



**UNIVERSIDAD DE VALPARAISO  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
CARRERA DE GESTIÓN EN TURISMO Y CULTURA**

**ESTUDIO Y PROPUESTA DE GESTIÓN EN MUSEOS DE LA COMUNA DE  
VALPARAÍSO**

**“Por el rescate de la historia y el patrimonio de la Ciudad Patrimonio de la Humanidad”**

**ALUMNA: XIMENA ANDREA BELMAR URIBE  
PROFESOR GUÍA: MARÍA SOLEDAD OSTRIA**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRADOR TURÍSTICO CULTURAL Y EL GRADO DE LICENCIADO EN  
TURISMO Y CULTURA**

**2011**

*“Dedicado a mis padres, las personas más importante en mi vida, quienes con su comprensión, sacrificio y amor me han apoyado en este largo camino de aprendizaje, lo cual me ha ayudado a desarrollar mis habilidades y competencias, disfrutando la vida al máximo, siempre con respeto, esfuerzo y amor”.*

*Gracias eternamente*

## INDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>viii</b>

### **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

1.1 Planteamiento de la Problemática .....	1
1.2 Presentación Idea de Proyecto .....	3
1.3 Objetivos .....	4
1.4 Finalidad del Proyecto .....	5
1.5 Marco Teórico.....	6
1.5.1 ¿Qué son los Museos yCuál es su importancia? .....	6
1.5.2 ¿Qué es la Gestión de Museos?.....	8
1.5.3 Modelos de Gestión de Museos en Chile.....	10
1.5.4 Marco Conceptual .....	11
1.5.5 Historia de los Museos .....	13
1.5.6 Clasificación de Museos .....	17
1.5.7 Organizaciones y Redes de Museos.....	17
1.5.8 Formas de Gobiernos de los Museos .....	24
1.5.9 Administración de los Museos de la Comuna de Valparaíso.....	25

## **CAPÍTULO II: SITUACIÓN CONTEXTUAL DEL ESTUDIO Y PROYECTO**

2.1 Institucionalidad Cultural de Chile .....	26
2.2 Administración Cultural de la Comuna de Valparaíso .....	28
2.3 Política Cultural de Chile.....	30
2.3.1 Política Cultural 2011-2016.....	30
2.4 Consumo Cultural .....	31
2.5 Museos y Turismo Cultural.....	34
2.6 Museos y Comunidad .....	36
2.7 Audiencia a Museos.....	37
2.8 Valparaíso .....	39
2.8.1 Historia de Valparaíso.....	39
2.8.2 Análisis Territorial .....	40
2.8.3 Análisis Sectorial .....	41
2.9 Museos de Valparaíso .....	43
2.9.1 Ficha de Cada Museo de la Ciudad de Valparaíso.....	43
2.9.2 Matriz Selección de Museos a Intervenir.....	56
2.10 Encuesta y Análisis Museo Organológico .....	66

### **CAPÍTULO III: PROPUESTA DE GESTIÓN**

3.1 Propuesta de Gestión para el Museo Organológico de Valparaíso. ....	75
3.2 Definición Museo Privado .....	75
3.2.1 Modelo de Gestión de Museo Privado .....	75
3.3 Situación Actual Museo Organológico. ....	77
3.3.1 Antecedentes Históricos.....	77
3.3.2 Misión, Visión y Objetivos .....	78
3.3.3 Localización.....	79
3.3.4 Público Objetivo .....	80
3.3.5 Recurso Humano.....	81
3.3.6 Difusión.....	82
3.3.7 Servicios.....	83
3.3.8 Programación y Actividades .....	83
3.3.9 Valores y Horarios .....	83
3.3.10 Financiamiento.....	83
3.3.11 Infraestructura .....	84
3.3.12 Colección de Instrumentos.....	85
3.4 Situación con Proyecto .....	86
3.4.1 Características Generales .....	86
3.4.2 Misión, Visión y Valores .....	87
3.4.3 Objetivos Estratégicos .....	88
3.4.4 Localización.....	88
3.4.5 Oferta Museística .....	90

## **CAPÍTULO IV: COSTOS Y FINANCIAMIENTO**

4.1 Estudio Financiero .....	118
4.1.1 Presupuesto del Museo .....	118
4.1.2 Inversión Inicial Requerida para el Proyecto .....	119
4.1.3 Ingresos .....	120
4.1.4 Costos Fijos.....	123
4.1.5 Costos Variables .....	126
<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>129</b>
<b>PROPOSICIONES DE FUTURAS INVESTIGACIONES .....</b>	<b>130</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>131</b>

## RESUMEN

Valparaíso, ha sido un atractivo polo del desarrollo turístico cultural, desde que el año 2003 la UNESCO lo nombró Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad, desde éste nombramiento diversos entes públicos y privados han trabajado en el impulso de proyectos que permitan potenciar y mantener tal denominación en el tiempo.

Dentro de las entidades que juegan un rol importante en la cultura de la ciudad se encuentran los museos *“Instituciones permanentes, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo”*.<sup>1</sup>

Es por esto que se toman los museos como foco de análisis, y nace el presente proyecto de título *“Estudio y Propuesta de Gestión en Museos de Valparaíso”*, el cual apela a mejorar algunos de éstos espacios de gran riqueza histórica patrimonial, con el objeto de realzar y reactivar la cultura local, ésta es una propuesta de gestión clara, que permite sentar las bases de gestión en un museo que sea un aporte significativo en la ciudad y requiera esta reactivación y vínculo con la comunidad.

En consideración a estos requisitos planteados, la aplicación de esta propuesta se orientó en apoyar la gestión del Museo Organológico, creado por el Organólogo Fernando Ramírez, quien durante años ha reunido más de 600 instrumentos musicales de diferentes partes del mundo, que por algún motivo llegaron a las costas de Valparaíso. Éste es un gran patrimonio que permite el conocimiento de diversas culturas, la historia y uso de cada instrumento, así también el legado que éste entrega a la sociedad. Por estas razones que el proyecto a través del planteamiento de actividades, difusión, redistribución de sus salas, contribuye al impacto con la comunidad, al aumento gradual de audiencia y a la proyección de ser un centro de información y educación cultural.

Palabras claves: Cultura - Museos - Gestión - Valparaíso

---

<sup>1</sup> [www.icom-ce.org](http://www.icom-ce.org)

## ABSTRACT

Valparaiso has been an attractive pole of cultural and touristic development, since in 2003; UNESCO called it Heritage and Cultural City of the Humanity. Since the designation different entities between publics and privates has worked in the promotion of projects that allowed upgrading and keeping this designation in the time.

Among the entities which play a main role in the culture of the city there are the museums, *“Instituciones permanentes, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo”*.<sup>2</sup>

For this reason the museums are taken as focus of analysis, with the aim of create a project that covers those necessities of Valparaiso, is in this way that begin the present senior project “Study and Proposal of Museum Management in Valparaiso”, which appeals to improve some of these places of rich historical heritage, with the aim of enhance and reactivate the local culture, this is a clear proposal of management, that allows to lay the groundwork of management in a museum which be a significant input in the city and that requires this reactivation and link with community.

Considering the requirements set, the application of this proposal was orientated in support the management of the “Museo Organológico”, created by the organological Fernando Ramírez, who for years has collected more than 600 musical instruments from different parts of the world, which for some reason arrived in the coasts of Valparaiso. This is a huge heritage that allows the knowledge of diverse cultures, the history and use of every instrument, and also the legacy that this gives to the society. For this reason that the project through different activities, diffusion and redistribution of its rooms, contributes to the impact of the institution in the community, generate gradual increase of audience and being projected as a center of cultural education and information.

Words keys: Culture, Museum, Management, Valparaíso.

---

<sup>2</sup> [www.icom-ce.org](http://www.icom-ce.org)

## INTRODUCCIÓN

Al pasar el tiempo los museos de todo el mundo han ido cambiando sus objetivos, y sus directrices, desde ser espacios de resguardo de objetos patrimoniales a ser centros de educación e información

Sin duda Chile no se ha quedado atrás, por lo que actualmente podemos decir que existen museos de diversas temáticas y administración, lo que demuestra el amplio desarrollo cultural que ha logrado el país en este último tiempo. Sin embargo esto no quiere decir que todos funcionen de manera exitosa, ya que en muchas regiones existen museos que han sido abandonados por diversos motivos, como la falta de gestión, lo que ha llevado a que entes públicos y privados se organicen con el fin de rescatar y conservar dichos espacios.

Es principalmente en Valparaíso, Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad, en donde se ha experimentado este progresivo abandono de sus instituciones museísticas, lo que se observa a través del gran número de museos existentes, de los cuales sólo unos pocos funcionan exitosamente.

Son todos éstos factores los que dejan en evidencia la necesidad de desarrollar propuestas de gestión para estas instituciones, con el objeto de reactivar su rol de centros de educación e información, abrirlos a la comunidad dando la oportunidad de conocer las colecciones resguardadas, contribuir al aprendizaje a través de diversas actividades y generar un aumento gradual de audiencia en los museos.

De tal manera, es que por medio de un estudio y análisis de la situación actual de éstos, se selecciona el Museo Organológico, para el desarrollo de una propuesta de gestión. Pues éste museo conserva una gran colección de instrumentos musicales del mundo, que llegaron a Valparaíso entre los siglos XIX y XX, riqueza que se encuentra albergada en este espacio.

Como valor agregado de este proyecto, es que se pretende la generación de redes entre los museos de la comuna, potenciar los atractivos que se encuentran aledaños a la institución, posicionar a los museos como una oferta cultural de la ciudad, y ser centros abiertos a la comunidad transmitiéndoles el legado de sus antepasados.

**Estudio y Propuesta de gestión en Museos de la Comuna de Valparaíso**  
*“Por el rescate de la historia de la Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad”*

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Planteamiento de la Problemática**

*“El museo no es sólo un lugar para la conservación, la educación, la investigación y el esparcimiento, sino también el exponente de cómo una sociedad se contempla a sí misma, cómo comprende su origen y su historia y cómo entiende el universo.”<sup>3</sup>*

Las principales falencias de los museos chilenos, comunes al general de los museos latinoamericanos, son primordialmente producto de:<sup>4</sup>

- **Falta de gestión**
- Infraestructura/Espacio,
- Recursos económicos y humanos,
- Capacitación,
- Falta de interés,
- Falta de iniciativa
- Falta de prioridad política y apoyo hacia éste tipo de instituciones.

De acuerdo a lo anterior es que se reconoce como la problemática principal del estudio de éste proyecto la falta de gestión en algunos de los museos de Valparaíso.

La propuesta consiste en generar un plan de gestión para algunos de los Museos de la Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad Valparaíso, con la clara intención de contribuir en el desarrollo cultural de la comunidad y así ser un aporte en la recuperación del patrimonio histórico de la ciudad, como dice la profesora Eilean Hooper - Greenhill<sup>5</sup>, *“Los museos se encuentran en un momento decisivo de su historia. Para garantizar su supervivencia en el próximo siglo, los museos han de demostrar que tienen un valor social, es decir, han de mejorar su función de servicio público con un mayor conocimiento de las necesidades de sus visitantes y una mayor voluntad de ofrecer experiencias gratificantes y útiles”*.

Es por esto que mediante el previo estudio del proyecto se tiene como objetivo primordial el reactivar, revitalizar y lograr ser una contribución para el desarrollo cultural de la comunidad.

---

<sup>3</sup> Muñoz Cosme, Alfonso. *Los espacios de la mirada. Historia de la arquitectura de museos*.

<sup>4</sup> Doctora María Eugenia Solari. *Hacia la construcción de Museos Comunitarios*.

<sup>5</sup> Profesora de Estudios de Museos de la Universidad de Leicester.

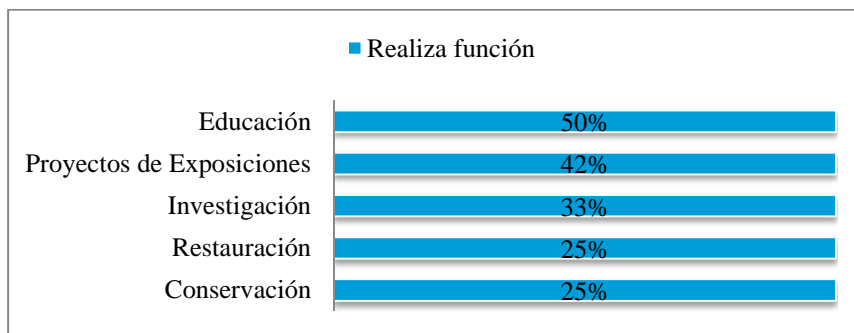
Lo que conlleva a generar un mayor trabajo en lo que respecta a las funciones de gestión que sustentan los museos, entre las que se destacan las actividades de conservación y restauración de las exhibiciones, actividades de investigación y documentación, el desarrollo de proyectos vinculados a las exposiciones, la función educativa y por último la administración, estas son las funciones principales a desarrollar por cualquier museo.

Figura de las Funciones de Museos



Fuente: Manual de Gestión de Museos, Adaptación Propia.

Funciones Propias de los Museos (en %)<sup>6</sup>



Según el gráfico se puede destacar que el 75% de los Museos no desarrolla actividades de conservación y restauración, el 64% no realiza investigaciones ni documentación, el 58% no desarrolla proyectos de exposiciones y el 50% no ejecuta acciones como complemento del desarrollo educativo.

Puesto que las instituciones ejecutan sólo algunas de sus funciones (muchas veces no realizan ninguna de éstas), esto trae como consecuencia la baja audiencia tanto de turistas como de propios habitantes de la ciudad, dado que según la encuesta de consumo cultural del país, la

<sup>6</sup> Licenciada Sandra Rapetti. Gestión, Financiamiento y Administración de Museos Privados.

visita a museos es la actividad cultural más baja dentro del territorio nacional, lo cual mostrada en cifras, es un 7,6 %<sup>7</sup> de visitas en las regiones de Chile.

Por lo tanto es necesario desarrollar nuevas propuestas de gestión que sean fructíferas en el desarrollo social de cada comunidad, y así mismo permitir dejar atrás su relación conceptual con objetos viejos y lugares pasivamente solitarios. Es importante reconocer estos espacios por su gran riqueza histórica cultural y por constituir centros de educación e información.

Valparaíso Ciudad Patrimonio de la Humanidad, necesita dar muestras de progresos en el ámbito del patrimonio cultural; claramente se puede observar en el mal estado de los museos. Muchos se encuentran cerrados debido a los daños causados por el terremoto del pasado 27 de febrero del 2010 y algunos carecen de exposiciones.

El descuido se observa tanto internamente como en el entorno en que se emplazan, muchos no presentan una gestión en cuanto al desarrollo de vínculos con la comunidad, no realizan actividades, talleres, no se difunden ni promocionan, muchos no cuentan con sitios en internet y medios de redes sociales como; Página Web, Facebook, Twitter, entre otras, esto provoca la baja audiencia, y los que cuentan con plan de gestión no han sido renovados.

Actualmente los Museos necesitan un plan de gestión que contemple diversos factores como; un servicio de calidad al visitante, personal calificado para realizar el trabajo, guías que manejen dos idiomas como mínimo, pedagogos que desarrollen metodologías que permitan asegurar el aprendizaje de la información proporcionada, equipamiento necesario, buena señalética, folletería, audio guías, espacios para la investigación, guardarropa, cafetería, baños, tienda de souvenir, infraestructura adecuada para la realización de cursos, talleres, seminarios, foros, encuentros, otros, para poder trabajar con la ciudadanía de distintas etapas; escolares, adultos mayores, universitarios, padres de familia, profesionales, entre otros, estas son sólo algunas de las necesidades que deben cubrir los museos en la Ciudad y son los requisitos mínimos con las que debiera contar un museo para entregar una experiencia inolvidable que deje al visitante con la motivación de conocer, aprender, volver y recomendarlo.

## **1.2 Presentación Idea de Proyecto**

El propósito de realizar el “Estudio y Propuesta de gestión en Museos de la Comuna de Valparaíso” es desarrollar el trabajo con la comunidad en museos donde se necesite y permita mejorar y propiciar el vínculo con la ciudadanía, es una propuesta de gestión clara y simple donde el presente proyecto de titulación, consiste en la elaboración de un sustento o una base metodológica implementada principalmente en algún(os) museo(s) de la Comuna de Valparaíso,

---

<sup>7</sup> Encuesta Nacional de participación de consumo cultural 2009

sin embargo no se descarta la posibilidad de implementarlas en otras ciudades de Chile que manifiesten necesidades y falencias similares.

Entendiendo por:

Museo: *“Institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.”*<sup>8</sup>

Gestión: *“Realización de diligencias enfocadas a la obtención de algún beneficio, tomando a las personas que trabajan en la compañía como recursos activos para el logro de los objetivos”*<sup>9</sup>

La propuesta consiste en sentar las bases para la reactivación y revitalización de estos espacios de gran importancia histórica, patrimonial y cultural para la comunidad porteña, potenciando su rol de centros de educación e información cultural, convirtiéndolos en polos del desarrollo de diversas actividades y manifestaciones artísticas culturales que a su vez consigan el rescate de la identidad, del patrimonio material e inmaterial de Valparaíso, donde el receptor principal será la ciudadanía.

Éste proyecto estará destinado a la comunidad entregándoles espacios que respondan de forma directa a la solución de un problema actual.

### **1.3 Objetivos**

General:

- Crear una propuesta de gestión para reactivar y revitalizar los museos de Valparaíso, mediante un estudio de éstos, con el fin de potenciar el rol de los museos como centros de educación e información cultural.

Específicos

- Generar propuestas de gestión que sirvan como sustento del funcionamiento permanente de los Museos.
- Fortalecer el rol educativo de los Museos de la Comuna de Valparaíso.
- Generar condiciones que permitan un aumento gradual de la audiencia de estas instituciones.

---

<sup>8</sup> ICOM (Consejo Internacional de Museos)

<sup>9</sup> [www.gestionyadministracion.com](http://www.gestionyadministracion.com)

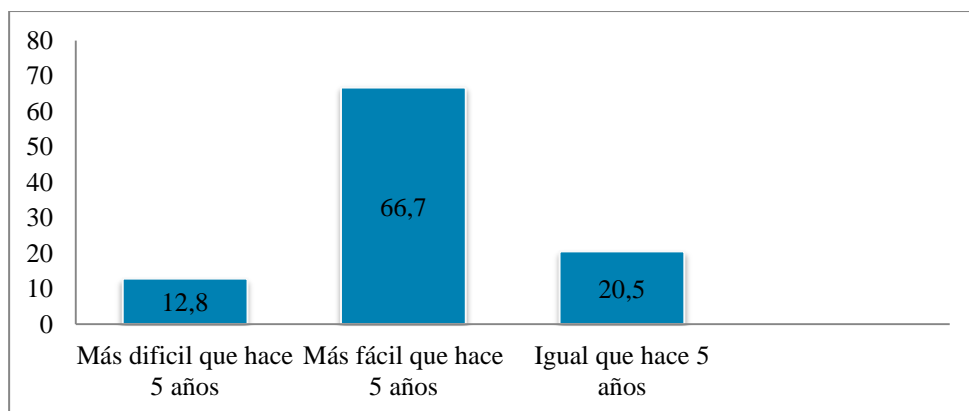
#### 1.4 Finalidad del Proyecto

La Finalidad del proyecto apunta a la capacidad de que un museo cumpla su rol de ser un centro de educación e información cultural, paralelamente a la colección permanente que éste resguarda, aportando las herramientas necesarias para contribuir en el desarrollo de una comunidad, desarrollando conciencia social en relación a la recuperación histórica, cultural e identidad, reconociendo el patrimonio material e inmaterial existente en la Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad Valparaíso.

Para lograr los objetivos propuestos en este proyecto se necesita principalmente que los museos tengan un área administrativa potente que logre un desarrollo equilibrado de las distintas funciones que éstos tengan, es por ello necesario contar con profesionales de distintas áreas como Profesores, Museólogos, Diseñadores, Gestores Culturales, Guías, entre otros, para así lograr el complemento ideal en la gestión de los Museos, siempre apuntando a los objetivos previamente planteados.

Para que el proyecto sea viable es de suma importancia conocer el comportamiento de la población respecto al consumo cultural, de esta forma poder implementar de manera correcta las Propuestas de Gestión que necesitan los Museos para interactuar con la Comunidad y poder alcanzar los objetivos. Dicha información se obtiene de la encuesta de consumo cultural (2009).

Percepción del acceso a la Cultura



**Fuente: Encuesta Consumo Cultural 2009, Adaptación Propia**

En el gráfico anterior se puede observar que el acceso a la cultura es mucho más fácil que hace unos 5 años atrás, lo que significa que el proyecto beneficia y aporta positivamente al desarrollo de la Cultura en la Ciudad y en el País.

## 1.5 Marco Teórico

### 1.5.1 ¿Qué son los Museos yCuál es su importancia?

*“Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.”<sup>10</sup>*

*“Son espacios donde las comunidades guardan la memoria de su pasado, se encuentran con su presente y se proyectan hacia el futuro. Son el espejo de su quehacer espiritual, social, económico, político y artístico y donde el patrimonio adquiere significado”<sup>11</sup>*

Según las definiciones declaradas por ICOM y por la Subdirección Nacional de Museo, se puede inferir que los museos son espacios que resguardan el patrimonio histórico y cultural de una comunidad, para preservarlos, estudiarlos y enseñarlos a la sociedad, lo que permite conocer el pasado, entender el presente en que vivimos y poder proyectarnos al futuro.

Los museos nacen en honor a las Musas, deidades que fueron representativas de las Ciencias y las Artes. Desde entonces se llamaron Museos, a los establecimientos dedicados a conservar los objetos de valor histórico, cultural y docente, para el estudio de la ciencia, la técnica o el arte.

La importancia de los museos toma fuerza a partir del Siglo XVII, desde entonces los Museos han sido considerados como instrumentos pedagógicos para la formación de los estudiantes, en los diferentes niveles de su formación. La misión educativa del museo, sea del tipo que sea, es complementaria del estudio científico.

Sin embargo los museos son ante todo un instrumento de salvaguardia y preservación del patrimonio, estos expresan una relación con el pasado que da prioridad a las huellas materiales dejadas por nuestros antepasados que con el paso del tiempo, se han convertido en un auténtico patrimonio cultural que hay que proteger y conservar para salvaguardar la memoria colectiva de los pueblos, de allí proviene la importancia de salvaguardarlos. *“De este modo, los bienes culturales se convierten en auténticos documentos patrimoniales que testimonian cómo se ha ido conservando la memoria histórica, al mismo tiempo que nos invitan a poner todo nuestro empeño en seguir conservándola”<sup>12</sup>*

---

<sup>10</sup> [www.icom-ce.org](http://www.icom-ce.org)

<sup>11</sup> Definición dada por la Subdirección Nacional de Museos. [www.dibam.cl/subdirec\\_museos/](http://www.dibam.cl/subdirec_museos/)

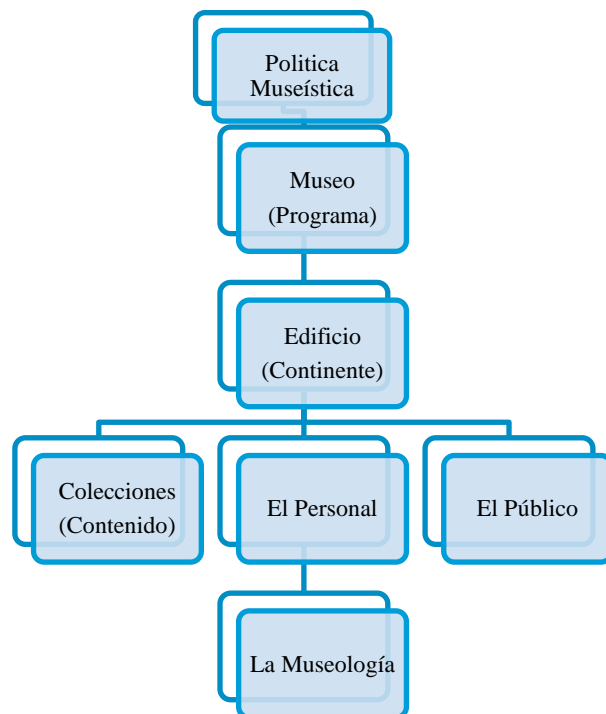
<sup>12</sup> Montaner, Josep María. (2003) *Museos para el siglo XXI*. Barcelona.

Caracterizados por una doble responsabilidad: la de preservar la integridad del objeto como elemento de nuestro patrimonio y la de contribuir a la evolución de la sociedad, labor que debe realizar a través de la misión educativa.

*“Los museos exhiben el patrimonio de tal manera que contribuyen al proceso de constitución de la nación –creando una idea de “madre patria”- “convirtiéndose así en una especie de sitio virtual al servicio de la necesidad de la nación de un posicionamiento político y un imaginario; es decir los museos pueden tener una influencia sobre la gente en las esferas de lo político, lo económico y lo psicológico, en este sentido los museos sirven al proceso de construcción de la idea de nación y su imaginario”.*<sup>13</sup>

Para que cada museo cumpla su misión supone que va a depender de la política museística que exista en el país. Dicha política museística incidirá en la orientación y funcionamiento de la institución y en su proyección social. Para que ésta sea alcanzable, será necesaria una dotación de medios humanos, materiales y financieros sin los cuales no puede llevarse a cabo esta labor. Dentro de esta política museística el museo se concibe como la suma de contenidos (colecciones), continente (edificio), personal interno (especialistas, administrativos, técnicos, subalternos, etc.) y externo (público).

Los elementos constitutivos de un museo:<sup>14</sup>



**Fuente: Creación Propia, adaptado del Manual de gestión de museos, Lord Barry.**

<sup>13</sup> Óscar Navarro, Museos Nacionales y Representación: Ética, Museología e Historia.

<sup>14</sup> Francisca Hernández Hernández, *Evolución del concepto de museo*

Si bien los museos son espacios que difieren en su tipología, tienen la finalidad en común de preservar, investigar y transmitir el patrimonio histórico cultural de una comunidad, a través de los elementos patrimoniales que se resguardan en éstos. Es importante mencionar que actualmente se han convertido en centros donde se proyecta el desarrollo de su entorno social.

### 1.5.2 ¿Qué es la Gestión de Museos?

*“El propósito de la gestión de museos es facilitar la toma de decisiones que conducen a la consecución de la misión del museo al cumplimiento de su mandato y a la ejecución de sus objetivos a corto y largo plazo para cada una de sus funciones.”<sup>15</sup>*

La Gestión de museos implica la realización de los objetivos definidos a corto y largo plazo acorde a la estrategia especificada, sin embargo para que esto sea posible es necesario contar con una estructura de gestión y organización.

Es posible afirmar que a fines del siglo XIX y principios del siglo XX en los países anglosajones ya existían publicaciones relacionadas a la gestión de museos, las que se aplicaban a éstas instituciones, pero no mostraban avances. Como dice Kittleman *“Encontrar un museo bien dirigido es un puro accidente. La mayoría de los gerentes y directores no están familiarizados con los principios modernos de la dirección o jamás han pensado en aplicarlos a los museos”*.<sup>16</sup> Si se analiza desde un punto de vista práctico la gestión en todo tipo de institución consta de cuatro conceptos básicos<sup>17</sup>:

- **Planificación:** Consiste en definir los objetivos, y elegir los medios para lograrlos, éste es el paso previo para poder conducir al museo hacia las metas propuestas. Para ello debe tener en cuenta las otras funciones de la gestión, así como la necesidad de una continua adaptación a los posibles cambios del museo. Dentro de la planificación se incluye la programación de las actividades, valoración de los recursos necesarios, asignación de presupuestos, etc.
- **Organización:** Consiste en la organización de los recursos necesarios para lograr los objetivos definidos en la planificación y para cumplir con las funciones y misiones de la entidad museo.
- **Motivación:** La organización debe lograr la comunicación entre el personal y el conocimiento de los objetivos de la institución para poderlos asumir como algo propio.
- **Control:** Es necesario para evaluar si el museo está en vías de alcanzar los objetivos propuestos, por tanto también si la institución efectivamente cumple con las funciones básicas ya citadas. Dependerá de la eficacia de la planificación y estará en función de los objetivos fijados en la misma.

---

<sup>15</sup> Lord, Barry. Gil Dexter (1998). De qué sirve la gestión de museos. En manual de gestión de museos.

<sup>16</sup> Kittleman, (1976), Museum management, .Museums News Revue,

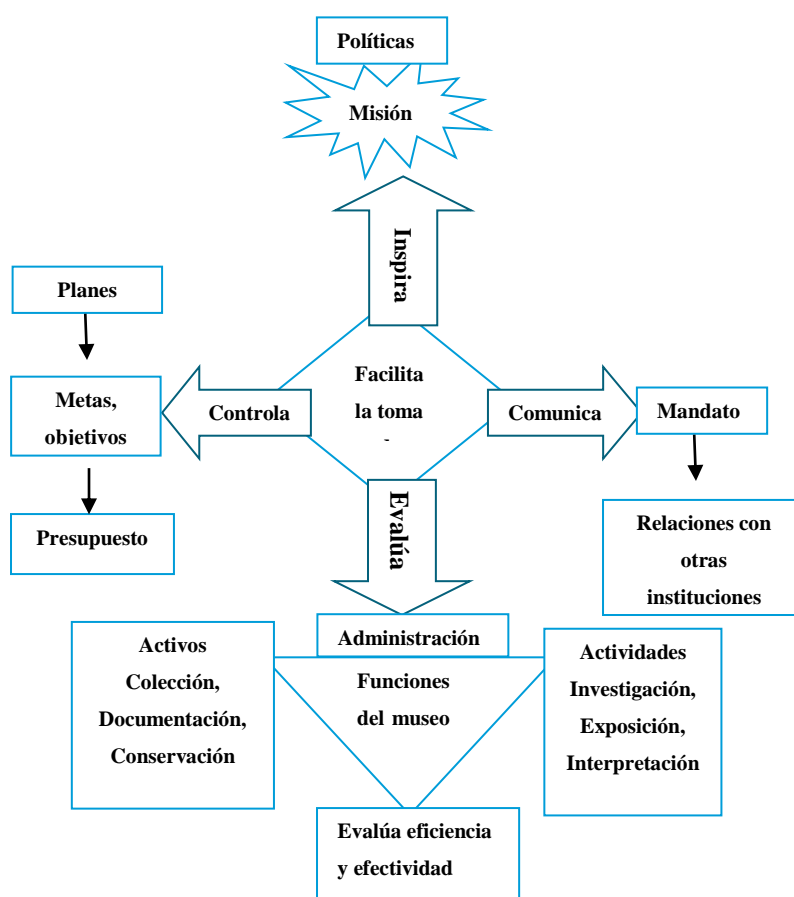
<sup>17</sup> Geoffrey Lewis, (1986), Seminario Internacional sobre gestión y administración de museos.

Con el fin de facilitar el cumplimiento de la misión, las metas y los objetivos, la gestión debe estar preparada para desempeñar cinco funciones, las cuales son:

- Inspirar, con el sentido de la misión de museo
- Comunicar, el mandato del museo
- Dirigir, los esfuerzos hacia la consecución de las metas
- Controlar, la consecución de los objetivos
- Evaluar, el cumplimiento de las funciones del museo.

Hablar de gestión de museos, involucra la utilización de herramientas de gestión y manejo de recursos; factores claves para el éxito del museo como institución en la competitiva sociedad contemporánea. Por ende es muy importante la manera en que se dirigen estos espacios, para lograr los objetivos propuestos. Es esencial contar con un buen gestor, quien debe tener una idea muy clara de cuál es la misión de los museos, e incentivar al resto del personal para el cumplimiento de tal misión.

La función de la gestión: resumen de la gestión de museos<sup>18</sup>



<sup>18</sup> Lord Barry. Lord Gil Dexter (1998). De qué sirve la gestión de museos. En manual de gestión de museos. Barcelona.

### 1.5.3 Modelos de Gestión de Museos en Chile

Modelo de Gestión se entiende por aquél patrón ejemplar o arquetipo, que por sus características idóneas es susceptible a reproducir. A la vez la palabra gestión involucra la necesaria administración de cierta idea o iniciativa.

Cuando se habla entonces de modelo de gestión, se refiere a la capacidad de llevar a cabo diligencias conducentes a la materialización de una propuesta.

Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración pública. Mientras la entidad pública funciona como una entidad sin fines de lucro, cuyo objetivo es el resguardo del patrimonio de una comunidad, la entidad privada puede funcionar como fundación sin fin de lucro o como negocio propiamente tal.

Se presenta a continuación un modelo de gestión de museo privado:

- **Fundación Museo de la Moda**

El museo de la moda se ubica en Avenida Vitacura 4562, Santiago-Chile, ésta fundación funciona a través de los siguientes medios de comunicación y difusión como; teléfono, correo electrónico institucional y otro para las reservas, página web, Facebook y twitter, lo cual permite estar actualizado y mantener informado al público constante y motivando a futuros visitantes.

Se encuentra abierto todos los días exceptuando los lunes desde las 10:00 hasta las 18:00 horas, y existen horarios específicos para quienes han reservado. El valor de la entrada es de \$3500 general y \$ 2000 estudiantes y tercera edad, además se ofrecen precios especiales a colegios y grupos de estudiantes universitarios, por lo que se considera un buen precio, acorde a la calidad de sus exposiciones y actividades que genera.

