrimonio.</p> <p>7. Se gestionan capacitaciones constantes en materia cultural, a nivel nacional e internacional, poniendo énfasis en gestión, innovación y emprendimiento de iniciativas que puedan tener impacto en la comuna.</p> <p>8. Se implementa un Cuadro de Mando Integral (CMI) que permita realizar seguimiento de las iniciativas, la planificación estratégica de PMC y los indicadores correspondientes, de manera trimestral, semestral y cierre anuales, resultados que serán socializados al menos una vez al año a la comunidad de Puerto Montt.</p>
FINANCIAMIENTO	Fondos municipales considerando la Escala de Remuneraciones, según grado y experiencia.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.
RESPONSABLE	Administración Municipal.
ALIANZAS COLABORATIVAS	<p>Internas: Dirección de Turismo, DAF, Delegaciones Rural, de Mirasol, Cardonal y de Alerce (área de Cultura), Corporación Cultural, Casona Cultural, Casa Pauly, Museo Histórico. Además del Concejo municipal.</p> <p>Externas: SENCE, Consultorías y asesorías externas en temas de capacitación, Gobernación Regional para postulación a fondos y a nivel internacional: Mercociudades: https://mercociudades.org/estructura-y-autoridades/tematicas/cultura/</p>

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.
INICIATIVA	2. Mesa intramunicipal de Cultura.
DESCRIPCIÓN	Se conforma y pone en marcha la Mesa Intramunicipal de las Culturas, la que tendrá como objeto proponer una estrategia de trabajo común y coordinada en torno a la materia cultural que aborda el municipio. Son convocados funcionarios y profesionales atingentes, encargados del área en el territorio y el Concejal Presidente de la Comisión de Educación y Cultura.
FUNDAMENTACIÓN	<p>En base al compromiso y voluntad institucional de fortalecer espacios de acción y creatividad cultural, se hace necesario fomentar y activar instancias que permitan la concreción de espacios de interacción y coordinación entre las diversas áreas internas del municipio, para lograr la eficiencia en la gestión realizada desde sus distintos ámbitos y que tengan directa relación en el impacto y desarrollo del sector en la comuna.</p> <p>A nivel internacional y según adscripción de Chile a los ODS (Objetivo de Desarrollo Sostenible), este proyecto se asocia al Objetivo 17: Alianza para lograr los objetivos.</p>
OBJETIVO GENERAL	Potenciar el trabajo coordinado y colaborativo entre las diversas áreas municipales cuyas funciones tengan alcance y/o pertinencia en la actividad artístico - cultural en la comuna.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Establecer una estructura de diálogo y coordinación intramunicipal en materia cultural a contar de la gestión 2022.
	2. Mejorar la claridad programática de los diversos productos estratégicos del municipio asociados al sector.
	3. Contribuir en ampliar la cobertura, oportunidad y periodicidad de la oferta, a partir de la orientación consciente y consensuada con los actores culturales locales vinculados al municipio.
	4. integrar las diversas áreas municipales pertinentes a la actividad cultural, potenciando la coordinación y colaboración entre ellas y abriendo la participación a los colectivos públicos y privados.
ACTIVIDADES	1. Convocar a los representantes de cada servicio que tengan bajo su responsabilidad programas culturales a desarrollar a nivel territorial y sectorial, los que se reunirán de manera trimestral para coordinar acciones conjuntas.

	2. Hacer un levantamiento de información en aquellas áreas del municipio que realizan actividades que impactan en el desarrollo de la cultura en la comuna.
	3. Socializar las actividades que se realizan con la comunidad por medio del análisis de presupuestos y recursos, considerando también los insumos disponibles en RRSS, página web, cuenta pública, reuniones de concejo, entre otras.
	4. Construir un mapa cultural permanentemente actualizado, con compromisos expresados en propuestas, en miras arribar a un consenso respecto de las materias expuestas.
	5. Hacer un levantamiento de indicadores de gestión, para evaluar y mejorar los procesos y actividades de cultura que se hacen a nivel institucional y desde cada área y/o Departamento.
FINANCIAMIENTO	Fondos Municipales y Fondos Regionales.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control trimestral.
RESPONSABLE	Departamento de Cultura.
ALIANZAS COLABORATIVAS	<p>Internas y de administración Municipal: Departamento de Turismo, Departamento de Aseo y Ornato, Delegaciones Rural, de Mirasol y de Alerce (área de Cultura), Corporación Cultural, Casona Cultural, Casa Pauly, Museo Histórico. Además del Concejo municipal.</p> <p>Externas: Dirección Regional de Cultura y las Artes, Cámara de Comercio y Turismo, Gobernación Regional para postulación a fondos, Asociaciones gremiales de artistas, artesanos y pueblos originarios de la comuna, Colectivos de artistas, Universidades, BAJ, CoWo, entre otros, según sea la instancia a discutir y levantar desde la mirada integral.</p>

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.
INICIATIVA	3. Elaboración de política de pago municipal para los trabajadores de las Culturas locales.
DESCRIPCIÓN	Consiste en consolidar un procedimiento de pago municipal por servicio a los prestadores trabajadores de las Culturas.
FUNDAMENTACIÓN	<p>Las políticas de compras son pautas que generan las organizaciones para determinar cuáles serán las condiciones, los plazos de pago, y los proveedores que tendrá el Departamento de Cultura, y la cual será en coherencia de lo que el municipio a nivel general también aplica. En los hechos el trámite de pago al trabajador cultural local es lento y engorroso.</p> <p>Esta iniciativa considera además el desafío de acotar la brecha entre lo que hoy se paga al artista extranjero y el artista local, cambiando el paradigma, fomentando la valoración del arte local.</p> <p>Esta iniciativa se asocia a nivel internacional, según adscripción de Chile a los ODS, al Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.</p>
OBJETIVO GENERAL	Asegurar el adecuado y oportuno pago de las obligaciones contraídas con proveedores de bienes y servicios del sector cultural local.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Mantener las buenas relaciones comerciales con los proveedores del sector cultura a través de cumplimiento cabal de las condiciones pactadas.
	2. Establecer niveles de calidad de los productos y servicios de los trabajadores de Cultura locales contratados por el municipio.
	3. Validar un procedimiento de pago a proveedores que permita efectuarlo en un plazo no superior a 05 días desde la imputación de la respectiva operación.

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

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.
INICIATIVA	4. Elaboración de modelo de gestión de espacios públicos municipales para su uso en actividades culturales.
DESCRIPCIÓN	Se pone en marcha un proceso de elaboración y validación de un plan de gestión de espacio público municipal para uso cultural en la comuna de Puerto Montt.
FUNDAMENTACIÓN	<p>La comuna cuenta con diversos espacios públicos municipales susceptibles de ser implementados, de manera permanente o transitoria, para la realización de actividades culturales. No obstante el municipio no dispone de un modelo de gestión integrado que permita a los agentes culturales su participación efectiva, de acuerdo con los derechos fundamentales reconocidos y los fines de las políticas culturales, manteniendo con esto una brecha respecto de las óptimas condiciones para la participación y la apropiación social de la ciudadanía de su vida cultural.</p> <p>En respuesta a lo anterior, esta iniciativa tiene el propósito de generar alianzas virtuosas en la comuna que respondan a las necesidades que hoy existen para el desarrollo de la cultura y la descentralización de espacios, además de mayor cobertura a distintas partes de la comuna, tanto urbano como rural.</p> <p>Lo anterior se vincula con los siguientes ODS: Objetivo 3: Salud y bienestar - Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p>
OBJETIVO GENERAL	Diseñar un modelo de gestión de espacios públicos para el uso de actividades culturales en la comuna de Puerto Montt, a implementarse en el periodo 2023-2025.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Asegurar una gestión y administración eficiente de los recursos municipales a nivel de infraestructura destinada al desarrollo de la cultura en la comuna.
	2. Conocer la percepción de actores culturales locales respecto a la gestión cultural del espacio público.
	3. Desarrollar un análisis diagnóstico respecto de la actividad cultural en el espacio público y su capacidad técnica, en los distintos territorios de la comuna, urbanos y rurales.
	4. Generar recomendaciones que permitan implementar actividades culturales en el espacio público de la comuna, aprovechando las potencialidades que cada territorio posee.

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

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.
INICIATIVA	5. Ordenanza de Artesanía.
DESCRIPCIÓN	Se lleva a cabo un proceso, según lo indica la ordenanza municipal de participación ciudadana, para la elaboración de la Ordenanza de Artesanía para la comuna de Puerto Montt.
FUNDAMENTACIÓN	<p>La actividad artesanal en la comuna de Puerto Montt se constituye no sólo como el sustento económico de muchas familias, sino además representa aspectos identitarios, integrando el acervo cultural y patrimonial. Se suma también como atracción turística valorada por visitantes nacionales y extranjeros.</p> <p>Por lo anterior resulta necesario mejorar las condiciones de funcionamiento de la actividad artesanal en los espacios públicos municipales, cuidando la calidad de los productos ofertados, mejorando la performance en sinergia con otras actividades culturales.</p> <p>Este proyecto se fundamenta y vincula con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la agenda 2030 a la cual Chile está adscrita: Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p>
OBJETIVO GENERAL	Regular, fomentar y difundir las actividades artesanales que son desarrolladas en el espacio público y dependencias municipales.
	1. Impulsar el desarrollo de la actividad artesanal como fuente de trabajo sostenible, en sintonía con el interés patrimonial y turístico de la comuna.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2. Normar la oportunidad de exposición y comercialización de los productos de Artesanos/as de la comuna de Puerto Montt.
	3. Establecer derechos y deberes en torno al desarrollo de la actividad artesanal en la comuna.
	4. Crear el Registro Municipal Artesanal de Puerto Montt.
	5. Conformación del Consejo Comunal de Artesanos y Artesanas de la comuna de Puerto Montt.

