



# TRABAJO FINAL DE GRADO

## MAGÍSTER EN DISEÑO ESTRATÉGICO

**Alumna: Angie Navea J.**

**Profesor guía: Pilar Pantoja F.**

VI Versión Magíster en Diseño Estratégico

Universidad de Valparaíso

2020

# ÍNDICE

## Introducción general

### Capítulo I – Introducción a la investigación

1.1 Presentación .....	6
1.2 Fundamentación .....	7
1.3 Planteamiento del problema .....	10
1.4 Objetivos de la investigación .....	11
1.5 Metodología .....	12

### Capítulo II – Marco teórico

2. Qué son los museos .....	13
2.1 Tipologías de museos .....	16
2.2 Tipos de museos acorde al Registro de Museos de Chile .....	22
2.3 Museo y su rol social .....	34
3. Desarrollo de la museología actual .....	36
3.1 Nueva museología: Introducción del concepto de Ecomuseo .....	36
3.2 Museología Crítica .....	39
3.3 Museología Total .....	39
4. Patrimonio y su dimensión cultural .....	41
4.1 Paisaje Cultural .....	43
4.2 Patrimonio Natural .....	44
5. Patrimonio a nivel local <sup>9</sup>	
5.1 Organismos administradores del patrimonio local .....	49
5.2 Espacios patrimoniales de Viña del Mar .....	50

5.2.1 Patrimonio Natural: Campo Dunar de la Punta de Concón .....	51
5.2.2 Conflicto territorio Dunas de la Punta de Concón .....	53
<b>6. Contenido</b>	
6.1 Diagnóstico .....	58
6.2 Brief .....	60
<b>Capítulo III: Análisis estratégico</b>	
7. Análisis Externo	
7.1 Análisis PESTEL .....	62
7.2 Micro Entorno	
7.2.1 Entidades relacionadas .....	65
7.3 Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....	70
8. Análisis Interno	
8.1 Descripción del caso Parque Reñaca Alto .....	72
8.2 Problemática del parque .....	75
8.3 Actividades realizadas en el parque .....	77
8.4 Benchmarking Funcional .....	84
8.5 Matriz FODA Museo Fonck .....	100
9. Análisis de Escenarios .....	101
10. Proyecto estratégico	
10.1 Posibles lugares donde puede vivir el proyecto .....	104
10.2 Sobre el modelo .....	105
10.3 Estrategias de desarrollo de proyecto .....	110

10.3.1 Estrategias de desarrollo experiencia “Nuestro Territorio Vivo” ....	110
Actionboard .....	112
10.4 Estrategias de desarrollo intervención controlada .....	113
Wireframe .....	115
11. Generación de propuesta conceptual .....	116
12. Desarrollo del concepto dentro del sistema de productos .....	116
13. Plan de Negocios	
13.1 Fundamentación y enfoque del proyecto en un contexto macro .....	117
13.2 Resumen .....	119
13.3 Descripción general de la empresa .....	121
13.3.1 Construcción del “Discurso del Museo Fonck a partir de sus áreas de enfoque .....	124
13.4 Descripción del producto o servicio	
13.4.1 Experiencia “Nuestro Territorio Vivo” .....	130
13.4.2 Sistema de alerta “Acción Contra el fuego” .....	134
13.5 Plan Estratégico	
13.5.1 Visión y Misión Museo Fonck .....	137
13.5.2 Matriz FODA del proyecto .....	139
13.5.3 Análisis de competencia directa .....	140
13.5.4 Cadena de Valor .....	143
13.5.5 ¿A qué estado aspira el museo? .....	143
13.5.6 Resultados esperados .....	143

13.5.7 Visión general del proyecto .....	144
13.6 Plan de Marketing	
13.6.1 Segmento a los cuales se dirige .....	145
13.6.2 Objetivos de marketing .....	147
13.6.3 Presupuesto de marketing .....	152
13.7 Plan Operacional	
13.7.1 Etapa 1 .....	154
13.7.2 Etapa 2 .....	160
13.7.3 Etapa 3 (proyección) .....	163
13.8 Administración y Organización .....	167
13.8.1 Estructura de la Corporación Pulmón Verde .....	171
13.9 Planificación de Costos .....	174
14. Conclusiones generales .....	183
Bibliografía .....	186
Anexos .....	191

# Capítulo I – Introducción a la investigación

## 1.1 Presentación

A menudo cuando se habla de museos se hace énfasis en su rol como agentes conservadores del patrimonio y se toma en cuenta su aporte en la transmisión «socialmente útil» de aquello que no deseamos perder<sup>1</sup>, dentro de esto se desprende casi de manera orgánica el deber educativo y preservador de los museos, por lo que es ineludible abordar la temática museal desde este último punto, desde su aporte a la sociedad y su desarrollo. De lo anterior es donde se sitúa el proyecto, el cual se propone como un **plan estratégico de actuación para la revalorización y rescate de parches verdes, abordando problemáticas del territorio y la comunidad residente y abogando por el cuidado en la intervención del ecosistema del lugar**, esto bajo la premisa de que la comunidad manifiesta su interés por los espacios naturales de su territorio reconociéndolos como un aporte a su calidad de vida; por lo cual se propone crear contribuir poniendo en valor el patrimonio natural del lugar y también a la aportando a la resolución de problemáticas cotidianas como los incendios. Para ello se identifican las siguientes etapas, de las cuales nos centraremos en las primeras dos:

- Identificación de hitos y escenas del parque, esto bajo la curatoría del museo y tomando en cuenta el conocimiento que tiene la comunidad del lugar.
- Intervención de espacios de riesgo, para el rescate y preservación del parque.
- Identificación de los accesos al parque para generar señalética para el territorio.

**Palabras claves: Patrimonio natural, revalorización, comunidad, rescate, experiencia.**

<sup>1</sup>Arrieta Urtizberea, I (Ed). (2012). Museos y turismo: Expectativas y realidades. REALIDADES Bilbao, España: Argitalpen Zerbitsua Servicio Editorial.

## 1.2 Fundamentación

*La relación del museo con el territorio, casi siempre es más natural y honesta cuando los proyectos son pequeños o medianos y surgen como expresión de las necesidades propias de esa comunidad (...)*<sup>2</sup>

Desde 2001 la DIBAM ha venido desarrollando acciones que permitan a los museos ampliar su oferta cultural y educativa apoyada en el patrimonio que estos resguardan, buscando que esto se conviertan en “espacios abiertos y cercanos, democráticos, fértiles, diversos y vinculados verdaderamente al quehacer y a las necesidades socioculturales de las personas”<sup>3</sup>. Esto en el marco del Plan Nacional de Mejoramiento Integral de los Museos, el cual también hace énfasis en la participación ciudadana, con lo que, entre otras cosas, se busca fortalecer el interés y trabajo conjunto entre las comunidades y los museos.

Por otro lado, el último informe del ICOM (Consejo Internacional de Museos), hace hincapié en la labor social de los museos, como enfoque a desarrollar de la mano de las recientes tendencias sociales ligadas a cuestiones de migración, accesibilidad, divulgación y educación. Ejemplo de ello es el “*One object, many visions*” (Un objeto, muchas perspectivas), llevado a cabo en Portugal y organizado por ICOM Portugal y EMEE (*Eurovision-Museums Exhibiting Europe*), actividad que tuvo por objetivo tanto la mejora en la participación social en museos e interacción con los visitantes como el potenciar un diálogo mediante la promoción de los mismos y sus colecciones a fin de ayudar al fortalecimiento de los museos como actores sociales activos.

<sup>2</sup> Hernández, S. (2012). La evolución de los museos y su adaptación. Revista Cultura y Desarrollo. Volumen 8, p. 44.

<sup>3</sup> Plan Nacional de Mejoramiento Integral de los Museos. Recuperado de [http://www.museosdibam.cl/628/articles-21877\\_archivo\\_01.pdf](http://www.museosdibam.cl/628/articles-21877_archivo_01.pdf)

Bajo lo anterior se destaca también la labor de los museos como educadores socioculturales y cuya actividad se orienta hacia el potenciar la participación ciudadana en cuestiones de gestión de patrimonio cultural contribuyendo al desarrollo de la comunidad, lo que a su vez la posiciona hacia un nuevo contexto de desarrollo sociocultural.

Ya lo planteaba Benedict Anderson desde 1983, en la primera edición de su libro “La importancia de las comunidades imaginadas” cuando situaba a los museos como organizaciones materiales para el proceso imaginativo y por tanto para la producción y reproducción de naciones, entendiendo el “proceso imaginativo” como el motor creativo que conforma la identidad de una comunidad”<sup>4</sup>.

En el caso particular del Museo Fonck, este ha venido desarrollando su enfoque principalmente en dos grandes áreas, por un lado la educativa, con actividades y vínculos colaborativos con colegios, universidades y otros museos, y por otro lado el turismo, que mediante la gestión con agencias mayoristas se preocupa por atraer y acoger a los visitantes ofreciéndole visitas guiadas y una grata atención. Por su parte el turismo permite generar ingresos para cubrir los gastos fijos del museo, mientras que el ámbito educativo proporciona el medio por el cual busca acercarse y vincularse mayormente con la comunidad y el territorio, de igual manera las actividades educativas hacen que el museo pueda estar en constante renovación de contenidos estando en constante dinamismo.

El enfoque turístico en cierta manera directa o indirecta ha desvinculado al museo del territorio viñamarino creando la percepción de que este es exclusivamente turístico, percepción que la corporación ha tratado de transformar mediante acciones que le permitan

<sup>4</sup> Anderson, Benedict, 2006, *La importancia de las comunidades imaginadas*, Londres, Fondo de cultura económica.

generar mayor arraigo con la comunidad local, básicamente desde el darse a conocer como un museo dinámico que puede ofrecer actividades variadas y atractivas para las personas.

Por otro lado, también bajo la misión intrínseca de un museo se desarrollan también actividades ligadas a la preservación, difusión y educación sobre el patrimonio natural de nuestro país, esto en base a la misión particular del Museo Fonck que es ser un espacio de diálogo que acerca los temas de índole científica y educativa hacia las personas desde lo que llaman como educación no formal, es decir la que se imparte fuera de las aulas.

Ahora bien, la ciudad de Viña del Mar cuenta con algunos patrimonios naturales grabados como santuarios naturales, siendo los más reconocidos el Palmar El Salto, Roca Oceánica, Campo Dunar de la Punta de Concón (sólo 2,3 ha), todos ellos corresponden a terrenos privados; y otros que están en proceso de rescate de la expansión urbana como el Parque Natural Gómez Carreño, Parque Intercomunal Reñaca Alto, por nombrar algunos, en ambos casos y también incluyendo el campo dunar, pasa que se han generado situaciones que los ponen en riesgo de ser suprimidos, ante lo cual vecinos y pobladores de estos sectores se han organizado para defender estos ecosistemas y territorios que consideran como propios y en los que se reconocen.

Lo anterior se ve como una oportunidad para potenciar a una escala mayor las actividades que el museo viene desarrollando para lograr un acercamiento y vinculación con la comunidad viñamarina y un mayor reconocimiento dentro del territorio; esto mediante un plan que le permita ayudar a organizaciones ciudadanas organizadas bajo un propósito común a entregarles herramientas que les proporcione tener mayor conocimiento técnico de las causas que defienden y a su vez les permitan crear soluciones para problemáticas cotidianas relativas al territorio donde habitan.

### 1.3 Planteamiento del problema

El Museo Fonck se crea de la mano de un pequeño grupo de vecinos de Viña del Mar, reunidos bajo el interés común de la arqueología, quienes ven la necesidad de otorgar un espacio a la ciudad para la exposición y conservación de objetos arqueológicos, creando así la **Corporación Museo de Arqueología e Historia Francisco Fonck**, con colecciones de piezas arqueológicas otorgadas por particulares. Si bien en sus inicios el museo nace como una iniciativa ciudadana actualmente una de sus problemáticas identificada por quienes administran y trabajan para la corporación, es el escaso interés que la comunidad local tiene sobre el museo y por consecuencia el hecho mismo de no reconocerlo como elemento relevante dentro de la ciudad. Esto se ve reflejado en la escasa concurrencia que tiene la ciudadanía, es decir personas, colegios y establecimientos del sector, hacia las actividades desarrolladas por el museo y hacia el patrimonio que posee el museo, que dicho sea de paso no contiene piezas o colecciones relativas a la ciudad, sino que su colección más grande corresponde a objetos de Rapa Nui, los cuales junto con el Moai de la entrada son el atractivo que despierta mayor interés y lo más representativo de la identidad del museo; es por ello que surge como tarea a considerar el generar un vínculo, o más bien acercarse más a la comunidad, el cual hasta ahora se ha venido trabajando en base a **actividades educativas** dirigidas a colegios de la zona, por ejemplo el potenciar las visitas de colegios al museo, exposiciones itinerantes en diferentes establecimientos, como una forma de sacar el museo a la ciudad, además de talleres infantiles. De igual manera y en sus esfuerzos para llegar a la comunidad, el museo hace énfasis en actividades de difusión, ya sea la promoción de sus actividades por medios digitales y dentro de la ciudad, como mediante redes colaborativas, ejemplo de ello son las actividades que realiza con el Palacio Rioja

para el día del patrimonio y el programa PASOS, y la Red de Museos ViVa conformada por los museos: Artequin, Fonck, Baburizza, Marítimo Nacional, Historia Natural de Valparaíso y Mirador Lukas, que nace como una manera de trabajar de manera colaborativa para el desarrollo de proyectos, la difusión de los museos como conjunto y su fortalecimiento.