La historia del museo comienza en el año 1999 por iniciativa de Jorge Yarur Bascuñan. El espacio donde se acogen actualmente las exhibiciones del Museo fue antiguamente su residencia, construida entre los años 1960 y 1962. La colección se inició con el legado de la familia Yarur Bascuñan y más tarde a través de donaciones y adquisiciones en remates internacionales. La labor previa a la apertura, en Julio del 2007, se enfocó en un largo trabajo de restauración de la vivienda, investigación, recopilación y conservación de las piezas, que hoy suman más de 10.000, y representan elementos del patrimonio de la historia de la moda mundial.

La misión del Museo de la Moda es convertirse en una entidad cultural innovadora encargada de coleccionar, conservar y difundir la moda, el textil, el vestuario, los accesorios y su arquitectura, como objetos patrimoniales que representan una cultura determinada. De éste modo desea contribuir al entendimiento y valorización de sus aspectos históricos, estéticos y técnicos.

El Museo ha llegado a estándares de calidad comparables con grandes museos del mundo, por lo que no se queda atrás con su gama de servicios y actividades que ofrece al visitante, tales como; Audio guía junto al valor entrada en español, inglés y portugués, Biblioteca abierta todos los días de la semana, Cafetería, Tienda, Programa de Becas, Programas educativos: (Para educación básica, media, técnica y superior), Charlas, Programa de Accesibilidad y Responsabilidad Social. Y sin duda su colección es una de las más grandes y completas entre los museos privados de Chile, ya que cuenta con más de 10 mil piezas desde a.C en adelante.

Es importante la cantidad y calidad del recurso humano que trabaja en el museo ya que éste será el decisivo al momento de alcanzar las metas y objetivos propuesto, debido a esto la institución cuenta con profesionales de todas la áreas, tales como; Director, Administrador, Abogado, Ingeniero, Secretaria, Restauradores textiles, Conservadores textiles, Recepcionistas, Bibliotecario, Guías, Jardineros, Auxiliares de aseo, Guardias de Seguridad. Donde cada uno forma parte de un área de trabajo, las cuales están orientadas en alcanzar un mismo fin.

#### Áreas de Trabajo

- Adquisición
- Registro
- Restauración
- Conservación
- Curaduría
- Centro de documentación

El Financiamiento del museo es netamente privado, y proviene de la Fundación Yarur Bascuñan. Además de generar ingresos por concepto de entradas y a través de la realización de eventos.

#### 1.5.4 Marco Conceptual

**MUSEO:** *“Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.” (ICOM)*

**GESTIÓN:** *“Conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto.” (Wordreference.com)*

**MUSEOLOGÍA:** *“Es la ciencia del museo; estudia la historia y la razón de ser de los museos, su función en la sociedad, sus peculiares sistemas de investigación, educación y organización, la relación que guarda con el medio ambiente físico y la clasificación de los diferentes tipos de museos”. (ICOM)*

**MUSEOGRAFÍA:** *“Es la técnica que expresa los conocimientos museológicos en el museo. Trata especialmente sobre la arquitectura y ordenamiento de las instalaciones científicas de los museos”. (ICOM)*

**SALVAGUARDIA:** *“Custodia, Amparo y Protección”. (Wordreference.com)*

**PATRIMONIO:** *“Es la principal fuente de conocimiento del pasado. Forma parte del día a día de las sociedades modernas y en su gestión interviene cada uno de sus individuos, además de profesionales especializados en diferentes disciplinas.” (Introducción al patrimonio cultural. Gijón, Ediciones Trea, 2006.)*

**COMUNIDAD:** *“Conjunto o asociación de personas o entidades con intereses, propiedades u objetivos comunes.”(Wordreference.com)*

**PARTICIPACIÓN CIUDADANA:** *“Eje del desarrollo social entorno a espacios públicos y la apropiación de ellos por parte de la comunidad porteña.”*

**IDENTIDAD CULTURAL:** *Es el conjunto de repertorios de acción, de lengua y de cultura, que permiten que una persona reconozca su pertenencia a un cierto grupo social y se identifique con él. (Definiciones de Política Cultural 2005-2010)*

**COLECCIÓN:** *“Por colección se entiende un conjunto de objetos que pueden ser agrupados de acuerdo a diferentes criterios”. (DIBAM).*

**EXHIBICIÓN:** *“Muestra en público de algo.”(wordreference.com)*

**TURISMO CULTURAL:** *Tipología de turismo que vincula como primordial el conocimiento de culturas, respecto de su patrimonio, historia, cosmovisiones, etc.*

**BIENES CULTURALES:** *“Los bienes culturales son testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza; documentan la cultura material y espiritual, su significado científico, artístico o histórico, o están relacionados con las luchas y hechos históricos y revolucionarios, con la vida o las distintas fases de la actividad humana, tanto culturales como científicas”. (Registro e inventario de Bienes Culturales. Guía de estudio N° 1, Escuela Nacional de Museología, Dirección de Patrimonio Cultural, Cuba).*

### 1.5.5 Historia de los Museos

Los museos son instituciones que existen en todas partes del mundo pero que tienen características muy diferentes. Mientras que en los países europeos, Estados Unidos y Canadá, la institución museal hace parte del cotidiano de las personas, está integrada a los sistemas educativo, recreacional y económico, en América Latina, salvo raras excepciones, lucha aún para hacerse reconocer como algo más que "un depósito de cosas viejas".

#### a) Mundial

*"El nombre museo es una derivación de la palabra griega mouseion, que era el nombre de un templo de Atenas dedicado a las musas".<sup>19</sup>*

Los romanos desarrollaron la costumbre del coleccionismo de obras de arte, a partir de los saqueos a Grecia, con lo cual llenaron los templos de Roma de obras de arte griegas.

Durante la Edad Media, algunos templos famosos acumularon valiosos conjuntos de objetos artísticos, mientras que determinados reyes, amantes de la cultura, creaban sus propias colecciones. La pasión por el coleccionismo de obras de arte aumentó en el Renacimiento. En diversos palacios de príncipes italianos habían estancias dedicadas a guardar colecciones de obras de arte antiguas que se hicieron famosas.

Durante los siglos XVI y XVII las colecciones reales no dejaron de aumentar en importancia. Fernando de Habsburgo reunió en su castillo de las cercanías de Innsbruck más de mil cuadros, una biblioteca de cuatro mil volúmenes y grandes cantidades de medallas, bronce, cerámicas y tapices.

En el siglo XVIII, todos estos tesoros fueron instalados en el palacio del Belvedere, de Viena, y abiertos al público en 1783 por orden del emperador José II. Los reyes españoles Felipe III y Felipe IV enriquecieron la colección formada por Felipe II mediante compras realizadas en Flandes, Nápoles y Milán, a través de sus virreyes o de agentes especialmente encargados de éste trabajo.

Las colecciones de los reyes de Francia fueron nacionalizadas en 1793 por un decreto del Gobierno revolucionario, fueron instaladas en el palacio del Louvre, y abiertas al público bajo el nombre de "Museo de la República". Estas series se enriquecieron rápidamente gracias a la política de Napoleón que en sus tratados de paz, obligaba a los vencidos a entregar grandes cantidades de obras de arte.

---

<sup>19</sup> Varie-Bohan, Hugues. (1979) Extracto de. Los Museos en el mundo. España: Salvat.

En 1823-1847 se construyó el edificio del British Museum (Museo Británico), en Londres, cuya arquitectura está inspirada en los Propileos de Atenas.

Hacia 1830, Luis II de Baviera hizo construir la Gliptoteca de Munich.

En 1843 se instaló en el antiguo palacio de Cluny, en París, una gran colección de arte medieval.

Y en 1852 se abrió al público el último de los grandes museos de Europa: el Ermitage de San Petersburgo (hoy Leningrado).

Continuando en la segunda mitad del siglo XIX a la constitución de los primeros museos norteamericanos, como el de la Universidad de Yale, que tiene su origen en la colección privada de James J. &ves, legada en 1867.

El siglo XX estuvo marcado por el fortalecimiento de los museos de Estados Unidos, los cuales arrancan de los extraordinarios donativos de obras de arte realizados por los magnates de la industria y de las finanzas (Andrew Meun, Samuel H. Kress, J. Pierpont Morgan), su forma organizacional, sistemas de financiamiento y participación del público lo diferenciaron del museo europeo convencional.

#### b) Sudamérica

*“Los museos nacionales en América Latina surgen de la necesidad de afirmación de los nuevos estados y como la manifestación de su deseo de modernización, siendo un signo de la incorporación de estas naciones al mundo civilizado”.*<sup>20</sup>

El nacimiento y constitución de los museos en América Latina se vieron influidos por las ideas presentes en Europa durante esa época; ideas que llegaron al continente americano gracias a los intereses comerciales de los poderes coloniales europeos y de la inmigración proveniente de varios de estos países.

La creada ciencia de la antropología, las discusiones acerca de la evolución así como el resurgimiento y la revisión de las teorías acerca del origen de la civilización griega contribuyeron a dar forma a la ideología detrás de los museos nacionales. Éstas ideas se convirtieron en la fuerza rectora que influyó en el cómo la gran mayoría de los sudamericanos se perciben a sí mismos.

*“Todos los factores anteriores sentaron los principios bajo los cuales las familias y grupos poderosos de América Latina moldearon la historia y la identidad de los recién formados estados latinoamericanos; los museos se convirtieron en lugares de ostentación, un monumento para conmemorar los nombres de sus fundadores y para glorificar aquellos individuos prominentes y sus actos de benevolencia cívica.”*<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Óscar Navarro. Museos Nacionales y Representación: Ética, Museología e Historia.

<sup>21</sup> Óscar Navarro. Museos Nacionales y Representación: Ética, Museología e Historia.

En los tiempos de independencia en América Latina, muchas de las naciones querían ser sociedades “modernas y civilizadas” tratando de ocultar cualquier relación con las culturas autóctonas del continente. Los “padres fundadores” de la mayoría de las naciones se veían a sí mismos como portadores de la tradición y cultura europea.

Esta forma de percibir a las culturas autóctonas por la “gente blanca” se apoyaba en ideas tomadas de varias disciplinas científicas, las cuales se asientan en la mente de muchos de los intelectuales y políticos que las apropian en un discurso cultural y político, imponiéndolas en la sociedad hasta que muchos de los latinoamericanos se avergonzaban de sí mismos, perdiendo el respeto por su origen, su cultura y forma de vida. Para las clases dominantes los pueblos autóctonos no tenían cultura sólo costumbres.

Es así que los intelectuales impulsaron museos nacionales donde inventaron una historia, la que mostraba el proceso de creación y consolidación del estado, representado mediante los objetos recolectados. Estos museos nacionales desde un principio tuvieron el objetivo de ser una herramienta para la creación de la historia de los estados recién creados, a pasar el tiempo los museos se transformaron en espacios que satisfacían necesidades de afianzamiento y posicionamiento político de la nación-estado, lo cual dura hasta los tiempos de hoy en la forma que los repertorios de los museos son escogidos por la convergencia política e ideología estatal.

#### c) Chilena

*“El inicio de los museos en Chile nace por la necesidad de preservar para las futuras generaciones aquellos elementos –objetos patrimoniales– a los que la sociedad atribuyó un valor particular como representativos de la cultura e identidad del país.”<sup>22</sup>*

Luego de que en el período de formación de la República y en el contexto de su Centenario se instauraran los denominados museos nacionales (Museo Nacional de Historia Natural, Museo Histórico Nacional y Museo Nacional de Bellas Artes), se da inicio a una época de letargo en la que el entusiasmo inicial disminuye enfriado por las múltiples necesidades de la nación.

*“A comienzos del siglo XX, se crea una innovadora instancia de coordinación, administración y gestión que permitió a un conjunto de bibliotecas, archivos y museos vinculados al Estado, funcionar dentro de una única estructura organizacional: la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM)”<sup>23</sup>*, que desde el año 1929 ha permitido avanzar en los temas patrimoniales, resguardando parte importante del patrimonio, tanto material como inmaterial del país.

---

<sup>22</sup> Alan Trampe, Subdirección Nacional de Museos-DIBAM, (2007) Revista Museos, (Chile).

<sup>23</sup> Ministerio de Educación (1929), Artículo 19°. DFL 5.200.

Desde ese entonces el propósito de los museos queda así: “*Coleccionarán y conservarán ordenadamente los objetos relativos a la historia, a las ciencias y a las artes, con el fin de exhibirlos y favorecer la investigación y la divulgación de la cultura que representan*”.<sup>24</sup>

Mandato claro y contundente que ha permitido que hoy, luego de algunas décadas y gracias al trabajo y compromiso de generaciones de funcionarios y colaboradores externos, podamos acceder a un importante acervo cultural que ha estado en manos de estos custodios públicos.

En 1959, la “*Dra. Mostny*”<sup>25</sup> impulsó activamente la creación de la Asociación de Museos de Chile.

En 1965 se organiza el Comité Nacional Chileno de Museos afiliado al ICOM, como una instancia de encuentro e intercambio de los profesionales de los distintos museos del país y una puerta de acceso a las actividades y métodos modernos que se desarrollan en los museos de otros países. Además, en el mismo año, se crea el Servicio de Profesores- Guías a fin de fortalecer el vínculo con el público escolar al cual se le brindaba su apoyo pedagógico con visitas guiadas y pequeñas clases sobre temas específicos.

Debido a estos cambios e innovaciones fue que se encontró la falencia en el personal, éstos no contaban con una formación museológica, lo cual evidenció la necesidad de contar con personal especializado en museología para desempeñar las diversas funciones en los museos chilenos, y es así como comenzó a gestarse la idea de crear la carrera de museología a fin de superar dicha falencia.

Al pasar el tiempo hubo momentos de entusiasmo y auge, como de abandono y desinterés. Lo que generó en un período de condiciones altamente deficitarias, que se generara una postura de trabajo introvertida que centró su atención en las colecciones patrimoniales, dedicando tiempo y gran parte de los escasos recursos disponibles a su conservación, documentación e investigación. Como resultado de este trabajo interno, hoy en día podemos contar con un relevante legado patrimonial en buenas condiciones en cada una de estas instituciones.

Es importante mencionar que durante muchos años se manejó un concepto de patrimonio rígido y limitado, lo que produjo una débil vinculación con la comunidad y los sistemas educativos.

Fundamentalmente, la noción de patrimonio quedó reducida a la de patrimonio monumental, que no daba cabida a un amplio espectro de manifestaciones populares que quedaron desvinculadas y, por lo tanto, ausentes del contenido patrimonial de los museos.

---

<sup>24</sup> Subdirección Nacional de Museos-DIBAM, (2007) Revista Museos, (Chile).

<sup>25</sup> Doctora Austriaca, desempeñada en las disciplinas de filología, historia oriental y filosofía.

### 1.5.6 Clasificación de Museos

De acuerdo al Consejo de Monumentos Nacionales, la clasificación de los museos en Chile, se dividen en tres tipos; según la representación geográfica, según tipo de colecciones, y según propiedad, se presentan a continuación:

- *Según la representación geográfica:* En este tipo se dividen en; Nacional, Regional, Local o Representativo de diferentes países y lugares
- *Según tipo de colecciones:* Aquí se dividen en; Artístico, De ciencia y tecnología, Etnológico, Histórico, Religioso, Historia Natural, Arqueológico, De Sitio, Etnográfico, Folclórico, Genérico, otro.
- *Según propiedad:* Se dividen en dos tipos; Propiedad Privada y Propiedad Pública, donde en cada una se encuentran los siguientes tipos de museos:
  - Propiedad Privada: de una corporación o fundación, de un particular, de una empresa privada, de una entidad privada, de una organización religiosa, otro.
  - Propiedad Pública: de un municipio, de la DIBAM, de las fuerzas armadas, de una repartición estatal.

### 1.5.7 Organizaciones y Redes de Museos

Existen diversas organizaciones e instituciones creadas con la finalidad de conservar, proteger y difundir los museos y el patrimonio histórico-cultural que salvaguardan, además de dar a conocer la importancia que éstos tienen en cada comunidad y en el mundo.

a) En el Mundo

Diagrama Organizaciones mundiales de museos



Fuente: Creación Propia

<b>ICOM</b>	Consejo Internacional de Museos
<b>FMAM</b>	Federación Mundial de Amigos de Museos
<b>FEAM</b>	Federación Española de Amigos de Museos
<b>AAM</b>	Asociación Americana de Museos

\*Se mencionarán las organizaciones más relevantes para el proyecto:

**\*(ICOM) Consejo Internacional de Museos:** *“Es una organización internacional de museos y profesionales, dirigida a la conservación, mantenimiento y comunicación del patrimonio natural y cultural del mundo, presente y futuro, tangible e intangible”*<sup>26</sup>.

Creado en 1946, ICOM es una organización no gubernamental (ONG), que mantiene una relación formal con UNESCO y tiene estatus de órgano consultivo del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas.

Como organización sin ánimo de lucro, ICOM se financia fundamentalmente a través de las cuotas de sus miembros y el apoyo de varias instituciones, gubernamentales y de otra naturaleza, una de ellas es UNESCO.

Los miembros de ICOM de 139 países, participan en actividades nacionales, regionales e internacionales de la organización: congresos, jornadas, publicaciones, formación, programas conjuntos, y en la promoción de los museos a través del Día Internacional del Museo (18 de Mayo).

Estas actividades están desarrolladas por los 115 *Comités Nacionales* y 30 *Comités Internacionales*. Algunos Comités Nacionales están también organizados en el ámbito regional, como Organizaciones Regionales para reforzar su actividad. Existen también 15 *Asociaciones Internacionales* afiliadas a ICOM.

El Plan Estratégico de ICOM acordado por la Asamblea General es desarrollado por la Secretaría de ICOM así como por los Comités Nacionales e Internacionales que contribuyen así a la realización de los programas de ICOM y se centran en los siguientes temas:

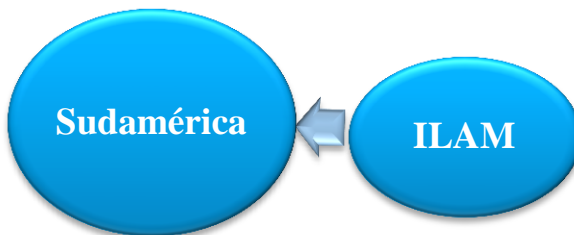
- Cooperación e intercambio profesional.
- Divulgación de los conceptos básicos sobre el mundo de los museos y mayor atención al público.
- Formación del personal.
- Mejora de los estándares profesionales.

---

<sup>26</sup> [www.icom-ce.org](http://www.icom-ce.org)

b) En Sudamérica

Diagrama Organización Sudamericana de Museos



Fuente: Creación Propia

**\*(ILAM) Instituto Latinoamericano de Museos<sup>27</sup>:** Es una organización no-gubernamental sin fines de lucro establecida en Diciembre de 1997, con sede en San José, Costa Rica.

Objetivos

General: Fomentar proyectos relativos a la conservación del patrimonio cultural y natural de América Latina en el marco de los planteamientos del desarrollo sostenible

Específicos: Con la idea de lograr este fin, ha de buscar la promoción de la investigación científica, difusión y capacitación que constituyen el campo de su competencia, por medio de:

- Colaborar en la capacitación del personal técnico y profesional de las instituciones encargadas de la salvaguarda del patrimonio cultural y natural de América Latina. (*talleres*)
- Propiciar la recopilación y el registro documental de todas aquellas experiencias sudamericanas referentes al patrimonio cultural y natural de esta área geográfica. (*centro de documentación*).
- Promover y respaldar aquellas propuestas teórico-metodológicas encaminadas al mejoramiento de las condiciones actuales del patrimonio cultural y natural latinoamericano. (*ediciones ILAM*)
- Fomentar la comunicación, el intercambio de información y experiencias en la región latinoamericana en defensa de su patrimonio cultural y natural. (*portal*).
- Promover la realización y participar de encuentros, seminarios, talleres y eventos sobre temas específicos relativos al patrimonio cultural y natural, que posibiliten espacios para la discusión y el intercambio de experiencias. (*eventos*).

---

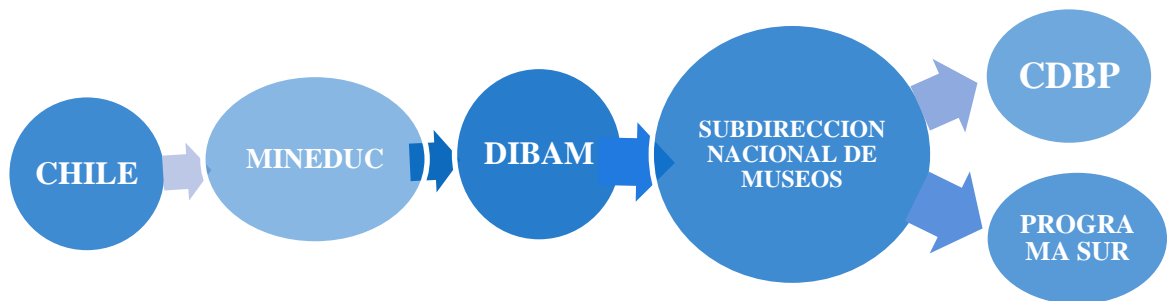
<sup>27</sup> [www.ilam.org](http://www.ilam.org)

## Misión y Principios

Brindar a través de la investigación, comunicación, capacitación y asesoría, un apoyo concreto a las instituciones patrimoniales de América del Sur y el Caribe, posibilitando que éstas sean agentes de cambio y desarrollo de las comunidades a quienes sirven.

c) En Chile

Diagrama organizaciones Chilenas de Museos



**Fuente: Creación Propia**

**\*(DIBAM) Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos<sup>28</sup>**: Es un organismo de carácter público que se relaciona con el Gobierno a través del Ministerio de Educación, y posee personalidad jurídica y patrimonio propio. Creada el 18 de noviembre de 1929 por el D.F.L. 5.200, reunió en sí antiguas y prestigiosas instituciones patrimoniales.

**Misión:** Promover el conocimiento, la creación, la recreación y la apropiación permanente del patrimonio cultural y la memoria colectiva del país, contribuyendo a los procesos de construcción de identidades y al desarrollo de la comunidad nacional y de su inserción en la comunidad internacional. Lo anterior implica rescatar, conservar, investigar y difundir el patrimonio nacional, considerado en su más amplio sentido.

**Algunos de los Objetivos son:**

- Mejorar y ampliar los servicios culturales y patrimoniales que otorga la DIBAM a lo largo de todo el país.
- Mejorar y ampliar espacios culturales y patrimoniales de la Institución, para ser puestos a disposición de la ciudadanía como áreas de reflexión, encuentro de la comunidad, información, esparcimiento y educación.

---

<sup>28</sup> [www.dibam.cl](http://www.dibam.cl)

## Funciones

*Políticas* - Elaborar y coordinar políticas que expresen las demandas y necesidades de la comunidad relacionados con el patrimonio cultural.

- Apoyar y asesorar en los niveles técnicos y de gestión a las más diversas instituciones, organizaciones o personas a fin de respaldar el trabajo que, desde otras áreas del Estado y de la sociedad civil, se realice en función de la promoción y conservación del patrimonio cultural.

*Operativas* - Reunir, rescatar, conservar, procesar, investigar y difundir las colecciones que, en cada momento de la historia nacional, resulten relevantes para los procesos de construcción de la memoria colectiva nacional en sus diversas expresiones.

- Ofrecer los servicios que posibiliten un acceso equitativo a los bienes culturales que conservan las instituciones que forman parte de la DIBAM y, en la medida de lo posible, de aquellas otras que resulten relevantes en el ámbito del patrimonio.

\***Subdirección Nacional de Museos**<sup>29</sup>: Es la unidad, dependiente de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, destinada a la promoción del desarrollo armónico y sostenido de los museos de Chile.

La Subdirección tiene un campo de acción directo referido a 23 de los 26 museos DIBAM (se excluyen los tres museos nacionales que tienen autonomía de gestión) y otro indirecto que considera el universo de todos los museos de Chile. Sus expectativas de desarrollo la orientan a transformarse en una entidad capaz de coordinar, asesorar, apoyar y regular el desarrollo de los museos chilenos; a constituirse en un centro de referencia en materias museológicas para instituciones nacionales y latinoamericanas que conservan patrimonio; con importantes programas de capacitación, proyectos de desarrollo en el área del público y difusora de nuevos enfoques en torno al patrimonio.

**Misión**: Promover el desarrollo armónico y sostenido de los museos de Chile.

**Visión**: Principios de acción.

- La educación en un museo la entendemos como la transmisión de conocimiento y sentimientos a través de las colecciones y sus elementos de apoyo: los hechos ocurridos en el pasado, las grandezas de la naturaleza y el poder de la creación humana.
- Las colecciones de museos las vinculamos a la relación del hombre que hay tras ellas, tanto en su creación como en su estudio, para así desarrollar sentimientos que nos lleven a reforzar actitudes y valores positivos frente a la grandeza humana y de la naturaleza, fortaleciendo la identidad cultural de los visitantes.

---

<sup>29</sup> | [www.dibam.cl](http://www.dibam.cl)

### Objetivos:

- Vincular las tres áreas del aprendizaje: afectivo, cognitivo y psicomotor. Para lograrlo nos apoyamos en preguntas que interpelen al visitante a su observación y análisis. Estimulamos la imaginación y sensibilidad, en el marco de tener una experiencia ante todo agradable. Queremos que el visitante se sienta afectivamente acogido y estimulado, que vaya logrando un nuevo saber y que éste lo puede expresar entregando respuestas verbalmente o a través de su accionar en dibujos, en el desarrollo de juegos u otros medios.
- Difundir el conocimiento y respeto por nuestro patrimonio para rescatar la propia identidad. Por tanto, buscamos mantener presente nuestra meta y objetivo al educar, creamos los medios para realizarlo de la forma más eficaz y evaluamos los resultados. Si éstos son positivos, ayudamos al hombre a ser más despierto, un descubridor, con más discernimiento, clasificador de datos, comparador de elementos y situaciones, sintetizador y sensible. En resumen, ayudamos al visitante a desarrollar la habilidad de pensar, crear y sentir.

### Funciones:

- Generar y estudiar nuevos programas, propuestas, proyectos y actividades para los museos.
- Analizar los procesos para optimizar la administración de los recursos humanos y financieros.
- Promover la definición de la misión de cada museo y fomentar la formalización de un plan estratégico sostenible en el tiempo.
- Favorecer la autonomía administrativa y financiera de los museos.

### Recursos:

La Subdirección Nacional de Museos recibe anualmente recursos para solventar el gasto de funcionamiento tanto de las unidades centrales como de los diversos museos que coordina.

Este presupuesto está destinado a cubrir los siguientes gastos:

- Materias de personal, especialmente para financiar viáticos para los funcionarios que deben realizar comisiones de servicio al interior del país, como así mismo horas extraordinarias, las que están dirigidas fundamentalmente a solventar los turnos de atención de usuarios los fin de semana y feriados.
- Gastos de operaciones y mantención de reparaciones de los edificios.
- Proyectos Patrimoniales dirigidos especialmente al desarrollo de las áreas museológicas.
- Inversión. Está constituido por fondos para bienes de inversión como mobiliario y equipamiento menor y, el más importante, para financiar proyectos de inversión en infraestructura que consideran restauraciones, habilitaciones y ampliación de edificios, entre otros.

## Redes Nacionales

**Centro de Documentación de Bienes Patrimoniales (CDBP):**<sup>30</sup> Es un organismo técnico dependiente de la Subdirección Nacional de Museos de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, que propone las políticas de documentación para los museos de Chile.

### Misión

Coordinar eficazmente el Sistema de Registro de las Colecciones Patrimoniales de los Museos de la DIBAM, para ponerlo al servicio de las personas y promover la aplicación de las políticas y el manejo eficiente de los sistemas, herramientas y procesos de documentación con los propios museos.

**Programa Sur:** *“Es un software desarrollado por el Centro de Documentación de Bienes Patrimoniales de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM) diseñado especialmente para el registro y documentación de las colecciones patrimoniales depositadas en los museos estatales chilenos”.*<sup>31</sup>

La información disponible en el sitio consiste en la identificación, descripción y contextualización de los objetos presentes en nuestros museos, caracterizados por su amplia y variada gama de tipologías de colecciones, desde objetos de bellas artes, de historia natural, históricos, arqueológicos, etnográficos y de artesanía.

Externamente surge lo que se denomina Base Musa:

**Base Musa:** Proyecto financiado por FONDART y en el año 2006 se convirtió en una iniciativa de DIBAM. Base musa como espacio para la difusión y la cooperación, *“permite poner a disposición de los usuarios de internet información general sobre la mayor parte de los museos que actualmente funcionan en nuestro país”*<sup>32</sup>, teniendo como ventaja el hecho de que cada museo pueda actualizar su información online, asegurando que la información disponible sea verdaderamente útil para los usuarios.

El proyecto desde sus inicios ha tomado a las redes o asociaciones de museos existentes en Chile como plataforma para su trabajo aprovechando su potencial de coordinación y manejo de información.

---

<sup>30</sup> [www.cdbp.cl](http://www.cdbp.cl)

<sup>31</sup> [www.dibam.cl](http://www.dibam.cl)

<sup>32</sup> [www.basemusa.cl](http://www.basemusa.cl)

### 1.5.8 Formas de Gobiernos de los Museos

La persona involucrada en la fundación de un museo debe tener claro los tipos generales de la forma de gobierno de un museo, es muy importante pensar estratégicamente al tomar la decisión de cual elegir, ya que en el futuro puede que la forma de gobierno adoptada en un principio no sea la adecuada para el funcionamiento de este.

Estas formas se presentan a continuación<sup>33</sup>:

***Dependencia orgánica:*** Como dice el nombre son museos dependientes orgánicamente, formando parte de un gobierno, universidad o empresa. *Como es el caso de los museos nacionales, regionales, provinciales y locales comúnmente dependen de los departamentos de educación o cultura, también es el caso de los museos especializados, como un museo postal probablemente pertenezca al servicio de correo.*<sup>34</sup> El modo de financiamiento en estos museos, es por la contribución proveniente de los presupuestos de la institución que dependen. A éstos les aqueja un problema en común, este tiene que ver con la disposición de las rentas que generan, las que van a parar a las arcas de la organización que dependen, lo que no beneficia al museo directamente, lo que provoca el bajo incentivo en entregar servicios complementarios de calidad. Los patronatos (junta responsable de las colecciones y activos del museo), sólo tienen un carácter asesor y no pueden tomar decisiones para la institución. Los miembros del consejo asesor son representantes de los intereses del público.

***Dependencia con autonomía de gestión:*** La autonomía de gestión pretende liberar a los museos de presiones corporativas y así estimular a instituciones de proporcionar medios de subsistencia distintos a los oficiales. Estos museos dependientes que gozan de autonomía de gestión disponen de un órgano de gobierno nombrado por la cúpula mayor. Los patronatos en este caso no son simplemente asesores sino que establecen las líneas de acción del museo y la aprobación de proyectos. Estos museos acostumbran a tener mayor éxito en la financiación externa. La financiación pública es asignada anualmente presentada como subvención la que cambia año a año por lo que no permite que el museo tenga clara las proyecciones futuras.

***Organización sin fines de lucro:*** Aquí los patronatos son los encargados de gobernar el museo, no son asesores, éstos tienen la responsabilidad financiera y legal del museo. En este caso las instalaciones y el patrimonio del museo son exclusivamente pertenecientes a ellos. El presidente es nombrado por la junta responsable.

---

<sup>33</sup> Barry Lord, Gail Dexter, (1997), Manual de gestión de museos.

**Entidad privada:** Estos museos pueden funcionar como fundaciones privadas sin fin de lucro o como negocio propiamente tal. Hay que tener en cuenta que estos museos con el objetivo de obtener beneficios privados no forman parte de lo que ICOM define como museo, las que deben ser instituciones sin fines de lucro. El director es contratado y asignado por el propietario

### 1.5.9 Administración de los Museos de la Comuna de Valparaíso

El crecimiento en el número de museos en Chile ha dado nuevas formas administrativas y temáticas. Administrativamente, y en términos generales, se puede mencionar la pérdida de participación del Estado en los asuntos culturales, y la aparición de instituciones de carácter mixto y privado.

Dependiendo de su organización administrativa los museos pueden tipificarse como nacionales, regionales, locales, estatales, municipales, comunitarios, universitarios, dependientes de una o varias instancias particulares, de diferentes grupos religiosos o sociales, etc. Sin embargo, la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, órgano estatal, teóricamente posee la tuición sobre todos los museo del país, aun cuando administrativamente estén a cargo de municipalidades o privados. Sin embargo, en el caso de Valparaíso, de los 10 museos existentes sólo un museo (Museo Historia Natural) está bajo la administración de la DIBAM, y los demás dependen de distintas entidades.

A continuación nombraremos la clasificación administrativa de los museos de la ciudad, basada en lo estipulado por el Consejo de Monumentos Nacionales

#### Administración de los Museos de Valparaíso



**Fuente: Creación Propia**

## CAPÍTULO II: SITUACIÓN CONTEXTUAL DEL ESTUDIO Y PROYECTO

### 2.1 Institucionalidad Cultural de Chile

Para un país en pleno desarrollo como Chile, es de suma importancia que existan instituciones que trabajen en conjunto para el desarrollo de la Cultura de la Sociedad, la UNESCO en 1982 declaró *“la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden”*<sup>35</sup>.

La misión de la institucionalidad cultural es promover un desarrollo cultural armónico, pluralista y equitativo entre los habitantes del país, adoptando iniciativas públicas que promuevan una participación activa de la ciudadanía en el logro de tales fines.

Actualmente la institucionalidad cultural del Estado de Chile, comprende tres organismos principales:

-Consejo Nacional de la Cultura y las Artes(CNCA): Creado por la Ley N° 19.891, el 4 de junio de 2003, el cual es el órgano del Estado encargado de implementar las políticas públicas para el desarrollo cultural.