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

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.
INICIATIVA	6. Ordenanza de Artes Callejeras.
DESCRIPCIÓN	Se lleva a cabo un proceso participativo para la construcción de la Ordenanza de Artes Callejeras en la comuna de Puerto Montt.
FUNDAMENTACIÓN	<p>El arte callejero se desarrolla en una constante tensión entre lo legal e ilegal, toda vez que su actividad es realizada en un espacio público y privado, el cual no siempre es receptivo a la expresión estética y social de sus autores, quienes muchas veces funcionan en el anonimato y/o la clandestinidad. No obstante es una realidad que la comunidad debe afrontar de manera arribar a un pacto social que permita hacer dialogar la libre expresión con el interés general.</p> <p>Por lo anterior se hace necesario contar con un marco legal de funcionamiento que permita la re-significación del espacio público promoviendo a su vez la regulación, el fomento y la protección de quienes cultivan las artes callejeras en la ciudad de Puerto Montt.</p> <p>Este proyecto se fundamenta y vincula con los siguientes ODS de la agenda 2030, a la cual Chile está adscrita: Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p>
OBJETIVO GENERAL	Proteger, propiciar y fomentar la actividad artística en la vía pública de la comuna de Puerto Montt.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Valorar el arte callejero como patrimonio cultural.
	2. Contribuir a la generación de instancias de diálogo positivo entre los diferentes usuarios del espacio público de la comuna de Puerto Montt.
	3. Construir una estructura organizacional y normativa para el funcionamiento de las artes callejeras y las actividades que desarrollen en el espacio público en la comuna.

ACTIVIDADES	1. Se realiza un congreso cultural ciudadano para tratar la materia a regular, haciendo partícipes en la opinión a los actores afectos, artistas callejeros, comercio, centros culturales, peatones y conductores, fuerzas de Orden y Seguridad, entre otros, según sea requerido.
	2. Se desarrolla un Congreso de Artistas y Creadores para abordar la propuesta inicial del proceso regulatorio.
	3. Se conforman Mesas de Trabajo sectoriales y territoriales para definir los principios e indicadores más importantes a implementar en la normativa.
	4. Se desarrolla un registro de las expresiones en espacios públicos de la comuna, considerando las distintas disciplinas artísticas.
	5. Se conforma una Mesa Técnica para la elaboración Ordenanza de Artes Callejeras.
	6. Se realiza una Encuesta de Percepción ciudadana para la recepción de opiniones a la propuesta de normativa, la cual se socializará por un canal digital dispuesto para dicho fin por el municipio, y estará disponible por 10 días hábiles posterior a su publicación.
	7. Se realiza un Plenario para validar el proceso deliberadamente.
	8. Se valida ante el Concejo Municipal.
	9. Se realiza el trámite de resolución mediante Decreto Municipal.
	10. Se difunde la nueva ordenanza a través de medios digitales, RR.SS., publicación en página Web oficial del municipio, medios escritos y dar a conocer con los grupos de interés y afectados con dicha ordenanza.
FINANCIAMIENTO	Fondos municipales.
PERIÓDO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	12 meses plazo a contar de la aprobación del Concejo Municipal para su desarrollo.
RESPONSABLE	DIMAO.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Mesa Intramunicipal, Alcaldía, DIMAO (Dirección de Medio Ambiente y Ornato).

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	1. Fortalecimiento Institucional Municipal en el ámbito cultural.
INICIATIVA	7. Conformación de red de espacios culturales de la comuna de Puerto Montt.
DESCRIPCIÓN	Se despliegan acciones de comunicación, coordinación y alianzas entre los distintos actores que aporten desde su quehacer a la promoción de la cultura en la comuna de Puerto Montt.
FUNDAMENTACIÓN	<p>Puerto Montt, comuna metropolitana, con diversidad territorial, insular, borde costero, precordillera, campo y ciudad, cuenta con equipamientos culturales públicos y privados dispersos.</p> <p>La presente iniciativa se fundamenta en la necesidad de generar sinergias de intermediación cultural, donde el municipio proponga una oferta programática para ser ejecutada en el territorio a través de la conformación de una red colaborativa que enlace los distintos equipamientos culturales existentes.</p> <p>Esto se vincula con los siguientes ODS 12: Producción y consumo responsable, Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico y Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura</p>
OBJETIVO GENERAL	Fomentar prácticas colaborativas público-privadas en torno a la promoción y la difusión de la actividad cultural local.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Vincular espacios y personas que interactúan en la cultura de la comuna.
	2. Promover la coordinación e integración de esfuerzos realizados en las distintas actividades para el fortalecimiento de la promoción y difusión de la cultura en la comuna.
	3. Sistematizar acciones realizadas por medio de una planificación periódica de actividades culturales en la comuna y sus recursos asociados.
ACTIVIDADES	1. Se conforma una mesa de trabajo para el desarrollo de una red de espacios culturales, normativas de protección y sus criterios de trabajo.
	2. Se configura un modelo de gestión para la red, estableciendo convenios de colaboración entre los administradores de espacios.

	3. Se define una metodología de trabajo para la planeación, organización y establecimiento de mecanismos de trabajo.
	4. Se establecen y desarrollan acciones de reconocimiento a las buenas prácticas contractuales a los espacios, locales y/o establecimientos que visibilicen, difundan y/o realicen actividades culturales.
	5. Se lleva a cabo un monitoreo de actividades y acciones de carácter cultural que se realizan de acuerdo con los objetivos del modelo de gestión de la red.
FINANCIAMIENTO	Municipal + fondos públicos regionales y/o nacionales para mejora o creación de infraestructura cultural.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.
RESPONSABLE	Departamento de Cultura.
ALIANZAS COLABORATIVAS	<p>Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas.</p> <p>Externas: actores del sector privado, organizaciones territoriales, funcionales y alianzas con organismos internacionales para la promoción de la cultura.</p>

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

ACTIVIDADES	1. Se realiza una consulta ciudadana para el diseño de espacios de la infraestructura cultural.
	2. Se realiza un diseño y estudio de inversión.
	3. Se lleva a cabo un proceso de ejecución de obras civiles basado en estándares definidos por los organismos municipales correspondientes.
	4. Se realiza la implementación técnica del recinto.
	5. Se crea y ejecuta un plan de gestión.
	6. Se diseña y difunde una parrilla programática.
FINANCIAMIENTO	Municipal + fondos públicos regionales y/o nacionales para mejora o creación de infraestructura cultural.
PERIÓDO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual
RESPONSABLE	SECPLAN.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas. Externas: Fondos nacionales e internacionales para la promoción de la cultura

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	3. Sistema integrado de estudios, datos e información cultural.
INICIATIVA	9. Estudio de caracterización de trabajadores y servicios del sector cultural de la comuna de Puerto Montt.
DESCRIPCIÓN	La iniciativa consiste en desarrollar un estudio que permita caracterizar a los trabajadores del sector cultural de la comuna de Puerto Montt.
FUNDAMENTACIÓN	<p>Tanto para estimular la creatividad y el desarrollo de la cultura, como para planificar acciones a partir de la misma, se requiere de información confiable y precisa que permita implementar adecuadas políticas públicas para el desarrollo en general y para la cultura en particular.</p> <p>Si bien a nivel país se cuentan con algunos estudios de caracterización del sector cultural, este conocimiento a nivel comunal no está disponible.</p> <p>Se hace por tanto necesario contar con un levantamiento de información de quiénes hoy son los actores qué y cómo desarrollan cultura en la comuna.</p> <p>Esta iniciativa se relaciona con el ODS 2030 N° 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p>
OBJETIVO GENERAL	Caracterizar la situación social y económica general de los trabajadores del sector cultural de la comuna de Puerto Montt.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Describir las características del trabajo en el sector cultural en la comuna de Puerto Montt.
	2. Identificar la existencia de ingresos y actividades remuneradas que acompañan la actividad cultural desarrollada por los sujetos encuestados.
	3. Caracterizar la situación previsional y el acceso a la salud de los trabajadores artístico culturales locales.
	4. Caracterizar el acceso a capacitación de los trabajadores del sector Cultura.
	5. Describir la situación de los trabajadores del sector cultural en cuanto a niveles de educación, calificación y formas de aprendizaje.

ACTIVIDADES	1. Se desarrolla una propuesta metodológica, considerando técnicas cuantitativas y cualitativas, con el propósito de determinar los atributos peculiares del sector, de modo lograr claramente distinguirlos de otros grupos.
	2. Se desarrolla y aplica una encuesta de caracterización.
	3. Se realizan entrevistas semi-estructuradas a informantes calificados de las distintas áreas de creación.
	4. Se triangulan los resultados.
	5. Se redacta un informe.
	6. Se publican las conclusiones.
FINANCIAMIENTO	Municipal + fondos regionales, nacionales y/o internacionales.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.
RESPONSABLE	Departamento de Cultura.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Internas y de administración Municipal: Departamento de Administración y Finanzas. Externas: Fondos nacionales e internacionales para la promoción de la cultura.

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	3. Sistema integrado de estudios, datos e información cultural.
INICIATIVA	10. Banco integrado de proyectos.
DESCRIPCIÓN	Consiste en desarrollar un sistema de registro de proyectos, programas y estudios que tengan impacto en el ámbito de la cultura a nivel comunal.
FUNDAMENTACIÓN	<p>De acuerdo a las múltiples necesidades culturales y recursos limitados para la satisfacción de éstas, se hace necesario contar con una visión integrada de las iniciativas que se desarrollan en el territorio comunal, así como también conocer los recursos económicos disponibles existentes a nivel local, regional nacional e internacional, y su seguimiento de las distintas fases de ejecución.</p> <p>Este proyecto se vincula al ODS de la agenda 2030 N° 12: Producción y consumo responsable. Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico; Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p>
OBJETIVO GENERAL	Contribuir a mejorar la calidad de la inversión pública en el ámbito cultural, aportando con información integrada a nivel sectorial y territorial para la toma de decisiones.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Desarrollar acciones que permitan identificar fondos y fuentes de financiamiento público en curso para la promoción y fortalecimiento de la cultura en la comuna de Puerto Montt.
	2. Diseñar una matriz de perfiles de proyectos de acuerdo a los fondos disponibles para ser concursados a nivel regional, nacional e internacional con impacto comunal.
	3. Consolidar información referida a organizaciones culturales vinculadas a la esfera cultural de la comuna, espacios de uso cultural, y eventos y actividades.
ACTIVIDADES	1. Se recopila información de estudios e investigaciones de carácter cultural que se desarrollan en la comuna.
	2. Se elabora un catastro de fondos de financiamiento disponibles según líneas de trabajo de los proyectos definidos por el PMC.
	3. Se realiza un estudio y análisis de espacios laborales para trabajadores de las culturas, las artes y el patrimonio.