Por otro lado por ser el museo un elemento reconocido por su cercanía con Rapa Nui, siendo conscientes de la impronta a nivel internacional que la isla significa, es que se desprende el hecho de que el museo se define con un enfoque turístico, ya que gran parte de su audiencia corresponde a turistas extranjeros que llegan gracias a la gestión del museo con las agencias mayoristas de la región, además de la publicidad en medios turísticos internacionales; atraídos muchas veces por la gran colección que la corporación tiene de la isla, partiendo por el imponente moai original que da la bienvenida a los visitantes.

#### **1.4 Objetivos de la investigación**

##### Objetivo General:

- Abrir el museo hacia la comunidad poniendo en valor el patrimonio natural de la ciudad.

##### Objetivos específicos:

- Crear instancias de participación ciudadana para la revalorización de los espacios de patrimonio natural.
- Generar sentido de pertenencia del museo con la ciudad
- Crear valor de la comunicación de los espacios naturales de la ciudad en la comunidad.

## 1.5 Metodología

El procedimiento a utilizar para el presente documento será mediante una metodología cualitativa, la cual contempla:

- Levantamiento de información documental de fuentes primarias y secundarias, descripción de casos (referentes).
- Desarrollo de primeras conclusiones
- Entrevistas semiestructuradas a profesionales, personal administrativo y dirigentes.
- Identificación de problemáticas.
- Utilización de instrumentos de análisis (mapa de stakeholders, benchmarking, análisis Pestel, entre otros)
- Propuesta para el desarrollo del sistema proyecto

Dentro de las herramientas de análisis se utilizará el benchmarking enfocado al funcionamiento de casos de éxito como la Fundación Mi Parque (Chile), Ecomuseo Binacional de Itaipú (Brasil/Paraguay) y el proyecto High Line, New York (EEUU); para los cuales se definieron los criterios de: Flujo de trabajo, enfoque, actores claves, alcances y propuesta de valor, a fin de extraer prácticas relevantes que han sido determinantes de su éxito.

## Capítulo II – Marco teórico

### 2. Qué son los museos

La palabra museo viene del latín *musēum* que a su vez tiene su origen en la palabra griega *μουσεῖον* (*mouseion*) que alude al templo dedicado a las nueve musas. A fines del siglo XVII con la creación del primer museo de carácter público se comienza a analizar el concepto de museo a partir de un contexto dinámico, el cual ha ido variando según las exigencias y la realidad de cada época, ejemplo temprano de ello es la creación del Ashmolean Museum (Universidad de Oxford, considerado el primer museo universitario) en 1683 creado a partir de colecciones privadas y con la finalidad de “educar y conservar”. Un evento relevante para el desarrollo de los museos fue el movimiento de la Ilustración y donde en el siglo XVIII surge la idea de “museo público”, donde los museos se comienzan a abrir a la gente para que sus colecciones sean más accesibles al público general, contribuyendo a generar un enfoque educativo para estos espacios, y en donde se perfilan dos enfoques por un lado el museo como centro de estudios y por otro su carácter público. Otro dato destacable de este periodo es la creación del Museo del Louvre (1793) con carácter público, sirviendo como modelo para los grandes museos europeos. Más tarde en el siglo XX países como Estados Unidos y Reino Unido serían precursores del concepto de “educación museística” integrando programas educativos y publicaciones para hacer de la visita del público una experiencia a su vez formativa.

Con la fundación de la International Museum Office en 1926 es que toma más fuerza el concepto de museo como institución educativa, y más tarde con la creación del ICOM (Consejo Internacional de Museos) en 1946 se aporta una de las primeras definiciones

“oficiales” de museo, que en su estatuto de 1947 menciona **“reconoce la calidad de museo a toda Institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, de educación y deleite”**, lo cual hace énfasis en su carácter preservador y como exhibidor del patrimonio que resguarda, lo cual dicho sea de paso era la visión que se tenía de los museos hacia el siglo XIX, dicha visión se comienza a renovar desde los años 50’s.

Más tarde la definición de museo también empieza a hacer énfasis en la relación de su patrimonio en función del hombre y su entorno, planteando al museo como una **“Institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite testimonios materiales del hombre y su medio”** (título 2, artículo 3, ICOM 1974). De la definición anterior el estatuto 4 también toma en cuenta a:

- 1.- Lugares y monumentos arqueológicos, etnográficos y naturales y sitios de monumentos históricos.
- 2.- Institutos de conservación y galerías de exposición que dependen de archivos y bibliotecas.
- 3.- Jardines botánicos, zoológicos, acuario, vivarium, entre otros.

Con la declaración de Santiago (Chile) de la ICOM dentro del concepto de museo comienza a adquirir mayor relevancia el aporte a la sociedad que estos ofrecen, definiéndolo como **“una institución al servicio de la comunidad y de su desarrollo”**. (Declaración de Santiago, Chile, ICOM 1974), para lo cual bajo su aporte social se pueden mencionar áreas como el turismo, educación, ciencia, cultura y al desarrollo económico.

Hacia 1983 la ICOM también contempla a: Los centros científicos y planetarios y Parques naturales, arqueológicos e históricos, siendo los parques considerados desde su vocación científica y cultural, además de su rol representativo de tipos de naturaleza salvaje o humanizada y como preservadores de la flora y fauna del mismo.

Actualmente la definición adoptada para el concepto de museo conforme a los estatutos del ICOM admitidos en la 22ª Asamblea general en Austria el 2007 señala “el museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”, al margen de los conceptos definidos en años anteriores, la presente definición se enmarca dentro del contexto actual donde los museos a lo largo de los años han dejado atrás su imagen “intocable”, inamovible y alejada de la vida de las personas, la cual era la visión temprana de los museos con énfasis en su carácter de preservador y conservador de las colecciones –su patrimonio en cuestión-, para ya no sólo orientarse en el hombre y su entorno, sino que también en acercarse más a la sociedad. Al margen de lo anterior, se debe considerar también la política museística que definirá el enfoque particular de cada museo, así como su funcionalidad y su proyección social; dicha política contempla la consolidación de los conceptos de: Museo (programa), edificio (espacio que reúne las condiciones para contener las colecciones) o también conocido como continente, personal interno (trabajadores) y externo (público)<sup>5</sup> y la museología entendida en pocas palabras como “la ciencia aplicada del museo”, la cual lo vincula con su rol social desde su funcionamiento, como su rol en la conservación, educación y organización del mismo.

<sup>5</sup> Giraudy y Boulhet. (1977). *Le Musée et la Vie. Une texte commenté et illustré de cinquante dessins originaux*. Francia: La Documentation Française.

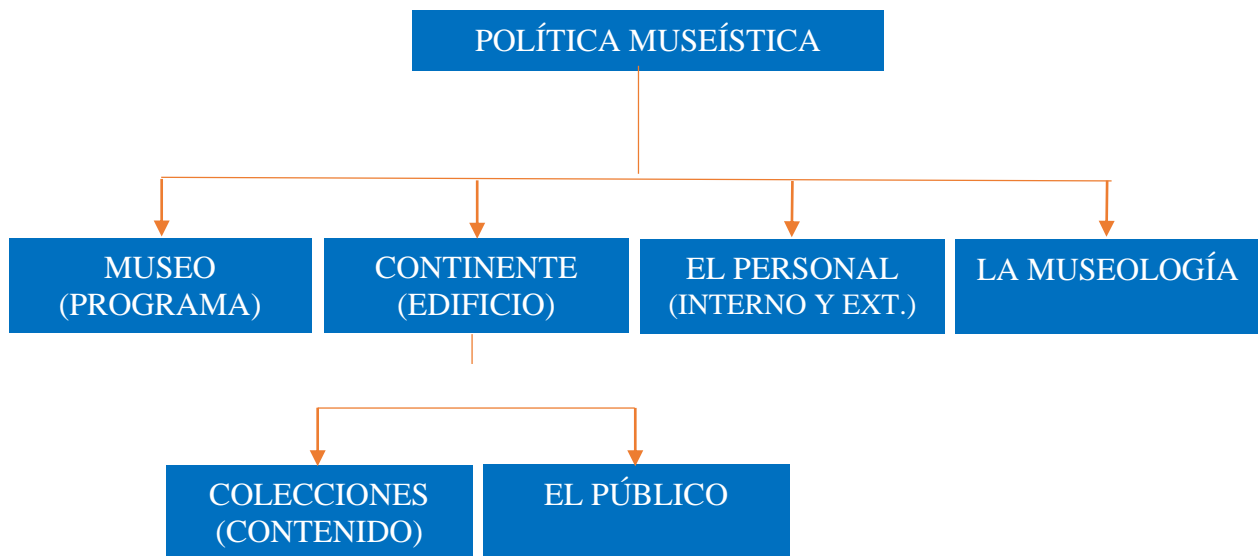


Figura 1. Elementos constitutivos de un museo. (Manual de Museología, 1994, p.90)

## 2.1 Tipologías de museos

A principios del siglo XIX cuando se concibe al museo como herramienta de educación es que se hace necesario su clasificación por categorías acorde a la terminología y disciplinas que componían sus colecciones. Más tarde luego de la II Guerra Mundial es cuando se comienza a organizar en su totalidad las tipologías de museos de una manera específica y a la vez amplia, con la suficiente flexibilidad para no dejar fuera las estructuras y funciones que los museos iban gestando.

Ahora bien, el contenido de las colecciones y el carácter del museo son los aspectos que vienen a definir la tipología de este, ante lo cual la ICOM aporta la siguiente clasificación:

- **Museos de Arte:** La función principal de estos espacios es la de sostener un contacto inmediato e íntimo entre las obras y el público contribuyendo a la percepción y contemplación de las piezas originales, para ello a diferencia de otros tipos de museos, los museos de arte rehúyen de una réplica o la teatralización para evitar una deformación de la apreciación de las obras.

Los museos de arte resguardan testimonios materiales y emotivos de la espiritualidad humana evidenciados a través de símbolos, figuras, colores, espacios, entre otros. Estos pueden ser pinturas, artes decorativas, esculturas, artes plásticas en general tales como la fotografía, video, cine, historietas, entre otros.



Foto: Los mininos, 2005, Interior del Museo del Prado (Madrid, España) [fotografía]. Recuperado de <https://www.flickr.com/photos/72723202@N00/1695469601>

- **Museos de Arte Contemporáneo (MAC):** Bajo el término “arte contemporáneo” se entiende al arte realizado en el siglo XX, sin embargo, la definición bajo la cual estos museos fueron clasificados es un tanto ambigua que puede ser entendida como con lo moderno o como sinónimo de coetáneo. Bajo su rol de museo es que estas instituciones deben conservar y consagrar el patrimonio artístico al tiempo que por su carácter dinámico acogen piezas y manifestaciones actuales.

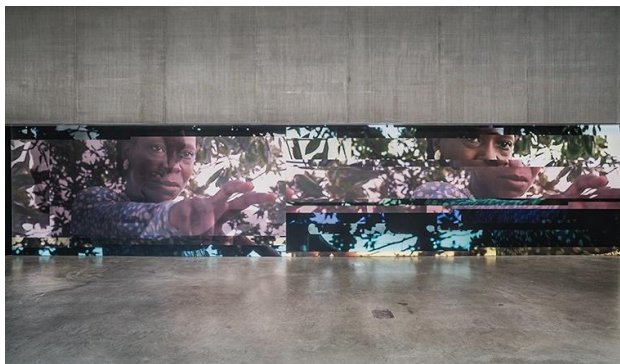


Foto: Kessler, D. 2017, Exposición de Mickalene Thomas, Contemporary Art Museum St. Louis (St. Louis, EEUU) [fotografía]. Recuperado <http://camstl.org/exhibitions/main-gallery/mickalene-thomas-mentors-muses-and-celebrities/>

- **Museos y Centros de Arte:** Si bien para muchos especialistas los centros de arte no corresponden a museos, ya que no preservan ni coleccionan, sino que toman prestadas y exhiben obras ajenas para el “entretenimiento” de la audiencia; sin embargo, con la evolución del arte y los esfuerzos de los museos por adaptarse a los constantes cambios de este es que se ha dado paso al nacimiento de estos centros especializados que acogen las nuevas tendencias y manifestaciones del arte.



Foto: Rogge H, 2012, Interior del Centro de Arte de fotografía y arte contemporáneo Deichtorhallen (Hamburgo, Alemania) [fotografía]. Recuperado de <http://www.deichtorhallen.de/index.php?id=247>

- **Museos Históricos:** Son instituciones dispuestas a difundir la historia de una comunidad o territorio contribuyendo a la comprensión de los hechos, manteniendo un orden expositivo para estimular la memoria creativa. A diferencia de un museo tradicional, el museo histórico organiza sus colecciones según el discurso de este favoreciendo la comprensión de la historia.



Foto: [Sala de exposiciones del Museo Histórico Nacional (Santiago, Chile)]. Recuperado de <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-74510.html>

- **Museos Arqueológicos:** Estos museos se conforman de objetos extraídos de excavaciones, entre las que destacan orfebrerías, camafeos, tejidos, mosaicos, marmóreas, entre otros. Todos ellos corresponden a vestigios de la actividad humana, así como también a restos orgánicos e inorgánicos, todos ellos se conservan y estudian para conocer orígenes y trayectorias humanas del pasado.