La Misión es promover un desarrollo cultural armónico, pluralista y equitativo entre los habitantes del país, a través del fomento y difusión de la creación artística nacional; así como de la preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural chileno, adoptando iniciativas públicas que estimulen una participación activa de la ciudadanía en el logro de tales fines.

Logo Consejo Nacional de la Cultura y Las Artes.



Fuente: Google

---

<sup>35</sup> UNESCO, 1982: Declaración de México

-Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM): Fundada el 18 de noviembre de 1929, es un organismo de carácter público que se relaciona con el Gobierno a través del Ministerio de Educación, y posee personalidad jurídica y patrimonio propio.

La Misión es promover el conocimiento, la creación, la recreación y la apropiación permanente del patrimonio cultural y la memoria colectiva del país, contribuyendo a los procesos de construcción de identidades y al desarrollo de la comunidad nacional y de su inserción en la comunidad internacional. Lo anterior implica rescatar, conservar, investigar y difundir el patrimonio nacional, considerado en su más amplio sentido.

Es el principal organismo rector estatal en el ámbito patrimonial en Chile, la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, DIBAM, se relaciona con el Gobierno a través del Ministerio de Educación.

Logo Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos



Fuente: Google

- Consejo de Monumentos Nacionales (CMN): Creado mediante el Decreto Ley N° 651, en el año 1925, cuerpo legal derogado y reemplazado por la Ley N° 17.288, en el año 1970, el cual es un organismo técnico del Estado dependiente del Ministerio de Educación. Está integrado por 20 consejeros y 8 asesores, quienes son representantes de diversas instituciones públicas y privadas.

La Misión es velar por el patrimonio cultural declarado monumento nacional

Logo Consejo de Monumentos Nacionales



Fuente: Google

Estos organismos tienen diferente carácter y dependencia: el Consejo Nacional de las Artes y las Letras es un Consejo con rango de ministerio, la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos es un servicio descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio que reúne a antiguas instituciones encargadas del patrimonio cultural y natural, y el Consejo de Monumentos es un organismo técnico. Estos dos últimos servicios dependen del Ministerio de Educación.

Entre éstas entidades existe una relación de coordinación. Además, la autoridad superior de la DIBAM ocupa, por derecho propio, la Vicepresidencia Ejecutiva del Consejo de Monumentos, y participa del directorio del CNCA en representación del Ministro de Educación, quién es el miembro titular del mismo. También, la directora de la DIBAM forma parte del Consejo Nacional del Libro y la Lectura.

## **2.2 Administración Cultural de la Comuna de Valparaíso**

-Municipalidad de Valparaíso

A la Municipalidad de Valparaíso le corresponde la administración de la Comuna, cuya máxima autoridad es el Alcalde Jorge Castro, quien es el representante en el Concejo Municipal, el cual tiene carácter normativo, resolutivo y fiscalizador, encargado de hacer efectiva la participación de la comunidad local y de ejercer las atribuciones que señala la Ley N° 18.695.( Ley Orgánica Constitucional).

El Concejo Municipal de Valparaíso lo componen 10 integrantes de diferentes partidos políticos. La Municipalidad se divide en distintas direcciones, las cuales atienden los distintos problemas de la Ciudad, estos son:

- Dirección de Desarrollo Comunitario
- Dirección de Obras Municipales
- Dirección de Tránsito y Transporte Público
- Dirección de Administración y Finanzas
- Dirección Desarrollo Económico y Cooperación Internacional
- Dirección de Operaciones
- Dirección de Desarrollo Cultural
- Dirección de Gestión Patrimonial.

Logo Municipalidad de Valparaíso



**Fuente: Municipalidad de Valparaíso**

## -Dirección de Desarrollo Cultural

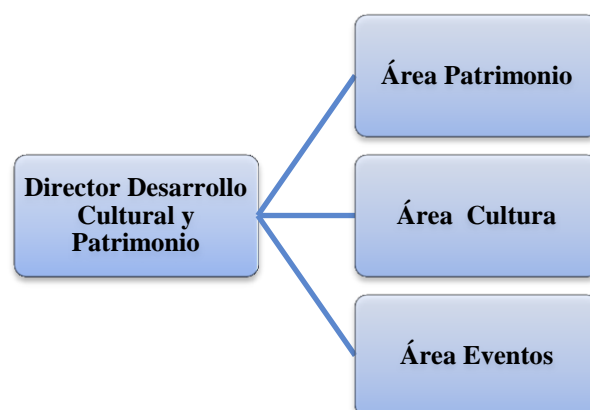
La Dirección de Desarrollo Cultural de la Municipalidad de Valparaíso se ubica en Calle Esmeralda 1051, ésta ocupa actualmente el edificio que alguna vez albergó al recordado Café Vienés. En este lugar se gestiona a diario las diferentes actividades y políticas culturales para la ciudad, las que son llevadas a cabo por un equipo multidisciplinario que gestiona, produce, apoya y difunde los eventos y proyectos destinados a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Esta Dirección tiene a su cargo la administración de la Escuela de Bellas Artes de la ciudad, el Museo Lord Cochrane, el Palacio Baburizza, el Teatro Municipal y la Galería de Arte Valparaíso, todos espacios abiertos a la comunidad y en los que se resguarda y promueve el trabajo de artistas locales, nacionales y extranjeros.

La Dirección de Cultura posee dos salas que se encuentran a disposición de artistas y agrupaciones culturales. En estos espacios se realizan habitualmente muestras de pintura, fotografía, escultura, ciclos de cine y presentaciones de danza y música, entre otras.

En su organigrama, esta oficina municipal está encabezada por el Director de Desarrollo Cultural y Patrimonio, Jacob Ahumada, y está dividida en tres áreas de trabajo: Cultura, a cargo de la socióloga Claudia Ulloa; Patrimonio, bajo la dirección de la arquitecto Paulina Kaplan y Eventos, cuyo responsable es el productor Andrés Greig.

### Organigrama Dirección Desarrollo Cultural



Fuente: Creación Propia

## **2.3 Política Cultural de Chile**

### **2.3.1 Política Cultural 2011-2016**

La Política Cultural 2005- 2010, llegó a su fin, por lo que el Consejo Nacional de las Culturas y Las Artes, el pasado 14 de febrero 2011, desarrolló una consulta ciudadana sobre la elaboración de las políticas culturales que se quieren para el país en los próximos 5 años.

El proceso de formulación y renovación de las Políticas Culturales comenzó en junio de 2010, con el objetivo de recoger insumos de todos los actores relevantes del mundo cultural y de la ciudadanía en general.

El objetivo de la Consulta fue propiciar la participación de todos los chilenos y chilenas en la elaboración de las nuevas Políticas Culturales. Se trató de un proceso participativo, el cual quiso abarcar a todos los actores sociales que se relacionan con la cultura.

Las preguntas de la Consulta Ciudadana estuvieron divididas en tres líneas de trabajo del Consejo de la Cultura:

- Promoción de las Artes.
- Patrimonio Cultural.
- Participación Ciudadana.

En ellas se invitó a la ciudadanía a manifestar su grado de interés en diversas materias, como el fortalecimiento de la imagen país de Chile a partir de obras artísticas, bienes, servicios y prácticas culturales en el extranjero o la promoción de la alianza público-privado en el desarrollo y financiamiento artístico y cultural.

En noviembre del presente año, se actualizaron las Políticas Culturales 2011-2016, en éstas se plantearon 14 objetivos que serán conseguidos a través del cumplimiento de los propósitos ahí planteados y sus respectivas estrategias, los que guiarán los planes, programas y acciones que se desarrollen para dar cumplimiento a la visión que se plantea.

Ejes en lo que se desarrolla la Política Cultural

- Creación Artística: Este eje contribuye decisivamente al desarrollo de las personas y al fortalecimiento de una ciudadanía cultural.
- Patrimonio Cultural: Tiene como función coordinar acciones en torno a la identificación, incremento, conservación y difusión del patrimonio cultural del país.
- Participación Ciudadana: Tiene como función facilitar el acceso a las manifestaciones culturales, a las expresiones artísticas, al patrimonio cultural del país.

## Visión de la Política Cultural

Esta Política Cultural imagina al país que se desea ver, sensible y preocupado de sus raíces, su historia y el futuro posible de construir. A valorar sus tradiciones e identidad, visualizamos un país que habrá dado pasos significativos en el reconocimiento y respeto de su patrimonio material e inmaterial, un país que percibe sus singularidades y que también desarrolla una visión pluralista e incluyente capaz de acoger a las transformaciones que nuestra época experimenta constantemente.

### Objetivos, Propósitos y Estrategias.

- Promover la creación artística cultural
- Visualizar y fomentar las industrias culturales como motor de desarrollo.
- Fortalecer y actualizar las normativas relacionadas con el arte y la cultura.
- Contribuir a instalar los bienes y los servicios artísticos culturales en el escenario internacional.
- Fortalecer el reconocimiento del derecho de autor.
- Promover la creación cultural vinculada a plataformas digitales a través de las nuevas tecnologías de comunicación
- Promover el acceso y la participación de la ciudadanía en iniciativas artísticas culturales.
- Generar acceso a una oferta cultural.
- Promover la formación de hábitos de consumo artístico cultural en la comunidad.
- Potenciar y promover el rol de los agentes culturales en la creación y difusión de las artes y la cultura.
- Promover el intercambio de contenidos culturales a través de las nuevas tecnologías de comunicación.

## 2.4 Consumo Cultural

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes entiende por Consumo Cultural *“la apropiación que realizan las personas sobre los espacios, propuestas, ofertas y productos de índole cultural que involucran, además del aspecto económico, las relaciones y prácticas sociales”*.

En Chile el consumo cultural es bajo, no hay duda de ello, en especial si nos remitimos a una comparación con países de América como Argentina, Uruguay, Colombia, México, Brasil, por mencionar algunos. Sin embargo, así como el consumo cultural se ha ido manteniendo o creciendo tímidamente, la atención puesta en los receptores, las audiencias, los consumidores, es creciente y cada vez de mayor importancia para el Estado, la iniciativa privada y la sociedad en su conjunto.

En cuanto al escaso consumo cultural, es importante tener una mirada amplia en relación a las posibilidades de acceso que tienen las personas en los diversos ámbitos culturales. De ésta manera se intenta repensar lo social desde una institucionalidad con representación participativa de los consejos regionales y con una amplia participación ciudadana en sus decisiones.

Según la encuesta nacional de participación y consumo cultural (ENPCC), Síntesis descriptiva Noviembre 2009, en uno de sus bloques temáticos plantea la percepción de los ciudadanos con relación al acceso a la cultura, de ésta se puede inferir que:

#### -Acceso a la Cultura

El 67% de los chilenos considera que el acceso a la cultura hoy es más fácil que hace cinco años, mientras que el 20,5% dice que el acceso es igual y el 12,8% más difícil que cinco años atrás.

Percepción del acceso a la cultura



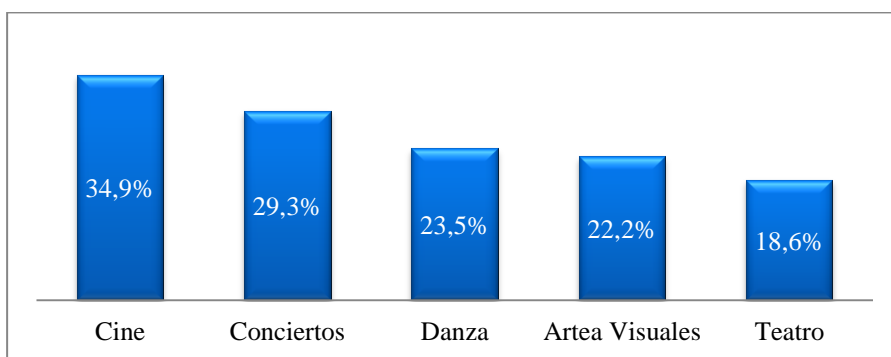
**Fuente: Encuesta Consumo Cultural 2009, Adaptación Propia.**

#### -Asistencia a eventos y actividades artísticos-culturales.

Este acceso a la cultura se desprende en las distintas actividades artístico-culturales tales como Cine, Teatro, Danza, Conciertos, Artes Visuales, visitas a Museos y Galerías de Arte.

Asistir a actividades culturales implica relacionarnos con una oferta ligada al tiempo libre, a la información y a experiencias estéticas, pero al mismo tiempo a la satisfacción de otras necesidades como la identificación grupal, regional, nacional o internacional, y la sociabilidad con otros, por medio de ritos y la apropiación de espacios públicos.

Personas que asisten a espectáculos públicos durante los últimos 12 meses, según tipo.



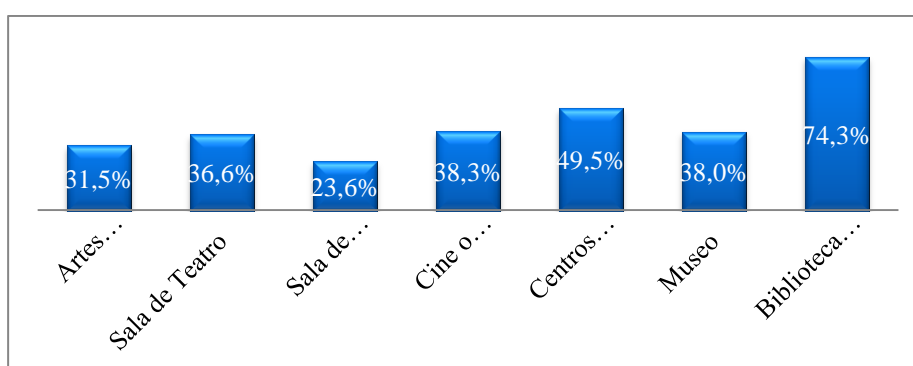
Fuente: Encuesta Consumo Cultural 2009, Adaptación Propia.

Dentro de estas actividades el cine alcanza el mayor porcentaje de asistencia, consolidándose con un 35%, siendo el sector privilegiado por los chilenos desde la encuesta 2004-2005. Por otro lado, es notable el incremento de la asistencia a la danza que, con una variación de 8,8 puntos porcentuales (pasando de un 14,7% a un 23,5%).

#### -Infraestructura Cultural

Para la realización de las diversas actividades artísticas-culturales se necesita contar con espacios públicos de uso exclusivo para el desarrollo de las diferentes disciplinas artísticas, enriquece el acceso de la ciudadanía a la cultura, y en Chile se cuenta con lo siguiente:

Percepción de Infraestructura Cultural por tipo.

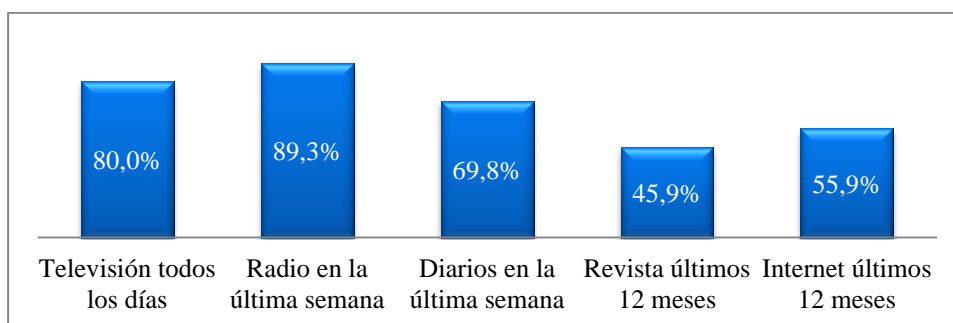


Fuente: Encuesta Consumo Cultural 2009, Adaptación Propia.

Se observa que el 49,5% de los chilenos reconoce la existencia de un centro cultural en su barrio o comuna y el 74,3% al menos una biblioteca pública. Respecto de otros tipos de infraestructura, se observan los siguientes porcentajes: espacio de museo y de cine (38%), sala de teatro (36,7%), salas de exposiciones (31,5%) y espacios para conciertos (23,6%).

Es muy importante reconocer los Medios de comunicación, los cuales son de vital importancia, para la difusión de las actividades artísticas-culturales, que se realicen en las distintas regiones del país.

Personas que usaron medios de comunicación, por tipo:



Fuente: Encuesta Consumo Cultural 2009

El uso de los medios de comunicación en Chile concentra un alto índice de consumo. El 89% de la población escucha radio, mientras que el 80% ve televisión todos los días. La televisión además es el medio más utilizado por los chilenos para informarse sobre eventos de arte y cultura.

## 2.5 Museos y Turismo Cultural.

*“El turismo cultural es una actividad de ocio cada vez más generalizada que ofrece, como valor añadido sobre otro tipo de turismo, experiencias relacionadas con el saber y el aprendizaje.”*<sup>36</sup>

El patrimonio cultural es un recurso sumamente importante para el turismo, lo cual lo transforma en un argumento para recuperarlo y protegerlo, pues es un factor de dinamización y potenciación del desarrollo socioeconómico local y regional.

*“El Turismo se ha convertido en uno de los motores principales de la expansión de los museos.”*<sup>37</sup>

El turismo tiene cada vez más peso en las visitas de los museos, es por éste fenómeno y por sus aportes económicos que estas instituciones están viviendo lo que se puede denominar su mejor tiempo, pues nunca como hoy han existido tantos museos, nunca han sido tan visitados y nunca se ha creído tan firmemente en las posibilidades de la cultura y el patrimonio en general. Es dentro de este esquema que los museos como instituciones custodias del patrimonio pueden tener un papel destacado en el desarrollo turístico de una localidad o región.

<sup>36</sup> Lic. Aldo Guzmán Ramos, Los Museos y el desarrollo Turístico, Un análisis del sudeste bonaerense.

<sup>37</sup> Ramos Lizana, Manuel. El turismo cultural: los museos y su planificación. Gijón, 2007.

Si bien el turismo de sol y playa tuvo un predominio casi absoluto en la década de los sesenta, setenta e incluso ochenta, hoy los intereses de los viajeros se están multiplicando y cambiando al mismo tiempo. Aunque el elemento cultural siempre ha estado presente en cualquier tipo de viaje, bien como motivación principal o como motivación complementaria, podemos afirmar, según los datos del Consejo Mundial del Turismo, que en la actualidad más del 40% de los viajes internacionales está motivado por aspectos relacionados con hechos culturales. Incluso, según la Conferencia Ministerial de Océanos y Nuevos Espacios Turísticos que la OMT celebró en Lisboa, el turismo cultural es una de las principales actividades del siglo XXI.

Es así como el patrimonio cultural se constituye de esta forma en un recurso que puede y debe servir como instrumento para el progreso de los pueblos, ofreciendo respuestas a sus ciudadanos tanto en el aspecto individual como social, espiritual y económico, de formación y de empleo, etc.

Es por esto que tanto profesionales como trabajadores del área turística y cultural se esmeran en recibir al turista con un servicio de calidad, que llene de manera innovadora los tiempos libres y de ocio de éstos visitantes, con actividades que vinculen la cultura y patrimonio del lugar, siendo los museos, galerías de arte, teatros, entre otras, parte de un producto / servicio incluido en la oferta cultural del país, lo que da el paso a lo que denominamos turismo cultural.

A continuación se muestra en un esquema la composición del Turismo Cultural:



**Fuente: Creación Propia**

## 2.6 Museos y Comunidad

*La Comunidad es un grupo social completo pero a menor escala, cuyos miembros comparten actitudes, creencias y valores, así como propósitos e intereses concretos que los unen.*”

Ferdinand Toennies.

La Comunidad entendida por este concepto, presenta los siguientes elementos:

- Totalidad de sentimientos, actitudes e intereses que unen a los individuos de un grupo lo que les permite actuar en forma colectiva.
- Uso permanente de un espacio donde el grupo establece sus contactos y coherencia interpersonal, que permite diferenciarlo espacialmente de otros grupos.
- Unidad físico-económica que se manifiesta por agrupaciones de viviendas, donde viven familias dedicadas principalmente a una actividad productiva específica.

Éste es el concepto que se aplica en la nueva museología, y que es aceptado por los museos latinoamericanos.

*“La relación del museo con la ciudad y la sociedad, como generador de grandes espacios urbanos y como polo de atracción turística, también ha contribuido a la total mutación tipológica de esta institución.”<sup>38</sup>*

Para nadie, que provenga del mundo museístico, es extraño hablar acerca de la fuerte y estrecha relación que debe existir entre los museos y sus comunidades. Lo cierto es que para que ésta relación ocurra de forma fluida y óptima, se requiere del cumplimiento de múltiples factores que no siempre se presentan, como que tanto el museo y la comunidad deben contar con la intención de participar de forma recíproca. La factibilidad de que ello se dé, depende de una comunidad consiente del rol de éste, sintiéndose reflejada o al menos identificada con su discurso.

Pero es cierto que los museos olvidan fácilmente el significado de la comunidad, en el ejercicio de su vida cotidiana a través del tiempo, en sus costumbres y en sus maneras de producir y reproducir sus condiciones de existencia la que hizo posible la creación y perpetuación de dicho patrimonio; esta sensación es particularmente comprobable en los pequeños museos donde el patrimonio de la comunidad que preservan, pareciera no tener nada en común con el pueblo actual ni con sus habitantes, a pesar de ser ellos los descendientes directos de esa cultura de la cual son portadores.

---

<sup>38</sup> Montaner, Josep María. Museos para el siglo XXI. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2003.

Es éste el principal reto de los museos, es hacer a la comunidad parte de éstos espacios, que sean lugares de identificación comunitaria, donde conozcan su pasado, su presente y lo que podrían llegar a ser.

Es en la experiencia pasada y en la memoria cultural e histórica de la comunidad, donde los museos deben establecer un puente de comunicación entre su objetivo de preservar sus bienes patrimoniales y generar una verdadera comunicación comunitaria. En la medida en que se dé, cada vez más, una participación comprometida de los miembros de la comunidad, los museos podrán adquirir un peso particular dentro de la trama social del desarrollo.

## 2.7 Audiencia a Museos

*“Las visitas a museos las califica como “experiencias culminantes” experiencia totalmente absorbentes y que al mismo tiempo transforman las percepciones y el entendimiento.”*

Abraham Maslow.

*“Los estudios demuestran que si se persuade a la gente de cruzar el umbral de un museo, la mayoría de las personas encontrarán algo que les interese. El reto consiste no sólo en proporcionar una buena experiencia a los visitantes, sino también de mejorar las técnicas de marketing con el fin de atraer a aquellos que no van a museos”<sup>39</sup>*

Para que exista audiencia en los museos, estos deben conciliar la investigación, educación y entretenimiento en generar una experiencia única que no se pueda encontrar en otro lugar, ya que los elementos que poseen hacen experimentar diversas sensaciones a los visitantes.

A continuación se presentan seis tipos de experiencias que existen al visitar un museo, y que se debiesen usar como estrategias para atraer a visitantes.

Cuadro Tipos de Experiencias en la visita a un museo.<sup>40</sup>

<p>Entretenimiento</p>	<p>Disfrutar de un tiempo y una actividad libres, relajados y no estructurados, una actividad lúdica y recreativa que permita refrescar tanto el cuerpo como el espíritu (pasear sin preocupaciones, visitar diferentes galerías, probar aparatos interactivos, sentarse a comer, ir de compras por las tiendas).</p>
------------------------	---

<sup>39</sup> Museum and Galleries, Comission, 1992.

<sup>40</sup> Neil Kottler y Phillip Kottler, Estrategias y Marketing de Museos

Sociabilidad	Encontrarse o departir con otros, mirar a otras personas y estar junto a ellas. Participar en actividades públicas compartidas (visitar una exposición en grupo, reunirse con alguien a la hora de comer, mirar a otros visitantes).
Experiencia de Aprendizaje	Recopilar y adquirir información, percibir nuevas cosas y nuevos modelos. Ejercitar la curiosidad y el sentido del descubrimiento. Intentar comprender cosas, contemplar y reflexionar. Practicar las aptitudes cognitivas (realizar un experimento científico, ver nuevas formas de arte. Leer rótulos y textos para conocer el contexto y el significado).
Experiencia Estética	Sumergirse en percepciones sensoriales, especialmente visuales y táctiles, contemplar objetos por su belleza, más que por su carácter moral o utilitario, comparar cosas y descubrir modelos, participar en una actividad concentrada e intensiva (comparar cuadros de un mismo artista para valorar sus cualidades, semejanzas y diferencias; disfrutar de presentaciones multimedia que involucren diferentes sentidos).
Experiencia Conmemorativa	Celebrar y honrar a un líder, acontecimiento, grupo u organización, compartir logros históricos, ensalzar algo. Conectar con el pasado, el testimonio histórico, la cadena de causas y efectos, los cambios en los materiales y la continuidad a lo largo de la historia y el tiempo y modelan las aspiraciones (ver una cápsula espacial en un museo de ciencia con un sentimiento de logro; contemplar un icono con reverencia y respeto).
Experiencia de Deleite	Observar cosas que elevan la mente, la imaginación y el espíritu. Encontrar magia, deleite, fascinación y éxtasis en objetos y lugares. Salir de la rutina de la vida cotidiana (contemplar una exposición de arte con deleite, o una muestra de ciencia y tecnología con temor reverencial).

En relación a todo lo anterior, y basándose en lo estipulado en los capítulos anteriores, se logra evidenciar que actualmente los Museos poseen un rol de suma importancia para las sociedades entregando sabiduría, conocimiento, investigación, entre otras variables que logran definirlos como instituciones no lucrativas, su misión es generar educación, lo que hace indispensable que en cada comuna del país, existan estos centros de educación e información cultural que logren reunir la historia y el patrimonio de cada lugar.

También es posible ver el desarrollo y la importancia que han logrado tener las áreas turísticas y culturales a nivel nacional, logrando posicionarse poco a poco y entregando servicios de calidad para todo tipo de visitante. Sin embargo debido a catástrofes naturales es que gran parte del área cultural se ha visto afectada y por ende ha generado un decaimiento en su estructura y gestión, generado el cierre de algunas instituciones.

## **2.8 Valparaíso**

### **2.8.1 Historia de Valparaíso**

Valparaíso no tiene una fecha exacta de fundación. Se habla que fue hace unos 470 años, cuando en medio de la colonización española se instaló una capilla que luego fue sustituida por una iglesia, en torno a la cual se levantaron algunos caseríos y el puerto fue dotado de una fortificación, “El Castillo San José”, emplazado en uno de los cerros aledaños.

A principios del siglo XIX, cuando Chile ya era independiente y comenzó a desarrollar un fuerte comercio internacional y se transformó en un enclave vital dentro de las rutas que comunicaba Europa con la costa americana del Pacífico, a través de Cabo de Hornos, llegaron inmigrantes ingleses, alemanes y franceses. Son esos extranjeros quienes dieron forma a una urbe que en nada obedece a los rígidos cuadrantes de las ciudades hispanas, produjo el crecimiento de la localidad y conformó sus peculiares características.

Valparaíso fue una ciudad próspera hasta principios del siglo XX, cuando un terremoto prácticamente lo destruyó y el comercio internacional se alejó de su puerto, optando por el más fácil tránsito que ofreció la apertura del Canal de Panamá, que conectó los océanos Pacífico y Atlántico. Hoy, una parte importante de sus habitantes tiene la ilusión de que la ciudad reviva al ser declarada Patrimonio de la Humanidad el día 02 de Julio de 2003 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

## 2.8.2 Análisis Territorial

### a) Datos geográficos de la Ciudad de Valparaíso

Valparaíso es un puerto, ciudad y comuna chilena, del Litoral Central, capital de la provincia y región homónima y capital legislativa del país. Está ubicada a 33° 02' Latitud Sur y 71° 37' Longitud Oeste.

La ciudad forma parte de la conurbación del Gran Valparaíso y limita al sur con la comuna de Casablanca, al norte con Viña del Mar y Quilpué, al oeste con el Océano Pacífico y al este con Quilpué y Casablanca.

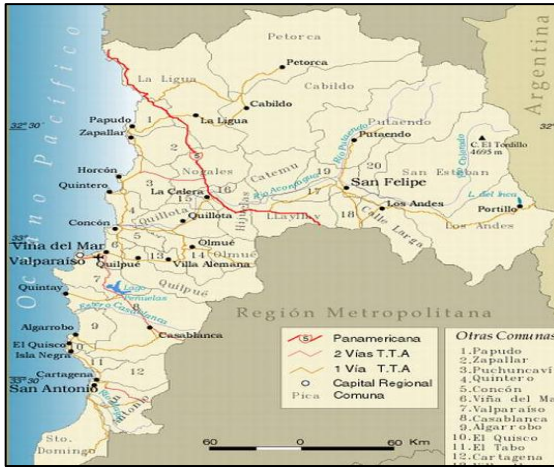
Valparaíso se caracteriza por ser una ciudad que resbala desde los cerros hacia el mar. Son numerosos los cerros de la ciudad, y muchos de ellos presentan particularidades que no se repiten en otros. No existe unanimidad en el número, sin embargo surgen del siguiente listado 42 nombres, ordenados de norte a sur y algunos de ellos agrupados en pequeños conjuntos de cerros.

Está dividido esencialmente en 2 partes: el Plan y los Cerros. El plan está a su vez tradicionalmente dividido entre el sector de El Almendral, donde residen gran parte de los servicios públicos, el Congreso Nacional y empresas de Valparaíso y el sector Puerto, donde se sitúan bares, hoteles que alojaron originalmente a marineros, además de las instalaciones del puerto, diversas sedes bancarias y el Servicio Nacional de Aduanas.

En los cerros se destacan las construcciones coloniales ubicadas en el Barrio Barón, el sector Bellavista, el Casco Patrimonial y Playa Ancha; donde arquitecturas tanto inglesas, francesas y alemanas se mezclan con la diversidad criolla y el ingenio de nuevas arquitecturas, conservando la historia. Junto con esto, los Paseos y Miradores forman parte de éste conjunto de puntos turísticos de la ciudad; estos paseos toman mayor importancia durante las festividades de Año Nuevo.

Los cerros Alegre y Concepción destacan por sobre los demás por ser la primera urbanización colonial entre los cerros; casonas antiguas, iglesias de diferentes congregaciones, paseos y ascensores son el conjunto de maravillas que forman parte de este sector, nombrado Patrimonio de la Humanidad el año 2003.

Mapa de la Región de Valparaíso



Mapa de la Ciudad de Valparaíso



Fuente: Google

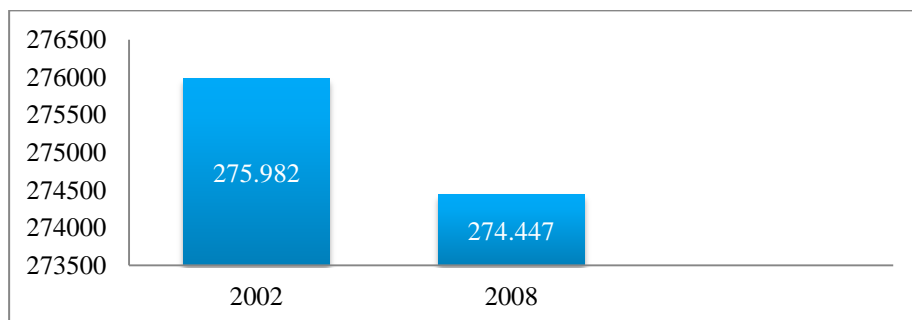
### 2.8.3 Análisis Sectorial

a) Datos demográficos de Valparaíso.

Valparaíso concentra una alta población en su territorio, cercana a los 275.000 habitantes, dividida prácticamente en cifras similares entre mujeres y hombres, siendo en mayor número los habitantes de sexo femenino aunque con una diferencia muy menor. En cuanto a la población según grupos de edad podemos concluir que el mayor número se halla en la clasificación de los 18 a 64 años de edad, tipificados como adultos lo que nos habla de una normalidad demográfica, donde no existiría ni un aumento de la natalidad en los últimos años ni un fuerte envejecimiento de la población como ya se hace común en el crecimiento demográfico del país.