	<p>4. Se diseña una matriz de perfiles de proyectos para financiamiento mediante fondos concursables regionales, nacionales, e internacionales gestionados por el municipio.</p>
	<p>5. Se llevan a cabo postulaciones a fondos de financiamiento en líneas de promoción, investigación y desarrollo de actividades culturales, a nivel nacional e internacional.</p>
	<p>6. Se actualiza de manera permanente la información referida a estudios, datos y catastros.</p>
FINANCIAMIENTO	Municipal + fondos regionales, nacionales y/o internacionales.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.
RESPONSABLE	Departamento de Cultura.
ALIANZAS COLABORATIVAS	ERD - SEREMI Cultura - CEDER U Lagos - GORE, Mercociudades, entre otros. MOP - MINVU - MIDESO - CONADI - CONICYT, otros.

EJE ESTRATÉGICO	1. Mediación: INSTITUCIONALIDAD.
Objetivo Estratégico:	1. Fortalecer la Institucionalidad Municipal en el ámbito cultural.
PROGRAMA	3. Sistema integrado de estudios, datos e información cultural.
INICIATIVA	11. Archivo histórico comunal en versión digital.
DESCRIPCIÓN	La iniciativa consiste en desarrollar un plan de trabajo vinculante que convoque a los distintos actores que cuenten con patrimonio histórico cultural de la comuna.
FUNDAMENTACIÓN	<p>El rescate de nuestra cultura, de la historia política y social que se refleja no sólo en los monumentos o edificios, sino también en prácticas y respeto por ciertos modos de vida, debe ser un esfuerzo constante del Estado. "El patrimonio tiene que ver con la base que constituye nuestra identidad, lo que nos singulariza de alguna manera y que puede ser de naturaleza material e inmaterial, edificios, libros, historia oral. Es lo que constituye una comunidad, nuestra memoria e identidad". Citas de: http://networkofcenters.net/news/laimportancia-de-rescatar-el-patrimonio-cultural-en-chile.</p> <p>La iniciativa se vincula con los ODS de la agenda 2030 N°4: Educación de calidad y Objetivo 12: Producción y consumo responsable.</p>
OBJETIVO GENERAL	Garantizar a las personas y a las comunidades el acceso a la información histórica patrimonial de la comuna.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Contribuir en la preservación del patrimonio documental público y privado de la comuna de Puerto Montt.
	2. Generar alianzas para la difusión con instituciones académicas que realizan investigación en temas de patrimonio cultural histórico de la comuna y con otros actores de la comuna que cuentan con capital de este tipo.
	3. Impulsar el desarrollo de archivos patrimoniales a nivel local, ejerciendo un rol de facilitador para los procesos archivísticos de instituciones públicas y/o privadas.
ACTIVIDADES	1. Levantamiento / catastro de instituciones públicas y privadas que trabajan con patrimonio histórico cultural. Ejemplo: USS (Archivo patrimonial), Diario Llanquihue, Jesuitas, Monte Verde, Conaf, entre otros.
	2. Firma de convenio de cooperación para el trabajo en alianza entre el municipio y la organización (pública o privada) identificada en el punto anterior.

	3. Creación y formalización de un comité de trabajo con los representantes de las distintas organizaciones y/o personas que administran patrimonio histórico cultural de la memoria de la comuna de Puerto Montt.
	4. Generación de acciones conjuntas para el levantamiento de fondos que permitan la adquisición, mantención y difusión de patrimonio histórico cultural de la comuna.
	5. Diseño de agenda para la difusión del capital patrimonial histórico de la comuna: "Reconstruyendo la memoria histórica de Puerto Montt".
	6. Digitalización y difusión en los medios digitales disponibles del patrimonio histórico.
FINANCIAMIENTO	Municipal + públicos y/o privados.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	4 años y más.
RESPONSABLE	Oficina de Patrimonio.
ALIANZAS COLABORATIVAS	USS Archivo patrimonial - Diario Llanquihue - Fundación Monte Verde - colecciones particulares, entre otros.

EJE ESTRATÉGICO	2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.
Objetivo Estratégico:	2. Fomentar la excelencia y el papel especial de los trabajadores del sector cultural local como fuente laboral y de ideas originales.
PROGRAMA	4. Gobernanza cultural local.
INICIATIVA	12. Conformación mesas Culturales Sectoriales.
DESCRIPCIÓN	Consiste en construir un espacio de diálogo y consulta entre el municipio y la comunidad de agentes artísticos, culturales, creativos y patrimoniales residentes en la comuna, orientando la elaboración y mediación de propuestas colaborativas y planificadas que busquen las mejoras colectivas para la participación y sostenibilidad de este sector.
FUNDAMENTACIÓN	<p>Según la UNESCO "la gobernanza cultural abarca los marcos normativos, las políticas públicas, las infraestructuras, la capacidad institucional y los procesos destinados a fomentar el desarrollo cultural inclusivo, la estructuración de sectores culturales dinámicos y la promoción de la diversidad. La gobernabilidad cultural forja las condiciones propicias en las que se ejercen los derechos culturales que son cruciales para el desarrollo de sociedades pacíficas en las que los individuos tienen la oportunidad de llevar una vida plena y creativa de acuerdo con lo que ellos valoran. Por lo tanto, la gobernanza cultural desempeña un papel fundamental para que la cultura contribuya plenamente al desarrollo humano inclusivo basado en los derechos".</p> <p>En este sentido la iniciativa plantea crear las condiciones adecuadas para que los agentes eventualmente comprometidos en la actividad cultural local, conozcan, reflexionen, discutan, lleguen a acuerdos, validen y cooperen para la consecución de objetivos tendientes a valorar a la Cultura como un motor de desarrollo económico y social para la comuna de Puerto Montt.</p> <p>Se vincula con los ODS de la agenda 2030: Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura.</p>
OBJETIVO GENERAL	Procurar una mayor representatividad sectorial, a través de procesos participativos continuos, regulares y estructurados, para la toma de decisiones respecto de la gestión municipal en la materia.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Apoyar y fortalecer el desarrollo de la escena local de arte y cultura para la búsqueda de mejores oportunidades colectivas.
	2. Promover modelos de participación en el que los trabajadores de cultura locales reflexionen, opinen, coordinen y validen acciones tendientes a posicionar a la comuna de Puerto Montt como un referente en la materia.
	3. Concientizar al sector respecto de los desafíos levantados por el PMC para buscar soluciones sostenibles y sustentables en pro del desarrollo económico local.
	4. Fortalecer la gestión de los/las mediadores/as culturales de la comuna.

ACTIVIDADES	1. Se proponen actores que deben participar en la mesa según sectorización: técnico sonido, tramoyas, productores, gestores, facilitadores, artesanías, arte (escénicas, visualidad, literatura, música, callejeras, circenses, entre otros) en coordinación con las ordenanzas.
	2. Se convoca a mesa público-privado y con representatividad de la diversidad (institucionalidad, artistas, artesanos/as).
	3. Se diseñan propuestas de proyectos en conjunto con los actores de la mesa.
	4. Se realizan sesiones trimestrales.
	5. Se realiza un seguimiento e informe respecto de las propuestas programación de actividades culturales.
FINANCIAMIENTO	Municipal.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	4 años.
RESPONSABLE	Departamento de Culturas.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Actores del Ecosistema cultural, ciudadanía, academia, pueblos originarios, sector privado, funcionarios de otros servicios públicos necesarios para la integración y desarrollo de la cultura a nivel comunal ejemplo: Ministerio de desarrollo social, GORE, MCAP, Sernatur, entre otros.

EJE ESTRATÉGICO	2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.
Objetivo Estratégico:	2. Fomentar la excelencia y el papel especial de los trabajadores del sector cultural local como fuente laboral y de ideas originales.
PROGRAMA	4. Gobernanza cultural local.
INICIATIVA	13. Constitución de Comité Consultivo de Cultura Comunal.
DESCRIPCIÓN	Se constituye un órgano de carácter consultivo cuyos miembros incluyen representantes de la sociedad civil, a objeto de asesorar al municipio en lo relativo a políticas culturales, formulando sugerencias y observaciones para óptima implementación de las iniciativas del PMC.
FUNDAMENTACIÓN	<p>La gestión alcaldía debe ocuparse por el respeto a los derechos de los ciudadanos al acceso de la cultura ordenando prioridades, considerando criterios de independencia y transversales a la comunidad, lo que hace necesario la conveniencia de potenciar la función consultiva en el seno de su administración.</p> <p>La iniciativa se fundamenta en la necesidad del municipio de contar con información oportuna y objetiva que le permita orientar decisiones en torno a la gestión e inversión en la materia.</p>
OBJETIVO GENERAL	Asesorar al municipio respecto de la promoción de actividades culturales propuestas por el entorno.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Fortalecer los procesos participativos para la creación y fomento de la cultura en la comuna de Puerto Montt, por medio de acciones conjuntas y colaborativas entre los diversos actores de este Comité Consultivo y los trabajadores del sector cultural.
	2. Informar, evaluar, proponer y/u orientar al municipio en distintas materias vinculadas con la gestión cultural local.
	3. Contribuir en vincular la oferta con la demanda respecto del quehacer creativo, artístico y artesanal de trabajadores/as del sector Cultura de la comuna.
	4. Alentar la labor en cooperación entre el municipio y los Trabajadores del Sector Cultura.
ACTIVIDADES	1. Se crea y formaliza el Comité Consultivo integrado por personalidades del mundo público y privado, representante del área gestión cultural, económica, educación, social, Pueblos Originarios, Academia, Cámara de Comercio, Industria, medio ambiente y turismo, entre otros.