Foto: [Museo Nacional de Arqueología de Atenas, Sala de exhibición colección de Egipto (Atenas, Grecia)]. Recuperado de <http://www.namuseum.gr/object-month/2010/aug/aug10-donor-en.html>

- **Museos de Etnología:** Están conformados por colecciones etnología, es decir contienen información sobre el estudio de los pueblos y de las manifestaciones humanas, a diferencia de los museos históricos, la presentación de las colecciones

de los museos de etnología prioriza el interés cultural por sobre el orden cronológico de hechos.



Foto: [Sala del museo 1873. Japón llega a Europa]. Recuperado de <https://www.wien.info/es/sightseeing/museums-exhibitions/weltmuseum-wien>

- **Museos Demoantropológicos:** Sus colecciones se componen de objetos relativos a la cultura marinera, el trabajo rural, arqueología industrial, entre otros. Para los cuales se debe contar con una completa documentación que pueda ejemplificar su fabricación, uso, significado social y comunitario.



Foto: [Museo Cívico Ciudad de Leonessa, Italia]. Recuperado de <http://www.simbas.it/museo-civico-citta-di-leonessa/>

- **Museos de Ciencias Naturales:** Dentro de esta categoría se contemplan 3 tipos de museos: Museos de Ciencias de la Naturaleza, Museos de Física y Museos de Química. Estas instituciones exhiben colecciones relativas a objetos naturales con el objetivo de su conservación, investigación científica sistemática y educativa.

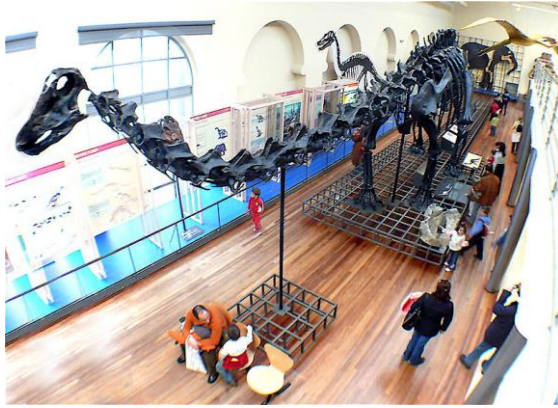


Foto: Álvarez, J.M. (2007). Sala de Historia Natural del Museo Nacional de Ciencias Naturales. Madrid, España. [fotografía]. Recuperado de [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Museo\\_Nacional\\_de\\_Ciencias\\_Naturales\\_\(Madrid\)-Sala\\_de\\_Historia\\_Natural.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Museo_Nacional_de_Ciencias_Naturales_(Madrid)-Sala_de_Historia_Natural.jpg)

- **Museos Científicos y de la Técnica Industrial:** Sus principales objetivos son mostrar los últimos descubrimientos y el desarrollo de las ciencias y la técnica en el último tiempo. Estos museos muestran principalmente áreas como las matemáticas, astronomía, física y la biología y muestran los objetos animados de manera de explicar su significado a través del movimiento.

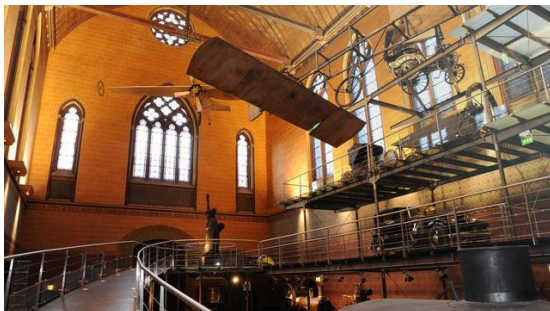


Foto: [Antigua iglesia de Saint-Martin-de-Champs, Museo de Artes y Oficios, Francia]. Recuperado de <http://www.arts-et-metiers.net/musee/decouverte-des-collections-du-musee>

Otras categorías de museos:


- **Museos Epigráficos:** Se conforman por colecciones que constituyen objetos de estudio de la historia antigua, estos pueden ser mármol, plomo, metales preciosos, pieles, papiros, conchas marinas, entre otros.
- **Museos Numismáticos:** Se conforman a partir de la devaluación de una moneda la cual se conserva y examina como documento histórico.
- **Museos Glipticos:** Conformados por colecciones de piedras preciosas de periodos remotos de la historia como la edad helenística y romana; donde se conservan por su valioso trabajo artístico, por ejemplo, camafeos tallados o piedras grabadas.
- **Museos de Etnografía:** Se componen por piezas de uso doméstico, adornos, vestuario, sepulcros, edificios sagrados y tipologías de viviendas, con estos objetos se busca describir el comportamiento de las razas humanas.

## 2.2 Tipos de museos acorde al Registro de Museos de Chile

Al margen del punto anterior, en nuestro país la plataforma virtual de museos de Chile el “**Registro de Museos de Chile (RMC)**”, la cual es administrada por la Subdirección Nacional de Museos de la DIBAM es quien posee el directorio oficial de entidades museales en nuestro país (tanto de administración pública como privada) organizadas bajo las siguientes categorías entre las que destacan las siguientes:

- **Casas Museo:** También llamados “Museos locales” por su contenido de interés local o dedicado a la obra de una persona. Las casas museo están generalmente enfocadas en la exposición de piezas las cuales general el relato del museo.

**Ejemplo de casas museo en Chile:**


<p><b>Museo El Mirador de Lukas</b> (Valparaíso)</p>	<p>Administrado por la Fundación Lukas, dedicado a la obra del ilustrador y dibujante Renzo Pecchenino, siendo un espacio educativo y cultural. Contiene piezas que componen su obra, bibliografía y publicaciones referentes al artista.</p>  <p>Foto: [Interior Casa Mirador Lukas]. Recuperado de <a href="http://www.lukas.cl/">http://www.lukas.cl/</a></p>
<p><b>Museo Rural Butalevo</b> (Santa Bárbara, región del Biobío)</p>	<p>Protege y pone en valor la cultura ancestral y campesina local, rescatando la historia, costumbres, tradiciones y acciones de la comunidad local, además cuando con piezas de arqueología, arte, ciencias naturales, historia, entre otras.</p>

	 <p>Foto: [Interior Museo Rural Butalevo]. Recuperado de <a href="https://www.facebook.com/museoruralbutalevo.santabarbara">https://www.facebook.com/museoruralbutalevo.santabarbara</a></p>
<p><b>Museo Viviente de las Tradiciones Chonchinas</b> (Chonchi, región de Los Lagos)</p>	<p>Espacio formado por la comunidad de Chonchi con el objetivo de conservar, difundir y resguardar la cultural de la localidad a través de la muestra de la vida familiar de la clase alta a fines de 1800 y principios de 1900 en una antigua casa chilota de estilo neoclásico chilote.</p>  <p>Foto: [Fonola ubicada en el salón de la casa]. Recuperado de <a href="http://www.nuestro.cl/notas/museos/chonchi.htm">http://www.nuestro.cl/notas/museos/chonchi.htm</a></p>

- **Museo comunitario:** Es un espacio creado por la comunidad para el resguardo, investigación, conservación, exhibición, difusión de su propio patrimonio cultural y

natural, rescatando y reafirmando su identidad a partir del conocimiento y puesta en valor de su proceso histórico.

- **Ejemplo de museos comunitarios en Chile:**

<p><b>Museo de la Vivencia Religiosa del Norte Grande</b> (Pozo Almonte, región de Tarapacá)</p>	<p>Constituido como un museo territorial comunitario, creado por la comunidad a través de donaciones culturales de la Minera Doña Inés de Collahuasi y administrado por la Iglesia. El museo cuenta con objetos que evidencian y refuerzan la identidad religiosa del norte.</p>  <p>Foto: [Muestra de vestimentas religiosas, Museo de la Vivencia religiosa del Norte Grande]. Recuperado de <a href="http://www.registromuseoschile.cl/663/w3-article-73263.html">http://www.registromuseoschile.cl/663/w3-article-73263.html</a></p>
<p><b>Museo Comunitario y Centro de Cultura Tradicional Curarrehue MC-CCC</b> (San Pedro de la Paz, región del Biobío)</p>	<p>El centro rescata, conserva y valoriza las tradiciones y manifestaciones de la cultura popular y tradicional de la Región del Biobío, contribuyendo a la reafirmación de la identidad de la comuna, siendo además un espacio que aporta a la formación</p>

	<p>cultural y educativa de la región.</p>  <p>Foto: [Muestra de telares, MC-CCC]. Recuperado de <a href="https://get.google.com/albumarchive/117271542576029511197">https://get.google.com/albumarchive/117271542576029511197</a></p>
<p><b>Museo de Alhué</b> (Alhué, región Metropolitana)</p>	<p>Fundado por un grupo de jóvenes de pastoral encabezados por el Padre Gerardo Alkemade y por un grupo de vecinos y familias quienes donaron piezas de interés histórico, las cuales entre otras cosas muestra la vida campesina, la actividad minera y objetos religiosos del siglo XVIII y siglo XX. El museo además busca ser un espacio de encuentro de la cultura local.</p>  <p>Foto: [Muestra de objetos religiosos, Museo de Alhue] Recuperado de <a href="http://www.museoalhue.cl/">http://www.museoalhue.cl/</a></p>

- **Parque Patrimonial:** Espacio que favorece la creación de una imagen que establece una identidad para el territorio donde se encuentra inserto a partir de su

patrimonio cultural y/o natural los cuales se configuran para establecer un paisaje que habla sobre la historia del territorio y su comunidad.

- **Ejemplo de parques patrimoniales en Chile:**

<p><b>Parque Étnico Keu Ken</b> (Punta Arenas, región de Magallanes y la Antártica)</p>	<p>Constituido como un parque temático e interactivo, un espacio abierto que evidencian y pone en valor la cultura y riqueza histórica del pueblo Aónikenk (tehuelches) y Kawésqar.</p> <p>El parque cuenta con 13 hitos con figuras humanas y animales, además de material auditivo y audiovisual que busca recrear la vida de los antiguos pueblos.</p>  <p>Foto: Haro, J. (2017). Estación dentro del Parque Keu Ken. [fotografía]. Recuperado de <a href="https://laprensaaustral.cl/cronica/parque-keu-ken-el-relato-etnico-e-historico-de-magallanes/">https://laprensaaustral.cl/cronica/parque-keu-ken-el-relato-etnico-e-historico-de-magallanes/</a></p>
<p><b>Museo de la Vivienda Tradicional Local</b> (Huechuraba, región Metropolitana)</p>	<p>Ubicado dentro del Parque Metropolitano de Santiago, un espacio de 5 hectáreas en donde se encuentran construidas diferentes tipologías de viviendas tradicionales de diversos lugares de nuestro país. El museo se ha gestado como un proyecto en el que participan 5 facultades de la Universidad de Chile y con el cual se busca poner en valor la cultura chilena desde la arquitectura.</p>



Foto: [Muestra de la vivienda de Nueva Imperial]. Recuperado de <http://www.registromuseoschile.cl/663/w3-article-82723.html>

- **Museo:** Acorde a la definición más amplia del concepto de museo según la última definición aportada por la ICOM en 2007, la cual hace énfasis en la labor social de investigación y de difusión, para lo cual el RMC no toma en cuenta aspectos como la terminología y las disciplinas que componen colecciones de los museos, sino que los engloba bajo una visión general, ya que algunos de estos espacios se presentan bajo un carácter flexible que acoge a diversas disciplinas dentro de su discurso y sus colecciones, un ejemplo de ello es el mismo Museo Fonck que conserva piezas tanto de restos arqueológicos de pueblos prehispánicos de Chile, como colecciones de animales del mundo. Bajo esta definición el RMC engloba a 151 museos con una diversidad de enfoques como los **museos de arte** (Museo Nacional de Bellas Artes, Museo Artequin- INACAP Antofagasta, Museo Chileno de Arte Precolombino, Museo de Artes decorativas, entre otros), **museos de arte contemporáneo** (Museo de Artes Visuales, Museo de Arte Contemporáneo de Valdivia y el Museo de Arte Contemporáneo MAC), **museos de arqueología** (Museo Arqueológico Etnográfico e Histórico, Museo Histórico-Arqueológico de Quillota, Museo Arqueológico de

Los Andes, entre otros), **museos demoantropológicos** (Museo de la Gran Minería del Cobre), **museos científicos y de la técnica industrial** (Museo de Química y Farmacia César Leyton), por nombrar algunos.