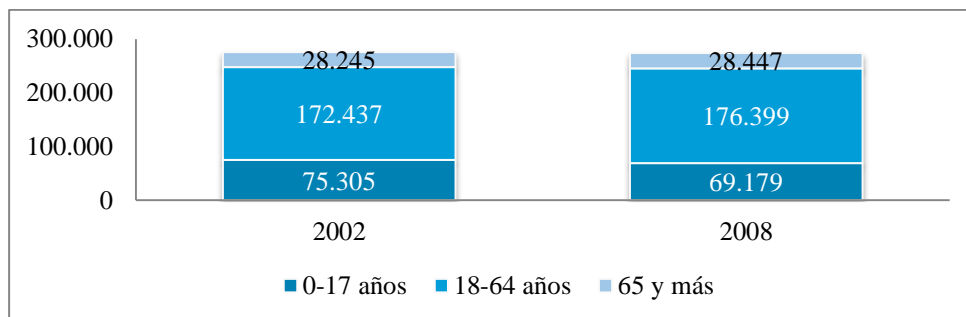
Tal población adulta en relación a su condición potencial de fuerza de trabajo se halla en su mayoría con una ocupación (90% aprox.) de diversa naturaleza, cifra que se ha mantenido estable desde el año 2000 y que guarda coherencia con las cifras de ocupación y también de desempleo del país en cifras generales

*Población Comunal Total*



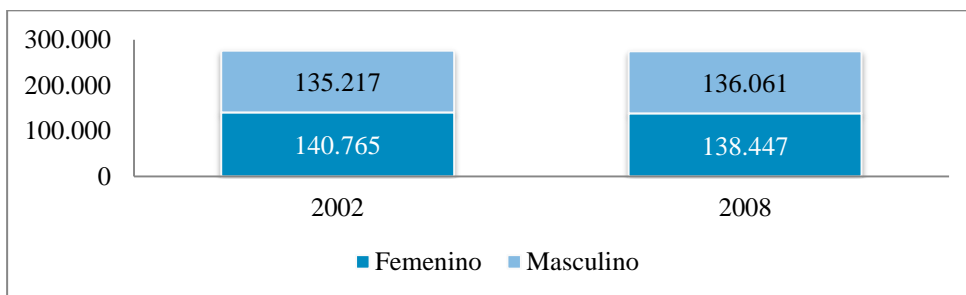
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE) 2008, Adaptación Propia

*Población por grupos de edad*



**Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE) 2008, Adaptación Propia.**

*Población Comunal por sexo*



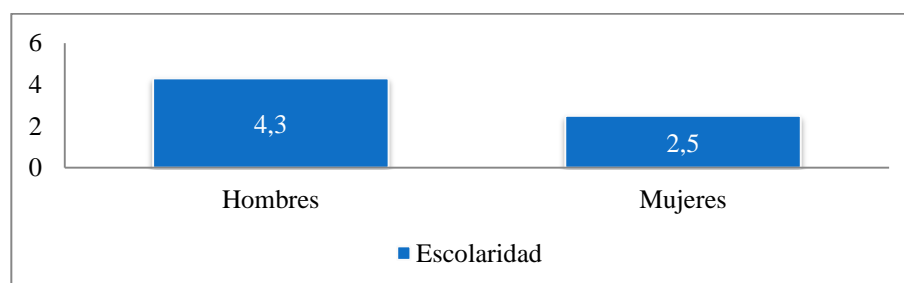
**Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE) 2008, Adaptación Propia.**

b) Escolaridad

Datos Estadísticos de la Escolaridad en la comuna de Valparaíso

Escolaridad promedio de la población (2008)

Años de escolaridad promedio de la población de 15 años o más por sexo, en la región de Valparaíso.





**Fuente: Creación Propia**

## 2.9 Museos de Valparaíso

### 2.9.1 Ficha de Cada Museo de la Ciudad de Valparaíso

#### Casa Museo La Sebastiana

<b>FICHA N°1</b>			
<b>Ubicación</b>		Calle Ferrari # 692, Cerro Bellavista, Valparaíso	
<b>Contacto</b>			
<b>Teléfono</b>		56-32-2256606	
<b>Mail</b>		tiendalasebastiana@fundacionneruda.org	
<b>Página Web</b>		<a href="http://www.fundacionneruda.org">www.fundacionneruda.org</a>	
<b>Director</b>			
<b>Administración</b>			
<b>Privada</b>		X	<b>FUNDACIÓN</b>
<b>Pública</b>			
<b>Forma de Gobierno</b>			
<b>Dependencia Orgánica</b>		<b>Organización Sin Fin de Lucro</b>	
<b>Dependencia con Autonomía de Gestión</b>		<b>Entidad Privada</b>	
<b>Tipo de Museo</b>			
<b>Público</b>		X	<b>Privado</b>
<b>Financiamiento</b>		Entrada al museo, Concesión cafetería y tienda, aportes fundación....	
<b>Horario de Atención</b>		Marzo a Diciembre: Martes a domingo, de 10:00 a 18:00 horas. Enero y Febrero: Martes a domingo de 10:30 a 18:50 horas	
<b>Valor de Entrada</b>		General: \$ 3000, Estudiantes y Tercera Edad \$ 1500	
<b>Objetivo/Misión/Visión</b>		Difundir y Preservar el legado poético, artístico y humanista del poeta	
<b>FOTO</b>		<b>MAPA</b>	
			

<b>Contenido</b>	
<i>En la Casa Museo se conservan las pertenencias de donde vivió Pablo Neruda, Poeta Chileno que fue reconocido con el Premio Nobel de Literatura y que influyó fuertemente en la política Chilena.</i>	
<b>Servicios</b>	
Centro Información Turístico Cultural	Audio Guías
Biblioteca de Poesía	Centro Cultural
Revista Cultural, Nerudiana y Cuaderno.	Sala de Exposición
Taller de Poesía	Guías Bilingües
Taller de Vitrales	Recepcionista Bilingüe
Baños Públicos	Guardias de Seguridad
Redes Sociales como Facebook, Página Web	Folletería
<b>Servicios Comerciales</b>	
Tienda Suvenir	Cafetería
Casilleros	Venta Vitrales( Taller)
<b>Recurso Humano</b>	
Director	Guardias de Seguridad
Recepcionista	Cajeros
Secretaria	Guías
Auxiliares de Aseo	Administrador
<b>Situación Actual</b>	Abierto al Publico



### **Museo de Historia Natural**

<b>FICHA N° 2</b>	
<b>Ubicación</b>	Calle Condell N° 1546, Valparaíso
<b>Contacto</b>	
<b>Teléfono</b>	(56-32) 25 44 840
<b>Mail</b>	contacto@mhnv.cl
<b>Página Web</b>	www.dibam.cl/historia_natural
<b>Director</b>	Patricio Ortega Gómez
<b>Administración</b>	
<b>Privada</b>	
<b>Pública</b>	X <b>DIBAM</b>
<b>Forma de Gobierno</b>	
<b>Dependencia Orgánica</b>	X <b>Organización Sin Fin de Lucro</b>
<b>Dependencia con Autonomía de Gestión</b>	<b>Entidad Privada</b>
<b>Tipo de Museo</b>	
<b>Público</b>	X <b>Privado</b>
<b>Financiamiento</b>	Estatal



<b>Horario de Atención</b>	Martes a viernes: de 10:00 a 13:00 y de 14:00 a 18:00 horas. Sábado, domingo y festivos: de 10:00 a 14:00 horas.
<b>Valor de Entrada</b>	General: \$ 600 Estudiantes y Tercera Edad \$300
<b>Objetivo/Misión/Visión</b>	Rescatar, conservar, investigar y difundir el patrimonio natural y cultural, a fin de provocar cambios positivos en su percepción, valoración y protección.
<b>FOTO</b>	<b>MAPA</b>
	
<b>Contenido</b> Construcción que data de 1881. Exhibe colecciones centenarias de historia natural. Cuenta con salas de Ciencias Naturales, Antropológica y Didáctica, además de una biblioteca que reúne obras de carácter científico y técnico.	
<b>Servicios</b>	
Biblioteca Especializada	Sala Audiovisual
Sala Didáctica	Áreas de Investigación
Itinerancias	Sala de Exposiciones permanente
Recepcionista	Baños Públicos
Guardia de Seguridad	Conexión Inalámbrica Internet
<b>Recurso Humano</b>	
Director	Profesor / Museólogo
Guardia	Recepcionista
<b>Situación Actual</b>	Cerrado

**Museo Naval y Marítimo**

<b>FICHA N° 3</b>	
<b>Ubicación</b>	Paseo 21 de Mayo N° 45 C° Artillería - Playa Ancha Valparaíso
<b>Contacto</b>	
<b>Teléfono</b>	(032) 2437651
<b>Mail</b>	kvillarroel@armada.cl
<b>Página Web</b>	www.museonaval.cl
<b>Director</b>	Cristian del Real Perez
<b>Administración</b>	
<b>Privada</b>	<input checked="" type="checkbox"/> (Comandancia en Jefe de la Primera Zona Naval)
<b>Pública</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Forma de Gobierno</b>	
<b>Dependencia Orgánica</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Organización Sin Fin de Lucro
<b>Dependencia con Autonomía de Gestión</b>	<input type="checkbox"/> Entidad Privada
<b>Tipo de Museo</b>	
<b>Público</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Privado
<b>Financiamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Armada de Chile</li> <li>- Entradas diarias al Museo</li> <li>- Proyectos, presentados a la Corporación del Patrimonio Naval y Marítimo de Chile</li> </ul>
<b>Horario de Atención</b>	Martes a Domingo de 10:00 a 18:00 hrs.
<b>Valor de Entrada</b>	General \$ 700 Estudiantes y Tercera Edad \$300
<b>Objetivo/Misión/Visión</b>	"Preservar las colecciones en custodia y difundir el patrimonio marítimo de Chile, con el propósito de contribuir a incrementar la conciencia marítima nacional.

<b>FOTO</b>	<b>MAPA</b>
	
<p><b>Contenido</b></p> <p>El Museo Naval y Marítimo no solamente conserva las colecciones que se pueden apreciar en la muestra permanente. El patrimonio museográfico preservado en sus depósitos supera los 3.000 objetos tridimensionales (Medallas, Monedas, Uniformes, Banderas, Maquetas de buques, Armamento, etc.) Posee una colección de 30.000 volúmenes, entre los que se destacan libros y publicaciones periódicas, manuscritos, grabados, películas, bitácoras, historiales, placas de vidrio, fotografías, etc.</p>	
<p><b>Servicios</b></p>	
Biblioteca Histórica	Conexión Inalámbrica a Internet
Sala de exposiciones temporales	Sala de Conferencias
Salón auditorio	Archivo Histórico
Visitas guiadas	
<p><b>Servicios Comerciales</b></p>	
Cafetería	Sala de Ventas
<p><b>Recurso Humano</b></p>	
Director	Profesor
Oficial Militar	Investigador
Secretaria	Diseñador Grafico
Relacionador Público	Asistente Técnico
Ingeniero Comercial	Guías
Bibliotecólogo	Restaurador Conservador
Informático	Cajero
Guardias	Auxiliar de Aseo
<p><b>Situación Actual</b></p>	<p><i>Abierto al Público</i></p>


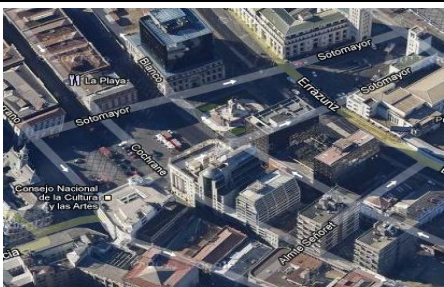
**Museo Casa Mirador de Lukas**

<b>FICHA N<sup>o</sup> 4</b>			
<b>Ubicación</b>		Paseo Gervasoni # 448, Cerro Concepción	
<b>Contacto</b>			
<b>Teléfono</b>		(032) 2221344	
<b>Mail</b>		prensa@lukas.cl	
<b>Página Web</b>		www.lukas.cl	
<b>Director</b>		Rafael Torres Arredondo	
<b>Administración</b>			
<b>Privada</b>		<b>X</b>	<b>FUNDACIÓN</b>
<b>Pública</b>			
<b>Forma de Gobierno</b>			
<b>Dependencia Orgánica</b>		<i>Organización Sin Fin de Lucro</i>	
<b>Dependencia con Autonomía de Gestión</b>		<i>Entidad Privada</i>	<b>X</b>
<b>Tipo de Museo</b>			
<b>Público</b>		<b>X</b>	<i>Privado</i>
<b>Financiamiento</b>		Concepto de entrada, concesión de cafetería y tienda, venta de publicaciones. Auspicio de empresas del rubro de la cultura.	
<b>Horario de Atención</b>		Martes a Domingo: 11:00 - 18:00 Horas	
<b>Valor de Entrada</b>		General \$ 600	
<b>Objetivo/Misión/Visión</b>		Reunir la obra de Lukas y la iconografía, bibliografía y publicaciones referidas a su persona, conservarla en condiciones técnicas adecuadas, clasificarla y difundirla con la mayor amplitud posible, para su proyección como testimonio patrimonial de la identidad y costumbres de nuestra patria y de Valparaíso.	
<b>FOTO</b>		<b>MAPA</b>	
			

<b>Contenido</b>	
Obras del dibujante caricaturista Lukas, y algunas de sus pertenencias.	
<b>Servicios</b>	
Baños Públicos	Realización ciclo cine
Folletería	Sala de Conferencias, Foros, charlas, entre otras actividades
<b>Servicios Comerciales</b>	
Cafetería	Tienda Suvenir
Venta de Publicaciones	
<b>Recurso Humano</b>	
Director	Asistente Administración
Diseñador	Recepcionista
Secretaria	Contadora
<b>Situación Actual</b>	<i>Abierto al Público</i>



### Museo In Situ

<b>FICHA N° 5</b>			
<b>Ubicación</b>		Plaza Sotomayor	
<b>Contacto</b>			
<b>Teléfono</b>		No tiene	
<b>Mail</b>		No tiene	
<b>Página Web</b>		No tiene	
<b>Director</b>			
<b>Administración</b>			
<b>Privada</b>			
<b>Pública</b>		X	<b>MUNICIPAL</b>
<b>Forma de Gobierno</b>			
<b>Dependencia Orgánica</b>		<b>Organización Sin Fin de Lucro</b>	X
<b>Dependencia con Autonomía de Gestión</b>		<b>Entidad Privada</b>	
<b>Tipo de Museo</b>			
<b>Público</b>		X	<b>Privado</b>
<b>Financiamiento</b>			
<b>Horario de Atención</b>		Lunes a Domingo 10:00 a 14:00 y 15:30 a 19:00	
<b>Valor de Entrada</b>		Liberada	

<b>FOTO</b>	<b>MAPA</b>
	
<b>Contenido</b>	
Restos del primer muelle fiscal de Valparaíso y textos que contextualizan históricamente la muestra y relatan el proceso de formación del museo.	
<b>Servicios</b>	
Información Turística	
<b>Servicios Comerciales</b>	
Venta de Suvenir	
<b>Situación Actual</b>	Cerrado



### Museo Organológico

<b>FICHA N<sup>o</sup> 6</b>			
<b>Ubicación</b>	Calle Ferrari 488, Cerro Bellavista		
<b>Contacto</b>			
<b>Teléfono</b>	09-3331841		
<b>Mail</b>	museoorganologico@gmail.com		
<b>Facebook</b>	www.facebook.com/museoorganologico		
<b>Director</b>	Fernando Ramírez		
<b>Administración</b>			
<b>Privada</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>PARTICULAR</b>	
<b>Pública</b>	<input type="checkbox"/>		
<b>Forma de Gobierno</b>			
<b>Dependencia Orgánica</b>	<input type="checkbox"/>	Organización Sin Fin de Lucro	<input type="checkbox"/>
<b>Dependencia con Autonomía de Gestión</b>	<input type="checkbox"/>	Entidad Privada	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Tipo de Museo</b>			
<b>Público</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Privado</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Financiamiento</b>		Concepto de entrada al museo y proyectos	
<b>Horario de Atención</b>		Lunes a Domingo de 10:00 – 18:30 sólo a pedido	
<b>Valor de Entrada</b>		General: \$1.000, Estudiantes y Tercera Edad: \$500	

<b>FOTO</b>	<b>MAPA</b>
	
<b>Contenido</b>	
Colección que reúne más de 600 valiosas piezas que llegaron desde todo el mundo al puerto, y que eran ignoradas por sus dueños. Proviene, entre otras, de las culturas hindú, árabe, marroquí y china.	
<b>Servicios</b>	
Taller de lutheria	Estudio de grabación
Visitas Guiadas	Espacio de archivos y documentación
<b>Recurso Humano</b>	
Director General Profesora de Música Musicoterapeuta	Arquitecto Gestor Cultural
<b>Situación Actual</b>	<i>Abierto a pedido</i>

### Museo Municipal de Bellas Artes, Palacio Bellas Artes



<b>FICHA N° 7</b>		
<b>Ubicación</b>	Paseo Yugoslavo, Cerro Alegre	
<b>Contacto</b>		
<b>Teléfono</b>	09-3331841	
<b>Director</b>		
<b>Administración</b>		
<b>Privada</b>		
<b>Pública</b>	X	<b>MUNICIPAL</b>
<b>Forma de Gobierno</b>		
<b>Dependencia Orgánica</b>	<i>Organización Sin Fin de Lucro</i>	X
<b>Dependencia con Autonomía de Gestión</b>	<i>Entidad Privada</i>	
<b>Tipo de Museo</b>		
<b>Público</b>	X	<i>Privado</i>
<b>Financiamiento</b>	Se pretende que los ingresos sean por entrada y concesión de cafetería y tienda.	
<b>Horario de Atención</b>	<i>Aún no definido</i>	
<b>Valor de Entrada</b>	<i>Aún no definido</i>	

<b>FOTO</b>	<b>MAPA</b>
	
<b>Contenido</b>	
Pinacoteca que reúne dos colecciones: La de Pascual Baburizza y La del antiguo Museo de Bellas Artes	
<b>Servicios</b>	
Sala de exposición	Auditorio
<b>Servicios Comerciales</b>	
Cafetería	Tienda
Restaurant	
<b>Situación Actual</b>	<i>Cerrado</i>



\*La información del Museo Municipal de Bellas Artes, no es precisa ni actual, es lo que se pretende se logre con el proyecto en desarrollo luego de su restauración en el año 2012.

### **Teatro Museo del Títere y el Payaso**



<b>FICHA N° 8</b>		
<b>Ubicación</b>	Calle Cuming 795, Cerro Cárcel.	
<b>Contacto</b>		
<b>Teléfono</b>	(032) 2592226	
<b>Mail</b>	contacto@teatromuseo.cl	
<b>Página Web</b>	www.teatromuseo.cl	
<b>Director</b>		
<b>Administración</b>		
<b>Privada</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>PARTICULAR</b>
<b>Pública</b>	<input type="checkbox"/>	
<b>Forma de Gobierno</b>		
<b>Dependencia Orgánica</b>	<input type="checkbox"/>	<i>Organización Sin Fin de Lucro</i>
<b>Dependencia con Autonomía de Gestión</b>	<input type="checkbox"/>	<i>Entidad Privada</i>
		<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Tipo de Museo</b>		
<b>Público</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<i>Privado</i>
		<input type="checkbox"/>

<b>Financiamiento</b>	Concepto de entrada al museo y a funciones, además autogestión de proyectos y Talleres
<b>Horario de Atención</b>	Por las mañanas de Lunes a Domingo 11:00 a 14:00. Por las Tarde / de Miércoles a Domingo 17:00 a 19:00.
<b>Valor de Entrada</b>	\$ 500
<b>Objetivo/Misión/Visión</b>	Espacio en Chile dedicado a la difusión, desarrollo y exhibición del teatro de títeres y payasos.
<b>FOTO</b>	<b>MAPA</b>
	
<b>Contenido</b>	Exposición permanente de Títeres, selección de fotografías de los payasos más connotados del mundo.
<b>Servicios</b>	
Sala de teatro	Exposición permanente
Talleres	Visitas guiadas
<b>Servicios Comerciales</b>	
Venta de Títeres	
<b>Recurso Humano</b>	
Director	Recepcionista
Profesores	Administrador
<b>Situación Actual</b>	<i>Abierto al público</i>

**Museo Cielo Abierto**

<b>FICHA N° 9</b>			
<b>Ubicación</b>		Entre los pasajes Quimera, Pasteur, Rudoiph y Ferrari, Cerro Bellavista	
<b>Director (curadora)</b>		Paola Pascual	
<b>Administración</b>			
<i>Privada</i>		X	<b>UNIVERSIDAD</b>
<i>Pública</i>			
<b>Forma de Gobierno</b>			
<i>Dependencia Orgánica</i>			<i>Organización Sin Fin de Lucro</i> X
<i>Dependencia con Autonomía de Gestión</i>			<i>Entidad Privada</i>
<b>Tipo de Museo</b>			
<i>Público</i>		X	<i>Privado</i>
<b>Financiamiento</b>		<i>Privado</i>	
<b>Horario de Atención</b>		Liberado	
<b>Valor de Entrada</b>		Liberado	
<b>Objetivo/Misión/Visión</b>		Potenciar las obras de destacados artista nacionales.	
<b>FOTO</b>		<b>MAPA</b>	
			
<b>Contenido</b>			
Son 20 murales que han sido realizados por alumnos del Instituto de Arte de la Universidad Católica de Valparaíso y los bocetos corresponden a connotados artistas chilenos.			
<b>Servicios</b>			
<i>No Tiene</i>			
<b>Servicios Comerciales</b>			
<i>No Tiene</i>			
<b>Recurso Humano</b>			
<i>Curadora</i>			
<b>Situación Actual</b>		<i>Abierto al público</i>	

**Museo del Mar Lord Thomas Cochrane**

<b>FICHA N° 10</b>		
<b>Ubicación</b>	Calle Merced N° 195, Cerro Cordillera	
<b>Contacto</b>		
<b>Teléfono</b>	(56-32) 939486.	
<b>Director</b>		
<b>Administración</b>		
<b>Privada</b>	<input type="checkbox"/>	
<b>Pública</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>MUNICIPAL</b>
<b>Forma de Gobierno</b>		
<b>Dependencia Orgánica</b>	<i>Organización Sin Fin de Lucro</i>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Dependencia con Autonomía de Gestión</b>	<i>Entidad Privada</i>	<input type="checkbox"/>
<b>Tipo de Museo</b>		
<b>Público</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<i>Privado</i>
<b>Financiamiento</b>		
<b>Horario de Atención</b>	(56-32) 939486.	
<b>Valor de Entrada</b>	Liberada	
<b>FOTO</b>	<b>MAPA</b>	
 		
<b>Contenido</b>		
Exhibe piezas de Modelismo Naval y se realizan exposiciones rotativas durante todo el año		
<b>Servicios</b>		
Sala Exposición	Baños	
<b>Servicios Comerciales</b>		
<b>No Tiene</b>	<input type="checkbox"/>	
<b>Recurso Humano</b>		
Director	Administrador	
Guardia	Aseo	
<b>Situación Actual</b>	<i>Abierto</i>	

NOTA: De acorde a lo anterior los museos públicos son todas las organizaciones que abren sus puertas a todo visitante, no necesariamente aquellos pertenecientes a organizaciones gubernamentales o estatales.

A diferencia de la administración, ya que al hablar de administración pública nos referimos a las instituciones dependientes de la municipalidad o alguna entidad del gobierno, y administración privada a entidad dependiente de particulares, fundaciones entre otras.

Con toda la información recopilada en los capítulos previos sobre los museos de la Comuna de Valparaíso se ha logrado concluir que la mayoría de estas instituciones no cuentan con una gestión actualizada, con planes de comunicación y promoción, con un calendario de actividades, una infraestructura donde se permita la vinculación con los habitantes.

Es por esto que a través de éste proyecto se quiere generar propuestas que permitan ser sustento base de alguna de las instituciones para así poder darles un mejor funcionamiento con fines relacionados a la cultura de cada localidad. Alcanzando los objetivos propuestos en el proyecto.

### **2.9.2 Matriz Selección de Museos a Intervenir**

El propósito de la Gestión es facilitar la toma de decisiones que conducen a la consecución de la misión de los Museos y la ejecución de sus objetivos.

Según el estudio previo de la Gestión de Museos, se reconocen como fundamentales los elementos clasificados en las cinco matrices de selección (mencionadas más abajo). Estos elementos son con los cuales debiese contar cada institución, para ser considerado con una óptima gestión en curso, de esta selección dependerá cual(es) de los museos necesita implementar una propuesta de gestión.

Las matrices son las siguientes:

- Recurso Humano.
- Difusión.
- Infraestructura y Equipamiento.
- Servicios.
- Actividades.

Recurso Humano

“Cualquier institución que aspire a ser útil y eficaz debe contar con personal preparado para los propósitos de esa institución. Esto lo saben los dueños de las industrias, de negocios y todas las personas para las cuales el producto de su actividad significa su supervivencia. Los únicos que no lo saben son los dueños de los museos”.

Dra. Mostny<sup>41</sup>

Recurso Humano a considerar, en el funcionamiento de un Museo.

- Director
- Administrador
- Profesores básicos y de Historia
- Diseñadores
- Gestores Culturales
- Recepcionista Bilingüe
- Restauradores y Conservadores
- Museólogos
- Guías Especializados y Bilingües
- Auxiliar de Aseo
- Guardia de Seguridad

Matriz Recurso Humano

MUSEOS	Director	Administrador	Profesores	Diseñador	Gestor cultural	Recepcionista	Restaurador	Museólogos	Guías	Aseo	Guardia
Casa Museo La Sebastiana	✓	✓				✓			✓	✓	✓
Museo Organológico	✓	✓	✓								
Museo Cielo Abierto		✓	✓								
Museo Historia Natural	✓	✓	✓			✓	✓	✓		✓	✓
Museo In Situ		✓									✓
Museo Municipal de Bellas Artes		✓								✓	✓
Museo Naval y Marítimo	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Teatro Museo del Títere y el Payaso	✓		✓								
Museo del Mar Lord Thomas Cochrane		✓								✓	✓
Museo Casa Mirador de Lukas	✓	✓		✓		✓				✓	

Fuente: Elaboración Propia

<sup>41</sup> Doctora Austriaca, nacionalizada en Chile, desempeñada en las disciplinas de filología, historia oriental y filosofía.

\*La selección de los museos se realiza considerando que la institución cuente con menos del 50% del recurso humano nombrado en la tabla (4 o menos de los profesionales).

Por lo tanto de la matriz de selección se puede inferir que los museos que carecen de Recurso Humano son:

- Museo Organológico
- Museo Cielo Abierto,
- Museo In Situ,
- Museo Municipal de Bellas Artes
- Museo del Mar Lord Thomas Cochrane,
- Museo del Títere y del Payaso.

### Difusión

La Difusión es “*Poner al alcance de la generalidad de la gente algo que antes estaba reservado a una minoría*” (Moliner, 1990: I, 1026)

La difusión es la herramienta que se encarga directamente de conectar el museo con la sociedad, comunicar el contenido de las colecciones, la que facilita la transmisión del mensaje del patrimonio resguardado en el museo, así como también de los fines y valores de la propia institución. Sin esta herramienta, que actúa de intermediaria, solamente una pequeña parte de la sociedad, una minoría instruida, se interesaría por el museo, accedería a él y sería capaz de comprender el significado de lo expuesto.<sup>42</sup>

Difusión a considerar en el funcionamiento de un Museo:

- Página Web
- Facebook
- Twitter
- Folletería
- Publicaciones en Revistas y Diarios permanente.
- Anuncios en radios y/o tv permanente.

---

<sup>42</sup> Carmen Valdés Sagüés, Servicio de Museos del Gobierno de Navarra. La Difusión una función del museo.

**Matriz Difusión**

<b>MUSEOS</b>	<b>Página Web</b>	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>	<b>Folletería</b>	<b>Publicaciones en revistas y folletos</b>	<b>Anuncios en radio y/o tv</b>
<b>Casa Museo La Sebastiana</b>	✓			✓	✓	
<b>Museo Organológico</b>		✓				
<b>Museo Cielo Abierto</b>		✓				
<b>Museo Historia Natural</b>				✓		
<b>Museo In Situ</b>						
<b>Museo Municipal de Bellas Artes</b>						
<b>Museo Naval y Marítimo</b>	✓	✓		✓	✓	
<b>Teatro Museo del Títere y el Payaso</b>	✓	✓		✓	✓	
<b>Museo del Mar Lord Thomas Cochrane</b>						
<b>Museo Casa Mirador de Lukas</b>	✓					

Fuente: Elaboración Propia

\*La selección de los museos se realiza considerando que la institución cuenta con menos del 50% de los tipos de difusión nombrados en la tabla (2 o menos).

Por lo tanto de la matriz se puede inferir que los museos que carecen de difusión son:

- Museo Organológico
- Museo Cielo Abierto
- Museo Historia Natural
- Museo In Situ
- Museo Municipal de Bellas Artes
- Museo del Mar Lord Thomas Cochrane
- Museo Casa Mirador de Lukas

### Infraestructura y Equipamiento

La Infraestructura y Equipamiento es de suma importancia para brindarle al museo la oportunidad de acoger a la comunidad y visitantes, así poder realizar actividades de distintas índole, en donde el visitante se sienta parte del patrimonio del museo.

La siguiente es la infraestructura y equipamiento necesario para el óptimo funcionamiento del museo para así ofrecer un servicio de calidad a la comunidad y a los visitantes.

- Sala didáctica para trabajar con los niños.
- Sala de Conferencias, Seminarios, Charlas, Encuentros, Capacitaciones, Foros, entre otras actividades.
- Proyectoros.
- Computadores.
- Conexión a Internet Inalámbrico.
- Audio guías.
- Señaléticas y paneles con Información de la exhibición.
- Centro Información Turístico y Cultural.
- Biblioteca donde se archive la documentación de la historia del museo

### Matriz Infraestructura y Equipamiento

MUSEOS	Sala Didáctica	Sala Conferencia	Proyectoros	Computadores	Conexión	Audio Guías	Señaléticas / Paneles	Red Social	Centro Información	Biblioteca
Casa Museo La Sebastiana		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Museo Organológico										
Museo Cielo Abierto										
Museo Historia Natural	✓				✓		✓	✓		✓
Museo In Situ										
Museo Municipal de Bellas Artes										
Museo Naval y Marítimo	✓	✓			✓		✓			
Teatro Museo del Títere y el Payaso	✓				✓		✓	✓		
Museo del Mar Lord Thomas Cochrane										
Museo Casa Mirador de Lukas		✓					✓	✓		

Fuente: Elaboración Propia

\*Se considera un Museo con óptima Infraestructura y Equipamiento aquellos que tengan más del 50% (5 o más de los elementos nombrados en la matriz) del requerido en el proyecto.

De la matriz de selección se puede inferir que los siguientes museos necesitan implementación de infraestructura y equipamientos, lo que incide en la baja audiencia de la comunidad de algunos de estos espacios:

- Museo Organológico
- Museo Cielo Abierto
- Museo In Situ
- Museo Municipal de Bellas Artes
- Museo Naval y Marítimo
- Teatro Museo del Títere y del Payaso
- Museo del Mar Lord Thomas Cochrane
- Museo Casa Mirador de Lukas

### Servicios

Los servicios que se entregan a los ciudadanos y visitantes en general, son los que marcan la diferencia y lo que va a influir en la decisión de volver y recomendar el museo a otras personas.

Los servicios mínimos que un museo debe ofrecer son:

- Cafetería
- Sala de Ventas
- Baños Público
- Guardarropía

**Matriz Servicios**

MUSEOS	Sala Didáctica	Sala Conferencia	Proyector	Computadores
Casa Museo La Sebastiana	✓	✓	✓	✓
Museo Organológico			✓	
Museo Cielo Abierto				
Museo Historia Natural			✓	
Museo In Situ		✓		
Museo Municipal de Bellas Artes	✓	✓	✓	
Museo Naval y Marítimo	✓	✓	✓	
Teatro Museo del Títere y el Payaso				
Museo del Mar Lord Thomas Cochrane			✓	
Museo Casa Mirador de Lukas	✓	✓	✓	

Fuente: Elaboración Propia

\*Se considera un Museo con óptimo Servicio aquellos que tengan más del 50% (2 o más de los servicios nombrados en la matriz) del requerido en el proyecto.

De la matriz de selección se puede inferir que los Museos que no cuentan con un servicio para óptimo para entregar a los visitantes son:

- Museo Organológico
- Museo Cielo Abierto
- Museo Historia Natural
- Museo In Situ
- Museo del Mar Lord Cochrane
- Teatro Museo del Títere y del Payaso

### Actividades

Es muy importante que en los Museos se dé el espacio para la realización de diversas actividades donde se fomente el interés por el patrimonio resguardado y otras temáticas que converjan a la ciudadanía.

A continuación se presentan algunas de las actividades que se deben realizar en los museos:

- Talleres relacionados con la temática del museo.
- Obras de teatro para niños.
- Seminarios, Conferencias, Encuentros, Foros.
- Capacitaciones para el personal
- Exposiciones Temporales
- Itinerancia en Escuelas y Plazas cercanas al Museo
- Eventos Artísticos y Culturales

### Matriz Actividades

MUSEOS	Talleres	Obras de Teatro	Seminarios, etc.	Capacitaciones	Exposiciones	Itinerancia	Eventos Artísticos y Culturales
Casa Museo La Sebastiana	✓		✓		✓		✓
Museo Organológico	✓				✓		
Museo Cielo Abierto					✓		
Museo Historia Natural	✓		✓		✓		
Museo In Situ					✓		
Museo Municipal de Bellas Artes					✓		
Museo Naval y Marítimo	✓		✓		✓		
Teatro Museo del Títere y el Payaso	✓		✓		✓	✓	
Museo del Mar Lord Thomas Cochrane					✓		
Museo Casa Mirador de Lukas			✓		✓		✓

Fuente: Elaboración Propia

\*Se considera un Museo con óptimas actividades aquellos que tengan más del 50% (3 o más de los servicios nombrados en la matriz) del requerido en el proyecto.

De la matriz de selección se puede inferir que los Museo que no realizan actividades son:

- Museo Cielo Abierto
- Museo Organológico
- Museo In Situ
- Museo Municipal de Bellas Artes
- Museo del Mar Lord Thomas Cochrane

### **Diagnóstico**

Según lo que se puede inferir de las matrices de selección, con los criterios de las 5 matrices; Recursos Humano, Difusión, Infraestructura - Equipamiento, Servicios y Actividades, los Museos que necesitan la implementación de una Propuesta de Gestión, son:

- Museo Organológico
- Museo Cielo Abierto
- Museo In Situ
- Museo del Mar Lord Thomas Cochrane

Estos Museos fueron escogidos en una preselección, ya que sus falencias se ven con claridad, y se repiten en todas las categorías necesarias para un buen funcionamiento y óptima gestión de un Museo, la que se dio a conocer en el Capítulo 1.

### **Fundamentación**

Actualmente Valparaíso ciudad patrimonio de la humanidad cuenta con 10 museos de diversa dependencia administrativa, tales como; particulares, fundaciones, municipales y de la DIBAM, de los cuales sólo unos pocos han tenido la capacidad de sustentarse en el tiempo y ser centros reconocidos por los porteños y visitantes de la ciudad, lo cual deja ver que la cultura y la reactivación de lugares que le entregan a la ciudad un legajo cultural, no son un tema primordial en el desarrollo de la ciudad.