	<p>2. Se efectúa un levantamiento de necesidades y brechas del sector cultural, que deben ser trabajadas desde el Comité Consultivo, trabajo que se hará en coordinación con otros proyectos del área desarrollados a nivel comunal.</p> <p>3. Participación del equipo de trabajo en evaluación de proyectos, concursos, cursos, etc.</p> <p>4. Diseño de programas y revisión constante de los programas en desarrollo.</p> <p>5. Presentación de informes trimestrales al Concejo Municipal para aprobación de nuevos programas asociados a cultura y evaluación de los que se encuentran en desarrollo.</p> <p>6. Búsqueda de financiamiento externo para la ejecución de programas.</p>
FINANCIAMIENTO	Municipal y externo según fondos disponibles asociados a esta acción.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	4 años.
RESPONSABLE	Alcaldía.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Actores del ecosistema cultural.

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

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>1. Promover competencias en los beneficiarios del subprograma, a través de asesorías técnicas, que permitan contribuir a mejorar la circulación de sus productos y/o servicios.</p> <p>2. Articular en el territorio espacios de cooperación entre la institucionalidad municipal y los/as trabajadores/as culturales de la comuna, para potenciar acciones vinculantes y de fortalecimiento de la promoción y difusión de su oferta.</p> <p>3. Promover la creatividad y su efecto multiplicador en toda la cadena de producción, entendida como una herramienta para la competitividad del capital humano y sus entornos en búsqueda de un desarrollo y bienestar colectivo.</p> <p>4. Búsqueda y apoyo para la mejora de accesibilidad a mercados y desarrollo de innovaciones locales que aporten a la sostenibilidad de la comuna..</p>
ACTIVIDADES	<p>1. Diseño de talleres: Procede la definición de conceptos y objetivos, los contenidos y la metodología de los mismos. Se redactan las bases de participación determinándose el público objetivo, el alcance y el marco general de la convocatoria. Este proceso deberá dar respuesta a las preguntas por qué, qué, quién, cuándo, para quién y dónde.</p> <p>2. Planificación: se establecen las acciones, destacando los horarios, técnicas y actividades, materiales, responsabilidades y recursos necesarios.</p> <p>3. Promoción. Se desarrollará una campaña comunicacional con el objeto de estimular la participación del target en el proceso de capacitación, dándose a conocer los objetivos, metodología y alcances del mismo.</p> <p>4. Contratación de servicios de capacitación. Se elabora TTR. Para iniciar la fase de financiamiento, se redacta solicitud hasta obtener orden de compra.</p> <p>5. Coordinación. Gestión con distintas unidades municipales y proveedores, con el objeto de habilitar las plataformas necesarias para la realización de los talleres.</p> <p>6. Postulación. Asociado a una campaña comunicacional, comprende la inscripción y la presentación de la documentación requerida.</p> <p>7. Selección. Para asegurar la diversidad de las/los participantes, se considerarán, además a lo estipulado en las bases, factores como sexo, representación geográfica, pertenencia a grupo étnico, experiencia laboral, y motivación, la cual será abordada en la fase de postulación.</p> <p>8. Realización de talleres. Procede la disposición de los materiales necesarios, la cita a los seleccionados, el despliegue del currículo y la certificación respectiva.</p> <p>9. Difusión. Una vez disponible, se publicará información sobre los resultados de los cursos, con el objeto de sensibilizar respecto de la contribución e importancia que la iniciativa tiene, a aquellos quienes, identificados como posibles beneficiarios del segmento intermedio caracterizados en el catastro comunal, no participaron de las actividades.</p>

FINANCIAMIENTO	Municipal/ Fondos Concursables con alianza de fondos nacionales (Ministerio de la Cultura) y Fondos Regionales.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	4 años.
RESPONSABLE	Departamento de Fomento Productivo.
ALIANZAS COLABORATIVAS	<p>Internas: Dirección de Turismo, Delegaciones (área de Cultura), CCPM., Museo Histórico, Concejo municipal.</p> <p>Externas: MCAP, GOBIERNO REGIONAL, Cámara de Comercio y Turismo, Asociaciones gremiales de artistas, artesanos y pueblos originarios de la comuna, colectivos de artistas, Universidades, BAJ, CoWo, entre otros.</p>

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

ACTIVIDADES	1. Conformación de un Jurado, integrado por personalidades del mundo público y privado, tales como un representante de la Academia, Cámara de Comercio, Industria y Turismo, entre otros.
	2. Diseño de Bases, Reglamento y material comunicacional: Considera la elaboración de los requerimientos para la formulación del concurso, definiendo el público objetivo, alcance, marco general de la convocatoria, montos y cronogramas asociados.
	3. Coordinación. Gestión con distintas unidades municipales, con el objeto de habilitar las plataformas necesarias para la ejecución del concurso.
	4. Lanzamiento. Asociado a una campaña comunicacional, comprende la formulación técnica del proyecto y la presentación de la documentación requerida.
	5. Período de Consulta a las Bases. Los interesados podrán efectuar consultas sobre las Bases al patrocinador, durante todo el concurso.
	6. Apertura y Admisibilidad de las Postulaciones. Tiene como propósito verificar que se cumplan los requisitos de admisibilidad señalados en las Bases.
	7. Periodo de Reconsideración. En el caso que un proyecto sea declarado “observado”, todas las organizaciones tendrán derecho a presentar una solicitud de reconsideración según el procedimiento establecido en las bases.
	8. Evaluación. La precalificación técnica de los proyectos será realizada por el Comité de Las Culturas. Cada propuesta deberá corresponder a los objetivos del concurso según las líneas temáticas y criterios definidos en las Bases. En caso contrario, los proyectos que no tengan relación con los objetivos del concurso serán desestimados.
	9. Selección de Proyectos y Adjudicación de Financiamiento. El Comité de Las Culturas actuará como jurado, seleccionando entre aquellas propuestas que tengan mayor puntaje. Los resultados de esta etapa estarán disponibles en el sitio web www.puertomontt.cl . Además, se enviará a todos los postulantes una notificación al correo electrónico registrado por la organización en la postulación.
	10. Firma del Convenio. El convenio deberá ser firmado por el representante legal de la organización postulante vigente a la fecha, quién deberá concurrir presencialmente al proceso de firma, el cual se llevará a cabo en dependencias de la Municipalidad de Puerto Montt.
	11. Entrega de fondos. Cumplidos los trámites respectivos, se procede a la entrega de fondos de acuerdo a lo estipulado en el reglamento correspondiente.
	12. Seguimiento. Corresponderá a la Institución, designar a un funcionario/a para el acompañamiento técnico y financiero de la ejecución del proyecto. La persona designada tendrá acceso, en todo momento, a las actividades y etapas de implementación y ejecución.
	13. Difusión. Una vez disponible, se publicará información sobre los resultados y los contenidos, léase las propuestas, con el objeto de sensibilizar respecto de la contribución e importancia que la iniciativa tiene para la comunidad.

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

EJE ESTRATÉGICO	2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.
Objetivo Estratégico:	3. Reconocer, respetar y celebrar la centralidad de las culturas identitarias de la comuna ante la generalidad de la identidad chilena.
PROGRAMA	5. Salvaguarda y difusión de la historia y del patrimonio local.
INICIATIVA	16. Reconocimiento de los Pueblos Originarios de Puerto Montt.
DESCRIPCIÓN	La iniciativa consiste en crear instancias de recopilación y análisis de información obtenida mediante procesos de investigación participativa, abriendo espacios de discusiones críticas respecto de la historia de los pueblos originarios asentados en la comuna de Puerto Montt y su relación con las prácticas socioculturales actuales de la comuna.
FUNDAMENTACIÓN	<p>La inclusión de los pueblos originarios en la construcción de políticas públicas demuestra a una sociedad consciente de valorar sus orígenes y raíces en el desarrollo transversal y democrático de su territorio, todo esto a favor de su ciudadanía y el cuidado de su patrimonio material e inmaterial. La necesidad de fortalecer procesos de desarrollo acorde con las particularidades, las demandas y las formas de organización indígena local se transforman en un desafío para el municipio.</p> <p>A la luz de la implementación del PMC y como parte del enfoque de derechos de este esfuerzo, se hace necesario la creación de una instancia articuladora de la gestión del patrimonio, con énfasis en la valoración, recuperación, sistematización y difusión de la memoria e identidad cultural indígena de los sectores y localidades históricas de la comuna.</p> <p>Vincular ODS 3,4,5,8,10,11,12,16 y 17</p> <p>http://www.conadi.gob.cl/areas-de-desarrollo-indigena</p>
OBJETIVO GENERAL	Valorar las diversas manifestaciones culturales de los pueblos originarios presentes en la comuna.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Levantamiento de información respecto de las agrupaciones indígenas presentes en la comuna.
	2. Recopilar conocimientos en torno a la historia ancestral local.
	3. Difundir y promocionar los usos sociales del legado cultural indígena (desde esfera sociocultural a la esfera productiva) entendiendo el patrimonio como factor de desarrollo.
	4. Promover los derechos y oportunidades de estas comunidades residentes en la comuna.

ACTIVIDADES	1. Se conforma una mesa de trabajo territorial.
	2. Se realiza un estudio de identificación de actores de la escena indígena local, contemplando el componente de género.
	3. Se hace cumplir la representatividad de los pueblos originarios, como exigencia de base en las mesas de trabajo conformadas para implementar esta iniciativa.
	4. Se establece una planificación estratégica a partir de las acciones y actividades propuestas por el grupo focal.
	5. Se diseña, valida e implementa un plan de acción anual de desarrollo de la iniciativa.
	6. Se promueve y difunde el plan de acción a implementar con y para las comunidades y la ciudadanía en general.
	7. Se implementa una red colaborativa y vinculante con actores como Universidades, Instituciones públicas y privadas, y fuerzas vivas de la comunidad.
FINANCIAMIENTO	Fondos Municipales y Extra municipales.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	El periodo de ejecución se realizará a 4 años, con seguimiento y control semestral y anual.
RESPONSABLE	Oficina de Pueblos Originarios.
ALIANZAS COLABORATIVAS	CONADI /SERNAM/MINCAP/MUSEO PRECOLOMBINO/CEDER ULA/Of.Patrimonio/Deptos. de Cultura comunales/DAEM/Relaciones internacionales/Of. de la Mujer /Depto. de Fomento productivo/ Delegaciones urbanas y rurales.