- **Museo de Sitio:** Corresponden a espacios museales ubicados en un territorio específico con interés arqueológico, histórico o ecológico, según la definición de la ICOM de 1982 indica que un museo de sitio es un espacio concebido y organizado para proteger un patrimonio natural y cultural, mueble e inmueble, conservado en su lugar de origen, allí donde este patrimonio ha sido creado o descubierto<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> ICOM (1982). Informe sobre museos de sitio arqueológico. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es>

- **Ejemplo de museos se sitio en Chile:**

<p><b>Museo de Sitio Fuerte Niebla</b> (Valdivia, región de Los Ríos)</p>	<p>Es el segundo museo más visitado según las últimas estadísticas entregadas por la DIBAM en 2015, el museo cuyo inmueble de valor histórico y arquitectónico corresponde a la Casa Del Castellano fue construido sobre las ruinas de un sistema de fuertes españoles ubicados en Valdivia, siendo su misión conservar y difundir la historia del lugar, mostrando la historia del lugar a través de paneles informativos, objetos históricos, reproducción de mapas documentos y planos. El espacio también fue declarado monumento nacional en 1950.</p>  <p>Foto: [batería reconstruida bahía de Corral]. Recuperado de <a href="http://www.registromuseoschile.cl/663/w3-article-50655.html">http://www.registromuseoschile.cl/663/w3-article-50655.html</a></p>
<p><b>Museo de Sitio Oficinas Salitreras Humberstone y Santa Laura</b> (Pozo Almonte, región de Tarapacá)</p>	<p>Museo creado por ex habitantes de las oficinas salitreras organizados bajo la Corporación Museo del Salitre creada en 1977, la cual más tarde adquiere las salitreras con la finalidad de restaurarlas y crear un museo de sitio para estudiar, recuperar, exponer y preservar el patrimonio histórico y arquitectónico del periodo de la era del salitre.</p>

	 <p>Foto: [Oficina de Humberstone]. Recuperado de <a href="http://www.monumentos.cl/patrimonio-mundial/lista-actual/humberstone-santa-laura">http://www.monumentos.cl/patrimonio-mundial/lista-actual/humberstone-santa-laura</a></p>
<p><b>Parque por la Paz Villa Grimaldi</b> (Peñalolén, región Metropolitana)</p>	<p>Ubicado en un sector secreto de tortura y represión de la Dictadura Militar utilizado por la DINA. Este espacio busca promover y defender los Derechos Humanos, así como contribuir a la recuperación de la memoria histórica del país, a la búsqueda de justicia y honrar la memoria de las víctimas de Villa Grimaldi (ex Cuartel Terranova).</p>  <p>Foto: Ramírez, J.G. [Camino de la Memoria] Recuperado de <a href="http://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/11/11/guia-urbana-de-santiago-parque-por-la-paz-villa-grimaldi/">http://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/11/11/guia-urbana-de-santiago-parque-por-la-paz-villa-grimaldi/</a></p>

- **Sala de exposición Museográfica:** Bajo esta categoría el Registro de Museos de Chile engloba a todos los espacios que exhiben bienes patrimoniales sin necesariamente ocuparse por funciones como la conservación, educación o

investigación, las cuales están presentes dentro del quehacer de las entidades estrictamente museales.

- **Ejemplo de salas de exposición museográficas en Chile:**

<p><b>Centro de Interpretación Patrimonial de Todas las Aguas del Mundo</b> (Valdivia, región de Los Ríos)</p>	<p>Espacio que convoca a reconocer los fenómenos naturales y sociales en el territorio de Valdivia, los cuales han intervenido al borde fluvial desde tempranos asentamientos indígenas hasta principios del siglo XX poniendo al río como objeto para el desarrollo tanto de la ciudad como de la región . Ubicado sobre el antiguo edificio de la Aduana de Valdivia, donde se encontraron vestigios arqueológicos de importancia histórica de la ciudad y la comunidad y para los cuales se generó un proyecto de museografía interactiva contextualizando de manera histórica los indicios hallados en el lugar.</p>  <p>Foto: [Entrada Centro de Interpretación]. Recuperado de <a href="http://www.registromuseoschile.cl/663/w3-article-76070.html">http://www.registromuseoschile.cl/663/w3-article-76070.html</a></p>
<p><b>Sala Museográfica del Pleistoceno</b> (Osorno, región de Los Lagos)</p>	<p>La sala tiene por contribuir al fortalecimiento de la identidad local y regional a través de la puesta en valor el patrimonio arqueológico y paleontológico hallado Pilauco Bajo (Osorno). Este espacio recientemente inaugurado cuenta con dos salas con fósiles,</p>

	<p>módulos interactivos, réplicas que dan cuenta del valor del patrimonio encontrado en el lugar, además la sala busca ser un espacio para la investigación arqueológica.</p>  <p>Foto: [Sala Fósiles]. Recuperado de <a href="http://www.museosdemedianoche.cl/espacio-cultural/sala-museogr%C3%A1fica-del-pleistoceno">http://www.museosdemedianoche.cl/espacio-cultural/sala-museogr%C3%A1fica-del-pleistoceno</a></p>
<p><b>Museo Institucional Universidad Técnica Federico Santa María</b> (Valparaíso, región de Valparaíso)</p>	<p>El museo rescata y expone el patrimonio histórico de la Universidad Técnica Federico Santa María, con el objetivo de preservar la memoria institucional hacia la comunidad universitaria.</p>  <p>Foto: [Fotografías Escuela de Matrices]. Recuperado de <a href="http://www.museo.usm.cl/?portfolio=fotografias-escuelas-matrices">http://www.museo.usm.cl/?portfolio=fotografias-escuelas-matrices</a></p>

### 2.3 Museo y su rol social

Si bien el aporte a la sociedad que los museos ofrecen está determinado primeramente misión como espacio abierto a las personas, así como también desde su enfoque educativo, cultural, preservador, que conserva, investiga, comunica y expone (ICOM, 2007). Bajo su rol educativo es que los museos se han venido acercando de mayor manera a las personas, desde la década del 60 es que se vienen integrando acciones que buscan proyectar a los museos como entes activos vinculados a la comunidad y contribuyendo a su desarrollo, además se ha hecho énfasis en su cometido como comunicador propuesto a veces como no masivo (Knez y Wright, Morgan y Welton, Hooper-Greenhill) o masivo (Cameron, Miles, Hodge y D'Souza, Verón y Levasseur, Huysen), siendo esta idea desarrollada en primera instancia por Duncan Camero en 1968, quien sostiene que el museo es un sistema de comunicación, donde toma en cuenta las implicancias educativas que se desarrollan dentro del mismo. Duncan además toma en cuenta el esquema clásico de la comunicación donde propone al museo como emisor, el medio y el receptor que sería el visitante a partir del cual surge una retroalimentación.

#### Esquema de Duncan Cameron basado en el modelo de comunicación de

#### Shannon y Weaver



Figura 2. Esquema de Cameron integrando el “feed-back” postulado por Melvin De Fleur en 1960

(Hooper-Greenhill, 1998)

El concepto de *feed-back* o retroalimentación para los museos consiste en la comprensión del mensaje entregado por los visitantes, el cual es asimilado a través de un estudio de los mismos que abarca por ejemplo la asistencia a talleres, conferencias y las actividades de extensión que estos espacios puedan ofrecer.

Al margen de su rol como comunicador y en base a las tendencias actuales se ha puesto sobre el discurso museístico el concepto de “inclusión”, el cual se gesta a partir de por un lado las necesidades del público como lo son los establecimientos educativos (universidades, colegios), público que ha generado un alto nivel de crecimiento y para el cual se hace necesario generar soluciones y propuestas para sus necesidades, y por otro lado una sociedad que busca cada día más espacios de ocio y de ofertas culturales, espacio que un museo puede ofrecer; en definitiva el concepto de inclusión nace en un contexto donde la sociedad crece y tienden al envejecimiento y con ello con los museos se enfrentan a mayores problemáticas y necesidades que resolver<sup>7</sup>.

Lo anterior nos obliga a pensar al museo de una manera más amplia y que en sus proyecciones permita también contribuir de forma positiva a las transformaciones sociales, partiendo por proyectar a los museos como establecimientos totalmente abiertos y accesibles para todos.

7 Lavado, Pedro J. 2010. “Museos para todos” Accesibles, inclusivos y multiculturales. *Museo e inclusión social*, (Nº 2), 8-18).

### **3. Desarrollo de la museología actual**

Una de las definiciones más destacadas de museología es aportada por George Henri Riviére en 1981 que define este concepto como: “ciencia aplicada, la ciencia del museo. Estudia su historia y su rol en la sociedad; las formas específicas de investigación y de conservación física, de presentación, de animación y de difusión; de organización y de funcionamiento; de arquitectura nueva o musealizada; los sitios recibidos o elegidos; la tipología; la deontología”.

A partir de los 70 el Comité de Museología del ICOM (ICOFOM) se comienza a concebir a la museología como “la ciencia de los museos”, como estudio de la relación entre el hombre y la realidad, cabe destacar que la característica de “ciencia” ha sido un tanto discutida, ya que sus métodos no aluden a una aproximación científica específica.

Una de las definiciones más reciente sugerida por el filósofo y museólogo francés Bernard Deloche señala a la museología como filosofía de lo museal investida de dos tareas: sirve de metateoría a la ciencia documental intuitiva concreta y es también una ética reguladora de toda institución encargada de administrar la función documental intuitiva concreta”.

#### **3.1 Nueva museología: Introducción del concepto de Ecomuseo**

La nueva museología se gesta en los 60 como una corriente reaccionaria hacia la “museología tradicional” que concebía a los museos como templos dedicados a la erudición cuyo discurso se dirigía hacia las élites culturales, resultando lejano para la mayoría de las personas y cuyo enfoque se centraba en sus colecciones, poniendo a los museos “como autoridades culturales” que otorgaban valor a los objetos para ser expuestas o rechazadas, en donde estos dialogaban con la sociedad mediante los roles de “disciplinar” y “civilizar” a la población, haciendo la diferenciación entre “elitista” como forma cultural a preservar y

la “masa” como lo que había que cambiar. Bajo ese contexto es que el museólogo francés George Henri Riviére es que se introduce el discurso de la “nueva museología”, el cual supone un cambio en la manera en qué los museos se relacionan con la gente y la comunidad, otorgándole un rol más activo al público en donde el enfoque del museo debe de estar puesto en el visitante, por ejemplo el lenguaje de sus colecciones debe informar y exponer contenido de manera más clara reforzando su accesibilidad.

Uno de los mayores aportes de la nueva museología fue la tipología de “**ecomuseo**” o también considerado como una orientación de la museología contemporánea, el cual nace en 1971 de la mano de George Henri Riviére quien propone al ecomuseo como un instrumento creado de manera conjunta entre el “poder político y la población” y cuya denominación fue propuesta por Hugues de Varine-Bohan. Bajo esta relación el poder político aporta los recursos y los expertos, mientras que la población aporta mediante sus aspiraciones, conocimientos e idiosincrasia, esta vinculación implica además concebir la museología de manera dinámica.

Para comprender el concepto de ecomuseo se debe entender a la **población** como el patrimonio “primario y sensible” desde el cual se genera el sentido de pertenencia del **territorio**, a su vez concibe a este último se entiende como una estructura compleja de elementos culturales, ambientales y sociales que determinan el patrimonio local. Por otro lado propone al **conocimiento** como un proceso participativo que contribuye al desarrollo local, de igual manera Riviére hace énfasis en el carácter social del museo, el cual debe acoger a una diversidad de colectividades identificando dos grandes grupos de públicos, uno conocedor o especializado y otro menos informado, para los cuales el museo debe ofrecerles un discurso comprensible e interesante. En cuestión el ecomuseo implica una reagrupación en el territorio donde se inserta, donde empresas museales son acogidas por

las poblaciones bajo un “vinculo cooperativo”. De igual manera el máximo desarrollo del concepto de ecomuseo implica que su creación contenga objetivos políticos, sociales y económicos para el desarrollo de la comunidad y el territorio, reforzando el rol social de los museos.

El primer museo en acoger los conceptos que engloban el ecomuseo fue el “Museo del Hombre y la Industria” creado en Francia en 1972 en el Palacio de la Verrerie, como un proyecto conjunto con la comunidad de Le Creusot para el rescate y revaloración de sitios patrimoniales de la zona, que busca ayudar a la comprensión y conocimiento de la identidad cultural del hombre. El museo expone un recorrido que habla sobre la evolución de la industria siderúrgica y mecánica de la ciudad. Por otro lado desde 1977 el museo ha desarrollado un particular sistema de participación basado en la vida asociativa.



Foto: [Museo del Hombre y la Industria, Francia]. Recuperado de

<http://www.revistaingenieriaindustrial.com/2018/01/22/ecomuseos-industriales-en-europa/>

### **3.2 Museología Crítica: Museo como espacio abierto para la discusión de los valores culturales y participación**

Desarrollada en los años 80 como consecuencia de los constantes debates en torno al concepto de museo como lugar de interacción entre el público y una colección y como consecuencia de la política cultural, para lo cual la museología crítica reparaba en el carácter “adoctrinador” de la nueva museología la cual le ofrecía sólo una lectura a los visitantes acorde a la visión de la institución, a diferencia de ello esta nueva corriente apostaba por el autodescubrimiento y autoaprendizaje individual de cada visitante, visión que actualmente rescatan diversos museos. La museología crítica entiende al museo como un espacio público para discutir y cuestionar los valores culturales, patrimoniales, de identidad, entre otros conceptos, en donde las exposiciones son seleccionadas y ordenadas según un discurso ideológico, según lo cual se entiende al museo desde su contexto político. Por otro lado propone la relación con el público de manera activa, educativa y constructiva, donde se define a los visitantes como grupos, redes o comunidades con ideas propias quienes pueden generar su propio aprendizaje y descubrimiento. Ante esto la museología crítica aboga por potenciar el carácter educativo, cívico y social, en donde a diferencia de la nueva museología que planteaba una democratización de los museos desde su apertura hacia la sociedad, la museología crítica propone al museo como un espacio que potencia la participación en temas culturales de la sociedad.

### **3.3 Museología Total: Museo como instructor de la realidad**

Una concepción actual dentro del ámbito museal gestado desde las ciencias es el de “museología total” introducido por el físico y museólogo Jorge Wagensberg, quien es

también director del área científica del museo de ciencias naturales CosmoCaixa (Barcelona, España). El concepto alude -en palabras textuales de Wagensberg- a la presentación de la “realidad en la medida en que la realidad se deje presentar”, esto alude a la rigurosidad científica mostrando la realidad de los fenómenos y sustituyendo así a todo tipo de simulación, a fin de que los museos logren difundir de mejor manera el conocimiento, por tanto museología total hace énfasis en el rol comunicador y educativo de los museos, ya que para ello estos espacios cuenta con material real (piezas, material informativo, etc).