Por lo anterior es que se ha decidido desarrollar una Propuesta de Gestión para Museos, la cual ayude a la reactivación de espacios patrimoniales y culturales, a la generación de redes y alianzas entre estas instituciones forjando un vínculo directo con la comunidad.

Para llevar a cabo este proyecto, resulta de manera indispensable enfocarse en solamente una institución con el objeto de reestructurar su plan de gestión y potenciar la riqueza patrimonial que ésta posee, con el propósito de lograr sentar las bases y proyectar hacia la comunidad a uno de éstos Museos.

La institución con la cual se trabajará es el Museo Organológico, la cual fue seleccionada por diversas razones, las cuales se presentaran a continuación:

Luego de preseleccionar cuatro museos de la comuna a través de la matriz de selección se debía elegir uno de estos para la realización de la propuesta de gestión, es en ese entonces que surge la proposición del dueño del Museo Organológico Fernando Ramírez, quien busca ayuda en Ernesto Gómez, director de la Carrera Gestión en Turismo y Cultura, para crear un nuevo plan de gestión para su institución. Es de esta manera que nace la idea de orientar este proyecto de título a dicho museo, siendo ésta una de las razones por las que se decide trabajar con el Museo Organológico.

Ésta decisión se complementa con las siguientes razones;

Previamente es necesario mencionar que el museo es uno de los pre-seleccionados anteriormente en las matrices de selección y cumple con los requerimientos básicos para generar una propuesta de gestión, pues esta institución conserva un gran legado histórico, cultural y patrimonial, asimismo cuenta con un carácter de centro de investigación, documentación, educación e información para los habitantes de Valparaíso, siendo un baluarte en relación a las colecciones que este ha adquirido.

Otra de las razones por las cuales se ha escogido ésta institución, es por su ubicación estratégica en un sector con gran potencial de desarrollo turístico y cultural, debido a la cercanía de la casa del poeta Pablo Neruda, La Sebastiana., lugar con mayor afluencia de turistas en la ciudad y de activa presencia artística-cultural. Asimismo el museo organológico es una institución particular lo cual permite una mejor realización del modelo de gestión a proponer ya que las decisiones a tomar dependen solamente de una persona.

Y por último una de las razones más importantes es la petición directa del dueño de la institución, para que se realice un cambio o renovación en el plan de gestión que ha llevado en sus años de funcionamiento el museo, lo cual genere la posibilidad de entregarle una mirada nueva, la cual con los años ha ido centrándose sólo en un tipo de visitantes, dejando de lado la integración de la comunidad con el patrimonio allí conservado, además dar la oportunidad de proyectarse como un centro de educación e información cultural de la ciudad.

## 2.10 Encuesta y Análisis Museo Organológico

*"Prácticamente todo fenómeno social puede ser estudiado a través de las encuestas".*

*M. García Ferrando.*

La recolección de datos es fundamental para un proyecto que vincula a la comunidad, ya que se necesitan antecedentes reales para que las propuestas que se entreguen sean realizables, y satisfagan las falencias existentes en el caso de estudio.

*“La encuesta es un método de recolección de información, que, por medio de un cuestionario, recoge las actitudes, opiniones u otros datos de una población, tratando diversos temas de interés. Las encuestas son aplicadas a una muestra de la población objeto de estudio, con el fin de inferir y concluir con respecto a la población completa”.*<sup>43</sup>

Es por esto que se realizó una encuesta dirigida a un universo de 100 personas de distinta edad, actividad, género y condición social, que transitan, trabajan o residen en los distintos puntos de la Ciudad, la cual tiene como objetivo primordial ser una fuente de información respecto a la apreciación actual de la comunidad hacia el Museo Organológico de Valparaíso, descubriendo oportunidades y fortalezas que permitan el desarrollo de un futuro plan de gestión.

Para la construcción de la encuesta se evitó realizar preguntas demasiado complejas que empleen palabras poco accesibles para los segmentos, manejar negaciones que refuten la pregunta desde el comienzo o demasiado abiertas que no expresen lo que le interesa saber al proyecto en cuestión.

Utilidad de la información producida a través de la Encuesta.

- Determinar el porcentaje de población según características socioeconómicas que sabe de la existencia del Museo Organológico de Valparaíso.
- Determinar el porcentaje de población según características socioeconómicas que conoce presencialmente el Museo Organológico de Valparaíso
- Conocer las deficiencias actuales de la Institución.

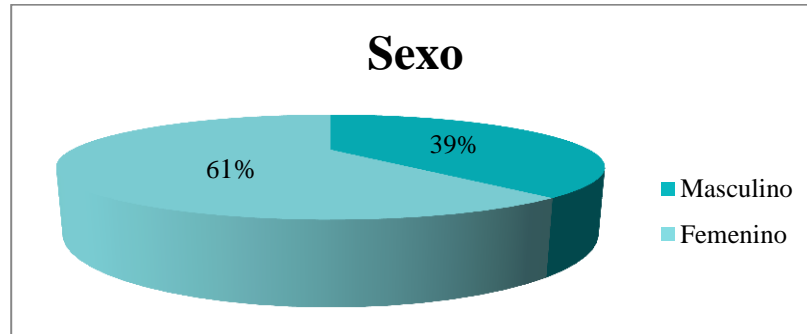
---

<sup>43</sup> Mónica Gerber, consultora Equipo de Desarrollo Humano, PNUD-Chile

## Preguntas

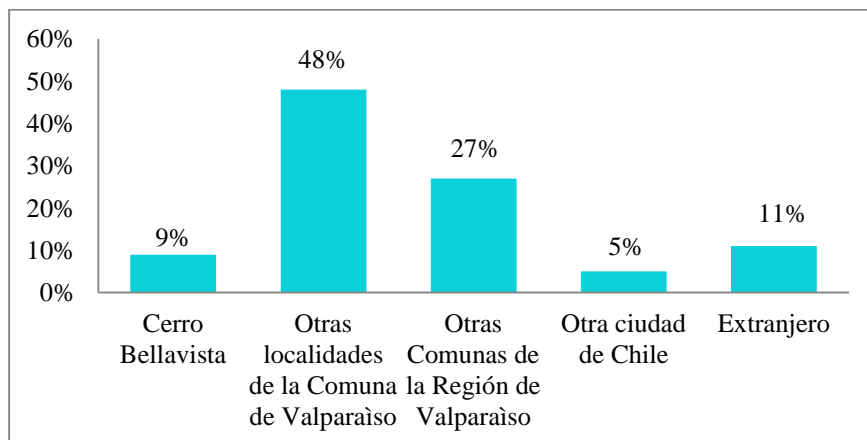
**Descripción de la Muestra:** Las cuatro primeras preguntas son para describir la muestra.

### *Pregunta 1: Sexo*



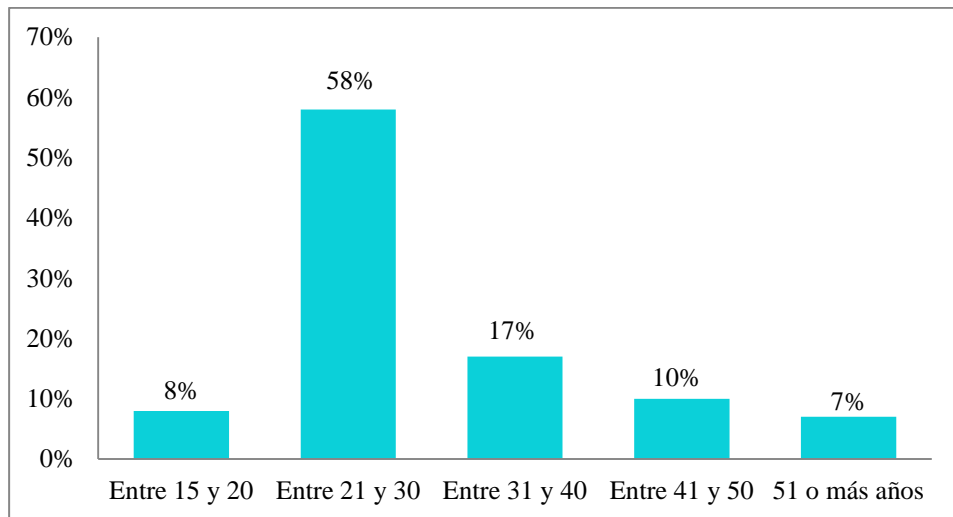
Del universo de 100 personas encuestadas, el 61 % son Mujeres y el 39 % son hombres

### *Pregunta 2: Lugar de Residencia*



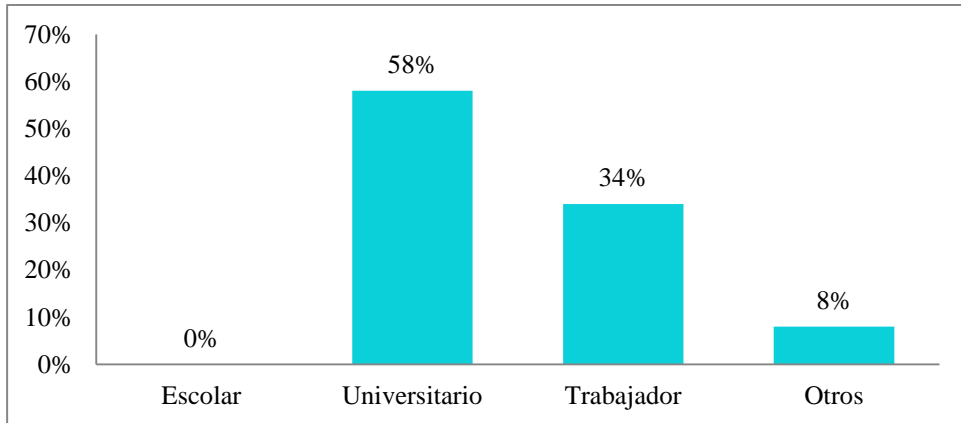
Del total de las personas encuestadas el 48% son de otras localidades de la Comuna de Valparaíso, el 27% son de otras Comunas de la Región de Valparaíso, 11% del extranjero, un 9% del Cerro Bellavista y un 5% de otras ciudades del país.

*Pregunta 3: Rangos de Edad*



De las 100 personas encuestadas el 58% corresponde al rango de edad entre 21 y 30 años, siguiendo con un 17% personas entre 31 y 40 años, un 10% con una edad entre 41 y 50 años, y 8% y 7% los rangos de edad entre 15 y 20 años, y 51 y más años respectivamente.

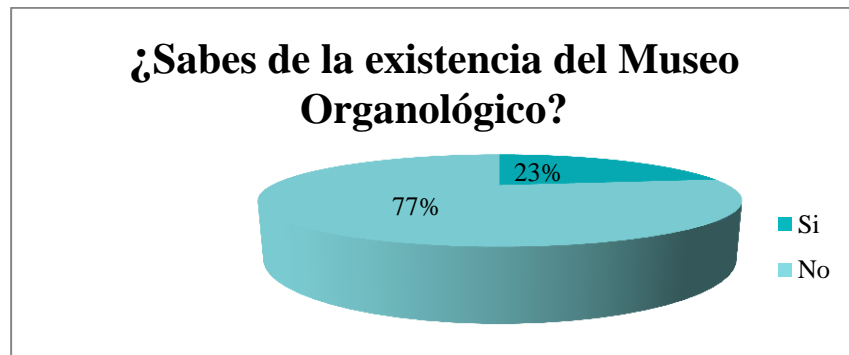
*Pregunta 4: Actividad*



De las 100 personas encuestadas un 58% son universitarios, un 34% trabajadores, un 8% con una actividad distinta a las mencionadas.

**Resultados de la Encuesta:** De la pregunta número 5 a la pregunta número 9 se registran el nivel de conocimiento indirecto y directo del Museo, y de la pregunta número 10 a la número 15 se registran la opinión de los encuestado en relación a las deficiencias de la organización.

Pregunta 5: ¿Sabes de la existencia del Museo Organológico de Valparaíso?

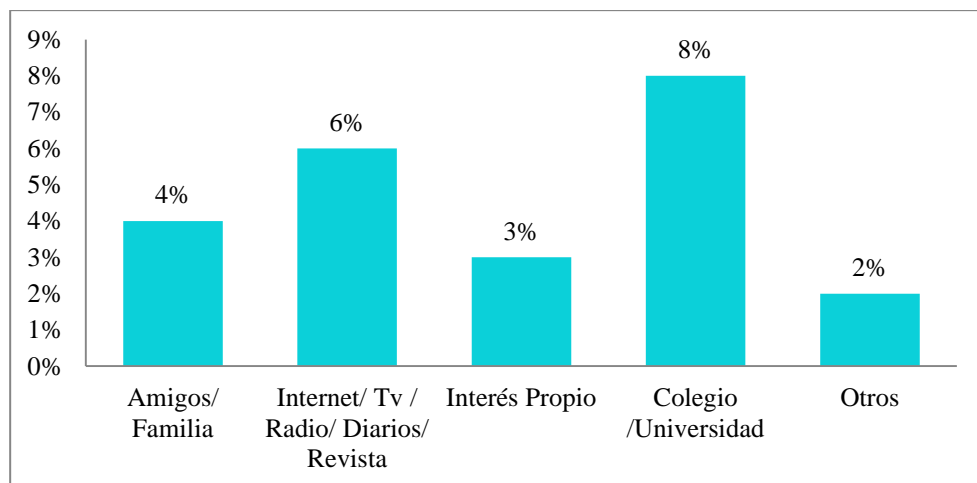


Del 100% de los encuestados sólo un 23% sabe de la existencia del Museo Organológico.

Tomando este 23% como el 100% de los que saben de la existencia del museo, el 13% de estas personas están en un rango entre 21 y 30 años, y un 12 % del total son estudiantes universitarios.

Por lo que podemos inferir que el mayor porcentaje que sabe de la existencia del museo es un <público joven, que por diversas razones tienen mayor tiempo para el ocio, más interés o su entorno en el que viven diariamente, les hace tener este conocimiento,

Pregunta 6: ¿Cómo te enteraste de su existencia?



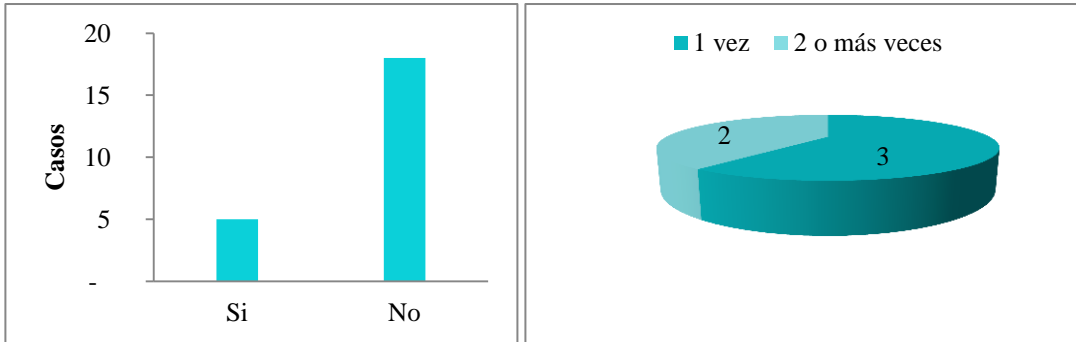
Del 23% de las personas que saben de la existencia del Museo Organológico, un 8% se enteró a través del colegio o universidad de la cual son parte, un 6% se enteró por internet/tv/radios/diarios/revistas, un 4% a través de amigos y familias, sólo un 3% por interés propio y un 2% se enteró por otros medios.

Esta distribución cuantitativa se explica, por el hecho de que una gran mayoría de los encuestados son estudiantes universitarios, los cuales muchas veces tienen mayor contacto con las actividades culturales de la ciudad

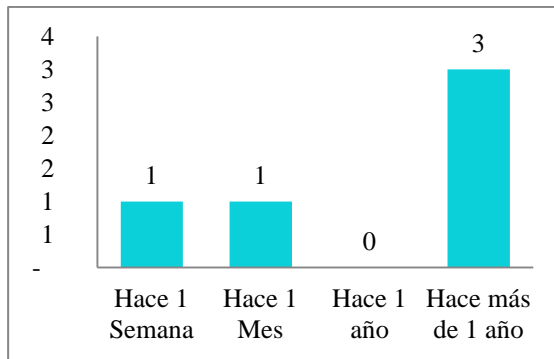
**Casos Encuestados**

Pregunta 7: ¿Lo has visitado?

Pregunta 8: ¿Cuántas veces lo has visitado?



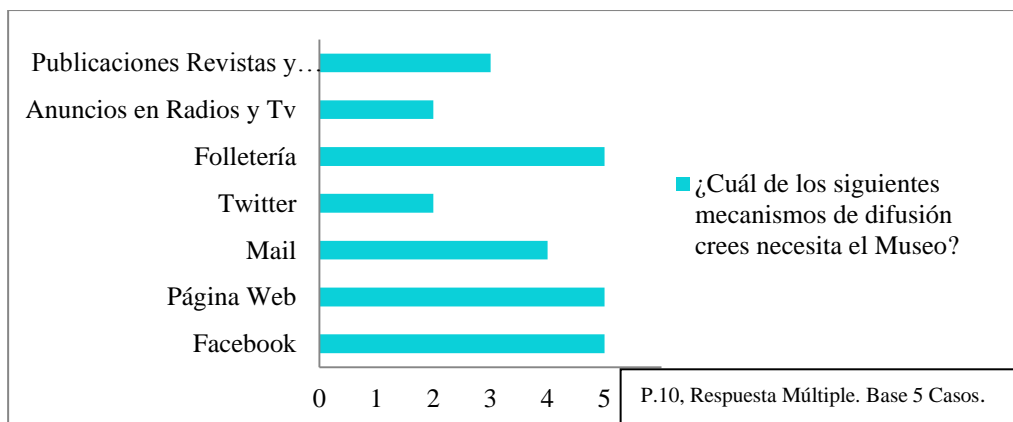
Pregunta 9: ¿Cuándo fue la última vez que lo visitaste?



Análisis de las preguntas número 7, 8 y 9: De las 23 persona que saben de la existencia del museo, sólo 5 de ellas lo han visitado, y de estas 5 personas sólo 3 lo han visitado 2 o más veces y hace más de un año.

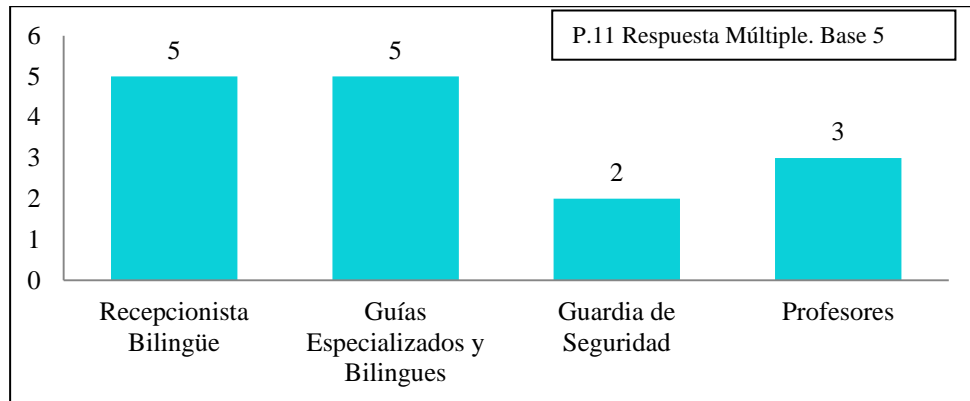
**Resultados sobre Aspectos Deficientes**

Pregunta 10: ¿Cuál de los siguientes medios de difusión, crees que necesita el Museo?



Del total de las personas que han visitado el museo, todas concuerdan con que lo más necesario es Facebook, Página Web y Folletería, siguiendo con el mail, publicaciones en diferentes medios escritos y anuncios en tv y radios

*Pregunta 11: De los siguientes Recursos Humanos, ¿Cuál crees son necesarios para un óptimo servicio?*



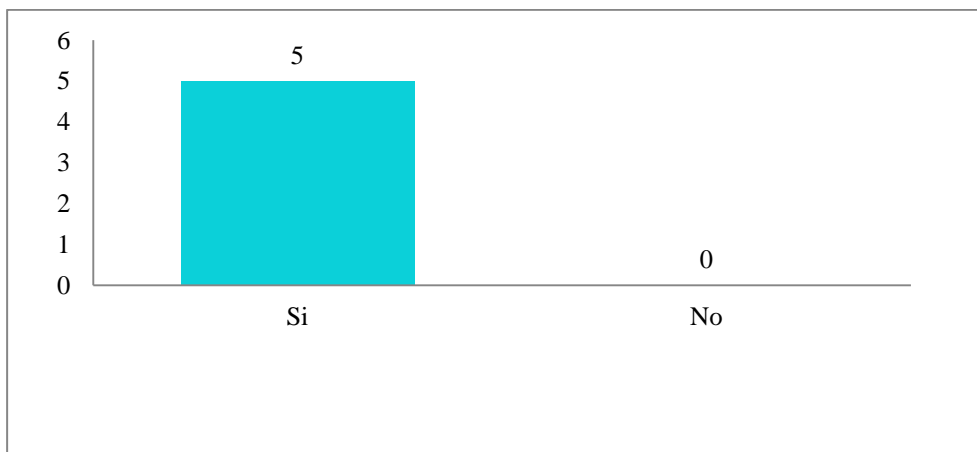
De los Recursos Humanos, todos los encuestados creen que debe contar con un recepcionista y guías especializados bilingües, 3 personas creen que deben tener profesores para aplicar conocimientos del patrimonio resguardado y 2 personas con guardia de seguridad.

*Pregunta 12: De los siguientes servicios, ¿Con cuáles crees que debe contar?*



De los servicios mencionados todos los encuestados piensan que el museo debe contar con cafetería, sala de ventas, baños públicos y un centro de información y 2 personas con guardarropía.

Pregunta 13: ¿Encuentras accesible a todo público el precio de entrada?



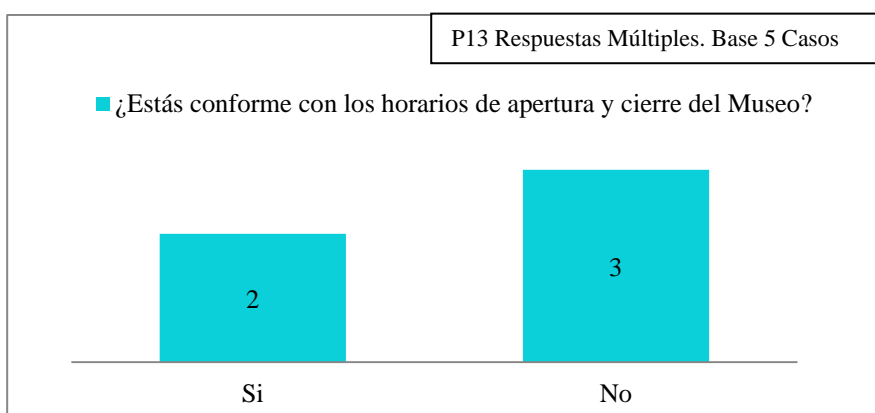
El total de los encuestados que han visitado el museo cree que el precio de entrada de \$500 estudiantes y tercera edad y \$1000 general es accesible a todo público.

Además los encuestados dieron otras opciones de posibles precios, los rangos son:

Entrada General \$ 2000 ó \$ 1500

Entrada Estudiantes \$ 300

Pregunta 14: ¿Estas conforme con los horarios de apertura y cierre del Museo?

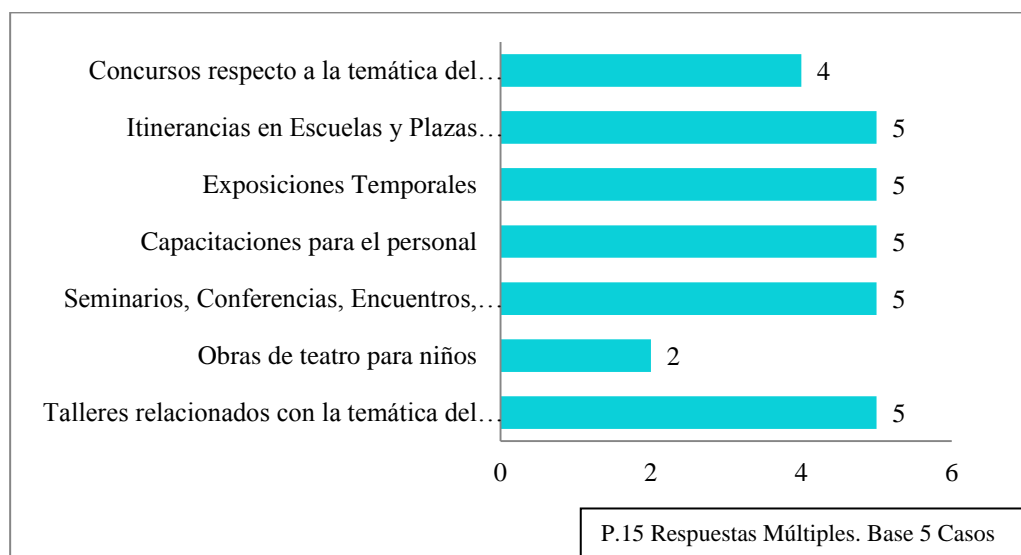


De los encuestados, 3 personas no están de acuerdo con los horarios de apertura y cierre del Museo y 2 personas si lo está.

Cabe mencionar que el horario es de Lunes a Domingo de 10:00 a 18:00 horas, sólo a pedido.

De los encuestados que no están de acuerdo con el horario del museo, sugieren que este abierto de martes a domingo de 10:30 a 18:00 horas, sin previo pedido.

Pregunta 15: ¿Cuál de las siguientes actividades, te gustaría tuviese el Museo?



El total de las personas encuestadas creen que las actividades que se debiesen realizar en el museo son; talleres relacionados con la temática del museo, seminarios, conferencias, entre otros, capacitaciones para el personal, exposiciones temporales, itinerancias en escuelas y plazas.

### **Conclusión de los resultados de la Encuesta**

De la información obtenida a través de la Encuesta, podemos determinar que:

- El porcentaje de población según características socioeconómicas que sabe de la existencia del Museo Organológico de Valparaíso.

De los 100 encuestados sólo 23% sabe de la existencia del museo, el 13% de estas personas están en un rango entre 21 y 30 años, y un 12 % del total son estudiantes universitarios.

Por lo que podemos inferir que no hay un conocimiento del museo, sin embargo las personas que si saben de la existencia es mayoritariamente un público joven, que por diversas razones tienen mayor interés o su entorno en el que viven diariamente les genera este conocimiento,

- El porcentaje de población según características socioeconómicas que conoce presencialmente el Museo Organológico de Valparaíso

De las 23 personas encuestadas que saben de la existencia del museo, sólo 5 de ellas lo han visitado por diversos motivos y de estas 5 personas sólo 3 lo han visitado 2 o más veces hace más de un año.

De estas 5 personas 3 de ellas son estudiantes universitarios, que están alrededor de los 21 y 30 años.

Por lo que podemos desprender que un muy bajo porcentaje de los encuestados ha visitado este museo, muchos de estos por poca información referente a la institución, sin embargo podemos rescatar que el eje del museo esta preferentemente inclinado hacia los jóvenes entre 21 y 30 años, quienes presentaron mayor conocimiento e interés en el museo.

- Conocer las deficiencias actuales de la Institución

Esto último se responde de la pregunta 10 en adelante, en donde se hace alusión a los elementos que componen el funcionamiento de la institución; tales como difusión, recurso humano, servicios, actividades, horarios y precios.

Podemos inferir que el museo tiene en la actualidad muchas deficiencias, las cuales van ligadas entre sí, podemos concluir que el museo cuenta con poco recurso humano por lo que se hace difícil el mantenerlo abierto todos los días si no es a pedido, además no cuenta con una difusión potente hacia el público, lo que perjudica el flujo de visitas.

Todas estas apreciaciones de los encuestados, facilitan identificar el campo en donde el museo debe poner énfasis para realizar cambios e innovaciones.

Como conclusión general, podemos decir que a pesar del gran patrimonio resguardado en el Museo Organológico de Valparaíso, es una institución que no es reconocida por sus habitantes, ni por quienes visitan la ciudad, es por esto la urgente necesidad de trabajar en una propuesta de gestión que ayude a fortalecer los aspectos más débiles de esta institución y a generar vínculos con la comunidad.

## **CAPÍTULO III: PROPUESTA DE GESTIÓN**

### **3.1 Propuesta de Gestión para el Museo Organológico de Valparaíso.**

Primero que todo es importante comprender el significado de propuesta, el cual de manera simplista también se entiende como modelo; dotando de una forma de proceder o de gestionar diversos escenarios, según los eslabones productivos lo ameriten.

### **3.2 Definición Museo Privado**

Un museo privado, es una institución que básicamente está administrada por un particular, una fundación u otra entidad, ésta puede ser con o sin fines de lucro.

Es por esto que se busca el modelo de gestión de un museo privado con la temática similar al Museo Organológico, con el objeto de seguir una estructura base respecto a su funcionalidad.

Se utiliza el modelo de gestión del Museo de la Música de Barcelona, para seguir un modelo estructural de una institución privada, pues ambos son museos parecidos en su contenido y funcionalidad, lo que permite rescatar aspectos que se puedan adoptar, permitan mejorar y lograr alcanzar los objetivos de la propuesta a trabajar.

#### **3.2.1 Modelo de Gestión de Museo Privado**

##### ***- Museo de la Música de Barcelona***

El Museo de la Música de Barcelona se encuentra en Barcelona, el cual trabaja su difusión a través de Teléfono, Fax, Página web, Correo electrónico general y Correo electrónico de reservas. Es importante mencionar que el Museo es accesible para personas con discapacidad física y las visitas guiadas se realizan en español, catalán e inglés

La historia del museo comienza en el año 1921, cuando la Comisión Municipal de Cultura aceptó la donación de una colección ofrecida por un grupo de prohombres barceloneses amantes de la música, para iniciar el proyecto de un nuevo Museo del Teatro, la Música y la Danza. Esta colección pronto se vio incrementada con nuevas donaciones. En 1932 se hizo la cesión en depósito de la importante colección de instrumentos de música antiguos, ésta engrandeció y enriqueció sustancialmente la colección inicial. Fue entonces cuando la Junta de Museos decidió fundar un pequeño Museo de Instrumentos de Música. En 1946 se inauguró oficialmente el Museo de la Música de Barcelona, el cual se alojó en la Escuela Municipal de Música, convertido ya en Conservatorio Superior.

Después de 23 años, la colección principal contaba ya con 966 instrumentos. A consecuencia del crecimiento el Museo se trasladó al Palacio Quadras.

La reinauguración oficial del Museo de la Música, en 1983, ofreció la posibilidad de construir un discurso museográfico más completo y de poder dar una mayor apertura del Museo a la ciudad, puesto que se inició una programación pública de actividades y servicios dirigidos a los diferentes públicos. El 2001, el Museo de la Música cerró sus puertas al público para preparar las colecciones del nuevo proyecto museológico y museográfico en el edificio de L'Auditori de Barcelona, y es así que 6 años más tarde el Museo de la Música inauguró una nueva exposición de sus colecciones en aquél lugar.

Ésta institución se encuentra abierta todos los días de 10:00 a 18:00 horas, exceptuando los martes que está cerrado, además tiene un horario especial para visitar los archivos, realiza jornadas de puertas abiertas y diversos días de la Fiesta de la Música. Los precios bordean los \$ 2000 pesos.

Es importante que todo museo realice actividades para la comunidad y sus visitantes, es por esto que el Museo de la Música contiene un calendario de actividades, en donde se ofrece exposición permanente, visitas guiadas para distintas edades, programa educativo para grupos escolares, talleres de navidad y verano, conferencias, cursos especializados, audiciones musicales, publicaciones.

La Exposición Permanente del museo muestra una selección de más de 500 instrumentos musicales del fondo del Museo, compuesto por más de 1.600 piezas, a los que se suman diversos documentos y objetos. Las Exposiciones Temporales se cambian dos veces al año, los periodos son de marzo a diciembre y de junio a febrero, cambiando cada año la temática.

Las colecciones del Museo de la Música presentan tres fondos patrimoniales —instrumental, sonoro y archivístico—, fruto de una serie de legados, donaciones y adquisiciones que han enriquecido el patrimonio de la ciudad. El Fondo Instrumental, comprende instrumentos de todas partes del mundo y de todas las épocas, desde las culturas precolombinas hasta el siglo XX. Se trata tanto de instrumentos europeos como de culturas lejanas. El Fondo Sonoro, dispone de aproximadamente 7.800 piezas, en las que se encuentran representados los estadios evolutivos de la grabación digital o analógica de la música.

Los Servicios que entrega el Museo de la Música a sus visitantes, consta de; Consulta en línea de una parte de nuestras Colecciones de instrumentos, Biblioteca: Espacio de Documentación e Investigación: Archivo Histórico, Archivo Fotográfico y Fondo Sonoro, Asesoramiento técnico, Audioguía musical: con ejemplos sonoros de algunos instrumentos, Publicaciones digitales, Catálogo en línea, Material pedagógico, Publicaciones sonoras (cd), Calendario de actividades mensual en la página web. Complementariamente ofrecen servicios comerciales, como; Cafetería y Restaurante.

El museo es un ente vivo que se alimenta de donaciones, adquisiciones y depósitos. La incorporación de nuevos fondos supone realizar, previamente, el estudio y la investigación de los

instrumentos musicales, con la perspectiva de completar el discurso museológico del Museo de la Música.