EJE ESTRATÉGICO	2. OFERTA LOCAL - TRABAJADOR@S CULTURA.
Objetivo Estratégico:	3. Reconocer, respetar y celebrar la centralidad de las culturas identitarias de la comuna ante la generalidad de la identidad chilena.
PROGRAMA	5. Salvaguarda y difusión de la historia y del patrimonio local.
INICIATIVA	17. Promoción de Celebraciones y Festividades días D.
DESCRIPCIÓN	La iniciativa consiste en desarrollar y apoyar una serie de eventos enfocados en nichos culturales específicos, considerando aspectos como la estacionalidad, intereses especiales, la sostenibilidad y la inclusión, entre otros, tales como circuitos gastronómicos, fiestas campesinas, celebraciones religiosas, ferias artesanales, festivales y eventos de música y artes, congresos y carnavales, entre otros. La planificación contempla las etapas de preproducción, producción, posproducción, difusión y monitoreo, teniendo presente la cobertura territorial, desde lo urbano y lo rural.
FUNDAMENTACIÓN	<p>Según la UNESCO las celebraciones son usos sociales, rituales y actos festivos que constituyen costumbres que estructuran la vida de comunidades y grupos, siendo compartidos y estimados por muchos de sus miembros. Su importancia estriba en que reafirman la identidad de quienes los practican en cuanto grupo o sociedad y, tanto si se practican en público como en privado, están estrechamente vinculados con acontecimientos significativos. Esos usos sociales, rituales y fiestas contribuyen a señalar los cambios de estación, las épocas de las faenas agrarias y las etapas de la vida humana. Están íntimamente relacionados con la visión del mundo, la historia y la memoria de las comunidades. Sus manifestaciones pueden ir desde pequeñas reuniones hasta celebraciones y conmemoraciones sociales de grandes proporciones. Cada uno de estos “sub ámbitos” es vasto, pero tienen muchos puntos en común.</p> <p>Por lo anterior se hace necesario fomentar y apoyar las diversidades culturales presentes a nivel local con la finalidad de innovar en aspectos como el diseño y la producción de eventos, fortaleciendo las manifestaciones culturales sostenibles que vinculen, fortalezcan, fomenten la colaboración y marquen precedentes en diversos sectores locales.</p> <p>Vinculación ODS 3,4,8,11,12,17 https://ich.unesco.org/doc/src/01857-ES.pdf</p> <p>https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc_2017.pdf</p>
OBJETIVO GENERAL	Integrar la oferta asociada a circuitos artístico-culturales, de manera de establecer estrategias tendientes a robustecer, identitaria y conceptualmente, las actividades existentes y proyectadas en la comuna.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Colaborar en la desestacionalización de la oferta cultural local, expandiendo el alcance de servicios y destinos.
	2. Contribuir al fomento de la identidad mediante la contratación de artistas locales en la agenda de festividades de programación municipal.

	<p>3. Potenciar a agrupaciones/colectivos/compañías mediante el estímulo a la creación de obras y producción temática.</p> <p>4. Diversificar la oferta de actividades culturales emblemáticas hacia los sectores poblacionales de la comuna, urbanos como Mirasol-Alerce-Cardonal, y rurales.</p>
ACTIVIDADES	<p>1. Se elabora un catastro y monitorean acciones y actividades emblemáticas que promuevan la identidad comunal vinculando el patrimonio e historia local con la creación artística y las manifestaciones culturales territoriales.</p>
	<p>2. Se crea la Agenda Programática anual de días D más relevantes para la ciudadanía.</p>
	<p>3. Se presentan ante el Concejo Municipal un prototipo de cartelera de opciones para selección, basado en la diversificación de públicos y sus intereses (aniversario comuna /wetripanu/Día D la música /día D la Fotografía/Carnaval de las Artes/día D del Mar/Día D patrimonio/día D medio ambiente/SEA/Festivales de intereses especiales Costumbristas/Festival adulto mayor, etc).</p>
	<p>4. Se implementa una Cartelera Trimestral.</p>
	<p>5. Se elabora una propuesta de plan de inversión para la producción y fortalecimiento de la calidad e impacto de celebraciones que pongan en valor a la comuna y sus identidades.</p>
	<p>6. Se conforma la Red de Festivales de la comuna de Puerto Montt.</p>
	<p>7. Se seleccionan celebraciones emblemáticas para promoción y divulgación en la Red Interregional.</p>
	<p>8. Se implementan indicadores de gestión, para evaluar y mejorar los procesos de actividades emblemáticas de cultura a nivel institucional.</p>
FINANCIAMIENTO	Fondos municipales vinculados a Turismo/DIDECO/Cultura.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	Periodo de ejecución a 4 años, con seguimiento y control trimestral y anual.
RESPONSABLE	DITUR.
ALIANZAS COLABORATIVAS	DIDECO/CCPM/DIMAO/Ferias y Mercados/Delegación Rural/B.A.J. Los Lagos/sindicatos trabajadores/DAEM/tv municipal/medios escritos y radiales.

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

ACTIVIDADES	1. Se elabora un Plan de promoción de la ciudad.
	2. Se realiza un estudio de trazabilidad de productos culturales comunales, consignando sus áreas de relevancia y/o impacto.
	3. Se validan las propuestas de manera continua con las mesas intramunicipal / sectorial / territorial respectivamente.
	4. Se diseña, construye y valida el Manual Iconográfico de la comuna.
	5. Se elabora un Plan Citybranding exclusivo para la iniciativa.
	6. Se vincula con la Red público/privada para el fortalecimiento de la marca ciudad.
	7. Se realiza un análisis financiero de inversión de cartera de proyectos que aporten al desarrollo de esta iniciativa.
	8. Se construye un mapeo y se realiza un estudio de factibilidad de participación de Ferias y Mercados nacionales e internacionales para el posicionamiento de la marca ciudad.
	9. Se establecen indicadores de desarrollo de la industria cultural local (principalmente musical, editorial y audiovisual) en interrelación con otras disciplinas artísticas y culturales.
	10. Se elabora e implementa una planificación estratégica sostenible a 04 años mínimo, con vinculación al Plan de MKT de la Dirección Turismo comunal.
FINANCIAMIENTO	Municipal + Apalancamiento Privados + Subsidios para Fomento productivo, creativo y cultural.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	El periodo de ejecución se realizará a 4 años mínimo buscando continuidad en el tiempo.
RESPONSABLE	Dirección de Turismo.
ALIANZAS COLABORATIVAS	PROCHILE/CORFO/MINCAP/RELACIONES EXTERIORES/ARTESANÍAS CHILE/DIRAC/CONSULADOS /Agentes, artistas y creativos locales/participación de la quintuple hélice.

EJE ESTRATÉGICO	3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS
Objetivo Estratégico:	4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.
PROGRAMA	6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.
INICIATIVA	19. Revista Puerto Montt Agenda Ciudad.
DESCRIPCIÓN	Se desarrolla un boletín multiformato (adaptable a medios digitales y análogos), que permita comunicar desde una perspectiva cultural, una diversidad de contenidos relevantes, que sean atractivos tanto a la comunidad como a visitantes.
FUNDAMENTACIÓN	<p>En el proceso de diagnóstico del PMC para la comuna de Puerto Montt, se visibiliza la necesidad de reforzar la promoción y difusión de la oferta cultural local, apelando a medios, plataformas y crítica especializada, para el óptimo despliegue de las actividades culturales locales hacia sus públicos.</p> <p>La creación de un medio informativo que incluya noticias, publicidad y programas que fomente la identidad local de cada territorio de la comuna, urbano y rural, son los recursos más valorados por las audiencias globales.</p> <p>Esta iniciativa busca satisfacer, con contenidos atractivos, pertinentes y de calidad, las necesidades del sector y la ciudadanía en líneas de acceso, participación y formación de nuevos públicos.</p>
OBJETIVO GENERAL	Crear un soporte comunicacional que contenga la oferta cultural global de la comuna.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Visibilizar, ante los habitantes de la comuna, la producción artística y a sus creadores, promoviendo la identidad cultural local y su patrimonio.
	2. Crear una revista digital que fortalezca y dé contenido a los canales de comunicación disponibles, promoviendo las actividades o acciones culturales patrocinadas por el municipio en beneficio de la ciudadanía.
	3. Difundir una cartelera trimestral de actividades culturales comunales que incluya la oferta de las redes de colaboradores.
ACTIVIDADES	1. Se conforma un equipo de comunicaciones (editor, periodista, diseñador).
	2. Se procede a la realización de un estudio e investigación de públicos y consumo cultural local (contratación externa).

	3. Se constituye un comité editorial.
	4. Se recopila información en torno a casos de éxito y referentes comunales a nivel nacional e internacional.
	5. Se recopila información en detalle de actividades de redes interinstitucionales y mesas sectoriales y territoriales.
	6. Se diseña y edita la revista digital que incluya entrevistas/artículos/cartelera, principalmente.
	7. Se realiza una publicación trimestral.
FINANCIAMIENTO	Financiamiento municipal + Proyecto de subsidios estatales.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	3 años.
RESPONSABLE	Departamento de Culturas Municipal.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Redes /RR.SS. del municipio/Encargados comunicación municipal por dirección / Delegaciones municipales urbanas y rurales.