El proceso de difusión del conocimiento comprende un proceso cognitivo (relativo al desarrollo del conocimiento), donde se hace un traspaso desde la “indiferencia hasta el deseo de querer aprender”, esto como una experiencia individual que de manera orgánica genera en las personas el deseo de contribuir también a un cambio social.

De igual manera el concepto nace a principios del 2000 dentro del proyecto de remodelación del Museo de Ciencias de Barcelona, inaugurado en 1981, que daría paso al museo de ciencias de la Fundación La Caixa “CosmoCaixa Barcelona” como forma de concebir un museo desde la rigurosidad científica para la difusión del conocimiento, donde

se mostraban “objetos y fenómenos”, es decir los objetos de manera “activa”.



Foto: [Bosque inundado que recrea las características de la selva tropical amazónica]. Recuperado de <https://fusterapartments.com/blog/es/2015/11/museo-cientifico-cosmocaixa-de-barcelona/>

#### 4. Patrimonio y su dimensión cultural

El programa de Preservación y revalorización del Patrimonio cultural de la UNESCO define patrimonio cultural como *“el conjunto de testimonios, artísticos o simbólicos, transmitidos por el pasado a cada cultura y, por ende, al conjunto de la especie humana.* Elemento constitutivo de la afirmación y enriquecimiento de las identidades culturales, y legado común de la humanidad, el patrimonio confiere sus rasgos característicos a cada lugar y es la memoria de la experiencia humana. La preservación y la valorización del patrimonio cultural constituyen por tanto la piedra de toque de toda política cultural” (UNESCO, 1989). Actualmente también amplía el concepto de patrimonio cultural mencionando que este constituye un **“producto y un proceso”**, siendo el producto los recursos y bienes y proceso el desarrollo activo de estos en el tiempo, los

cuales se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio (Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo, 2014), haciendo hincapié en que patrimonio también engloba al patrimonio material, natural e inmaterial desde la concepción de los mismos como “riqueza frágil” -en el sentido de que son irrecuperables una vez perdidos- y para los cuales se debe trabajar en políticas y modelos para su preservación, respeto de su diversidad y singularidad.

Ahora bien, cuando se habla de patrimonio en su sentido esencial y aludiendo también a la etimología de dicha palabra en donde *patri* significa padre y *monium* recibido, se habla de un sentido de “herencia” del cual también se desprende que el **patrimonio al ser heredado por un grupo humano hace que este consolide su sentido como “comunidad” ayudando a generar una identidad propia para el mismo, definiendo rasgos característicos identificables para él y generando sentido de pertenencia, lo que a su vez contribuye a mantener la cohesión social y territorial.** Por ejemplo el flamenco introducido el año 2010 a la “Lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad”, conforma una expresión artística identitaria para un gran número de grupos y comunidades de gitanos y españoles y un rasgo característico identificable principalmente con España.

Dentro del concepto de Patrimonio, entendido desde su aporte como herencia para la cultura, se desprenden las siguientes clasificaciones:

- **Patrimonio Cultural Tangible**, que a su vez se divide en Patrimonio Cultural mueble (pinturas, esculturas), inmueble (monumentos, ruinas) y subacuático (naufragios, ruinas submarinas).

- **Patrimonio Cultural Intangible**, conformado por las tradiciones orales, manifestaciones y rituales.

Otra categoría relevante es la de **Patrimonio Natural**, cabe mencionar que la protección de patrimonio natural cultural ha sido reconocida desde 1972 durante la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de la UNESCO. Dentro del Patrimonio Natural se comprenden sitios como paisajes culturales, formaciones físicas, biológicas o geológicas, como Reservas de la Biosfera y Parques nacionales. Cabe mencionar una categoría que “media” entre lo cultural y natural, detallada en el esquema de clasificación de patrimonio del Dr. Albert Macaya, profesor de la Universidad Rovira i Virgili y de la Universidad de Girona, dicha clasificación que también fue tomada como base por la Fundación ILAM (organización no gubernamental que protege el patrimonio latinoamericano cultural, natural e intangible), menciona la categoría de Patrimonio Cultura-Natural que comprende a vestigios arqueológicos o históricos en su contexto natural original, vestigios fósiles paleontológicos asociados a actividad humana in situ, vestigios subacuáticos de actividad humana y paisaje cultural producido en un determinado tiempo y espacio.

#### **4.1 Paisaje cultural**

Un concepto relevante en el ámbito museal es el de “**paisaje cultural**”, cuyas entidades que han abordado dicho concepto con mayor profundidad son la UNESCO y el Servicio Nacional de Parques de los Estados Unidos (NPS). Ahora bien, acorde a la “Guía Operacional para la Implementación de la Convención del Patrimonio Mundial, Cultural y

Natural” de la UNESCO el paisaje cultural se define como “la obra combinada de la naturaleza y el hombre... ilustran la evolución de la sociedad y los asentamientos humanos en el transcurso del tiempo, bajo la influencia de las restricciones físicas y/o las oportunidades presentadas por su ambiente natural y de las sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales, tanto internas como externas<sup>8</sup>”.

#### **4.2 Patrimonio Natural**

El patrimonio natural abarca los valores entendidos como “la herencia recibida de generaciones pasadas”, cuyas funciones engloban entre otras cosas aspectos sociales-educativos, de investigación, ocio e incluso podría colaborar a la reactivación económica de zonas rurales. Ahora bien, la UNESCO considera como Patrimonio natural a "Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el habitat de especies animal y vegetal amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, Los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural" (Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de la UNESCO, 1972,). El patrimonio natural a su vez se compone de elementos como el suelo, la geología, el agua, la diversidad biológica, los paisajes los procesos biológicos y los servicios ambientales que ofrecen los ecosistemas.

<sup>8</sup> *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Centro del Patrimonio Mundial, 1999.

La gestión de patrimonio natural mediante la definición de categorías internacionales de conservación de la naturaleza, definidas por la **Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN)** en 1994, han permitido prevenir la dispersión urbanística descontrolada dentro de territorios de interés patrimonial –natural-, contribuir a generar prácticas que favorecen la conservación, como el control de actividades que podrían resultar perjudiciales para los mismos, así como también promover actividades que puedan presentar un beneficio económico para el territorio, como por ejemplo actividades turísticas, recreativas, de comunicación y/o educativas, incluso de exportación de recursos. Dentro de las categorías internacionales de conservación se distinguen 6 clases:

- I. **Reserva natural integral:** Lugar protegido gestionado con fines científicos o de protección de la naturaleza.
- II. **Parque nacional:** Lugar protegido gestionado particularmente para la conservación de ecosistemas y la recreación.
- III. **Monumento natural:** Lugar protegido gestionado particularmente para la conservación y con intervención a nivel de gestión.
- IV. **Área de gestión de hábitat/especies:** Lugar protegido gestionado particularmente para la conservación y protección de paisajes terrestres y marinos y la recreación.
- V. **Paisaje protegido terrestre/marino:** Lugar protegido gestionado particularmente para la conservación y protección de paisajes terrestres y marinos y la recreación.

**VI. Área protegida con recursos gestionados:** Lugar protegido gestionado particularmente para el uso sostenible de sus recursos naturales.

Nota. Las categorías internacionales de conservación se desprenden del texto: J. Gómez - Limón García y J. V. de Lucio. (2000). Espacios naturales protegidos [archivo PDF]. España. Recuperado de <https://www.unescoetxea.org/ext/manual/html/espaciosprotegidos.html>

En el caso de nuestro país el patrimonio natural es operado por la Corporación Nacional Forestal, CONAF y son clasificados por el Ministerio de Agricultura y amparado por el **Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE), creado bajo la Ley N° 18.362 de 1984.** Este sistema contempla las siguientes categorías, conforme sus características y extensión:

- I. Parques Nacionales:** Áreas extensas conformadas por diversidad de ecosistemas singulares y característicos para la variedad biológica de nuestro país, que nos presentan alteración humana importante, capaces de autoperpetuarse, cuyas especies y formaciones geológicas son de especial interés científico, educativo y/o recreativo. Para estos espacios se busca su preservación, la continuidad de los procesos evolutivos dentro del mismo y eventualmente el desarrollo de actividades científicas, educativas y de recreación.
- II. Reservas Nacionales:** Áreas que presentan recursos naturales los cuales son necesarios de conservar y de manejar con medidas especiales debido a su fragilidad ante la degradación, así como también por su relevancia para resguardar el bienestar de la comunidad. Para estas áreas se busca la conservación, protección de recursos, suelos y especies, mantención y cuidado del manejo de producción hídrica.
- III. Monumentos Naturales:** Áreas reducidas con presencia de especies nativas de flora y fauna o con existencia de espacios geológicos de relevancia escénica, cultural o científica, para las cuales se aboga por la preservación del ambiente

natural, escénico (panorámico) y cultural. Dentro de estas áreas eventualmente se pueden desarrollar actividades educativas, recreativas y/o de investigación.



Imagen: [Imagen Parque Nacional la Campana y Torres del Paine, izquierda a derecha respectivamente].

Recuperado de <http://www.confac.cl>

Como ejemplo de lo anterior podemos citar al Parque Nacional la Campana y Torres del Paine, ambas consideradas como Reservas de la Biósfera, que constituyen espacios de excepcional valor ecológicos para la humanidad por el Programa EL hombre y la Biósfera (MAB) de la UNESCO. El primero se le otorga esta característica en 1985 por su valor como lugar de interés científico para uso en minería (1989) y el segundo se le otorga en el año 1978 y comprende como zona núcleo el Parque Nacional Torres del Paine, el sitio completo Torres del Paine y el Parque Nacional, correspondiente a el área central, actualmente tiene 181.414 hectáreas.

## 5. Patrimonio a nivel local

### 5.1 Organismos administradores del patrimonio local

Desde 2005 la ciudad de Viña del Mar cuenta con una Unidad de Patrimonio, departamento que depende de la Municipalidad local, la cual según lo indica su sitio web “busca desarrollar programas, estudios y proyectos patrimoniales que propendan a la investigación, rescate, valoración, protección, mantención preventiva, restauración, incremento, difusión y puesta en valor del patrimonio natural y cultural, mueble e inmueble y tangible e intangible de la comuna de Viña del Mar”.

Por otro lado es relevante considerar tanto la participación del **Concejo Municipal** en lo que respecta a representación de la comunidad local en cuestiones de carácter normativo, fiscalizador y resolutivo, tales como la implementación del Plan Regulador Comunal, Plan Comunal de desarrollo, entre otras políticas; así como también a la municipalidad per se, cuya ley orgánica la define como “corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas<sup>9</sup>”; la cual posee bienes naturales y culturales con un importante valor patrimonial. Dentro de su quehacer vinculado al patrimonio y la cultura podemos mencionar algunas funciones como: la administración de bienes municipales y nacionales de uso público (excepto bienes de administración de órganos del Estado), la conformación de corporaciones y/o fundaciones privadas sin fines de lucro para la promoción del arte, la cultura y el deporte, colaborar en la fiscalización de estamentos legales para la protección del medio ambiente local y autorizar los planes reguladores y seccionales de la comuna.

<sup>9</sup> Ley N° 18.695. Orgánica Constitucional de Municipalidades, Santiago, Chile, 9 de mayo de 2006.

Recuperado de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=251693>

## 5.2 Espacios patrimoniales de Viña del Mar

Bajo la atribución de la Municipalidad de Viña del Mar, la ciudad posee un importante patrimonio cultural y natural, el cual es reconocido como patrimonio local desde su construcción social lo que implica que la comunidad sea capaz de reconocer el valor patrimonial estos objetos, espacios y manifestaciones locales en la medida que ellos se puedan reconocer y relacionar con los mismos. El organismo técnico encargado del resguardo del patrimonio local es la Unidad de Patrimonio la que hace alusión de la Ley N° 17.288 de Monumentos Nacionales y Normas Relacionadas en su Título III de los Monumentos Históricos, cuyo artículo 9° menciona “Son Monumentos Históricos los lugares, ruinas, construcciones y objetos de propiedad fiscal, municipal o particular que por su calidad e interés histórico o artístico o por su antigüedad, sean declarados tales por decreto supremo, dictado a solicitud y previo acuerdo del Consejo<sup>10</sup>”. De lo anterior se identifican los siguientes espacios patrimoniales:

- **Edificios patrimoniales:** Castillo Wulff (Av. Marina), Palacio Presidencial (Cerro Castillo), Palacio Carrasco (Av. Libertad), Palacio Rioja (Calle Quillota), Teatro Municipal de Viña del Mar (Plaza Vergara), Palacio Vergara y Parque Quinta Vergara (ambos ubicados en Calle Errázuriz).
- **Edificaciones de interés histórico y/o artístico:** Muelle Vergara (ubicado entre las playas Acapulco y El Sol), Castillo Ross (conocido como Club Unión Árabe, ubicado en Av. Marina) y el Club de Viña (Calle Álvarez).

<sup>10</sup> Ley N° 17.288. Legisla sobre monumentos nacionales; modifica las leyes 16.617 y 16.719; deroga Ley 651, de 17 de octubre 1925. Recuperado de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=28892>

- **Edificaciones de interés histórico y/o artístico:** Inmuebles del sector de Cerro Castillo como la casa Mackay, casa Zabala, la Parroquia de Nuestra Señora Inmaculada Concepción, casa Consigliere, casa Álvarez, casa Edwards Sutil y la casa Crovetto.
  