El fondo de un museo debe actualizarse y estar abierto a donaciones y cesiones de particulares y entidades que con sus aportaciones quieran enriquecer dicho patrimonio. La historia del Museo de la Música demuestra cómo su fondo patrimonial ha sido también producto de la generosidad de distintas generaciones que se interesaron por preservar la cultura material de sus antecesores y también de sus contemporáneos, y que tuvieron una perspectiva de futuro, de ver la importancia que podía tener para la memoria histórica y patrimonial de toda una ciudad y un país.

Actualmente además de las donaciones, adquisiciones y depósitos, el museo se mantiene a través de las entradas que venden por ingreso a la institución.

De acuerdo a la gestión que se realiza en el Museo de la Música de Barcelona, es que se pueden extraer distintas iniciativas las cuales pueden ser planteadas en el Museo Organológico de Valparaíso de forma en que se adapten a las características, objetivos y espacios de ésta institución.

### **3.3 Situación Actual Museo Organológico.**

#### **3.3.1 Antecedentes Históricos**

Durante el Siglo XIX e inicios del XX Valparaíso fue la escala obligada para el tránsito naviero entre los océanos Atlántico y Pacífico. Durante este tiempo se avecindaron en la ciudad diversos grupos de extranjeros venidos de todas partes del mundo.

Producto de ello, la humanidad dejó en el puerto una enorme cantidad de especies materiales de la música que los inmigrantes traían consigo para sus rituales y para recordar ancestrales costumbres.

Fernando Ramírez Escare por más de 32 años se ha dedicado a coleccionar estos instrumentos musicales, tiene hoy en su poder más de 600 instrumentos étnicos de cuerpo presente en el Museo Organológico de Valparaíso. La mayoría recolectados en Valparaíso, y a través de la Organología, su disciplina, ha estudiado la procedencia, materias primas de construcción, la afinación, manejo e historia, entre otros oficios.

Actualmente existen instrumentos musicales de las más diversas culturas del mundo, como la india, árabe, marroquí, china, africana, entre otras de los cinco continentes, los cuales, según la clasificación del investigador Curt Sachs, han sido ordenados en las siguientes cuatro familias: Membranófonos (tambores), Idiófonos (triángulos, maracas, campanas, sonajeros), Aerófonos (queñas, flautas) y Cordófonos (violines, guitarras).

Algunos de los instrumentos que se encuentran en este museo son: una Ocarina alemana del Siglo XIX, una Flauta de Ébano Rosado del 1830, la Guitarra Ibáñez España de 1910 y otra de la cárcel de Valparaíso que data de 1910, esos son sólo algunos de los instrumentos patrimoniales con que cuenta Fernando Ramírez, además éste espacio cuenta con una pequeña sala de grabación, un taller de luthería (arte que consiste en la construcción de instrumentos musicales, principalmente cordófonos), y una biblioteca con ejemplares de los distintos instrumentos del mundo, que pueden ser visitados en la exposición permanente y única en América Latina que es el Museo Organológico.

### **3.3.2 Misión, Visión y Objetivos**

*“Los Museos son organizaciones complejas con múltiples propósitos, funciones y papeles que desempeñar. La variedad de sus programas y funciones dificulta la tarea de definir una misión y una identidad”.*<sup>44</sup>

La Misión de los Museos debe ser singular, a pesar de la gran libertad que se acepta en su planteamiento. La misión puede hacer que un museo se centre preferentemente en la investigación y ofrezca unos servicios públicos limitados. O la misión puede ser de alcance más amplio e inducir a un museo a presentar ofertas tanto lúdicas como educativas y a proporcionar una gama más extensa de servicios.

El Museo Organológico no cuenta con Misión, Visión y Objetivos, ésta se maneja solamente con las directrices que el dueño muestra a quienes la visitan, sin tener las definiciones claras de lo que es, que quiere llegar a ser y el rol en la comunidad.

---

<sup>44</sup> Neil Kotler y Philip Kotler, Estrategias y Marketing de Museos

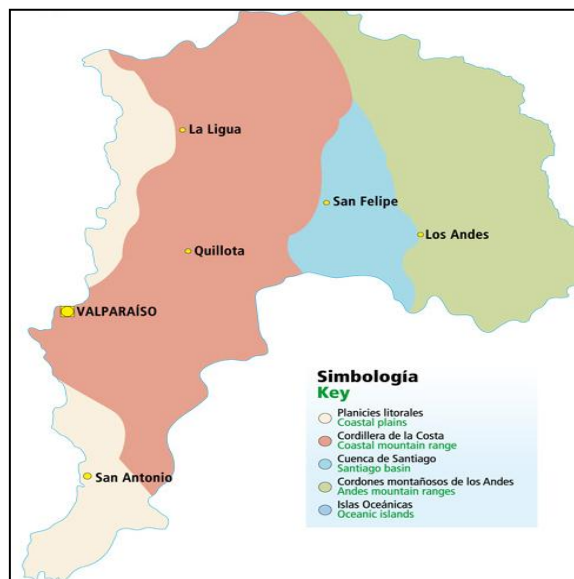
### 3.3.3 Localización

#### a) Región de Valparaíso

La **V Región de Valparaíso** es una de las quince regiones en las que se encuentra dividido Chile. Limita al norte con la Región de Coquimbo, al sureste con la Región Metropolitana, al sur con la Región de O'Higgins, al este con la República Argentina y al oeste con el Océano Pacífico

La región está compuesta por las provincias de Isla de Pascua, Los Andes, Petorca, Quillota, San Antonio, San Felipe de Aconcagua, Marga Marga y Valparaíso. La capital regional, Valparaíso, es sede del Congreso Nacional de Chile.

Mapa V Región de Valparaíso



Fuente: Google

#### b) Ciudad de Valparaíso

La Ciudad de Valparaíso está ubicada en el Litoral central del territorio continental del país, a 92 km al noroeste de la ciudad de Santiago. Es la capital de la Región y de la Provincia homónima y junto con otros núcleos urbanos vecinos como Viña del Mar, Concón, Quilpué y Villa Alemana, la ciudad forma parte de la conurbación del Gran Valparaíso. Es la sede del Congreso Nacional, la Comandancia en Jefe de la Armada de Chile y de otros servicios públicos e instituciones del Estado de carácter nacional como el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, entre otros.

### Mapa Ciudad de Valparaíso



Fuente: Google

#### c) Ubicación Museo Organológico

El Museo Organológico se emplaza en Calle Ferrari 488, Cerro Bellavista Valparaíso, uno de los cerros más turísticos de la ciudad, al encontrarse la Casa Museo La Sebastiana casa del poeta Pablo Neruda y el Museo Cielo Abierto, lugar que atrae a visitantes todo el año.

Es necesario mencionar que actualmente esta institución no está utilizando estos polos atractivos, para su beneficio.

### Mapa Cerro Bellavista



Fuente: Google Earth

#### 3.3.4 Público Objetivo

Los museos tienen como finalidad ser centros de educación e información del patrimonio histórico de la comunidad, difundiendo la historia, las tradiciones y la cultura de una comuna, ciudad, región o país a todos quienes los visitan.

Los públicos de los Museos son muy variados, incluyen a personas que pasaban cerca de allí, y otros que planificaron la visita, si bien éstas instituciones están abiertas casi todos los días del año, la fluctuación de audiencia varía según la temporada.

En el caso del Museo Organológico, éste no cuenta con una segmentación de mercado definido, sin embargo el público el cual lo visita, son personas que gustan y estudian la organología, quienes quieren aprender sobre la historia de la música y de los instrumentos musicales, además de ser personas capaces de retribuir sus conocimientos respecto a la temática del museo. Además los colegios y escuelas son otro público que actualmente el museo recibe periódicamente, sólo haciendo reservas con anticipación.

Es importante la segmentación del público objetivo, pues es necesario ampliar la difusión y poder llegar a más personas con el propósito de generar un flujo importante de visitantes, los cuales se puedan beneficiar con el patrimonio allí resguardado, es por dicha razón que se vuelve indispensable que se realicen las bases para definir el segmento de mercado al cual está dirigido el museo.

Cabe mencionar que esta institución no abre sus puertas diariamente como el común de los museos, sólo ha pedido, lo que provoca la baja audiencia por la desinformación de la ciudadanía y de extranjeros de este espacio.

### **3.3.5 Recurso Humano**

Los Museos deben conformarse de un grupo heterogéneo de profesionales, para abarcar todas las áreas de trabajo necesarias, para así entregar un servicio de calidad a los visitantes.

A continuación se presenta el actual Recurso Humano del museo y la función de cada uno de éstos:

- Fernando Ramírez: Director General (Organólogo)
- Oscar Acosta. Director Artístico (Arquitecto)
- María Soledad Figueroa: Directora Musical (Profesora de Música)
- Carén Fuentes: Gestión y Difusión (Estudiante Gestión en Turismo y Cultura)
- María Alejandra Gutiérrez: Gestión y Difusión (Estudiante Gestión en Turismo y Cultura)
- Patricia Lallana: Taller de Música Terapia (Músico terapeuta)

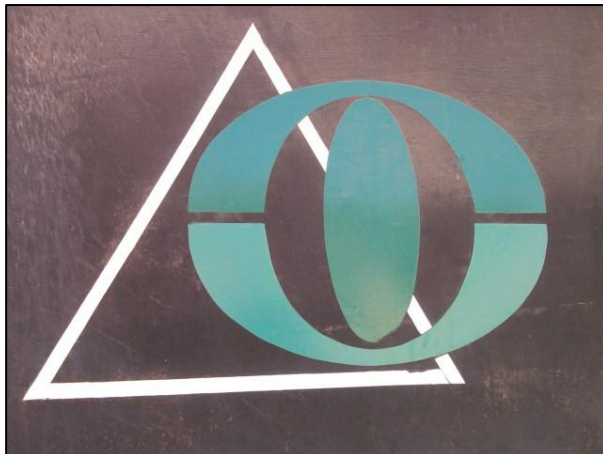
### 3.3.6 Difusión

El Museo Organológico no maneja un sistema de difusión y comunicación masivo, lo cual se ha visto reflejado en la baja afluencia de visitantes que presenta el lugar, sin embargo esta institución se maneja a través de registros audiovisuales que algunos medios televisivos han realizado, reportajes en revistas y diarios locales, las cuales son vistas en diversos lugares del mundo, lo que le ha permitido que expertos en el tema de la organología conozcan la institución, decidan visitarla y hacer algún intercambio cultural.

Además el museo maneja Facebook y el correo electrónico [museoorganologico@gmail.com](mailto:museoorganologico@gmail.com), los cuales operan desde octubre del presente año, lo que ha sido una buena herramienta para difundir la institución en este último tiempo.

#### Logotipo

El logotipo en una institución es fundamental para darse a conocer a la comunidad y quedar en el subconsciente colectivo.



**Fuente: Fotografía Propia**

De manera simplista el logotipo de la institución refleja a través del “TRIÁNGULO”, el concepto de los instrumentos musicales, y la “O” representa la palabra organología.

Es ésta imagen fácil de captar y mantener en el consiente de los visitantes, de manera que se puede tornar como una marca representativa a la hora de proyectar el museo por medio de este logotipo.

### **3.3.7 Servicios**

Los servicios que entrega el museo a los visitantes son:

- Visitas guiadas con dueño del museo, sólo a pedido
- Baño sólo en el 1° piso

### **3.3.8 Programación y Actividades**

El Taller de Lutheria es la única actividad que se realiza en el museo, este trata sobre:

- *Taller de Lutheria:* Este taller consiste en la construcción o reparación de instrumentos musicales, principalmente de cordófonos (instrumentos de cuerda), con el fin de descubrir de manera sensitiva los instrumentos.

### **3.3.9 Valores y Horarios**

Valor de entrada

- General \$ 1000
- Estudiante y Tercera Edad \$ 500

Horarios

El museo abre sus puertas de Lunes a Sábado de .10: 00 a 18:00 sólo a través de reservas.

### **3.3.10 Financiamiento**

El Museo Organológico es una institución privada sin fines de lucro, es por esto que se financia a través de proyectos y por el cobro de entrada, lo cual permite el mantenimiento del museo, para costear gastos básicos.

### .3.11 Infraestructura

#### a) Distribución de la Planta Física

Fotografía Exterior Museo Organológico



**Fuente: Creación Propia**

Fotografía Museo Organológico



**Fuente: Museo Organológico**

- Salas Museo:

El Museo cuenta con dos pisos, a continuación nombraremos las salas:

Primer Piso:

- Sala 1: Instrumentos de Cuerda
- Sala 2: Instrumentos de Percusión
- Sala 3: Instrumentos de Viento
- Sala 4: Instrumentos Sonajeros
- Baño público
- Cocina

Segundo Piso

- Baño: sin uso
- Sala 1
- Sala 2
- Estudio de Grabación
- Biblioteca

### **3.3.12 Colección de Instrumentos**

La historia de la colección del museo comienza hace más de 32 años, cuando el organólogo Fernando Ramírez empezó a recolectar instrumentos musicales que llegaron a Valparaíso en los siglos XIX y XX, proveniente de diversas partes del mundo.

Actualmente el Museo conserva 1000 instrumentos musicales, de los cuales 600 se encuentran en exhibición y los 400 restantes en taller de reparación.

Estos instrumentos se dividen en las siguientes cuatro familias: Membranófonos (tambores), Idiófonos (triángulos, maracas, campanas, sonajeros), Aerófonos (quenas, flautas) y Cordófonos (violines, guitarras)

#### Conclusión Situación Actual

El Museo Organológico de Valparaíso es una institución que conserva una colección de un gran valor histórico-patrimonial para la humanidad, el que ha logrado que se recopile y conserve durante años. Una gran cantidad de instrumentos musicales que proceden de diversas partes del mundo, que por una u otra razón llegaron al puerto de Valparaíso en los siglos XIX y XX, los que se han recopilado con el objeto de presévalos y difundirlos a la comunidad.

Sin embargo en esta institución no se ha trabajado en la gestión con la comunidad, pues no posee un cronograma de actividades en donde ésta pueda participar y se basa solamente en la exposición, por lo que se hace necesario generar vínculos mediante la realización de diversas actividades y talleres en que los protagonistas sean los ciudadanos de Valparaíso.

También existen falencias en relación a la difusión, es posible observar que los medios que utiliza son escasos y por lo tanto no son eficaces a la hora de atraer a la comunidad, esto debido a que el museo sólo se difunde a través de documentales que algunos medios de comunicación internacionales realizan y muestran en otros países, por lo que no hay información en la misma comunidad, es por esto que hace más de un mes la institución cuenta con Facebook y correo electrónico institucional lo que ha permitido abrirse a la comunidad, sin embargo esto no es

suficiente y se necesitan otros medios de difusión en donde las personas puedan acceder a la información necesaria del museo.

Otro factor fundamental en que está fallando la institución es el recurso humano, ya que no cuentan con guía para el desarrollo de las visitas, por lo que éstas se restringen a la disponibilidad del dueño del museo, lo que afecta la generación de audiencia

El Museo Organológico necesita una renovación en su gestión de acuerdo a actividades, difusión, servicios, recurso humano, con el propósito final de entregar un servicio de calidad a los visitantes y crear un espacio que permita fortalecer los lazos con la comunidad.

Cabe mencionar que la institución cuenta con una infraestructura apropiada para la implementación del plan de gestión, por lo que no se intervendrá el espacio físico del museo.

Es por todo lo mencionado anteriormente que se presentará a continuación una propuesta de un nuevo modelo de gestión, con el objetivo de reactivar el funcionamiento de esta institución y lograr ser reconocido por la comunidad por su rol de centro de educación e información cultural.

Elaboración de Propuesta de Gestión.

### **3.4 Situación con Proyecto**

#### **3.4.1 Características Generales**

*“Un museo lleno de visitantes es un museo que goza de buena salud.”*

S-Dillon Ripley

*“Los museos varían en cuanto a la dimensión de las colecciones, dotación de personal, subvenciones, ingresos y gastos, instalaciones físicas y horario de funcionamiento”<sup>45</sup>*

El Museo Organológico de Valparaíso es un espacio único en la ciudad y el país, pues cuenta con una gran colección de instrumentos musicales provenientes de todo el mundo, la cual se encuentra en exposición y a disposición de la comunidad para que éstos conozcan y aprendan de manera más cercana la riqueza e importancia que ésta colección significa para la humanidad.

Para llevar a cabo dicho propósito es necesario desarrollar una nueva propuesta de gestión, la cual ayude a la reactivación de este espacio patrimonial y cultural, a la generación de redes y alianzas entre distintas instituciones y forjar un vínculo directo con la comunidad

---

<sup>45</sup> Neil Kotler y Philip Kotler, Estrategias y Marketing de Museos.

### 3.4.2 Misión, Visión y Valores

*Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir".*

Thompson y Strickland

Lo primero que debe hacer una organización al comenzar a funcionar es definir claramente cuál es su misión y visión, ya que una vez que están definidas, la institución puede comenzar a trabajar en cada una de sus áreas orientadas todas a un mismo fin.

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define:

- Lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa.
- Lo que pretende hacer.
- El para quién lo va a hacer.

*“La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.”*

Jack Fleitman,

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, entre otros factores.

Es por todo esto que se hace necesario que el Museo Organológico cuente con una Misión y Visión, ya que con esto definido, se hace más fácil el comenzar a trabajar en el funcionamiento de la institución.

Se propone que la Misión de la Institución sea la siguiente:

Misión:

- Rescatar, conservar y difundir el patrimonio cultural a través de la organología
- Mediante actividades, atraer a la comunidad y acercarlos al legado patrimonial de los instrumentos musicales.

Visión:

- Lograr ser un referente de la organología mundial y un espacio de educación e información cultural abierto a la comunidad.

### 3.4.3 Objetivos Estratégicos

Un objetivo es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados.

¿Para qué sirve un objetivo?

- Para formular con concreción y objetividad los resultados deseados.
- Para planificar las acciones.
- Para orientar los procesos.
- Para medir o valorar los resultados.

Se proponen los siguientes objetivos, como lineamiento para lograr las metas de la institución:

- Proporcionar a la comunidad diversas actividades en donde puedan aprender sobre la organología.
- Aumentar gradualmente el número de visitantes.

### 3.4.4 Localización

El Museo Organológico, se ubica en Calle Ferrari 488, Cerro Bellavista Valparaíso, es esta una ubicación privilegiada, ya que es un sector de un potencial turístico y cultural muy potente, al encontrarse una variada oferta y diferentes atractivos turísticos culturales los cuales generan un gran movimiento de turistas tanto nacionales como extranjeros.

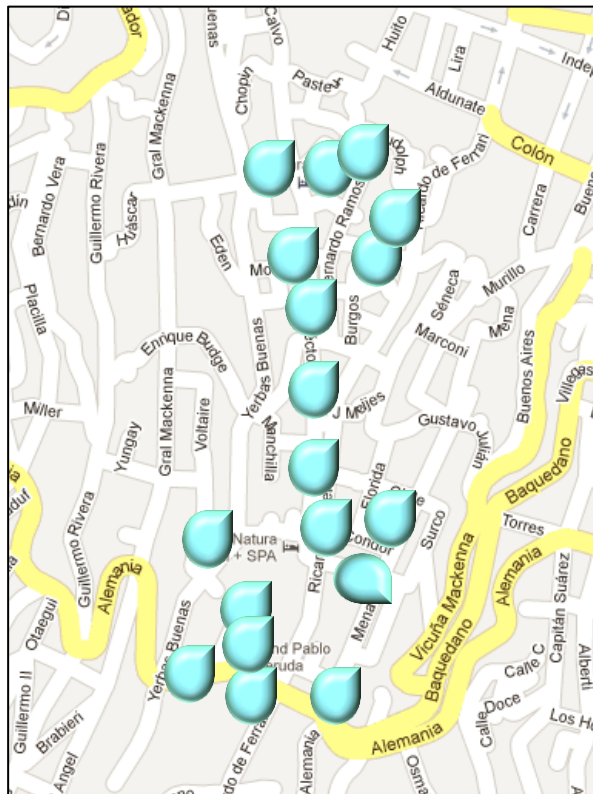
A continuación se presentan la diversa gama de oferta Turística Cultural que se encuentran en el sector cercano a la institución, estos son:

<b>Casa Museo La Sebastiana</b>	Casa del poeta Chileno Pablo Neruda, fue restaurada en 1992 por la Fundación Pablo Neruda.
<b>Centro de Información Turístico Cultural La Sebastiana</b>	Es un espacio de La Sebastiana en conjunto a la Carrera Gestión en Turismo y Cultura, en el cual se entrega información turística y cultural a los turistas.
<b>Plaza Mena/ Plaza de los Poetas</b>	Es la plaza que comparte el Cerro Bellavista y el Cerro Florida, actualmente llamada Plaza de los Poetas por las esculturas de tres de los poetas más importantes de Chile, Pablo Neruda, Gabriela Mistral y Vicente Huidobro

<b>Teatro Mauri</b>	Ubicado en la Avenida Alemania, fue una iniciativa del empresario don Sebastián Collado Mauri. Se inauguró en 1951, y se utilizó paralelamente como cine y sala de espectáculos. Actualmente funciona exhibiendo teatro, cine y otro tipo de actividades.
<b>Museo Cielo Abierto</b>	Es un museo formado por 20 murales pintados por estudiantes de la Universidad Católica, réplicas de artistas famosos.
<b>Ascensor Espíritu Santo</b>	Inaugurado el 1911, por mucho tiempo fue un medio de transporte para quienes habitaban en el cerro Bellavista,. Actualmente se encuentra dentro del Museo Cielo Abierto, y no está abierto para el público.
<b>Iglesia Las Carmelitas</b>	Inaugurada oficialmente en 1931 y su construcción financiada con aportes de la comunidad. Originalmente funcionó como convento en 1981 y por falta de personal, la congregación se trasladó a Viña del Mar, dejando el templo y su administración al Arzobispado de Valparaíso.
<b>Monumento Cristo Redentor</b>	Data de 1904, Se cuenta que fue alzado para invocar la protección divina. Junto a la figura de Cristo se encuentran las esculturas de los pontífices León XIII y Pio IX. A sus pies hay un león que simboliza el siglo XX.
<b>Fundación Valparaíso</b>	La Fundación Valparaíso es una organización que desarrolla proyectos que buscan promover el renacimiento de Valparaíso como ciudad patrimonial, cultural, y turístico.
<b>Restaurant Gato Tuerto</b>	Nace el año 2001. Situado en una casona que data del año 1901, este restaurant entrega a sus clientes una variada carta y una increíble vista al mar.
<b>Galería Taller Gataferrari</b>	La Galería-Taller en conjunto con otras instituciones como TAC y BRESKY ha desarrollado la difusión de la técnica de grabado verde en colegios de educación básica y con jóvenes donde no es muy difundido este arte.
<b>Taller de Artesanía Arte en Ruta</b>	Tienda de artesanía, en donde se realizan talleres de diversas prácticas, tales como telares, tejidos, entre otros
<b>Restaurant Oda Pacifico</b>	Restaurant con vista al mar, con una variada carta.
<b>Hotel y Spa Puerto Natura</b>	Puerto Natura está emplazado en una construcción de Sebastián Collado, mismo constructor de La Sebastiana, en donde se ofrece servicio de spa y alojamiento.
<b>Hotel Robinson Crusoe</b>	Hotel boutique exclusivo de Valparaíso
<b>Hotel y Restaurant Espíritu Santo</b>	Es el hotel y restaurant más nuevo del Cerro Bellavista, elogiado por excelentes críticas a su poco tiempo de abrir.
<b>Galería de Arte Mirra</b>	Galería de arte a pasos de La Sebastiana, se caracteriza por la difusión y apoyo de artistas nacionales.
<b>Feria Artesanal</b>	Feria de artesanía ubicada a la salida de La Sebastiana, donde los turista pueden tener acceso a la artesanía propia del país

A continuación se presenta el mapa del Cerro Bellavista con cada una de las ofertas mencionada anteriormente:

Mapa Cerro Bellavista



**Fuente: Google**

*\* Cabe señalar que entre cada atractivo turístico y cultural, las distancias reales son mucho más grandes.*

### **3.4.5 Oferta Museística**

La Oferta Museística comprende toda la gestión que se propone realizar en el museo; tales como, Alianzas, Actividades, Aumento Recurso Humano, Plan de Comunicación y Promoción y Utilización de Espacios inhabilitados, las cuales se describen a continuación:

#### **Alianzas**

*Alianzas Estratégicas entre los atractivos del Cerro Bellavista.*

Las alianzas y redes dentro del sector en que el Museo Organológico se encuentra, son importante para el desarrollo del Cerro, como para cada emprendimiento y organización, lo cual permite mantener la comunicación entre éstos y con lo cual el Museo puede desarrollar sus potencialidades.

Se proponen las siguientes alianzas en el sector:

*-Alianza con la Red Bellavista:* Red Bellavista es un proyecto desarrollado por el Centro de Información Turístico Cultural La Sebastiana, en donde una agrupación de emprendedores del cerro trabajan en conjunto para desarrollar el turismo y la cultura en el sector, promocionando sus emprendimientos a través de la realización de diversas actividades las cuales generen la atracción de los visitantes.

Cabe mencionar que el Museo Organológico no participa de esta agrupación, por lo que se ha visto aislado de las actividades que se han desarrollado con el propósito de potenciar los atractivos del sector, perdiendo la oportunidad que ésta le puede conferir.

Es por esto importante que la institución forme parte de la Red Bellavista, para así estar incluido en cada actividad de desarrollo turístico y cultural del Cerro, lo que permita darse a conocer a la comunidad y a los extranjeros.

*-Alianza con el Centro de Información Turística y Cultural (CITC):* CITC es un proyecto de la Carrera Gestión en Turismo y Cultura desarrollado en conjunto con la Fundación Pablo Neruda, formado principalmente para ofrecer a los visitantes un mejor servicio, en donde pueden encontrar información turística y cultural de la ciudad y de otros lugares de la región. Además en este espacio se desarrollan proyectos de índole cultural, en donde el museo organológico puede ser un factor de gran significancia a la hora de trabajar en conjunto al CITC.

Por esto se propone que desde el CITC se realicen visitas al Museo Organológico, en donde se les dé a conocer el lugar a los visitantes y se dedique a captar turistas interesados en la institución, de manera que no necesite la previa reserva, y que el acceso no sea un impedimento para llegar al museo, al no conocer el sector. Esto desarrollarlo una vez a la semana en un rango de hora específica, además el CITC puede ser un espacio en donde se realicen diversas charlas, encuentros y diversas actividades sobre la organología y la colección que en dicho museo se presenta. Y sin duda ser fuente de difusión, en donde se mantenga diariamente folletería del museo y sus actividades.

*-Alianza con las Escuelas del sector “El Museo Organológico en mi escuela”:* En el Cerro Bellavista se encuentran dos escuelas básicas, la Escuela Piloto 1° Luis Pardo Villalón y la Escuela República de Bolivia e-310, éstos establecimientos son espacios estratégicos para que el museo forme alianzas, puesto que estudian niños de 5 a 14 años, edad en que los individuos están abiertos al conocimiento, y lo cual les permite enriquecer a los estudiantes con el patrimonio allí resguardado,

Por esto se propone la itinerancia llamada “El Museo Organológico en mi escuela”, realizando muestras en los patios de los establecimientos donde cada niño se pueda acercar a los instrumentos junto al organólogo, profesor de música, profesor de historia, y tengan la posibilidad de conocer el sonido que este emite, el material del que está hecho y el lugar de donde proviene, además de realizar actividades de desarrollo artísticas, en donde cada niño realice con distintos materiales uno de los instrumentos que más le haya gustado. Cabe mencionar que estas actividades se realizarán con financiamiento de proyectos culturales.

*-Alianza con Plaza de los Poetas “El museo en mi plaza”:* El ocupar los espacios públicos es una manera estratégica de mostrar la institución a la comunidad, es por esto muy importante el mantener alianzas con las entidades que entregan los permisos para la intervención en dichos lugares.

La plaza de los poetas antiguamente llamada plaza Mena, es un espacio en donde las familias del sector pasan el día, al igual que turistas que visitan la casa de Pablo Neruda, es por esto un lugar estratégico, en donde el museo perfectamente puede darse a conocer, a través de itinerancias, en este caso llamada “El museo Organológico en mi plaza”, en donde se escojan algunos instrumentos, se exhiban, se toquen y relate la historia de cada uno, en donde estén al alcance de toda la comunidad, dar a conocer el museo e invitar a visitarlo.

*-Alianza con otros museos: Casa Museo La Sebastiana y Museo Cielo Abierto:* En el Cerro Bellavista existe una riqueza cultural, que poco a poco ha ido posicionándose en el consciente colectivo, ejemplo de ello es la Casa de Pablo Neruda y el Museo Cielo Abierto, ambos museos en conjunto con el museo organológico componen una oferta cultural muy enriquecedora para la comunidad, por lo que es muy importante mantenerlos, conservarlos y darles vida para que no se olviden.

Una de las estrategias que se mencionó anteriormente es la creación de la ruta de los museos, en donde se dan a conocer los tres museos, además esta alianza permite la unión de éstas organizaciones y la generación de diversas actividades a lo largo del año que permitan el vínculo con la comunidad, y el posicionamiento de éstos como una oferta cultural potente de la ciudad.

#### *Alianzas con otras instituciones*

Como se mencionó anteriormente las alianzas estratégicas son muy importantes para que el museo se pueda abrir a la comunidad, y para que entregue un servicio de calidad a los visitantes. Es por esta razón que el Museo Organológico no debe conformarse con las alianzas del sector, y debe abrir sus horizontes a toda la comunidad.

*-Alianzas con otros Museos de la Comuna:* Actualmente en la Comuna de Valparaíso existen 10 museos, municipales, privados y perteneciente a la DIBAM. Estos generalmente trabajan de manera individual impidiendo el desarrollo museológico de la ciudad.

De la generación de ésta alianza, es que se pueden realizar diversas actividades en función de un mejor desarrollo museístico, estas son:

- Difusión permanente entre los museos: Con el fin de promocionar los museos de la comuna, se propone que todos los museos contengan folletería de cada institución, para que el visitante pueda informarse de la existencia de estos y se logre fomentar la visita a los museos no sólo exhibiendo sus colecciones, sino generando el interés para que las personas visiten las otras instituciones.
- Rutas: Con los 10 museos existentes en la comuna de Valparaíso, se pueden generar rutas que se impartan un domingo al mes, en donde cada museo abra sus puertas a la comunidad de manera gratuita y con visitas guiadas. dando la posibilidad a las familias y turistas de poder conocer estos espacios culturales.
- Itinerancias: Es importante llevar el patrimonio a los más pequeños, para que aprendan el valor de cuidarlos, respetarlos y conocerlos, realizando exhibiciones en las escuelas y plazas públicas de la comuna, en donde cada museo lleve parte de su patrimonio a éstos espacios y se logren promocionar.

*-Alianza con Universidades e Institutos Profesionales de la Comuna:* Valparaíso en los últimos años se ha potenciado como ciudad universitaria, en donde la cantidad de universidades e institutos profesionales han aumentado considerablemente y por lo mismo la cantidad de estudiantes que están interesados en las distintas áreas ligadas al turismo, la cultura, el patrimonio, la historia y la museología, lo que los hace ser espacios abiertos a la comunidad, y un aporte a los museos de la ciudad, entregando alumnos preparados para realizar prácticas profesionales, proyectos de títulos, investigaciones, entre otros.