EJE ESTRATÉGICO	3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS
Objetivo Estratégico:	4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.
PROGRAMA	6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.
INICIATIVA	20. Web Cultura Puerto Montt.
DESCRIPCIÓN	Se desarrolla una plataforma de promoción y difusión web que contenga a la revista digital agenda ciudad, actividades y eventos culturales, entre otros, y que se vincule con diversos medios de comunicación masivos como plataformas tv y radio.
FUNDAMENTACIÓN	<p>En el documento memoria del proceso de elaboración del Plan Municipal de Cultura, se destaca la necesidad de fortalecer y fomentar la difusión y promoción de las producciones artísticas, artistas consagrados y emergentes, las manifestaciones culturales y sus entornos, todas acciones relevantes para el desarrollo de la comuna. Diversos grupos focales destacan la ausencia y desconocimiento de plataformas que visibilicen de manera integral la programación cultural, formación de audiencias, repositorios de obras e investigaciones sobre arte, cultura y creatividad local. En efecto la Municipalidad no cuenta con un sitio WEB especializado que albergue contenido cultural comunal brindando información pertinente de acciones, actividades, artículos, entrevistas a agentes, agrupaciones, compañías, colectivos, corporaciones, fundaciones, clubes, comités, todas colaboradores del municipio en el desarrollo transversal de la comuna.</p> <p>La iniciativa busca consolidar una plataforma que permita albergar y hacer llegar información ágil y oportuna a distintos públicos objetivos, disponible en cualquier momento y lugar.</p>
OBJETIVO GENERAL	Propiciar una comunidad informada en relación a la actividad cultural local a través de la utilización de diversas estrategias Web.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Aumentar la cobertura para transeúntes, locales y visitantes, facilitando el acceso de información cultural mediante una plataforma virtual.
	2. Crear y mantener una plataforma digital que albergue el quehacer cultural y creativo de la comuna.
	3. Promocionar esta plataforma como una herramienta colaborativa entre el sector cultural, el municipio y la ciudadanía que vincula convocatorias, entrevistas, cartelera semestral, catálogo de productos de artistas y creadores locales, etc.

ACTIVIDADES	1. Se conforma un equipo desarrollador.
	2. Se realiza un levantamiento de requerimientos para la arquitectura de la plataforma.
	3. Se desarrolla la arquitectura y los perfiles de información de la plataforma.
	4. Se contratan los proveedores.
	5. Se lleva a cabo un proceso de investigación de perfiles de usuario (investigación experiencia usuario, públicos específicos).
	6. Se diseña el prototipo del sitio web (versiones de baja, media y alta resolución).
	7. Se realiza la fase de diseño de interfaz visual UI /Aplicación iconográfica /Aplicación de manuales de marca a la identidad visual del sitio.
	8. UX Content: se lleva a cabo el proceso de adecuación de mensajes hacia el público objetivo o usuario.
	9. Testing de diseño de plataforma (A/B TESTING).
	10. Se valida el sitio con grupos focales vinculantes (mesa intersectorial / mesas sectores/Espacios Culturales).
	11. Se realiza el lanzamiento del Sitio web Cultura Municipal.
	12. Se procede a la vinculación entre perfiles como Feriarte/Revista digital/Cartela trimestral/TV municipal/Punto Informativo entre otras.
FINANCIAMIENTO	Fondo Municipal para contratación de servicio externo para la construcción, diseño y validación.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	4 años con seguimiento trimestral y anual de control de gestión y contenidos.
RESPONSABLE	Departamento de Comunicaciones Municipal.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Espacios Culturales comunales y regionales, mesa intramunicipal, mesas sectoriales, actores y líderes relevantes en el territorio comunal, regional y nacional.

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

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potenciar el consumo de la programación con contenido cultural local, educativo y social en un medio televisivo municipal. 2. Incentivar la participación y la colaboración entre instituciones públicas y privadas para la promoción de diversos contenidos programáticos presentes en la comuna. 3. Promocionar y difundir el trabajo de artistas, artesanos/as y productores locales, visibilizando los espacios para su desarrollo presentes en la comuna.
ACTIVIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se contrata personal para conformar un equipo especializado para el desarrollo de la iniciativa (periodista, editor, audiovisual, asistente ejecutivo, asistente técnico). 2. Se implementa un sistema de estudio de audiencia y consumo cultural local. 3. Se redacta y valida un reglamento de funcionamiento. 4. Se crean las pautas con contenido de material audiovisual por medio de diferentes tipos de convocatoria a nivel local y global. 5. Se realizan acciones legales concernientes a la exhibición de contenidos (permisos, autorizaciones de uso, pago de derechos autorales). 6. Se determinan franjas horarias por segmento de público. 7. Se selecciona y contrata a animadores y/o locutores por programa o sección. 8. Se implementa un estudio de grabación (infraestructura). 9. Se realiza la implementación técnica (cámaras, switch, sonido e iluminación). 10. Se procede a la gestión de auspiciadores. 11. Se promocionan y transmiten contenidos.
FINANCIAMIENTO	Municipal y Externa.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	3 años como periodo de ejecución con seguimiento y control semestral y anual.
RESPONSABLE	Departamento de Comunicaciones Municipal.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Red de Medios y prensa regional/Red Espacios Culturales Los Lagos/Mesa Sectorial de Audiovisual/ Red Los Lagos Film Commission.

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

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

EJE ESTRATÉGICO	3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS
Objetivo Estratégico:	4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.
PROGRAMA	6. Promoción y difusión “Cultura Puerto Montt”.
INICIATIVA	23. Red de Colaboración Cultural interregional.
DESCRIPCIÓN	La iniciativa consiste en implementar un plan de intercambio cultural donde artistas y artesanos/as de la comuna de Puerto Montt tendrán la oportunidad de circular con su trabajo mediante presentaciones/exhibiciones fuera de la región.
FUNDAMENTACIÓN	<p>La iniciativa se fundamenta en la necesidad de articular instancias de difusión y circulación de la oferta cultural local en nichos globales. La estrategia busca relacionar a los trabajadores culturales con otros gobiernos locales y espacios culturales, procurando instalar procesos de planificación cultural colectiva.</p> <p>La creación de una Red interregional dependiente del municipio agrega valor a los actores locales a través de la potencialidad de generar ciclos de intermediación cultural a nivel nacional que fortalezcan la circulación de la producción artística con calidad de mercado, incubando procesos para la autogestión sostenible de agrupaciones, compañías, colectivos, logrando que cada artista sea parte de esta experiencia.</p> <p>Vinculación ODS 3,4,5,8,9,11,12 y 17.</p>
OBJETIVO GENERAL	Crear la red municipal de espacios interregionales como una plataforma colaborativa que promueva y promocióne los productos de artistas y artesanos/as locales hacia otras comunas y regiones del país y viceversa.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>1. Facilitar el acceso recíproco a las actividades que las instituciones miembros de la red desarrollen en materia cultural.</p> <p>2. Construir y mantener instancias permanentes de intercambio de información relacionada con el desarrollo del Sector Cultural.</p> <p>3. Coordinar el diseño, implementación y evaluación de acciones que fortalezcan el quehacer de las instituciones miembros de la red en beneficio de la comunidad.</p> <p>4. Difundir a través de sus instrumentos comunicacionales, las actividades que se realicen en virtud de los eventuales convenios de colaboración.</p>

ACTIVIDADES	1. Se elabora un Directorio de entidades/espacios culturales interregionales.
	2. Se formula un diagnóstico para identificar el estado, necesidades y proyecciones artístico-culturales locales de dichas entidades.
	3. Se realiza un levantamiento de aliados estratégicos (instituciones, espacios, corporaciones y/o fundaciones).
	4. Se redactan y firman convenios colaborativos a 02 años.
	5. Se planifican acciones y actividades con los integrantes de la red (circulación de artistas, acceso a mercados, relaciones patrimoniales e intercambio de experiencias).
	6. Se promueve un Programa de Circulación de artistas y/o colectivos locales por las regiones en convenio (acceso, fomento, fortalecimiento).
	7. Ciclo de Charlas Online para agentes, artistas y creativos locales realizado por los líderes estratégicos de la red interregional.
	8. Se ejecuta un programa de promoción y difusión de acciones y actividades colaborativas de la RED.
FINANCIAMIENTO	Municipales y Externo: Circulación artistas locales /operacionales básicos; red/Acceso a Ferias y/o mercados de intereses especiales.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	Periodo de 3 años de ejecución con seguimiento y control semestral.
RESPONSABLE	Departamento de Culturas.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Red Espacios Culturales MINCAP /RED CHILE CULTURA/Red Ecosistema Los Lagos /Centros o Corporaciones culturales Macro zona sur, Medios de Prensa escritos, radiales y digitales presente en la comuna.

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

	4. Implementación de diseño modular.
	5. Contratación de personal a cargo.
	6. Coordinación con proveedores, artistas y artesanías locales.
	7. Selección de ruta, comunas y/o eventos a participar anualmente.
	8. Planificación estratégica semestral/temporada (gestión/administración/finanzas/acciones/criterios e indicadores/comunicaciones).
	9. Se propone y elabora un programa/plan de acción anual.
	10. Se llevan a efecto las alianzas, coordinaciones y permisos correspondientes.
	11. Se realiza la itinerancia.
FINANCIAMIENTO	Municipal (inversión/operacionales/mkt/RR.HH.).
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	3 años.
RESPONSABLE	Dirección de Turismo Municipal.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Departamentos municipales de fomento productivo/Alcaldías/Departamentos y Espacios culturales municipales/RED de municipios.

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

	3. Amplificar el alcance del mercado objetivo.
	4. Gestionar la experiencia y atención al cliente de manera eficiente.
ACTIVIDADES	1. Se somete a consenso una estructura digital comercial colaborativa entre el municipio y los creadores.
	2. Se contrata un proveedor de servicio digital.
	3. Se contrata un servicio de estrategia e-commerce.
	4. Se instala un programa de aceleración de comercio electrónico para artesanos/as, artistas y creadores de la comuna.
	5. Se realiza el lanzamiento y mantención de la plataforma.
	6. Se validan acciones con actores y/o agentes inscritos en la plataforma (experiencia usuario).
	7. Se actualiza el catálogo de venta trimestralmente.
	8. Se implementa un sistema de seguimiento y evaluación.
FINANCIAMIENTO	Municipal.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	4 años con seguimiento y control semestral.
RESPONSABLE	CCPM.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Subdirección de Fomento Productivo. RED INTERREGIONAL /RED DE MUNICIPIOS/RED DE ESPACIOS CULTURALES /RR.SS. MUNICIPALES/WEB TURISMO/PRENSA Y MEDIOS/Relaciones Internacionales municipio/Plataformas de cruceros y operadores turísticos.