- **Santuarios de la naturaleza:** Palmar El Salto que contiene una gran cantidad de ejemplares de la palmera *jubaea chilensis*, Roca Oceánica Ubicada en el sector de Reñaca su administración está en manos de la Municipalidad de Concón y Campo Dunar de la punta de Concón, terreno privado que se encuentra en el límite de Viña del Mar y Concón.
  
- **Patrimonio Natural:** se considera a las aves presentes en la ciudad (garza grande y chica, gaviotines, huairavos, entre otros), Palmeras (como la *jubaea chilensis*), jardín botánico nacional (El Salto) y la laguna Sausalito (Av. Sausalito).

### **5.2.1 Patrimonio Natural: Campo Dunar de la Punta de Concón**

Declarado Santuario de la Naturaleza en el año 1993 durante el gobierno de Patricio Aylwin, cuya área protegida correspondió a 50 hectáreas de las 150 ha que componen el lugar, sin embargo al año siguiente debido al reemplazo del decreto supremo bajo el cual la zona había sido declarada Santuario de la Naturaleza (el Decreto Supremo 481 se reemplazó por el Decreto Supremo 106), es que estas 50 ha se redujeron a 12, periodo por el cual la Sociedad Urbanizadora RECONSA manifiesta su interés por la adquisición de

estos terrenos. Luego en el año 2006 el área fue extendida a 21,8 ha, de las cuales 2,3 ha corresponden a Viña del Mar y 19,5 ha a Concón.

Este corredor biológico tiene una data de unos 125 mil años, donde hay vestigios de asentamientos de grupos de indígenas precolombinos; el lugar posee un importante valor biológico, ya que presenta una vegetación de matorral costero y vegetación arbustiva que estabilizan al lugar, dicha comunión de vegetaciones corresponde a un fenómeno particular e inusual dentro del litoral central, además es un lugar que acoge a poblaciones de aves marinas como playeros y chorlos, así como también el sitio es una zona de descanso para grupos de pingüinos de Humboldt. Otro aspecto importante es su valor paisajístico que se puede ver en los pliegues que el viento deja en la arena, así como también en la belleza y la vista panorámica hacia el mar, le otorgan un atractivo turístico al lugar.

### 5.2.2 Conflicto territorio Dunas de la Punta de Concón



Foto: Red Duna Libre. (2011). Campo Dunar Expuesto [imagen]. Recuperado de <https://www.flickr.com/photos/dunasconcon/>

En base a la progresiva necesidad de velar por el medio ambiente es que en 1993 el presidente de ese entonces Patricio Aylwin y el ministro de educación Jorge Arrate firman el Decreto Supremo 481, el cual le otorga la protección al campo dunar como Santuario de la Naturaleza, quedando 50 hectáreas protegidas de las 150 que componen el lugar. Al año siguiente debido al presente interés de la inmobiliaria Reconsa S.A por planificar en esos terrenos -aprovechando la ubicación y vistas del lugar- la construcción de viviendas; es que en marzo de 1994 se crea el Decreto Supremo 106, el cual en su artículo primero dice: *“La conservación del medio ambiente no se puede plantear en un sentido restrictivo. Nuestro país requiere satisfacer necesidades crecientes de vivienda, salud, educación, energía,*

*turismo, etc. Ello implica poner en producción los recursos con los que cuenta. Con los mecanismos adecuados es posible fomentar el desarrollo económico y, a la vez, proteger el medio ambiente*". Bajo lo anterior es que las 50 ha protegidas se redujeron a 12 ha, pudiendo así proyectar construcciones inmobiliarias en el sector no protegido. Dichos terrenos habían sido adquiridos por las Sociedades Reconsa y Egeco en el año 1979, bajo una compraventa a la ex Caja de Previsión de Empleados Particulares (EMPART), en aquella época INP, la cual tenía derechos sobre EMPART y la Sociedad Constructora de Viviendas Económicas Montegrande Ltda.

Más tarde en el año 2006 debido a la avivada preocupación de la comunidad es que el Consejo de Monumentos Nacionales aumenta el área de protección a 19 ha, luego en el año 2011 Reconsa, quien es dueña de 21 ha del lugar, decide cerrar el espacio al público y también interpone un recurso de protección de su propiedad ante la Corte de Apelaciones de Valparaíso, este acto desencadena una controversia entre vecinos del sector quienes inician una serie de acciones para evitar esta situación, entre ellas protestas, recolección de firmas, limpiezas (patrocinadas por la Municipalidad de Concón) y la presentación de un documento del año 1994 en donde Reconsa renunciaba a una acción indemnizatoria en caso de expropiación de los terrenos del campo dunar comprendidos como Santuario de la Naturaleza. Ante este eventual cierre, la Corte de Apelaciones decidió no innovar hasta que no se resolviera el recurso de protección, por su parte agrupaciones ciudadanas interponen otro recurso de protección contra Reconsa.

En 2012 la Corte de Apelaciones de Valparaíso deja sin efecto la paralización de construcción de obras en el sector duna Mayor de Concón, ese mismo año la agrupación ciudadana Duna Libre (creada como reacción de la comunidad para la preservación del campo dunar en base a un adecuado plan de manejo para el lugar, así como ser una

instancia de llamado a la participación de los ciudadanos), logra llegar a La Moneda para llevar su propuesta de ampliar la red de protección a 44 ha para evitar que la inmobiliaria aumente el área de construcción de viviendas; ese mismo año la Corte Suprema prohíbe a la inmobiliaria cualquier tipo de construcción en el campo, debido a que esta no contaba con el procedimiento técnico-administrativo de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), anulando además un permiso de construcción de dos torres de altura dentro del campo dunar, dicho permiso había sido entregado a la empresa inmobiliaria Costa de Montemar S.A en 1996 por parte de la Dirección de Obras de la Municipalidad de Viña del Mar cuando la comuna de Concón aún pertenecía a esta ciudad. Al año siguiente se marcaría un precedente en la forma de evaluar los impactos y la tramitación de este tipo de proyectos, así como también para las agrupaciones ciudadanas insertas en el conflicto cuando la Corte Suprema determina suspender la construcción del Hotel Punta Piqueros, colindante con las dunas, ampliando el área protegida a 30,1 hectáreas de las 50 ha totales del lugar y para las cuales las 20 ha restantes se pretenden grabar como área verde. Ante esta decisión la empresa señala que el estado no respetó los acuerdos establecidos el año 2005.

En 2015 las empresas dueñas de los terrenos comienzan a manifestar sus intenciones de que el conflicto terminaría en una batalla judicial, ya que en las hectáreas restantes que no están declaradas dentro del santuario natural existe un anteproyecto de loteo previamente aprobado y para el cual las empresas están gestionando el EIA, esto ante la manifestación del alcalde Oscar Sumonte de expropiar a las empresas propietarias de los terrenos. En diciembre de 2016 Reconsa e inmobiliaria Montemar interponen una demanda para exigir una indemnización por perjuicios ante la Corte de Apelaciones de Santiago y para la cual exigen al estado la suma de 79 mil millones por la asignación del campo dunar como

Santuario de la Naturaleza, cuyos proyectos inmobiliarios planificados por las empresas no se han podido llevar a cabo.

Ahora bien, al margen de este conflicto también han surgido diferentes voces que se manifiestan sobre el territorio abogando por la resolución de algunas problemáticas del lugar, tales como la cantidad de basura que visitantes, comerciantes y turistas dejan en el lugar, para lo cual hay quienes manifiestan que las empresas propietarias de los terrenos debiesen hacer algo al respecto, mientras que otros optan por el cierre del lugar al público general abogando por el cuidado del patrimonio natural único que ha se presenta, de igual manera ante esta problemática agrupaciones ciudadanas como Red Duna Libre y Ecoruta vecinal, apoyadas por la Municipalidad de Concón y la Cruz Roja, han organizado jornadas de “limpieza dunar”, como medida para despertar la conciencia sobre el valor y cuidado de lugar en la población local. Otra problemática que atenta contra el ecosistema del lugar, según juicio de expertos, es la práctica de sandboard, esto fomentando por comerciantes que se instalan a arrendar tablas a visitantes y cuya práctica se ha convertido en algo tradicional en el lugar, pero que sin embargo no es bien recibida por quienes defienden el valor biológico del lugar por sobre el interés turístico y/o recreativo con el cual muchas personas asocian a las dunas. A su vez el conflicto por el cierre del campo dunar ha traído consigo, entre otras cosas el que las autoridades denieguen permisos de comercio a vendedores ambulantes obligándolos a ejercer sus labores de manera irregular, por lo cual se hace difícil de controlar para las autoridades el ejercicio del comercio en sí, así como medir su impacto sobre el territorio.

**Mapa con interesados “Conflicto Dunas” agrupados según discurso:**

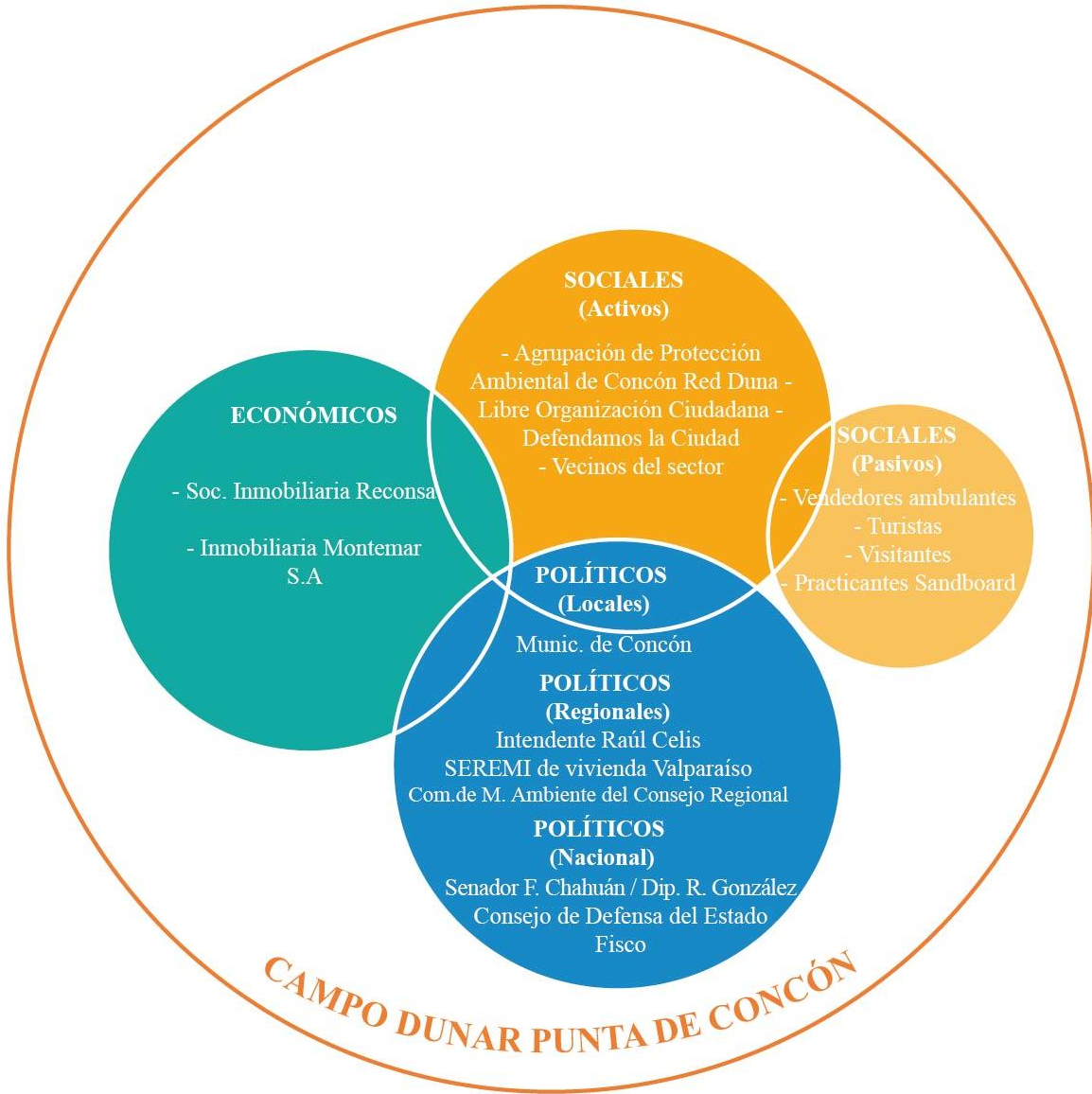


Figura 3. Mapa con interesados conflicto dunas. Elaboración propia

## **6. Contenido**

### **6.1 Diagnóstico:**

Tanto el Museo Fonck como el Parque Intercomunal Reñaca Alto, conocido también como Pulmón Verde, declaran e identifican el desconocimiento que tiene la comunidad viñamarina sobre dichos lugares como una problemática importante a enfrentar. En el caso del museo, esta es manifestada por su equipo profesional en la baja asistencia y participación de la comunidad, esto se ve reflejado en el balance por venta de entrada cuyo mayor porcentaje de ventas corresponde a turistas. En base a esto el museo desde aproximadamente 5 años ha venido abordando el tema desarrollando proyectos que buscan acercarse a los colegios de la zona, abriendo su colección y exhibiéndola de manera itinerante, y realizando actividades gratuitas para incentivar la asistencia de la comunidad local. Para ello el museo mantiene una estrecha relación colaborativa con diversos actores la red ViVa con lo que se busca potenciar el reconocimiento en conjunto de los museos que componen dicha red, diversos colegios donde se exponen las colecciones itinerantes, la PUCV y la Unidad de Patrimonio de Viña del Mar, con quienes realizan sus más reconocidas actividades como el concurso científico para niños y el programa PASOS. Por su parte el Parque Reñaca Alto, si bien los habitantes del sector lo reconocen y mantienen una activa preocupación por su preservación, no así el resto de la comunidad, es por ello que este espacio está en constante riesgo de injerencias de terceros, tales como incendios provocados, vertederos clandestinos, lugar de encuentro de bebedores y drogadictos, entre otros. Para ello la Corporación Pulmón Verde se mantiene en constante trabajo potenciando redes con actores del sector como la Compañía de Bomberos de Reñaca Alto, Carabineros y diversas juntas de vecinos del sector.