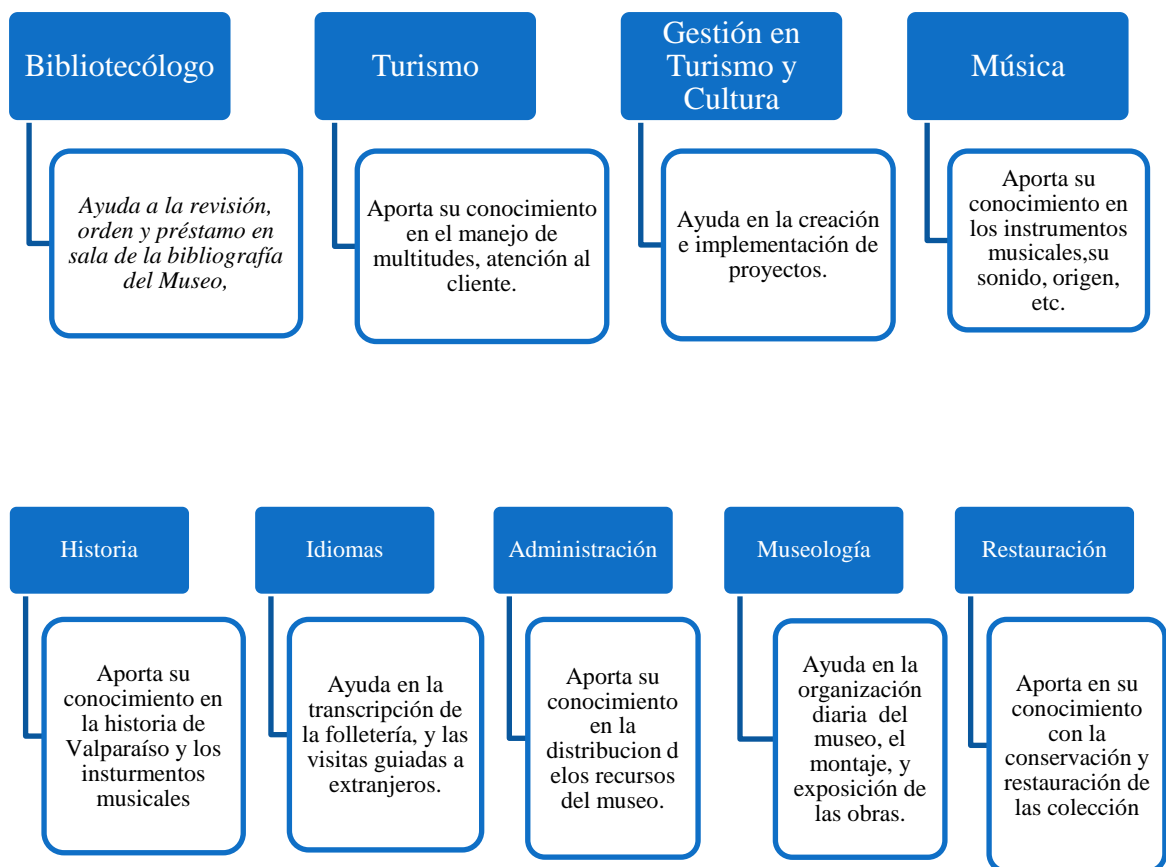
Las Universidades e Institutos Profesionales con los que se propone trabajar son:

- Universidad de Valparaíso
- Universidad de Playa Ancha
- Universidad Católica de Valparaíso
- Universidad Arcis
- Duoc UC

Las actividades a realizar con estas instituciones son las siguientes

- *Prácticas Profesionales:* Los alumnos en práctica son una herramienta positiva para el funcionamiento y desarrollo del museo, el cual ofrece un espacio en donde entregar y perfeccionar su aprendizaje, generando un intercambio de experiencia y conocimiento, ayudando a potenciar las cualidades de cada uno

Las carreras que pueden solicitar práctica en la institución son:



**Fuente: Creación Propia**

- *Proyectos de Títulos:* Que los alumnos en su última actividad de pregrado, utilicen al Museo Organológico como objeto de sus tesis, memorias y proyectos de títulos, es una fortaleza para la institución, pues con esto se permite que el Museo renueve su gestión acorde a los nuevos tiempos.
- *Investigaciones:* Es importante que el Museo sea un espacio para investigaciones, por lo que la biblioteca que el museo conserva se pondrá a disposición de estas investigaciones queriendo ser una herramienta complementaria a quienes necesiten el material de la institución.

- *Seminarios, Charlas y Encuentros:* Los seminarios, las charlas y encuentros son espacios para que expertos, estudiosos y la comunidad en general conozcan y debatan sobre la importancia que los instrumentos musicales tienen en la humanidad, donde connotados expertos en el tema den su mirada de la organología y del museo organológico en particular, todo esto con el objeto de que la institución se desarrolle y cumpla un rol fundamental en la sociedad.

-*Alianza con Empresas Privadas:* Es importante el generar alianzas con diversas Empresas privadas, ya que ésta alianza va a permitir que el museo cuente con auspiciadores, patrocinadores y mano de obra que ayuden a la realización de diferentes proyectos, puesto que muchas empresas financian proyectos culturales entregando cierta cantidad de dinero, que permitan el desarrollo de las actividades las que contribuyan a la comunidad local.

-*Alianza con Organizaciones Turísticas:* Es necesario generar una base de datos de empresas turísticas de la ciudad, con el fin de poder desarrollar proyectos en conjunto, y establecer acuerdos que satisfagan las necesidades de cada institución para que el museo se logre mantener en el tiempo.

Los tipos de Organizaciones Turísticas con las que se buscará alianza son:

- *Centro de Información Turística:* Ya que éstos espacios se encuentran en las zonas estratégicas para el turismo en la ciudad, lo cual permite captar visitantes y difundir la oferta cultural de Valparaíso, dentro de la cual se encuentran los museo.
- *Hoteles:* Los hoteles son empresas de turismo, que ofrecen servicio de alojamiento al visitante, es aquí en donde primero llegan los turistas, y realizan su itinerario de viaje, es por esto esencial que los hoteles tengan la información necesaria de la oferta cultural de la ciudad para así recomendar la visita a instituciones museales, es preciso que el museo le realice tour guiados a estos empresarios para que al momento de recomendarlos, lo hagan de acorde a su experiencia vivida, lo que genera mayor interés en los visitantes.
- *Tour Operadores.* Desde el nombramiento de Valparaíso como Ciudad Patrimonio de la Humanidad es que ha sido un polo atractivo para un gran número de turistas que visitan la ciudad, lo que ha generado la incorporación de un sinnúmero de tour operadores que dan a conocer la ciudad. Por esta razón es necesario que el Museo genere una alianza con estas instituciones con el objeto de incluir al Museo en las Rutas turísticas que realizan a visitantes nacionales y extranjeros.

-*Alianza con organizaciones Culturales y Comunitarias* Las organizaciones culturales y comunitarias trabajan en pro del desarrollo de la comunidad, por lo que hace importante que se generen alianzas con estas organizaciones, ya que muchas veces éstas buscan realizar actividades que persiguen el enriquecimiento cultural de diversos grupos sociales, por lo que el museo puede entregar eso y mucho más.

-*Alianza con Instituciones Públicas:* Es importante que el museo genere alianzas con las instituciones públicas de la ciudad, pues esto ayuda al museo a trabajar y proyectarse en función a los lineamientos y cambios que se van realizando a lo largo del tiempo, en relación a la cultura en la ciudad, además de contabilizar al museo en cada evento cultural que la comuna realice.

Las instituciones Públicas de la comuna con las cuales el museo puede formar alianzas son:

Diagrama Instituciones Públicas



**Fuente: Creación Propia**

- *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes:* Institución que tiene como objeto el promover y fomentar la cultura y el patrimonio, por esta razón es necesario que el Museo genere lazos con esta institución para fomentar el desarrollo de mejores proyectos culturales. Cabe mencionar que al encontrarse la institución en Valparaíso es una ventaja para el Museo.
- *Sernatur:* Institución encargada de difundir la actividad turística del país, por ésta razón se hace necesario trabajar en conjunto, con el objeto de promover el museo como uno de los planes turísticos de la ciudad, como un paso atractivo a la hora de visitar Valparaíso, puesto que actualmente la cultura es un motivo de viaje de los turistas.

- *Municipalidad de Valparaíso*: Institución que trabaja en departamentos, aquí los departamentos de cultura, patrimonio y turismo, son necesarios para generar alianzas con el museo, pues cada departamento puede contribuir al mejor funcionamiento y desarrollo de la institución, en el caso del departamento de cultura, este puede ayudar al museo en lo referente a la difusión y permisos para la realización de diversas actividades culturales que desarrolle el museo, el departamento de patrimonio puede ayudar en cuanto a la formación de los seminarios, charlas y encuentros referente al patrimonio del museo habilitando espacios de la ciudad para la realización de éstas. Y finalmente con el departamento de turismo, quien se encarga de ofrecer el servicio a los turistas que visiten la ciudad.

a) *Actividades*

*“La educación es central en las actividades de todos los museos y hace un llamamiento para que estos reflejen la diversidad de nuestra sociedad. Los museos no pueden seguir limitándose a tareas de preservación, erudición y exposición, con independencia del contexto social en el que existen”<sup>46</sup>*

Es importante que el Museo realice diversas actividades en relación a su colección todo el año, para estar activos y presentes en el colectivo de la comunidad, lo cual permite entregar un servicio más completo y generar una experiencia inolvidable al visitante.

Es por esto la necesidad de que la institución maneje un programa de actividades a realizar a lo largo de todo el año.

A continuación se mencionan las actividades a proponer para la institución, cabe mencionar que éstas pueden repetirse cada año, con la clara intención de generar a futuro el reconocimiento e identidad del museo a través de sus actividades

---

<sup>46</sup> Publicación informe excellence an equity: education and the public dimension of museums. American Association of Museums

### Diagrama de Actividades



**Fuente: Creación Propia**

- Rutas

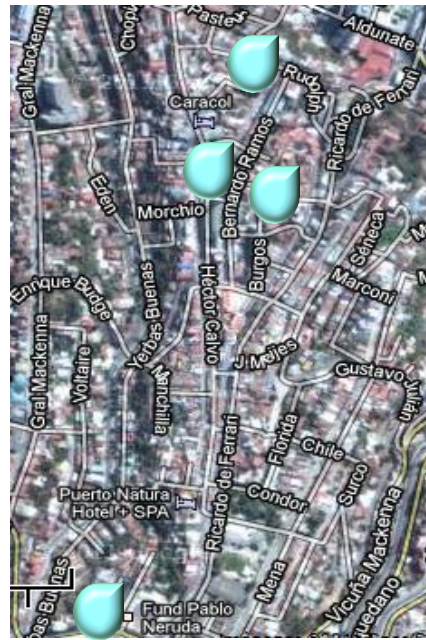
#### *Rutas Turísticas Culturales en el Cerro Bellavista*

La realización de rutas turísticas culturales con algunos de los atractivos, es una de las actividades que permita promover, difundir y posicionar el Cerro Bellavista y el Museo Organológico principalmente. Es importante señalar que las rutas se realizarán caminando, y por alumnos de turismo en práctica.

Las Rutas son:

- Ruta N°1 – “*Ruta Cultural Cerro Bellavista*”: Comienza en el Teatro Mauri, continúa en el Museo Organológico, se visita la iglesia Las Carmelitas y se finaliza en el Ascensor Espíritu Santo(ascensor actualmente cerrado, por lo que se visita sólo su instalación)
- Ruta N°2 – “*Ruta Museística*”: Comienza en La Sebastiana, luego al Museo Organológico y finaliza en el Museo Cielo Abierto.
- Ruta N°3 – “*Ruta Turístico Cultural*”: Comienza en el Hotel y Spa Puerto Natura, sigue al Museo Organológico, visita el Taller Arte en Ruta, continua en Museo Cielo Abierto y Cristo Redentor y termina en Galería Taller Gata Ferrari.

Mapa “Ruta Cultural Cerro Bellavista”



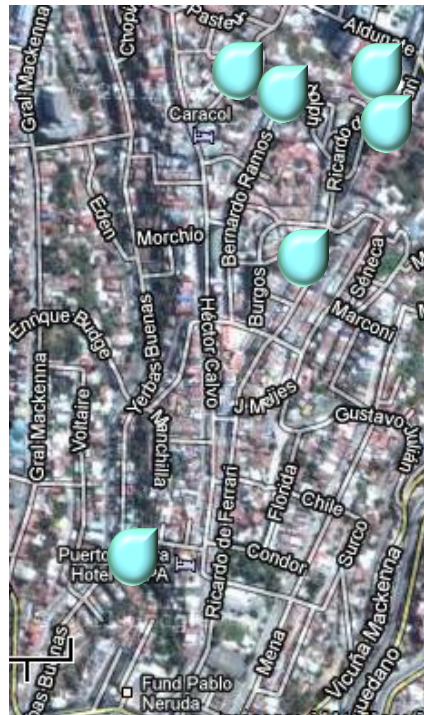
Fuente: Google Earth, adaptación propia

Mapa “Ruta Museística”



Fuente: Google Earth, adaptación Propia

### Mapa “Ruta Turístico Cultural”



**Fuente: Google Earth, adaptación Propia**

#### - Itinerancias

Las itinerancias permiten acercar las instituciones a esos lugares en donde la cultura quizás no llega de manera cotidiana, es por esto que se realizarán dos tipos de itinerancias; en las escuelas cercanas al museo y en la plaza del Cerro Bellavista, con el objeto de dar a conocer a la comunidad el patrimonio conservado, el origen, el uso y la importancia de preservarlos, respetarlo y estudiarlos.

- *Itinerancia en las Escuelas del sector “El Museo Organológico en mi escuela”*: En el Cerro Bellavista se encuentran dos escuelas básicas, la Escuela Piloto 1° Luis Pardo Villalón y la Escuela República de Bolivia e-310, estos establecimientos son espacios estratégicos, ya que estudian niños de 5 a 14 años, edad en que los individuos están abiertos al conocimiento, y lo cual les permite enriquecer a los estudiantes con el patrimonio allí resguardado, “El Museo Organológico en mi escuela”, se realizará en los patios de los establecimientos a través de muestras en donde cada niño se pueda acercar a los instrumentos junto al organólogo, profesor de música y de historia, y tengan la posibilidad de conocer el sonido que estos emiten, el material del que están hechos y el lugar de donde provienen, además de participar en clases de artes visuales, en donde cada niño debe dibujar con distintos materiales uno de los instrumentos que más le haya gustado. Cabe mencionar que estas actividades se realizaran con financiamiento de proyectos culturales.

- *Itinerancia en Plaza de los Poetas “El museo en mi plaza”*: El ocupar los espacios públicos es una manera estratégica de mostrar la institución a la comunidad, es por esto muy importante el mantener alianzas con las entidades que entregan los permisos para la intervención en dichos lugares.

La plaza de los poetas antiguamente llamada plaza mena, es un espacio en donde las familias del sector pasan el día, y es una parada obligada de los turistas que visitan la casa de Pablo Neruda, es por esto un lugar estratégico, en donde el museo perfectamente puede darse a conocer, a través de la itinerancia “El museo en mi plaza” en donde se escojan algunos instrumentos y se exhiban, para el goce y disfrute de toda la comunidad.

\*Es importante mencionar que estas itinerancias pueden ser replicarlas en otras escuelas y plazas de la comuna.

#### - Publicación

##### *Publicación de un catálogo en conjunto con otros museos*

Es importante que los museos de Valparaíso trabajen en conjunto en pro del mejor desarrollo de la cultura en la ciudad, lo que se puede concretar en la realización de una publicación que permita dar a conocer cada museo con la historia, la colección y actividades que desarrollan, publicación la cual estará en cada museo, lo que por consecuencia significará el mayor conocimiento de la institución.

Publicación la cual deberá renovarse cada año, y distribuirse en cada museo de la ciudad, además de puntos estratégicos de la ciudad, como centros de información turística, hoteles, restaurantes, entre otros.

##### *Publicación Propia*

Es necesario que el Museo dé a conocer las actividades que éste desarrolla, razón por la que la institución debe entregar y generar un documento en donde dé a conocer las actividades a realizar en el año, e información de la institución, la cual será distribuida solamente en el museo.

##### *Publicación Sonora*

La publicación Sonora permitirá principalmente que al momento de visitar la página web. la posibilidad de conocer el sonido de algunos de los instrumentos que están en el museos, con el fin último de generar una motivación y ganas de visitar el lugar presencialmente.

Además de crear un cd que contenga la información, imagen y sonido de algunos de los instrumentos musicales, el cual tendrá un costo, el que permitirá generar recursos para el mantenimiento de la institución

- Exposición

La exposición de la colección es la razón de ser de un museo, es por esto muy importante que la institución tenga en su espacio una exhibición permanente que diferencie e identifique al museo de los demás. Se propone que el Museo Organológico mantenga la exposición permanente que lo identifica, y además incluir exposiciones temporales que permitan que la institución sea un espacio para difundir el arte y el patrimonio.

Exposición Permanente: El museo tiene en su espacio una exposición permanente, la cual funciona todos los días del año, colección que se utiliza como exhibición y para realizar las actividades del museo.

Exposiciones Temporales: Además de la exposición permanente que tiene el museo, es de gran importancia que el Museo sea un espacio para otras exposiciones, con el objetivo de lograr dar a conocer a la comunidad diversidad en el patrimonio cultural, esta actividad se genera a través de préstamos por un periodo de tiempo que realicen diversas entidades o personas naturales, con el objeto de difundir el arte y la historia de la colección. Sin embargo cabe mencionar que el museo es un espacio más bien pequeño, en donde no se pueden recibir exposiciones de gran tamaño.

- Seminarios, Encuentros y Charlas

Los seminarios, encuentros y charlas, son actividades de gran importancia, ya que son éstas instancias en donde se genera una retransmisión de la información, ya sea de investigaciones o simplemente el debate con otros interesados de la organología. Es por esto muy importante que el museo organológico logre posicionarse como sede para estas actividades referentes al tema de la organología, pues es el único museo en la ciudad y en Chile que trata ésta temática. Estas actividades se pueden realizar en otros espacios distintos al museo, gracias a las alianzas que éste genere.

Cabe mencionar que estas actividades estarán dirigidas al público objetivo del museo, como los niños, universitarios y expertos de la organología.

- Visitas Guiadas

Las visitas guiadas son muy importantes a la hora de visitar el museo a un grupo de personas, ya que la sola observación para alguien que no tiene conocimiento sobre lo que se está exhibiendo, resulta aburrido y provoca poco interés en volver. Es por esto que se propone que el museo cuente con este servicio, realizado por guías especializados que tengan el conocimiento de al menos dos idiomas, con el propósito de entregar una experiencia inolvidable.

Se proponen visitas desde el Centro de Información Turístico Cultural La Sebastiana (CITC) ya que éste recibe múltiples visitas diariamente, por lo que es un lugar estratégico de donde se pueden captar turistas a los cuales se le ofrecerá una visita guiada por la institución. Estas visitas guiadas serán realizadas por alumnos en práctica.

- Talleres

#### Taller de Organología

Es importante mencionar que cada taller tendrá un costo el taller de organología y de historia tendrán un valor de \$ 1000 pesos, los que se realizarán 3 veces en el año, y el taller de investigación se impartirá una vez al año con un valor de \$ 5000 pesos, el cuál durará de marzo a noviembre en donde al finalizar dicho taller, se realizará la publicación del trabajo realizado, ambos son valores accesibles a toda la comunidad, por lo que se pretende completar los cupos de los talleres, los cuales se impartirán a 15 personas como máximo en cada taller.

Taller de organología para niños: Este Taller está dirigido para niños de 5 a 13 años, el cual tiene el objetivo de dar a conocer y difundir el patrimonio musical resguardado en el museo, complementando el aprendizaje de la asignatura de música, enseñando de manera didáctica, los diversos instrumentos musicales, su correspondiente técnica de ejecución e interpretación en las distintas formas musicales. Dictado por el profesor de música en conjunto con el organólogo.

Taller de organología para todo público: Este taller está dirigido a toda la comunidad, quienes pueden asistir y conocer los diferentes instrumentos musicales, los sonidos y el uso de cada uno de éstos, con el objeto de difundir el patrimonio material del museo.

#### Taller de Historia

Taller de Historia de los instrumentos para niños: Este taller está dirigido a niños de 5 a 13 años, el cual tiene como objetivo dar a conocer y difundir el origen y la historia de los instrumentos musicales del Museo Organológico.

#### Taller de Investigación

Este taller está dirigido a estudiantes de pre y postgrado, estudiosos y expertos del tema, facilitando la información bibliográfica que existe en el museo, con el objeto de que éstos puedan realizar estudios que permitan el desarrollo y la difusión de la institución. En este taller participa el organólogo, profesores, gestores culturales.

## b) Público Objetivo

Es importante que todas las actividades que se mencionaron anteriormente estén dirigidas un público objetivo.

Actualmente el Museo no tiene un público objetivo bien definido, por lo que es difícil saber a quién dirigirse al momento de realizar las actividades, es por esto que a continuación se pretende crear un perfil del público que visite la institución, tomando en cuenta ciertos segmentos de la población en los que se hace necesario poner énfasis ya que de una u otra forma demuestran un mayor interés en cuanto a la participación en el tema cultural de la ciudad, sin embargo la institución también debe abarcar a turistas nacionales e internacionales que visitan Valparaíso, ya que es un segmento de mercado que se interesa por la cultura del lugar que visitan, y son embajadores de la cultura de donde provienen, por lo que se produce un enriquecedor intercambio cultural.

A continuación se nombran las propuestas de segmentos a los que el Museo se debe dirigir:

- 1.- Niños de Educación Básica: Éste segmento está formado por niños que tienen entre 5 a 14 años, que cursen la educación básica, ya que están en una edad de aprendizaje en donde se les puede inculcar el respeto, el valor y el cuidado por el patrimonio cultural de la ciudad.
- 2.-Universitarios: Este segmento pertenece a personas entre 17 y 25 años, quienes se encuentran cursando alguna carrera universitaria ligadas al turismo, la cultura, la historia, la música entre otras áreas de estudio que se complementan con el museo, además es un segmento de la población que tiene un tiempo de ocio superior al promedio de la población, lo cual genera una mayor motivación por visitar la institución.
- 3.- Organólogos y especialistas del tema: En el mundo y en Chile existen diversos individuos que se dedican a la organología (estudio de los instrumentos musicales), esto es posible observar debido a la cantidad de expertos que han llegado por interés propio a esta institución, lo cual ha dejado entrever que es un segmento que hay que potenciar pues el intercambio del conocimiento cultural que se genera es muy enriquecedor tanto para el museo como para el visitante.

Los tres segmentos mencionados anteriormente, son el público específico al cual el museo se debiese dirigir, sin embargo es importante mencionar que existen otros segmentos más generales los cuales la institución debiese considerar, se nombran a continuación:

- 1.-Ciudadanos: Los ciudadanos de Valparaíso son un segmento importante a la hora de definir a quien está dirigido el museo, si bien anteriormente especificamos unos tipos de perfil, ellos también son parte de la ciudadanía. Es importante mencionar que Valparaíso al ser nombrado Patrimonio Cultural de la Humanidad, se convirtió en un polo turístico cultural, lo que ha logrado que se comiencen a desarrollar diversas actividades artísticas culturales impactando fuertemente en la comunidad, por esta razón el Museo debe seguir este lineamiento y lograr

generar un interés en la comunidad por visitar los museos, como parte de las actividades culturales de la ciudad.

2.-Turistas Nacionales y Extranjeros: Valparaíso se ha convertido en un atractivo polo turístico cultural, debido a su nombramiento por la UNESCO de Patrimonio Cultural de la Humanidad y a la serie de eventos artísticos y culturales que ha desarrollado desde entonces, por consiguiente ha aumentado el número de turistas de otras ciudades del país y del extranjero, lo que ha llevado al incremento en cantidad y calidad de la oferta turística de la ciudad, con el propósito de entregar un mejor servicio a los interesados en conocer la ciudad, por todo lo anterior es necesario que el museo se logre difundir a través de medios de comunicación, como una oferta cultural de la ciudad, para llegar hasta este segmento.

### c) Recurso Humano

“A todo nivel, los museos tienen que dotar su estructura con profesionales que posean los conocimientos, motivación y características personales exigibles”<sup>47</sup>

Cualquier institución que aspire a ser útil y eficaz debe contar con personal preparado para los propósitos de esa institución, si bien el museo cuenta con una estructura base en su recurso humano es importante incorporar nuevos puestos de trabajo y redistribuir las funciones del personal, para que la institución pueda entregar un servicio de calidad, y el visitante adquiera una experiencia inolvidable.

El Museo Organológico cuenta con el siguiente Recurso Humano:

- Director General (Organólogo)
- Director Artístico (Arquitecto)
- Directora Musical (Profesora de Música)
- Gestión y Difusión (Estudiante Gestión en Turismo y Cultura)
- Músico terapeuta

Personal propuesto a incorporar y su forma de trabajo:

- Guías especializados y bilingües
- Profesor de Historia
- Bibliotecólogo
- Relacionador Público
- Diseñador
- Contador
- Auxiliar de Aseo

---

<sup>47</sup> Neil Kotler y Phillip Kotler, Estrategias y Marketing de Museos.

## Personal completo por profesión

- Organólogo- Director
- Profesor de Música
- Profesor de Historia
- Gestor Turístico Cultural
- Guías especializado y bilingüe
- Diseñador
- Bibliotecólogo
- Relacionador Público
- Contador
- Auxiliar de Aseo

## Descripción del Personal

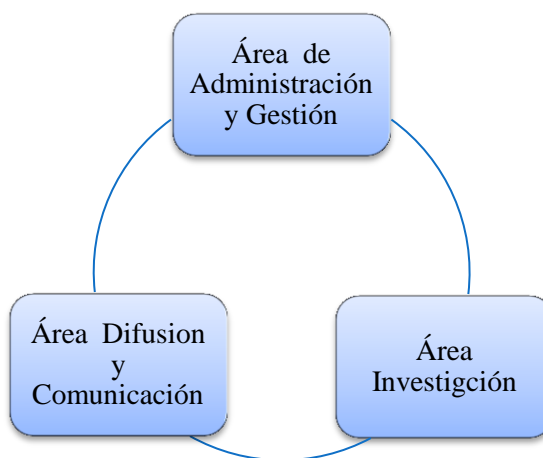
- *Director (Organólogo):* Es el encargado de tomar las decisiones generales del museo y velar porque se cumplan los objetivos de la institución, además de encargarse de la organología (ciencia que estudia los instrumentos musicales) y de impartir algunos talleres del museo. Dicho trabajador será parte de la planta fija del museo.
- *Profesor de Música:* Es el encargado de velar por el aprendizaje y el uso de los instrumentos musicales, además de realizar las actividades referentes a la música y sonidos que estos emiten. Dicho trabajador será a honorarios, solicitando con anticipación sus servicios.
- *Profesor de Historia:* Es el encargado de ayudar al organólogo en la construcción de la historia de los instrumentos musicales. Dicho trabajador será a honorarios, solicitando con anticipación sus servicios.
- *Gestor Turístico Cultural:* Es el encargado de la administración y de crear proyectos entorno a la institución y velar porque éstos se realicen y cumplan con los objetivos propuestos, además de procurar que la difusión del museo sea óptima y dirigida al público objetivo de la institución. Dicho trabajador será de la planta fija del museo.
- *Guías especializados y bilingües:* Se necesitarán como mínimo dos guías profesionales que cumplan con las herramientas necesarias para la atención de público, manejo de multitudes, preparado para trabajar bajo presión, con conocimientos básicos de primeros auxilios, además de saber la historia de cada instrumento allí resguardado. Dichos trabajadores se distribuirán uno como planta fija y uno part-time.

- *Diseñador*: Es el encargado de crear y manejar los diseños de la difusión, ya sean logotipos, folletería, entre otras cosas. Dicho trabajador será a honorarios, solicitando con anticipación sus servicios.
- *Bibliotecólogo*: Es el encargado de manejar el orden y el préstamo de los libros de la biblioteca. Dicho trabajador será a honorarios, solicitando con anticipación sus servicios.
- *Relacionador Público*: Es el encargado de conseguir contactos que sirvan de sustento para auspicios, patrocinadores y financiamiento, además de generar lazos con otras instituciones con el fin de trabajar en conjunto con entidades interesadas en el tema cultural, y logren posicionar a los museos como oferta cultural de la ciudad. Dicho trabajador será a honorarios, solicitando cada cierto tiempo sus servicios.
- *Contador*: Es el encargado de llevar el orden del recurso financiero del museo. Dicho trabajador será a honorarios, solicitando con anticipación sus servicios.
- *Auxiliar de Aseo*: Es el encargado de mantener la limpieza y el orden de la institución. Dicho trabajador será de planta fija

Los profesionales propuestos anteriormente se agruparán y dividirán en áreas de trabajo, en donde deberán trabajar en conjunto para cumplir con los objetivos y metas propuestas por la institución.

Las áreas a proponer son las siguientes:

Áreas de trabajo



**Fuente: Creación Propia**

-Área de Administración y Gestión: En ésta área trabajarán los gestores culturales del museo, quienes estarán a cargo de la creación de proyectos culturales, en donde incluyan, talleres, eventos, charlas, itinerancias, entre otras actividades, con el objeto de mantener activo todo el año a la institución, en conjunto con el administrador quien deberá distribuir los recursos financieros y materiales que este maneja,

-Área de Investigación: Esta área está a cargo de investigar, recopilar y resguardar todo lo referente a la historia y la música de la colección del museo, además de entregar este conocimiento a todo aquel visitante que lo solicite. Además será el área encargado de trabajar en el taller de investigación.

Ésta área se dividirá en dos partes, la investigación musical y la investigación histórica.

- Investigación Musical: Esta división estará a cargo del profesor de música en conjunto con el bibliotecólogo, organólogo y ayudado por alumnos de taller de investigación, quienes se encargarán de investigar, recopilar y archivar en diferentes formatos musicales los sonidos que produce cada instrumento y el uso de cada uno de estos.
- Investigación Histórica: Esta división estará a cargo del profesor de historia en conjunto con el bibliotecólogo, organólogo, y ayudado por alumnos de taller de investigación, quienes se encargarán de investigar y recopilar información referente al origen, el cómo llegaron a Valparaíso y la importancia de cada instrumento en la historia de la humanidad.

-Área de difusión y comunicación: Esta área está a cargo del gestor cultural apoyado por el diseñador, y el relacionador público, quienes deben velar por difundir las actividades que se desarrollan en la institución, a través de los diversos medios de comunicación y redes sociales, para que éstas logren llegar a la comunidad,

\*Cabe mencionar que el museo trabajará con alumnos en práctica y tesistas en las diferentes áreas de trabajo que éste tiene, debido a que un objetivo del museo es reactivar el rol de centro de información y educación cultural, además de ser una forma en que el museo pueda generar lazos con universidades, lo cual permite una retribución en ayuda cuando el museo lo solicite.

## Organigrama

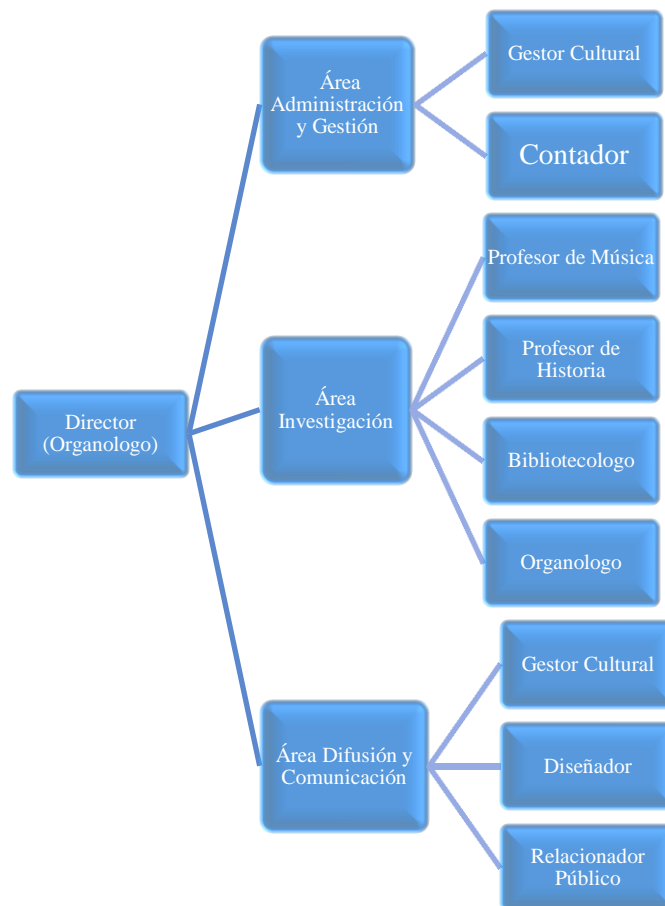
Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Representa las áreas de trabajo y las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización

La estructura organizacional que presenta actualmente la institución posee unas deficiencias en relación al recurso humano con el cual trabaja, ya que toda institución hoy en día debe contar con un personal calificado, el cual sea capaz de enfrentarse a diversas situaciones, tener el control del área, manejar los temas y el funcionamiento de las otras áreas de trabajo para así estar preparado frente a cualquier situación.

Es esencial que una organización posea una estructura clara de los roles del personal, con el objeto de que cada trabajador conozca cuál es su labor y con quién debe desempeñarlo.

A continuación se define la nueva estructura organizacional del Museo Organológico de Valparaíso.

### Mapa de Organigrama



**Fuente: Creación Propia**

Es importante que en el museo trabajen los mejores profesionales, es por esto necesario que tengan la oportunidad de asistir a capacitaciones, respecto a la función que cada uno realice, con el fin de permitir el mejor desempeño de su trabajo.

Capacitación de Organología al Personal: Esta es una de las capacitaciones que se les debe dar al personal que trabaja en el museo, con el fin de instruir a todos quienes pertenecen a la institución el conocimiento necesario sobre la colección con la cual trabajan.

Capacitación de atención al cliente: Esta es una capacitación dictada para los trabajadores que mantengan un trato más directo con los visitantes en la realización de su labor, por ejemplo; para los guías, y quienes imparten los talleres.

*\*Es necesario señalar que además se realizarán capacitaciones a nivel de museología, museografía, patrimonio cultural, historia, restauración , entre otras áreas.*

#### d) Frecuencia de Actividades

Es importante que toda institución que maneje un flujo de actividades durante un tiempo prolongado, se programe a través de una tabla de frecuencia, la cual permita conocer la periodicidad con que se realiza cada actividad, es por esta razón que se propone al Museo Organológico el mantener tiempos definidos en que se impartirán las actividades a lo largo de los 12 meses del año, con el propósito de que el Museo se dé a conocer como un espacio de educación e información que entrega al público una oferta artístico cultural

En la siguiente tabla se presenta la frecuencia de las actividades del Museo, en donde se describirá la actividad y el tiempo estimado para su ejecución.

Tabla de Frecuencia de Actividades

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo de realización</b>
<b>Rutas</b>	Se realizarán un domingo al mes
<b>Itinerancia en Escuelas del sector</b>	Se realizarán a principios del 1° semestre
<b>Itinerancia en Plaza de los Poetas</b>	Se realizarán en periodos de vacaciones de verano y de invierno.
<b>Seminarios, Charlas, Encuentros</b>	Se realizarán durante todo el año
<b>Exposición Temporal</b>	Exposiciones se realizarán dos veces al año, una en cada semestre
<b>Publicación con otros museos</b>	Se realizaran anualmente.
<b>Publicación propia</b>	Se realizará semestralmente, para difundir las actividades.