EJE ESTRATÉGICO	3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS
Objetivo Estratégico:	4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.
PROGRAMA	7. Mediación Cultural.
INICIATIVA	26. Ciclo de mesas redondas (territoriales) del quehacer cultural local.
DESCRIPCIÓN	La Municipalidad impulsará la constitución de una figura de trabajo en la que representantes del sector público y de la sociedad civil, junto a representantes relevantes del sector cultural y de actividades económicas potencialmente vinculadas, busquen coordinar distintas acciones tendientes a mejorar la cobertura, oportunidad y periodicidad de la oferta, a partir de la orientación consciente y consensuada con los actores culturales locales vinculados al municipio. La instancia permitirá orientar la gestión cultural respecto de temas como los concernientes a la implementación del PMC, su puesta en marcha y seguimiento, el cumplimiento de los acuerdos, objetivos, mercados y argumentos de consumo, entre otras, las que serán validadas en sus sesiones de trabajo.
FUNDAMENTACIÓN	<p>Según la UNESCO "la gobernanza cultural abarca los marcos normativos, las políticas públicas, las infraestructuras, la capacidad institucional y los procesos destinados a fomentar el desarrollo cultural inclusivo, la estructuración de sectores culturales dinámicos y la promoción de la diversidad. La gobernabilidad cultural forja las condiciones propicias en las que se ejercen los derechos culturales que son cruciales para el desarrollo de sociedades pacíficas en las que los individuos tienen la oportunidad de llevar una vida plena y creativa de acuerdo con lo que ellos valoran. Por lo tanto, la gobernanza cultural desempeña un papel fundamental para que la cultura contribuya plenamente al desarrollo humano inclusivo basado en los derechos".</p> <p>En este sentido la iniciativa plantea desarrollar un modelo participativo tomando como referencia el paradigma de la Quintuple Hélice, utilizado en el proyecto europeo Construye 2020+, que convoca a representantes de las áreas Política, Educativa, Económica, Cultural y Medioambiental, en una red de intercambio de conocimiento.</p> <p>Se vincula con los ODS de la agenda 2030: Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico-Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Link consultado y para profundizar: http://construye2020plus.eu/el-proyecto/metodologia-quintuple-helice/</p>
OBJETIVO GENERAL	Integrar modelos de participación en el que vecinos, organizaciones sociales, autoridades, instituciones y el empresariado local reflexionen, opinen, coordinen y validen acciones tendientes a dar sentido a la gestión cultural local.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Sensibilizar respecto del papel de la actividad artístico-cultural como motor generador de riqueza entre los distintos agentes sociales, potenciales y activos, que intervienen en el territorio comunal.
	2. Propiciar la coordinación permanente entre lo público y lo privado a través de instancias de vinculación territorial.

	<p>3. Apoyar y fortalecer el desarrollo de la escena local de arte y cultura para la búsqueda de mejores oportunidades colectivas.</p>
	<p>4. Vincular la participación del sector cultural con el ecosistema regional (quíntuple hélice).</p>
ACTIVIDADES	<p>1. Se lleva a cabo un proceso de activación de mesas territoriales con la participación de organizaciones, JJVV, agentes territoriales, delegados, entre otros.</p>
	<p>2. Se identifican las problemáticas de cada localidad, formulando estrategias de intervención en conjunto con las organizaciones territoriales.</p>
	<p>3. Se proponen mecanismos de articulación sectorial-territorial en lo local para fortalecer el desarrollo de las políticas, planes, programas y proyectos del ámbito cultural en cada localidad.</p>
	<p>4. Promover la articulación entre los planes, programas y proyectos del sector con los planes de acción de la Alcaldía Local y otras entidades con presencia en el territorio.</p>
	<p>5. Se establece una plataforma en línea que reúna indicadores capaces de medir el desempeño del municipio en torno a la implementación del PMC.</p>
	<p>6. Se dispone de un espacio para la publicación de estudios e investigaciones y la participación popular en el debate sobre la cultura en Puerto Montt.</p>
FINANCIAMIENTO	Municipal anual para funcionamiento en gestión y plan de acción.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	3 años con seguimiento y control de gestión trimestral.
RESPONSABLE	Observatorio Municipal.
ALIANZAS COLABORATIVAS	Agentes, artistas, creadores, gestores, mediadores, productores, comunicadores e Instituciones público privadas del sector.

EJE ESTRATÉGICO	3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS
Objetivo Estratégico:	4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.
PROGRAMA	7. Mediación Cultural.
INICIATIVA	27. Formación de audiencias y públicos en la comunidad educativa.
DESCRIPCIÓN	Consiste en realizar distintas actividades artísticas en escuelas y liceos municipales con presencia en diferentes sectores de la comuna, utilizando metodologías de participación activa, en que se pone de relieve el proceso creativo, vinculando a la comunidad con la obra en un enfoque educativo dialógico.
FUNDAMENTACIÓN	<p>La creación y exploración del arte se desarrolla normalmente de manera individual o en grupos afines reducidos. Esta tendencia instala una importante brecha entre el realizador, la obra y el espectador, generando a veces una baja comprensión del mensaje poético, y en consecuencia su baja valoración. A lo anterior se suma el retiro de los Planes y Programas de asignaturas artísticas, complejizando aún más las formas de abordar y comprender los procesos creativos.</p> <p>Se hace necesario entonces que el estudiante en particular, y las personas en general, sean capaces de conocer la obra, no sólo como un fin, sino como un proceso creativo dinámico, desde su fase inicial, experimentación, significación simbólica, materialización, hasta su comunicación.</p>
OBJETIVO GENERAL	Dar a conocer el proceso creativo de una obra artística desde su concepción como idea hasta su materialización final, a través de programas de mediación, visibilizando la relación virtuosa entre educación, arte y cultura.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>1. Conocer, analizar y transformar aspectos técnicos propios de las diferentes disciplinas artísticas, desde la lógica vinculante entre artista-producción-obra-espectador, donde el o la estudiante adquiere conceptos para una comprensión más amplia de una obra o expresión artística.</p> <p>2. Vincular programas de instituciones públicas y/o privadas presentes en la comuna con trayectoria reconocida en formación y segmentación de públicos para la oferta.</p> <p>3. Implementar un programa de educación artística con foco en los 20 establecimientos más vulnerables de la comuna según DAEM.</p> <p>4. Creación de comunidades de audiencias a través de la oferta programática colaborativa comunal para el aumento de consumo cultural local</p> <p>5. Difundir y promocionar el trabajo de construcción de proyectos de cada mesa sectorial.</p>

ACTIVIDADES	1.- Se diseña, en conjunto con el comité consultivo, el currículo de formación y mediación de público.
	2. Se proyectan circuitos artísticos en diferentes barrios de la comuna.
	3. Se realiza la convocatoria a mediadores en todas las disciplinas artísticas con presencia en la comuna.
	4. Implementación de Programa de Educación Artística en establecimientos municipales que fortalezcan currículum escolar, priorizando la participación de los 20 establecimientos con mayor índice de vulnerabilidad de la comuna.
	5. Programa de mediación en artes visuales.
	6. Diseño en implementación Programa Escuela de Espectadores.
	7. Programa de extensión con actividades de alta complejidad masiva fomento y usos de espacios públicos.
	8. Creación del encuentro comunal de Educación Artística.
	9. Creación de programas especializados de mediación cultural dirigidos y diseñados para segmentos históricamente postergados (mujeres, disidencias, adulto mayor/niñez).
	10. Facilitar los procesos para el desarrollo de actividades locales de formación, creación, producción y exhibición garantizando el acceso a la infraestructura pública.
	11. Conformación de RED de agentes mediadores en arte y cultura comunal.
	12. Conversatorios previos y posteriores, vinculando directamente a la comunidad con el artista para generar una experiencia significativa.
FINANCIAMIENTO	Financiamiento Municipal a través de DAEM/DEPTO CULTURA/DIDECO.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	3 años de ejecución con seguimiento y control anual de la producción y gestión.
RESPONSABLE	DAEM.
ALIANZAS COLABORATIVAS	DAEM SEP/ MUNICIPIO / Agrupación ETE/FUNDACIÓN TERRITORIO TEATRAL/BAJ LOS LAGOS/ESPACIO FLOR DE AGUA/ULA/UACH/CCPM/BIBLIOTECA Regional/Museo Histórico/Ayahué/Jardín infantil Flores del Valle /MINCAP/AGAP/KIMUN MAPU/BIBLIOTECA MATÍAS YURASZECK/Delegaciones urbanas y rurales.