En ambos casos la aproximación mediante el trabajo con actores claves ha sido reconocida como un punto de partida que ha servido para abordar de manera parcial dichas problemáticas.

## 6.2 Brief:

### 1. Perfil de Usuario:

#### Técnica “Personas” (buyer persona)

#### Arquetipo 1

<p><b>Francisco</b> Encargando de Mantenimiento.</p>			
<p><b>Datos Demográficos</b> Rango de edad: 30-55 años Clase social: Media Nivel Educativo: Técnico</p>	<p><b>Conocimientos Técnicos</b> Computación: Intermedio Web: Intermedio Smartphone: Alto</p>	<p><b>Personal</b> - Casado, padre de dos hijos - Comprometido con su familia y su sector. - Se informa y mantiene contacto con las organizaciones de su sector y ciudad.</p>	
NECESIDADES	ESCENARIOS	CARACTERÍSTICAS	ACCIONES
Velar por la seguridad de su familia.	Desde su teléfono mientras está en su trabajo, afuera o en su hogar.	- Consulta de mapas del territorio.	- Buscar formas de custodiar su entorno. - Está al tanto de lo que sucede en su sector.
Estar al tanto de las amenazas que podrían ocurrir en sector.	Mientras está en su trabajo desde su computador o teléfono	- Genera alertas para él, su familia y habitantes del sector. - Acceso a tomar fotos.	- Mantiene contacto con habitantes y organizaciones de su sector. - Se organiza con otras personas para evitar y tratar problemáticas del territorio.
Ocuparse sobre el cuidado de los espacios naturales de su sector.	- En reuniones con organizaciones y habitantes del sector. - Mientras hace uso de su computador o teléfono.	- Pone al tanto a actores que pueden ocupar del cuidado y preservación de espacios naturales	- Se organiza para realizar acciones que permitan cuidar el espacio donde habitan. - Busca generar un espacio en que puedan vivir sus hijos y futuras generaciones.

## Arquetipo 2

**Mario**  
Bombero

Nos gustaría poder tener mejor respuesta ante el aviso de una emergencia.



### Datos Demográficos

Rango de edad: 25-55 años  
Clase social: Media  
Nivel Educativo: Ed. Media

### Conocimientos Técnicos

Computación: Básico  
Web: Básico  
Smartphone: Intermedio

### Personal

- Casado, padre de tres hijas y abuelo.
- Comprometido con salvaguardar y ayudar a la comunidad.
- Se mantiene informado sobre el sector y en constante entrenamiento para su compromiso.

NECESIDADES	ESCENARIOS	CARACTERÍSTICAS	ACCIONES
Salvaguardar la vida de las personas.	Desde su teléfono mientras está en su trabajo, de viaje o en su hogar.	- Consulta de mapas del territorio. - Acceso a	- Busca formas de custodiar el terreno. - Está al tanto de lo que sucede en el sector.
Responder rápidamente ante una emergencia.	Estando en cualquier lugar desde su teléfono.	- Acceso a fotos del siniestro. - Conocer áreas que abarca.	- Mantiene un vínculo con habitantes y organizaciones del sector.
Mantenerse informado sobre lugares de alerta de incendios.	Mientras está en su trabajo, cuartel o casa, desde su computador o teléfono.	- Tener fotos. - Llevar un registro de zonas afectadas. - Poder identificar zonas sensibles.	- Instruye a otras personas para evitar y tratar siniestros dentro del territorio.

## 2. Objetivos del proyecto:

- Fomentar el cuidado y empoderamiento del territorio, en particular de los espacios naturales que existan en dicho territorio.
- Contribuir al trabajo colaborativo de diferentes actores dentro del territorio.
- Poner en valor escenas e hitos del espacio natural a través de una experiencia de inmersión.

## 3. Resultados esperados:

- Generar un impacto positivo en la calidad vida de los habitantes del territorio.
- Establecer una red de trabajo colaborativo entre los actores.
- Abrir el museo y el parque hacia las personas.

## Capítulo II: Análisis estratégico

### 7. Análisis Externo:

#### 7.1 Análisis PESTEL del proyecto

#### POLÍTICO

- Programas de inversión regional, FNDR (Fondo Nacional de Desarrollo Regional) donde el Gobierno Central que otorga financiamiento fiscal a las regiones para proyectos con impacto regional, provincial y local. Dentro del fondo se contemplan diferentes provisiones tales como: Puesta en Valor del Patrimonio, Saneamiento Sanitario, Residuos Sólidos, Fondo de Infraestructura Educativa (FIE), Transantiago (Ley N° 20.378, Art. 4° Transitorio y 5° Permanente), Fondo de Inversión y Reversión Regional (Royalty Minero) y el Fondo para la Innovación y Competitividad (FIC) y Energización.

<p><b>ECONÓMICO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualmente la Economía Creativa en Chile, que engloba productos o servicios derivados del arte y la cultura, aporta 2,2% al PIB del país (estadísticas 2016), y representa el 3% del PIB mundial (estadísticas 2017).</li> </ul>
<p><b>SOCIO-CULTURAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 82% de los chilenos considera que la economía creativa es un punto importante que aporta a la imagen de nuestro país a nivel internacional.</li> <li>- La última mesa de diálogo realizada por la ICOM (2017), bajo el Día internacional de los Museos, giró en torno a temática “<b>Museos e historias controvertidas: decir lo indecible en museos</b>”, en donde se estableció un rol conciliador de los museos en torno a la memoria de los pueblos.</li> </ul>
<p><b>TECNOLÓGICO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyección en alza de la técnica mapping y realidad virtual para la construcción de experiencias en base a la transformación dinámica de un espacio.</li> <li>- Interés ascendente de los museos por romper sus fronteras llevando sus colecciones a otros formatos y llegando a un mayor número de personas, esto mediante el uso de tecnologías como la realidad aumentada, recorridos en 360 grados, aplicaciones móviles, catálogos digitales, entre otros.</li> <li>- Tendencia mundial de entidades museales por formar alianzas con empresas de tecnología. Ejemplo de ello es el <i>Google Art Project</i>, de la empresa Google ha formado con más de 70 museos a nivel mundial para exponer su patrimonio a nivel online.</li> </ul>
<p><b>ECOLÓGICO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programa de certificación LEED (<i>Leadership in Energy and Environmental Design</i>), para la edificación sustentable. Es de carácter voluntario y tiene como objetivo mejorar las prácticas para la construcción que permitan disminuir el impacto ambiental en proyectos de arquitectura.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desde el año 2000 el mercado de la construcción en nuestro país comienza a tomar un enfoque ecológico, el cual implica la construcción de edificios ecoamigables, que permitan un ahorro energético y la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>. Ejemplo de ello son el edificio del Banco BCI en Vitacura Oriente, Edificio Santa Clara, Titanium La Portada, entre otros, todos ellos ubicados en Santiago.</li> <li>- Desde 2011 se comienza a instaurar en Chile una tendencia social “verde”, con interés en la construcción de inmuebles amigables con el medio ambiente, popularizándose la construcción de los domos geodésicos cuya principal ventaja es la eficiencia energética que gracias a su forma que permite una fácil regulación de temperatura sin necesidad de calefactores electrónicos.</li> </ul>
<p><b>LEGAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artículo 2174 del código Civil que define el contrato de comodato como el préstamo de un bien de una de las partes para el uso de la otra con cargo a restituir dicho bien una vez terminado el contrato.</li> <li>- Reciente aprobación de la “Circular 33”, por parte del Consejo Regional.</li> <li>- Ley de Donaciones Culturales, para la estimulación de intervención privada en el financiamiento de actividades, bienes y proyectos artísticos y culturales.</li> </ul>

## 7.2.- Micro Entorno:

### 7.2.1.- Entidades Relacionadas:

<b>Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio</b>	<p>Ministerio que desde el 2018 reemplaza al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA); el cual entre otras cosas está a cargo del Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (<b>FONDART</b>), en cuyas nuevas líneas de financiamiento contempla el área audiovisual en diversos formatos que van desde la investigación hasta videojuegos narrativos, webseries y proyectos audiovisuales “interactivo/experimental”, en este último caso el monto máximo por proyecto es de \$25.000.000. Cabe destacar que actualmente los fondos de cultura han recibido un aumento del 2,3% respecto al año pasado* además se planea aumentas las áreas de subvención para los próximos años.</p>
<b>Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE) y Gobierno Regional</b>	<p>Organismo que depende del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, que busca la descentralización, desarrollo y equidad territorial de las regiones, a través del fortalecimiento de los gobiernos regionales, con programas como el <b>FNDR (Fondo Nacional de Desarrollo Regional)</b>, el cual para el caso del Museo Fonck, este le he otorgado con frecuencia año a año y le ha servido para financiar diferentes proyectos de infraestructura y promoción. Este fondo subvenciona una diversa gama de proyectos como programas de sectores de inversión pública, puesta en calor del patrimonio, energización, innovación y competitividad (FIC), entre otros.</p>
<b>Municipalidad de Viña del Mar y Unidad de Patrimonio</b>	<p>La Municipalidad es la entidad que ha otorgado el comodato de la casona que actualmente acoge la colección del museo, además de otorgar subvención, el cual corresponde a un monto anual que varía año a año.</p> <p>A través de su Unidad de Patrimonio, se desarrollan actividades en conjunto como el programa PASOS y la celebración del Día del Patrimonio.</p> <p>Por otro lado tanto la municipalidad como la Unidad de Patrimonio se han vinculado con el Parque Reñaca Alto en la elaboración de propuestas de protección y mesas informativas.</p>

<b>Dirección de investigación PUCV</b>	<p>La DI PUCV, desarrolla y fomenta actividades ligadas a la generación de conocimiento en diferentes áreas de estudio, adjudicándose diferentes proyectos nacionales e internacionales; que en el caso del museo ha desarrollado el proyecto Explora del programa CONICYT, enfocado en la comunidad escolar.</p>
<b>Red ViVa</b>	<p>Red de museos de Viña del Mar y Valparaíso, formada el 2012 como proyecto de asociatividad con el objetivo de poner el valor la actividad de sus museos, creando proyectos en conjunto. La red está compuesta por museos privados y pertenecientes a la DIBAM, entre ellos están: Museo de Bellas Artes de Valparaíso, Baburizza; Museo Casa Mirador de Lukas, Museo de Artes Decorativas, Palacio Rioja; Museo de Historia Natural de Valparaíso, Museo de Placilla y Museo Francisco Fonck.</p>
<b>Programa Quiero mi Barrio</b>	<p>Este programa nace en 2006 como propuesta del Ministerio de Vivienda y Urbanismo (Minvu) con el objetivo de recuperar espacios públicos para mejorar la calidad de vida de los vecinos mediante un proceso participativo entre la municipalidad y la comunidad. En el caso del parque, el programa ha servido para instruir a la Corporación Pulmón Verde en estrategias y gestión para la recuperación y utilización de los espacios del sector.</p>
<b>9<sup>na</sup> Campaña Viña del Mar - Concón</b>	<p>La bomba Reñaca Alto nace el año 2002 como brigada de vecinos preocupados por los frecuentes incendios forestales que aquejan al sector, más tarde en 2010 la comunidad hace entrega de un terreno para ser usado como cuartel de bomberos.</p>

## b.- Variables:

<b>Desastres provocados</b>	Desastres provocados por terceros o a la contaminación del terreno, han desembocado en diversos incendios en el parque y sectores habitacionales aledaños, afectando el ecosistema del lugar y las viviendas de vecinos del sector, lo cual en primera instancia derivó en la gestión y organización de los residentes para formar la compañía de bomberos que opera en el lugar.
<b>Variación en el flujo de turistas</b>	Parte importante de los visitantes que llegan al museo corresponden a turistas internacionales (que generalmente provienen de cruceros que embarcan en Valparaíso) y nacionales, los cuales el año 2018 registraron una caída del -11,3% a nivel nacional, esta variación en el número de turistas repercute directamente en el dinero que ingresa al museo por entradas, monto que representa una retribución importante para el museo.