<b>Visita Guiada desde CITC</b>	Actividad realizada todos los domingo
<b>o.Taller Organología</b>	Impartido tres veces al año
<b>Taller Historia</b>	Impartido tres veces al año
<b>Taller Investigación</b>	Realizado desde mayo a octubre,
<b>Festival</b>	Se realiza de manera anual

e) Plan de Comunicación y Promoción

*“Los responsables de los museos están comprobando que las inversiones, en creación de imagen y denominación de marca, relaciones públicas, publicidad mediática, marketing y comunicación pueden ser sumamente productivas para la atracción de públicos, generación de ingresos y rentables para la consecución de los fines que pretenden cumplir”<sup>48</sup>*

Los objetivos de comunicación y promoción son extremadamente variables, por lo que los museos tienen que utilizar una mezcla de herramienta de comunicación, adaptándola a los objetivos y público objetivo.

El museo Organológico no maneja un plan de comunicación y promoción, por lo que se hace indispensable generar estrategias que permitan el logro de los objetivos de comunicación, encomendados al museo, a través de los medios que se estimen convenientes para llegar al público objetivo de la institución.

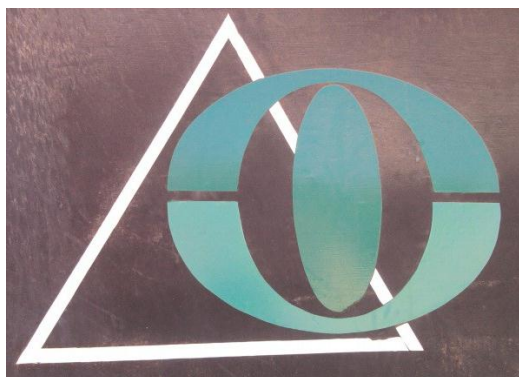
Es importante tener en cuenta, que antes de realizar algún plan de comunicación y promoción es de vital importancia crear la imagen de marca, que permanezca en el consciente del consumidor, una imagen innovadora que se logre asociar a la institución.

En el caso del museo éste ya posee un logotipo que lo identifica y representa, por lo que la propuesta incurre en lograr el posicionamiento de esta imagen en la mente del potencial visitante. Para lograr este propósito existen diversas formas para conseguirlo; como la presencia de este en las publicaciones, folleterías, anuncios en diversos medios de comunicación como internet y la televisión.

---

<sup>48</sup> Neil y Philip Kotler, Estrategia y Marketing de Museos.

### Logotipo del Museo



**Fuente: Museo Organológico**

A continuación presentamos los medios de comunicación y promoción que se propone utilizar a la institución:

- **Página Web:** La página web, es una herramienta potente para difundir una institución, el museo organológico no cuenta con esta herramienta, por lo que se hace necesario a la hora de entregar la información al público objetivo. En este sitio se mantendrá información referente a la Visión, Misión, Objetivos, Recurso humano, Ubicación del Museo con una mapa en donde se explique el proceso de llegada al museo, Información de atractivos del cerro bellavista como oferta complementaria, Imágenes de la colección y de las visitas que llegan al museo, Tour virtual, Valores, Horarios, Mails de contactos, y Actividades a realizar en el año.
- **Twitter:** El twitter es una red social, que en el día de hoy es utilizada por miles de personas en todo el mundo, lo que permite la difusión del museo y sus actividades de forma gratuita y rápida.
- **Folletería:** La folletería es un medio directo de promoción del museo como de las actividades a realizar, los cuales contendrán una breve reseña del museo y las actividades a realizarse semestralmente, ésta información se traducirá en inglés, lo cual permite llegar a más público. Estos folletos se distribuirán en centros de información turísticos, en museos, galerías de arte, hoteles, restaurantes y tiendas de souvenir.
- **Anuncios en revistas y diarios:** Es importante que el museo esté vigente en la prensa escrita de la ciudad, el país y el extranjero, por lo que este medio de difusión es de vital importancia realizarlo a través de revistas o publicaciones culturales como, Ten Haz, revistas turísticas como, Ladevi Chile, Gaceta, Tips y diarios locales como El Mercurio de Valparaíso.

- Anuncios en Televisión y Radio: Según la encuesta de consumo cultural la televisión y radio son los medios de comunicación más utilizados por los chilenos, es por esta razón que el museo deberá generar alianzas con estos medios de la ciudad como, televisión nacional en Red Valparaíso, Ucv, y Canal 13 en las noticias de la región, éstos son canales de televisión que dedican un momento de su programación para difundir el arte y cultura de cada región. En cuanto a las radios, se solicitará la colaboración a las radios que entreguen cultura a la sociedad como Radio Valentín Letelier, Radio Bio Bio, Radio Ritoque y diversas radios de los cerros de Valparaíso.

#### - Servicio Post Venta

Dentro del plan de comunicación y promoción se debe aplicar el servicio post venta, ya que el servicio al público debe brindarse en todo momento, no sólo durante el proceso de visita, sino también después de ésta. Es sin duda esencial contar con un servicio post venta, el cual se realiza una vez que el público ya ha visitado el museo.

Además de los beneficios que otorga el brindar un buen servicio al público, tales como la posibilidad de que el visitante vuelva al museo, que se logre su fidelización, y que lo recomiende con otras personas, el servicio de post venta otorga la posibilidad de mantener el contacto y alargar la relación con el público objetivo. Con esto mismo poder conocer las impresiones del visitante luego de haber realizado la visita y así saber en qué se puede mejorar, estar al tanto de las nuevas necesidades o preferencias y hacerles llegar la programación de actividades.

Éste servicio consiste en entregar una promoción directa y seleccionada, por lo que será el público objetivo quienes recibirán este tipo de servicio.

Es fundamental la realización de una base de datos, la cual se realizará registrando a las personas que cumplan con el perfil del público objetivo que visiten el museo, con el objeto de enviarles la información necesaria.

A través de la base de datos se realizarán los siguientes servicios post venta:

- Envío de Correo Electrónicos: Los correos electrónicos son una manera de seguir en contacto con los visitantes del museo, dentro del cual se podrá enviar información respecto a la programación de actividades, un mail agradeciendo la visita a la institución, y una encuesta de satisfacción, la que pretende saber la apreciación del público en relación a la visita al museo.
- Llamadas Telefónicas: Los teléfonos fijos y celulares son un medio de comunicación que hoy en día toda persona posee, es por esto que se realizarán llamadas telefónicas a quienes estén registrados en la base de datos, para invitarlas personalmente a que asistan

al museo, comentándole las actividades más próximas que se efectuarán. Ésta estrategia es mucho más efectiva, pues logra que el cliente se sienta privilegiado..

- Libro de sugerencias, reclamos y felicitaciones: El hacer sentir al visitante parte de la institución y el que su opinión sea valorada, es importante para la fidelización del público. En base a esto es que se implementará un libro de sugerencias, reclamos y felicitaciones, el cual estará en el museo, además de habilitarse en la página web, con el objetivo de que los visitantes del museo puedan dejar sus comentarios, aportes, críticas o felicitaciones, lo que efectivamente va a beneficiar en el desarrollo del museo.

f) Colecciones

*“A los museos se les exige que muestren e interpreten sus colecciones y exposiciones y que las hagan accesibles al público, sin embargo, también tienen el mandato de evitar el deterioro de los objetos y colecciones a causa de su uso continuado, lo que impediría que las futuras generaciones disfrutaran de ellos”.*<sup>49</sup>

Los museos exhiben colecciones, es decir, conjuntos de objetos e información que representan algún periodo de la existencia humana, es por esto de vital importancia el lograr preservarlas en el tiempo y el ir rescatando nuevas colecciones que permitan resguardar el legado patrimonial de la ciudad.

Es por esta razón que la institución debe buscar diversos métodos para lograr este propósito, los cuales se nombran a continuación:

- *Préstamos para exhibiciones temporales:* El Museo Organológico puede ser sede de otras bienes patrimoniales, con el objetivo de lograr dar a conocer a la comunidad la diversidad del patrimonio cultural, ésta actividad se genera a través de préstamos por un periodo de tiempo que realicen diversas entidades o personas naturales, con el objeto de difundir el arte y la historia.
- *Donaciones:* Es importante que el museo sea competente y logre obtener captación de donadores, con el propósito de incrementar la colección e ir renovando las piezas que serán expuestas, dejando margen a las reparaciones de éstas. Las donaciones se pueden recibir de ciudadanos de Valparaíso quienes tengan en su poder algún instrumento musical que sepan o no de su importancia, ya que en el museo se realizara el estudio correspondiente.

---

<sup>49</sup> Neil Kotler y Philips Kotler. Estrategias y Marketing de Museos.

- *Subastas:* Las subastas son un medio para conseguir el incremento y enriquecimiento de la colección del museo, ya que muchas veces no se valora la importancia de éstos instrumentos los cuales se rematan a valores insignificantes, es una oportunidad para que la institución los logre recatar de futuras pérdidas

#### Conservación de la colección

La conservación de la colección de un museo, es de vital importancia, para mantener en el tiempo el legado patrimonial de la ciudad, el cual debe tener ciertos cuidados para así entregar un óptimo cuidado a los bienes culturales que ésta posee.

La conservación debe tener en cuenta las siguientes condiciones:

*Condiciones de Espacio:* Debido al pequeño espacio del museo , aquí no se pueden conservar bienes que tengan un gran tamaño, ya que las condiciones no están dadas para esto.

*Condiciones ambientales:* Es importante cuidar la colección de las condiciones ambientales que puedan deteriorarlos y producir pérdidas importantes en la institución; como de la humedad relativa y temperatura que pueda haber en este espacio, es por esto que sería importante establecer un sistema de medición de las condiciones ambientales utilizando medidores de humedad relativa y temperatura

*Condiciones de Iluminación:* Es importante que cada pieza del museo tenga una luz adecuada para que el visitante pueda observarlos de manera óptima, y lo más importante el cuidar los instrumentos de desgastes, quemaduras, entre otros daños que pueden ocasionar a la colección.

*Condiciones de traslado:* Es importante que al momento de realizar las itinerancias y actividades que necesiten del traslado de algunas piezas de la colección, se tengan los cuidados básicos como la manipulación, el almacenaje y en la instalación de la exhibición, pues las malas prácticas pueden provocar la destrucción o pérdida total de algunos de estos bienes patrimoniales. Es por esto preciso contar con el espacio suficiente para la distribución de las piezas y manipularlas con el material adecuado.

#### g) Inventario

Es importante que la colección del museo, se encuentre inventariada para el mayor orden del registro de estas piezas, por lo que se necesitará un sistema digital de inventario, que permita saber la fecha en que se donó la pieza al museo, el lugar de procedencia, el estado de conservación, el espacio en donde está exhibido.

Además es necesario que se realice una ficha de cada instrumento en donde se anote la información histórica y musical, los usos que se le ha dado y que intervención de restauración se le ha dado

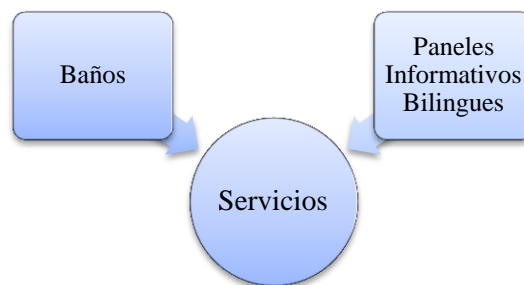
Todo este proceso de inventario estará a cargo del bibliotecólogo del museo

#### h) Servicios

Los servicios que se entregan a los ciudadanos y visitantes en general, son los que marcan la diferencia y lo que va a influir en la decisión de volver y recomendar el museo a otras personas.

Los servicios que se proponen que realice el museo Organológico son:

Figura de Servicios



**Creación Propia**

#### Función de los Servicios

- **Baños:** Si bien el museo cuenta con un baño, es importante que se habilite el del 2º piso, debido al uso que se pretende dar a toda la instalación y a la cantidad de visitas que recibirá la institución en un escenario optimista, por lo que el museo debe estar preparado para este entonces.
- **Paneles informativos Bilingüe:** El museo Organológico quiere atraer a todo tipo de visitantes por lo que es importante que cuente con paneles de información en dos idiomas como mínimo, al igual que la folletería que entrega la institución.

i) Fijación de Horarios

Actualmente el museo abre de lunes a domingo de 10:00 a 18:00 horas, solamente ha pedido. Por lo que se propone cambiar este sistema y abrir en horario permanente, puesto que si se pretenden lograr los objetivos propuestos, el museo debe estar accesible a la comunidad abierto varios días a la semana.

El horario propuesto es de Martes a Domingo de 10:00 a 13:00 horas y de 15:00 a 18:00 horas, dejando dos horas destinadas al almuerzo de los empleados.

j) Infraestructura y Equipamiento

- Distribución de la Planta Física

*“La gestión adecuada de las instalaciones es fundamental para que un museo mantenga el equilibrio cuando utilice sus objetos para satisfacer necesidades presentes y futuras”.*<sup>50</sup>

Es importante destacar que el espacio en donde se emplaza el museo organológico es una casa la cual se ha adecuado para tal exhibición. Pese a ésta condición la institución posee la infraestructura necesaria para la implementación de la propuesta de gestión, por lo que la intervención en la planta física no se incluirá en este proyecto.

Sin embargo, se deben tomar medidas de precaución para evitar accidentes en el momento de la visita, estos son:

Precauciones en el museo

- Escala con baranda,
- Pisos sin irregularidades y con huinchas antideslizantes
- Extintores

### Conclusión Situación con Proyecto

El Museo Organológico tiene mucho potencial de desarrollo como polo atractivo de la oferta cultural de la ciudad de Valparaíso, la cual cada año recibe miles de visitantes. Razón por lo que la institución debe estar preparada para entregar un óptimo servicio a su público objetivo y a toda la comunidad, logrando ser reconocido como un centro de información y educación cultural, lo que permita ser un espacio en donde el patrimonio, el arte y la cultura se unan en pro del enriquecimiento de todo visitante y así lograr un intercambio cultural.

---

<sup>50</sup> Neil Kotler y Philips Kotler, Estrategias y Marketing de Museos

## CAPÍTULO IV: COSTOS Y FINANCIAMIENTO

### 4.1 Estudio Financiero

Para la puesta en marcha y ejecución del proyecto se deberán tener en cuenta los costos reales en cuanto a su situación actual.

Es importante mencionar que los mayores costos de la propuesta de gestión recaen en la realización de las actividades, difusión y recurso humano, los cuales son los ejes fundamentales para el éxito de la gestión.

A continuación nombraremos cada ítem que necesita de recurso financiero, para la implementación del proyecto:

- Gastos Básicos
- Recurso Humano
- Actividades
- Difusión.

Es importante mencionar que para la realización de la propuesta de gestión del museo, tendrá un nuevo presupuesto, el cual se presenta a continuación:

#### 4.1.1 Presupuesto del Museo

Años	0	1	2	3	4
Ingresos		\$ 1.382.400	\$ 1.631.800	\$2.028.000	\$2.437.000
Inversión Inicial	-\$ 1.234.390				
Costos Fijos		-\$16.360.000	-\$16.360.000	-\$16.360.000	-\$16.360.000
Costos Variables		-\$ 215.000	\$ 221.450	\$ 228.093	\$ 234.935
<b>Resultado</b>		<b>\$15.192.600</b>	<b>\$14.949293</b>	<b>\$14.560.093</b>	<b>\$14.157.935</b>

Fuente: Creación Propia

Es importante señalar que el estado de resultado del proyecto da negativo, ya que la propuesta de gestión se trabajará en base a fondos concursables. Y los ingresos percibidos serán para gastos básicos y mantención del Museo.

#### 4.1.2 Inversión Inicial Requerida para el Proyecto

Es necesario que el Museo invierta en equipamiento útil, para la realización de las actividades a desarrollar a lo largo del año, con el objeto de hacer fácil y cómoda la entrega de información a los visitantes.

A continuación presentamos los ítems pertenecientes a la Inversión Inicial

Ítem	Precio unitario	Cantidad	Precio Total
Notebook HP Pavilion	\$ 300.000	1	\$ 300.000
Data Show	\$ 500.000	1	\$500.000
Sillas( talleres)	\$ 5.690	20	\$ 113..800
Mesas(talleres)	\$ 20.000	2	\$ 40.000
Extintor	\$ 30.590	1	\$30.590
<b>Página Web</b>	\$ 250.000	1	\$ 250.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.234.390</b>

**Fuente: Creación Propia**

Descripción ítems Inversión Inicial:

- Notebook HP Pavilon: Se necesitará un notebook, para el uso del bibliotecólogo, y otras necesidades de la institución.
- Data Show: Un data show para las presentaciones en los talleres y otras actividades que lo necesiten.
- Sillas: Se necesitarán 20 sillas, 10 para cada sala taller.
- Mesas: Se necesitarán 2 mesas para las salas taller.
- Extintor ABC certificado 4k: Se necesita un extintor, para estar preparado para algún incidente.
- Página Web: Se necesitará una página web, para la difusión de la institución, la cual se cancela una vez, pagando mensualmente la mantención de ésta.

### 4.1.3 Ingresos

Los ingresos que obtendrá el museo a partir de la implementación, van a depender directamente de la demanda estimada que éste tenga, se trabajará conforme a escenario optimista.

Los ingresos que obtendrá el museo serán por concepto de:

- Entradas
- Talleres
- Venta Cd
  
- Entradas

Actualmente el museo tiene una demanda estimada de 70 visitantes mensualmente, de los cuales 50 son estudiantes, por lo que cancelan tarifa de estudiantes y tercera edad de \$ 500 y los 20 restantes son adultos que cancelan tarifa general de \$ 1000.

Con la propuesta de gestión se pretende aumentar esta cifra en un 30 % anual, trabajando en base a un escenario optimista.

Tal cifra multiplicada por los diferentes precios de entrada, generará parte de los ingresos efectivos del primer año. Es importante señalar que los valores de las entradas se mantendrán por los 4 años de estimación.

A continuación se presenta la tabla con los ingresos actuales, por concepto de entrada del museo:

<b>Entrada</b>	<b>Cantidad Vendida Mensual</b>	<b>Precio Mensual</b>	<b>Cantidad Vendida Anual</b>	<b>Precio Anual</b>
General \$ 1.000	20	\$ 20.000	240	\$240.000
Estudiantes / 3° Edad \$ 500	50	\$ 25.000	600	\$ 300.000
<b>Total Entradas</b>	<b>70</b>		<b>840</b>	<b>\$ 540.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

De la tabla podemos inferir que actualmente en el Museo Organológico fluctúa un número de 840.000 personas en el año, generando ingresos de \$ 540.000 por concepto de entrada, cantidad que se espera incrementar con la implementación de la propuesta de Gestión.

Escenario Optimista con un crecimiento de la demanda del 30% anual.

<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Demanda Público general	240	312	406	528
Demanda estimada Público general con aumento de un 30% anual	312	406	528	686
Demanda Estimada Estudiantes y tercera edad	600	780	1014	1318
Demanda estimada Estudiantes y tercera edad con aumento de un 30% anual	780	1014	1318	1714
<b>Total Demanda Estimada</b>	<b>1092</b>	<b>1420</b>	<b>1846</b>	<b>2400</b>

**Fuente: Creación Propia**

A continuación presentamos los ingresos percibidos por concepto de entrada, tomando como base el aumento del 30 % en la demanda anual.

Además cabe mencionar que dentro de la propuesta de gestión, el precio de entrada estudiante y tercera edad aumenta a \$ 700, por lo que los cálculos son en base a ese valor.

Los valores son calculados con los datos de la tabla de la demanda.

Ingresos por Entradas estimada a 4 años.

<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Demanda optimista Entrada General	312	406	528	686
<b>Ingreso Entrada General, \$ 1000</b>	\$ 312.000	\$ 406.000	\$ 528.000	\$ 686.000
Demanda Optimista Entrada Estudiantes/ 3° edad	780	1014	1318	1714
<b>Ingreso Entrada Estudiante y 3° Edad Aumento precio a \$ 700</b>	\$ 546.000	\$ 709.800	\$ 966.000	\$1.199800
<b>Total</b>	<b>\$ 858.000</b>	<b>\$ 1.115.800</b>	<b>\$1.494.000</b>	<b>\$1.885.800</b>

**Fuente: Creación Propia**

- Talleres

Los Talleres si bien están orientados a la comunidad, es importante que éste tenga un precio mínimo, ya que de esta manera el museo podrá solventar gastos de mantención.

Es importante mencionar que los Talleres de Organología y de Historia, tendrán un valor de \$ 1.500, se impartirán 3 veces en el año y el Taller de Investigación tendrá un valor de \$ 5.000 y se realizará una vez en el año. Los precios son accesibles a toda la comunidad, y tienen un cupo máximo de 15 personas por taller.

A continuación se presenta el ingreso que generará, la realización de talleres:

<b>Taller</b>	<b>Cantidad Personas</b>	<b>Frecuencia Anual</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Taller Organología	15	3	\$ 1.500	\$ 67.500
Taller Historia	15	3	\$ 1.500	\$ 67.500
Taller Investigación	15	1	\$ 5000	\$ 75.000
<b>Total Ingresos Anual</b>				<b>\$ 210.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

- Venta Cd

La venta de Cd es un plus para la institución, pues el visitante lleva la experiencia del museo a su hogar y puede compartirlo con sus cercanos. Dicho cd tendrá un valor de \$ 2000, lo cual permite la realización de este elemento y el mantenimiento del museo..

A continuación se presenta el ingreso que generará la venta de cd en la institución, suponiendo se vendan 12 cd mensualmente

<b>Venta</b>	<b>Cantidad Vendida Mensual</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Cantidad Vendida Anual</b>	<b>Ingreso Mensual</b>	<b>Ingreso Anual</b>
CD	12	\$ 2.000	144	\$ 24.000	\$ 288.000
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>\$ 2.000</b>	<b>144</b>	<b>\$ 24.000</b>	<b>\$ 288.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

Proyección Venta de Cd en un estimado de 4 años.

Se espera que la venta de cd aumente un 6 % anual, desde el año 2.

<b>Venta</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Cantidad Vendida aumento 6%	144	153	162	171
Tota. Ingreso	\$ 288.000	\$ 306.000	\$324.000	\$ 342.000

**Fuente: Creación Propia**

Total Ingreso

El ingreso total percibido por la institución será de:

<b>Ítem / Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Entradas	\$ 858.000	\$ 1.115.800	\$1.494.000	\$1.885.800
Talleres	\$210.000	\$210.000	\$210.000	\$210.000
Venta CD	\$ 288.000	\$ 306.000	\$324.000	\$ 342.000
<b>Total</b>	<b>\$ 1.382.400</b>	<b>\$ 1.631.800</b>	<b>\$2.028.000</b>	<b>\$2.437.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

#### 4.1.4 Costos Fijos

Dentro de los costos fijos de la institución se incluyen:

- Sueldos
- Gastos Básicos
- Difusión

- Sueldos

Sueldos Recurso Humano Fijo

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Sueldo Anual</b>
Organólogo- Director	1	\$ 370.000	\$4.440.000
Gestor Turístico Cultural	1	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Guías especializado y bilingüe	2	\$200.000c/u	\$ 4.800.000
Auxiliar	1	\$ 190.000	\$2.280.000
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>\$1.260.000</b>	<b>\$15.120.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

Sueldos Recurso Humano Externo

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo x trabajo realizado</b>
Diseñador	1	\$100.000
Contador	1	\$ 100.000
Relacionador Público	1	\$ 100.000
Bibliotecólogo	1	\$ 100.000
Profesor Historia	1	\$ 100.0000
Profesor Música	1	\$ 100.000
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 600.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

Sueldos Total Recurso Humano

<b>RR.HH</b>	<b>Total Anual</b>
Personal Fijo	\$15.120.000
Personal Externo	\$ 600.000
<b>Total</b>	<b>\$ 15.720.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

\*El personal externo trabajará con la institución en temas específicos, y su sueldo será cancelado por el trabajo realizado.

- Gastos básicos

Dentro de los gastos básicos de la institución encontramos:

- Luz
- Agua
- Teléfono

<b>Gasto</b>	<b>Precio Mensual</b>	<b>Precio Anual</b>
Luz	\$ 20.000	\$ 240.000
Agua	\$ 10.000	\$ 120.000
Teléfono	\$ 20.000	\$ 240.000
<b>Total</b>	<b>\$ 50.000</b>	<b>\$ 600.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

\*Los valores de los gastos básicos corresponden al doble de lo que se consume actualmente en el museo.

- Difusión

La implementación del plan de comunicación y promoción del museo consta de los siguientes costos fijos:

La cotización se realizó a la imprenta OIKOS, la que se detalla a continuación.

<b>Difusión</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio Anual</b>
Folletería	1000	\$ 40	\$ 40.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 40.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

Tabla total Costos Fijos

Sueldos	<b>\$15.720.000</b>
Gastos Básicos	\$ 600.000
Difusión	\$ 40.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.360.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

#### **4.1.5 Costos Variables**

Los costos variables del proyecto se encuentran en la realización de lo siguiente:

- Mantenimiento del Museo
- Mantenimiento Página Web
- Capital de Trabajo

*Mantenimiento del Museo:* Debido al aumento gradual de audiencia que se logrará con el proyecto, es que se debe tomar en cuenta los gastos de mantenimiento, específicamente en temporadas altas, donde la afluencia de público genera un desgaste en las instalaciones. Por lo que se hace necesario contabilizar este ítem, dentro del cual incluye pintura, ampollitas, arreglo de letreros, mano de obra, entre otros. Cabe mencionar que la realización de esta mantención será en casos que sea necesario, y podrá variar en costo dependiendo el estado del museo.

*Mantenición Página Web:* Una vez creada la página web, se hace necesario la mantención mensual o esporádica de esta, por lo que se estima cierto costo que puede variar, dependiendo de las actualizaciones o requerimientos que la institución solicite a la persona a cargo de este servicio.

*Capital de Trabajo:* El capital de trabajo contempla:

- Útiles de Oficina: En este ítem se incluyen todos los materiales necesarios para el funcionamiento administrativo, y de las actividades a desarrollar, tales como, resmas, carpetas archivadoras, lápices, corchetera, perforadora, destacador, corrector, post it , entre otros.
- Libro de Sugerencia, Reclamos, Agradecimientos: **Se necesitará 1 libro para reclamos, sugerencias y felicitaciones**

Tabla Costo Variables

Ítem	Precio
Mantenición Museo	\$ 150.000
Capital de Trabajo	\$ 50.000
Mantenición Página Web	\$ 15.000
<b>Total</b>	<b>\$ 215.000</b>

**Fuente: Creación Propia**

Se considera una variación del 3% anual, ( IPC) para efectos del aumento de los costos en años posteriores.

## Conclusión Presupuesto

La inversión que el Museo Organológico debe realizar para la implementación de la propuesta de gestión es equivalente a \$15.192.600, sin duda es un valor que la institución no puede solventar, razón por la cual se incurrirá a la postulación de fondos concursables, los que entregan financiamiento a proyectos de desarrollo cultural, para así lograr los objetivos planteados en dicho museo.

Por esta razón es que se requiere la postulación a fondos concursables, como el del Consejo Nacional de la Cultura y Las Artes, que a través de la línea del Fondart Regional entrega \$10.000.000 para la realización de actividades culturales y patrimoniales.

También es importante mencionar que el Consejo Nacional de la Cultura y Las Artes entrega diversos fondos, por lo que se puede postular a más de uno.

Además existen otros tipos de financiamientos de proyectos culturales a los cuales se puede postular, como:

El Fondo Internacional para la Promoción de la Cultura (FIPC) de la UNESCO, cuyo principal objetivo es ayudar a los creadores y empresarios culturales a hallar un complemento de financiación para sus proyectos, se le quiere dar prioridad a los proyectos que no pueden contar con otras fuentes para completar los fondos necesarios para su ejecución. Es esta otra fuente de financiación posible para la implementación del proyecto

El FND, Fondo Nacional de Desarrollo Regional, es otro medio para conseguir financiación, ya que este es un instrumento mediante el cual el gobierno transfiere recursos fiscales a cada una de las regiones para la materialización de proyectos y obras de desarrollo e impacto regional, provincial y local, el cual el presente año aumento su presupuesto a \$ 50.000.000, y donde el área de Educación y Cultura es el principal sector de inversión con un 37,7%.

Estas son algunas de las fuentes que hoy en día existen para el financiamiento de proyectos culturales, las cuales se utilizarán para cubrir el total de la inversión necesaria para la implementación de la propuesta de gestión.

## CONCLUSIÓN

Valparaíso, desde su denominación como Ciudad Patrimonio Cultural de La Humanidad, alberga diversos espacios de difusión cultural, entre los cuales se encuentran los museos, que resguardan la riqueza patrimonial, rescatan y ponen en valor la cultura de una comunidad.

Sin embargo, a pesar de la gran importancia que implican los museos en la sociedad, estas instituciones no han sido tema primordial en Valparaíso, lo que se ha visto reflejado en el deterioro de la infraestructura, la falta de gestión y falta de protagonismo de los museos en los ciudadanos. Por estas razones, surge la necesidad de dar una solución real y factible a la falta de gestión, difusión y valoración que actualmente les afecta.

A través del estudio previo sobre el estado actual de los Museos en la Comuna de Valparaíso, es que se logra constatar la necesidad de crear un nuevo modelo de gestión, que permita su reactivación, el vínculo con la comunidad y el cumplir su rol de centro de información y educación.

De esta manera, se continua con el proceso de estudio y se selecciona el Museo Organológico para trabajar en la propuesta de gestión, orientada a la creación de diversas actividades, un plan de comunicación y promoción, aumento del recurso humano, redistribución de los espacios, entre otros aspectos, con el claro objeto de potenciar a la institución, entregando un servicio de calidad dentro de los estándares requeridos actualmente.

En conclusión la propuesta viene a destacar aspectos fundamentales de los Museos de la capital cultural del país, tomando un museo como objeto de intervención, lo que permita llegar a ser un contenedor cultural que albergue y promueva el arte, el patrimonio y la cultura, a través de un espacio enfocado en aspecto sociales, artísticos y culturales.

Como conclusión la propuesta de gestión pretende:

- Reactivar y revitalizar los museos de Valparaíso, mediante un estudio de éstos, con el fin de potenciar el rol de los museos como centros de educación e información cultural.
- Servir como sustento del funcionamiento permanente de los Museos.
- Fortalecer el rol educativo de los Museos de la Comuna de Valparaíso.
- Generar condiciones que permitan un aumento gradual de la audiencia de estas instituciones.

## PROPOSICIONES DE FUTURAS INVESTIGACIONES

Valparaíso en los últimos años se ha posicionado como una ciudad turística y cultural, en la cual diversos entes públicos y privados han trabajado por su desarrollo en la comunidad, razón por la que el aumento de visitantes se ha magnificado de tal manera que se hace necesario integrar diversos atractivos a la oferta turística y cultural de la Ciudad.

De esta manera, es que las proposiciones recaen principalmente en el área cultural, denotando la falta de información respecto al consumo de Museos.

Además se propone la realización de un plan de gestión para los Museos que según éste estudio están en un momento de decadencia, como lo son los Museos; Lord Cochrane, In Situ y Cielo Abierto.

Pues todas estas instituciones representan un polo atractivo tanto para turistas como para el desarrollo con la comunidad, ya sea por sus ubicaciones privilegiadas, los atractivos turísticos y culturales aledaños, y por ser espacios cuyo rol de ser centros de información y educación, es primordial para una Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Textos & Documentación
  - Estrategia de Marketing y Museos, Neil Kotler y Philip Kotler.
  - Introducción a la Museología, Luis Alonso Fernández.
  - La cultura todo lo que hay que saber, Dietrich Schwanz.
  - Marketing del Patrimonio Cultural, Carmen Camarero Izquierdo y María José Garrido Samaniego.
  - Museografía Didáctica, Joan Santacana Mestre y Núria Serrat Antolí.
  - Manual de gestión de museos - Barry Lord, Gail Dexter Lord.
  
- Sitios Electrónicos
  - [www.consejodelacultura.cl](http://www.consejodelacultura.cl)
  - [www.dibam.cl](http://www.dibam.cl)
  - [www.icom.org](http://www.icom.org)
  - [www.ine.cl](http://www.ine.cl)
  - [www.omt.org](http://www.omt.org)
  - [www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl)
  - [www.unesco.org](http://www.unesco.org)
  - [www.municipalidaddevalparaiso.cl](http://www.municipalidaddevalparaiso.cl)
  - [www.ciudaddevalparaiso.cl](http://www.ciudaddevalparaiso.cl)
  - [www.cultura.ipn.mx/](http://www.cultura.ipn.mx/)
  - [www.Culturachile.cl](http://www.Culturachile.cl)
  - [www.easy.cl](http://www.easy.cl)
  - [www.tusalario.org](http://www.tusalario.org)
  - [www.falabella.cl](http://www.falabella.cl)
  - [www.Fundacionneruda.cl](http://www.Fundacionneruda.cl)
  - [www.fundacionneruda.org](http://www.fundacionneruda.org)
  - [www.gobiernodechile.cl](http://www.gobiernodechile.cl)
  - [www.lapizlopez.cl](http://www.lapizlopez.cl)
  - [www.mapasdechile.com](http://www.mapasdechile.com)
  - [www.mercadolibre.cl](http://www.mercadolibre.cl)
  - [www.portalpatrimonio.cl/srp.php](http://www.portalpatrimonio.cl/srp.php)
  - [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com)
  - [www.lukas.cl](http://www.lukas.cl)
  - [www.museonaval.cl](http://www.museonaval.cl)
  - [www.teatromuseo.cl](http://www.teatromuseo.cl)