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

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

EJE ESTRATÉGICO	3. CONSUMO CULTURAL- AUDIENCIAS
Objetivo Estratégico:	4. Facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales locales.
PROGRAMA	7. Mediación Cultural.
INICIATIVA	29. Carnaval de las Artes.
DESCRIPCIÓN	Se realiza una actividad anual en el espacio público, en formato Carnaval, que considera la exposición de diferentes manifestaciones artísticas y culturales presentes en la comuna de Puerto Montt.
FUNDAMENTACIÓN	<p>Es fundamental crear espacios de exhibiciones artísticas en espacios públicos, para facilitar el acceso a los habitantes de la comuna, creando por sobre todo, vínculos entre los artistas locales y la comunidad. En este sentido el Carnaval se presenta como un fenómeno social e histórico que combina música, danza, rituales, disfraces, procesiones y espectáculos. Lo común es el pluralismo cultural. El Carnaval puede considerarse patrimonio cultural intangible o inmaterial, ya que comprende tradiciones o expresiones vivas actuales y heredadas de los antepasados siendo potente un factor de mantenimiento de la diversidad y de la identidad cultural.</p> <p>El despliegue de estas actividades requiere de hacer confluir energías de distintas áreas y disciplinas, como la planificación, la gestión y la producción, principalmente para potenciar su impacto económico local, conseguir financiación privada, lograr sostenibilidad y superar problemas de aprovechamiento de espacios de mercado para distribución de la oferta artística cultural.</p> <p>El desafío actual es que estas manifestaciones no caigan en la mera puesta escénica espectacular de una sociedad que tiene numerosas identidades dentro de un espacio multicultural que parece alejarse de las raíces originarias.</p> <p>Vinculación ODS 3,4,5,8,9,10,11,12,16 y 17.</p>
OBJETIVO GENERAL	Contribuir a reforzar el tejido social comunal, democratizando el acceso público a obras de arte de calidad con contenido de identidad como refuerzo a las manifestaciones culturales y patrimoniales propias del territorio.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>1. Fortalecimiento de la cultura local en relación con el turismo, economía y formación de audiencias.</p> <p>2. Vinculación explícita entre Arte, Espacio Público y Sociedad.</p> <p>3. Propiciar el desarrollo integral de las muestras de los/las artistas involucrados, considerando sus etapas de creación, producción, difusión y promoción, y circulación del CARNAVAL de Puerto Montt.</p> <p>4 Generar alianzas con diversos actores multisectoriales para reconocer colectivamente el valor agregado de la realización de esta manifestación cultural de gran envergadura.</p>

ACTIVIDADES	1. Se realiza una planificación estratégica para el Carnaval de carácter masivo y de gran envergadura.
	2. Se procede a la contratación de equipo realizador y artistas, resguardando el % de participación a convenir de oferentes con residencia en la comuna de Puerto Montt.
	3. Se elabora y ejecuta un plan de medios estratégico en sintonía con el Plan de MKT de turismo de la comuna.
	4. Se desarrolla un trabajo de vinculación con agrupaciones, colectivos, corporaciones, fundaciones y compañías que tengan producción en temáticas artísticas, creativas, culturales, medio ambientales y tecnológicas.
	5. Vinculación con establecimientos escolares que cuentan con programas de Educación artística en la comuna.
	6. Complementar el día D con una feria/mercado creativo local instalado en el centro histórico fortaleciendo la economía creativa local.
	7. Se define Plan de Acción consignando la ruta y locaciones en espacio público, procurando resguardos, requerimientos y permisos correspondientes.
	8. Se establecen indicadores de medición del impacto de la actividad con su seguimiento correspondiente
	9. Se realiza el Carnaval considerando extensión de oferta programática en los sectores de Mirasol y Alerce.
	10. Se procede al ejercicio de evaluación y elaboración de informe de gestión y resultados.
FINANCIAMIENTO	Municipal y Externos.
PERÍODO DE GESTIÓN Y EJECUCIÓN	A 4 años con seguimiento y control anual para la ejecución.
RESPONSABLE	Departamento de Culturas.
ALIANZAS COLABORATIVAS	CCPM., Museo Histórico, DAEM, Dirección de Turismo, restaurantes y alojamientos, delegaciones municipales, Gobernación regional, DIMAO, Carabineros, seguridad municipal, agrupaciones, colectivos y compañías locales y nacionales.

ANEXO:

Glosario

1. **Actores culturales:** Representantes del mundo cultural que trabajan en la cultura y para la cultura.
2. **Alianzas estratégicas:** pacto que establecen organizaciones u otras entidades para trabajar en conjunto y así lograr que cada una pueda alcanzar sus objetivos. Se trata de una metodología de cooperación para alcanzar metas que de manera individual es menos factible.
3. **Artista:** es la persona que crea o produce obras de arte. Pueden coincidir en el mismo sujeto las capacidades del autor y artista, por supuesto. Persona que estimula, que ve para arriba y se inspira en la luna, gente que sabe de cultura, que saben encontrar el destello en su locura. De igual manera, un pintor o un escritor, reúne ambas cualidades. Lo que se entiende por artista proviene de la familia léxica de la palabra: arte (del latín ars, artis, y este calco del griego τέχνη (téchne))
4. **Beneficiario:** es aquella persona natural o jurídica a la cual se le transfiere un bien o determinadas facultades sobre un activo. Esto, con base en un documento con sustento legal.
5. **Circulación:** En uso, en vigencia, difundándose. Proceso de difundir y promover.
6. **Ciudadanía:** (del latín civitas, ciudad) refiere a todos los derechos y obligaciones por los cuales un individuo (el ciudadano) está sujeto a una relación con la sociedad de la que forma parte. La cualidad de ciudadanía otorga la pertenencia a una comunidad humana organizada.
7. **Colaboración:** es la acción y efecto de colaborar. Este verbo refiere a trabajar en conjunto con otra u otras personas para realizar una obra.
8. **Comercialización:** es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor.
9. **Comunidad:** (del latín communitas, -ātis) es un grupo de seres humanos que tienen ciertos elementos en común, tales como el idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio, por ejemplo), estatus social o roles.
10. **Consumidor:** es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad.
11. **Creación:** acción y efecto de inventar, establecer o instituir algo que anteriormente no existía ni posee antecedentes. La palabra creación deriva del latín creatio.

12. **Cultura:** *“abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social.”*⁶
13. **Demandante:** es aquella persona o empresa con interés en adquirir un bien o servicio. Ello, con el objetivo de cubrir una necesidad insatisfecha.
14. **Derechos de Propiedad Intelectual:** La propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a los autores y a otros titulares (artistas, productores, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación.
15. **Difusión:** es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín *diffusio*, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.
16. **Disciplinas artísticas:** Las artes creativas a menudo son divididas en categorías más específicas, como las artes decorativas, las artes plásticas, las artes escénicas o la literatura.
17. **Economía local:** El objetivo del desarrollo local y de su economía, es construir las capacidades institucionales y productivas de un territorio determinado a fin de mejorar su futuro económico y calidad de vida de sus habitantes.
18. **Educando:** Adjetivo/ Que está recibiendo educación.
19. **Equipo de trabajo:** grupo de personas naturales y/o jurídicas que participan en un proyecto.
20. **Holístico:** indica que un sistema y sus propiedades se analizan como un todo, de una manera global e integrada, ya que desde este punto de vista su funcionamiento sólo se puede comprender de esta manera y no sólo como la simple suma de sus partes.
21. **Identidad cultural:** se refiere precisamente a todo ese conjunto de valores, creencias y modos de comportamiento que funcionan como factor cohesionador de un grupo de personas y que les brinda a los individuos un sentido de pertenencia.
22. **Innovación:** es un proceso que introduce novedades y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos.
23. **Integración social:** es el proceso durante el cual los recién llegados o las minorías se incorporan a la estructura social de la sociedad de acogida. Se entiende por integración social las acciones que posibilitan a las personas que se encuentran en la marginación a participar del nivel mínimo de bienestar social alcanzado en un determinado país.
24. **Intermediación:** es el proceso mediante el cual, un agente, el cual recibe el nombre de intermediario, se encarga de vincular, o comunicar, a dos, o más, partes interesadas en realizar una transacción o negociación.

⁶ García Canclini, Néstor, 1997, “Cultura y Comunicación: Entre lo Global y lo Local”, Pág.35.

25. **Intersectorialidad:** Tanto el diseño como la implementación de la política cultural es asumida por distintos servicios, ministerios e instituciones públicas de manera coordinada.
26. **Iteración:** Replicar, repetición o reiteración. Es el acto de repetir un proceso, para generar una secuencia de resultados (posiblemente ilimitada), con el objetivo de acercarse a un propósito o resultado deseado.
27. **Manifestación cultural:** son todas las expresiones y sentimientos que reflejan la identidad cultural, social y los valores de una comunidad, que son comunicadas y transmitidas de una generación a otra. Para comprender el concepto de manifestaciones culturales debe hacerse referencia a dos términos claves: cultura e identidad cultural.
28. **Medios:** Medio (la forma singular de medios) es el conjunto de salidas o herramientas de comunicación que se usan para almacenar y para proporcionar información o datos. Puede estar asociado con comunicación de medios, o comunicación en masa especializada en negocios, así como: media impresa y prensa, fotografía, publicidad, cine, radiodifusión (radio y televisión) y ediciones.
29. **Oferente:** aquella persona o empresa que brinda un producto o servicio, normalmente, con el objetivo de obtener ganancias.
30. **Participación ciudadana:** es la intervención de la ciudadanía en la toma de decisiones respecto al manejo de los recursos y las acciones que tienen un impacto en el desarrollo de sus comunidades. Es un legítimo derecho de los ciudadanos y para facilitarles, se requiere de un marco legal y de mecanismos democráticos que propicien las condiciones para que las personas y las organizaciones de diversos sectores de la sociedad hagan llegar su voz y sus propuestas a todos los niveles de gobierno.
31. **Producción artística:** hace referencia al esfuerzo para poder coordinar ciertos procesos que nos llevan a producir trabajos.
32. **Promoción:** Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.
33. **Sostenibilidad:** se refiere a algo que está en condiciones de conservarse o reproducirse por sus propias características, sin necesidad de intervención o apoyo externo. El término puede aplicarse sobre diversas cuestiones: métodos productivos, procesos económicos, culturales, entre otros.
34. **Sustentabilidad:** es un término ligado a la acción del ser humano en relación con su entorno. Está ligada al equilibrio de cualquier especie en particular con los recursos que se encuentran en su entorno. En 1987, se realizó el Informe Brundtland, dentro de la acción de Naciones Unidas, y que la definió como la capacidad de satisfacer necesidades de la generación humana actual sin que esto suponga la anulación de que las generaciones futuras también puedan satisfacer las necesidades propias.

35. **Territorio Cultural:** Para la Cartografía, la mirada debe reconocer el espacio donde la actividad cultural se desarrolla, ya que éste impregna todo quehacer cultural con ciertos matices propios, derivados de su geografía, de su historia, de las características sociales y económicas, y en particular de los imaginarios sociales compartidos.
36. **Usuario:** aquel individuo que utiliza de manera habitual un producto, o servicio.
37. **Valor agregado:** es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor comercial dentro de la percepción del consumidor.