## c. Competencia:

<b>Museo Artequin</b>	Museo formado el año 2006 con un claro enfoque educativo enfocado en los niños, que busca mediante diferentes actividades didácticas e interactivas entregarles una experiencia artística. Su colección corresponde principalmente a reproducciones de obras importantes de la historia del arte, así como también obras contemporáneas de artistas nacionales y latinoamericanos. Dentro de sus actividades están los talleres para niños, jóvenes y adultos, cursos para profesores, visitas guiadas, entre otros.
<b>Museo de Artes Decorativas Palacio Rioja</b>	<p>Emplazado en una casona patrimonial que data de 1912 de interés arquitectónico, cuyo enfoque es la exposición de objetos con valor decorativo, uno de sus principales atractivos es el patrimonio natural que conserva en los patios del palacio, el cual conserva el diseño de la época.</p> <p>El museo tiene un enfoque hacia un público adulto, ofreciendo exposiciones temporales, talleres, ciclos de cine, entre otros.</p>

<b>Museo de Teclados</b>	<p>Museo que rescata la historia y evolución de la música electrónica, cuya colección corresponde a una amplia gama de teclados y máquinas generadores de sonidos, transformadores vocales, entre otros; correspondientes a su dueño el tecladista y compositor, el señor César Guzmán. Este museo ofrece visitas guiadas y visitas itinerantes a colegios.</p>
--------------------------	---

**d.- Clientes:**

<b>Turistas internacionales</b>	<p>Un flujo importante de visitas se genera mediante el turismo receptivo, a nivel nacional la mayoría de turistas vienen de países como Argentina, Brasil, Bolivia, Perú y EEUU, los cuales permanecen entre 5,5 y 15,8 (en el caso de EEUU) en nuestro país gastando entre \$265 a \$1.033 dólares. En caso del Museo Fonck, muchos de sus visitantes provienen de estos dos primeros países, pero además de EEUU y China, los cuales llegan principalmente desde los cruceros que embarcan en Valparaíso, quienes luego realizan tours que visitan el museo por un breve periodo de tiempo o a veces sólo buscan fotografiar el moai.</p> <p>Estos turistas llegan atraídos principalmente por el moai que se encuentra afuera del museo, como por la amplia colección sobre Rapa Nui que el museo tiene. Dentro de los turistas se destacan los argentinos que manifiestan gran interés y curiosidad por las colecciones, realizando visitas completas de cerca de 1 hora, además de asistir a ciertas actividades como charlas que el museo realiza. En el caso de turistas países europeos, estos muchas veces llegan con la impronta de conocer el museo, gracias a que este aparece citado en diferentes guías turísticas, principalmente por su colección de Rapa Nui y el moai original que recibe a los visitantes.</p>
<b>Colegios de la quinta región</b>	<p>Los colegios, principalmente cursos de básica, realizan visitas guiadas al museo como parte de giras de estudio. Ahora bien, como parte de la misión del museo es afianzar su relación con la ciudad, es que ha venido desarrollando exposiciones itinerantes, en</p>

	<p>las cuales llevan parte de su colección y realizan charlas en diferentes colegios de la zona, buscando acercar el museo a la ciudad.</p>
<p><b>Turistas nacionales</b></p>	<p>Visitan el museo como parte de paseos de diferente municipios que visitan Viña del Mar, además de turistas de la tercera edad que llegan como parte de los paseos que realizan con su caja de compensación, un porcentaje menor llega de manera individual y son quienes permanecen más tiempo en el museo. Ambos turistas que vienen mediante paseos guiados –al igual que los turistas que vienen mediante tours-, realizan breves visitas o sólo buscan fotografiarse con el moai.</p>
<p><b>Residentes de Viña del Mar</b></p>	<p>Quienes visitan el museo principalmente para actividades como el Día del Patrimonio, la Noche en el Museo, para talleres y charlas; no suelen visitar la colección del museo de manera periódica, ni realizar visitas guiadas, su interés es más bien selectivo.</p>

### Esquema Micro entorno:



Figura 4. Esquema micro entorno Museo Fonck/Parque Reñaca Alto. Elaboración propia.

### 7.3. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter:

- **Rivalidad entre competidores (Media):** Un punto importante a considerar dentro de la rivalidad entre competidores, es la administración de los museos, que define el tipo de ingreso que estas instituciones ofrecen a sus visitantes, es decir gratuito o de pago. Según DIBAM de los 15 museos que se encuentran actualmente entre Valparaíso y Viña del Mar, 7 son de gratuitos (dos de ellos reciben donación

voluntaria para entrar) y 8 cobran entrada (esto contando al Museo Fonck). Otro punto importante, es el carácter privado de esta institución, debido a lo cual no recibe financiamiento directo del estado, a diferencia de los museos administrados por la DIBAM, sino que recibe un financiamiento anual por parte de la Municipalidad de Viña del Mar, el cual corresponde a un monto variable año a año.

- **Amenaza de nuevos competidores (Baja):** Según estadísticas del Registro de museos de Chile, en 2017 la región de Valparaíso contaba con la cantidad de 23 museos registrados, mientras que en 2018 se cuenta con 28 instituciones, la mayoría corresponden a instituciones activas, no así a instituciones que recién iniciaban su actividad cultural, por lo cual se puede inferir que la barrera de entrada para los museos es alta, debido por ejemplo a requerimientos básicos que exige el Registro de museos como contar con cierto nivel de infraestructura, cantidad de visitas, colecciones y personal.
- **Amenaza de productos sustitutos (Alta):** Centrándonos en el mercado del ocio cultural, encontramos que además de la competencia directa, tenemos sustitutos como teatros, ciclos de cine y documentales, festivales y eventos de música, exposiciones de pintura y arte y eventos artístico-culturales en general. Si además añadimos la arista “estacionaria”, encontramos que en los meses de verano y vacaciones los “sustitutos” aumentan, por lo que la presión se vuelve más alta.
- **Poder de negociación de los proveedores (Bajo):** El museo requiere de organizaciones educativas externas para el desarrollo de sus proyectos, que si bien requieren de un grado de diferenciación, estos podrían ser realizadas de manera interna por el equipo profesional del museo.

- **Poder de negociación de los clientes (Alta):** Debido a la demanda por los productos sustitutos, es que los clientes pueden o no escoger entre visitar el museo en su tiempo libre o realizar cualquier otra actividad.

**Gráfico radial 5 fuerzas de Porter:**

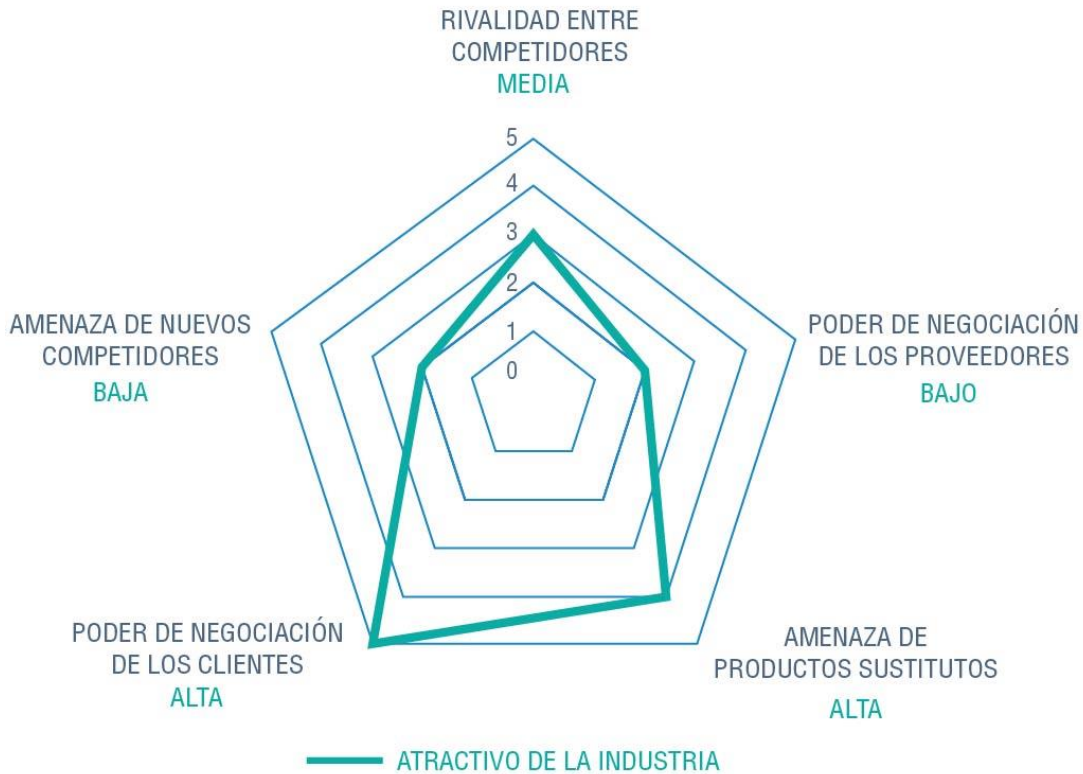


Figura 5. Gráfico radial 5 fuerzas de Porter Elaboración propia.

**8. Análisis Interno**

**8.1 Descripción del caso: Parque Intercomunal Reñaca Alto (Viña del Mar)**

Conocido también como Cerro La Mina, Eucalipto Huacho o Pulmón Verde, ubicado en la zona norte de Viña del Mar en el sector de Reñaca Alto. El Cerro La Mina fue grabado por el PREMVAL como parque en 2014, sin embargo, las 103 hectáreas que lo componen pertenecen a privados.

La convocatoria para la creación del parque se remonta al año 2004 mediante el llamado que realiza la radio comunitaria Extremo motivando a los vecinos a mantener este lugar considerado por ellos mismos como patrimonio natural del sector, un lugar de encuentro, convivencia y único espacio de esparcimiento donde los vecinos realizan también actividades culturales como pasacalles, fiestas costumbristas, visitas guiadas a colegios, entre otros, eso sumado al valor biológico del espacio donde destacan 41 especies de fauna y 164 especies de flora.

En vista de la creciente urbanización de los sectores altos de Viña del Mar, los vecinos del sector de Reñaca Alto hacen caso del llamado de la radio comunitaria para organizarse y rescatar este espacio considerado como propio, es por ello que se forma un comité ecológico compuesto con representantes de diversas organizaciones ciudadanas del sector entre las que se encuentran los centros de madres, juntas de vecinos, agrupaciones folclóricas, incluyendo representantes de la comunidad católica del sector y en 2009 se crea el Comité Pro Parque que busca convertir este territorio en un Parque ecológico para el sector y para la ciudad de Viña del Mar, para lo cual se busca la ayuda y asesoría de expertos para el estudio del territorio ligados al valor biológico, cultural y vinculación con la población, desarrollando un importante trabajo con los vecinos entregándoles información y recopilando firmas para apoyar el proyecto. Sin duda lo que ha dado fuerza a este espacio es el despliegue de vecinos organizados para su rescate y revalorización, los cuales se reconocen dentro de un espacio del que han hecho uso durante generaciones, cabe destacar también que acorde a palabras de uno de los representantes de la Corporación Pulmón Verde, él menciona el hecho de que la lucha partió exclusivamente con el objetivo de rescatar un espacio por el valor social y cultural que este tiene para la comunidad, sin

embargo en el camino se fueron dando cuenta de que había algo que corría más peligro y por lo cual la lucha debía de ser más organizada y firme, es decir el valor del ecosistema y ante lo cual el comité toma un enfoque ecológico como una forma de rescatar este lugar de manera responsable con el mínimo de intervención humana; a su vez según comentarios de representantes del sector, el valor del ecosistema está ligado a una “experiencia contemplativa” del paisaje y la naturaleza, que no tiene que ver exclusivamente con la vista sino que con todos los sentidos e incluso efectos extrasensoriales, siendo un espacio que aporta a la calidad de vida de las personas. Ahora bien, en relación a la valorización del paisaje y la naturaleza, Giner de los Ríos promueve un equilibrio entre “proximidad y lejanía”, en donde la proximidad está determinada por la visión científica, observación que nos acerca hacia la naturaleza -sin destruirla- desde una perspectiva empírica, y lejanía ligada a una contemplación ideal de la naturaleza queriendo preservar su “aurea”<sup>11</sup>, este carácter aurático (relativo al aurea) de la naturaleza y el paisaje es el que les otorga una dimensión cultural.

<sup>11</sup> Aurea: Walter Benjamin acuña el término “aurea” entendiéndolo como una manifestación irrepetible de una lejanía que nos acerca con lo espiritual o con la esencia del objeto, con el ritual y su historia.



Si bien se puede apreciar cierta similitud con el conflicto de las dunas de la punta de Concón, a diferencia de este el parque Reñaca Alto no ha entrado a tribunales, ya que el organismo representativo de este movimiento toma una posición mediadora en el sentido de querer establecer un diálogo directo para orientar a los propietarios a que no inviertan recursos de construcción en el territorio e informarlos sobre el patrimonio ecológico que este contiene, cabe destacar también que estos terrenos a diferencia de las dunas no presentan un valor relevante por su ubicación por lo que de momento no hay planificación urbana o empresarial dentro de ellos, de igual manera recientemente se han iniciado gestiones para realizar un estudio de título para conectar con los propietarios y establecer mesas informativas y de diálogo.

Por otro lado, en cuanto a problemáticas de orden particular está el tema de los basurales clandestinos y legales que atentan contra el ecosistema del lugar siendo potenciales elementos de combustión espontánea y filtración de gases tóxicos como el metano , principalmente el botadero y oleoducto del sector La Jarilla (ubicado en cercanía al sector cerro La Mina del parque) propiedad de la empresa SONACOL (Sociedad Nacional de Oleoductos S.A ), que contiene desechos de construcción y rellenos sanitarios subterráneos actualmente cerrados, que en el año 2001 se detectaron filtraciones de gasolina que afectó a una superficie de 8.000 m<sup>2</sup> del sector de Reñaca Alto que junto con atentar contra diversas especies verdes del lugar contaminó los pozos de abastecimiento de agua de vecinos del sector. En cuanto a los basurales clandestinos estos se han generado en diferentes puntos principalmente en el límite del parque con el área habitacional de Reñaca Alto, ante esta eventualidad vecinos del sector se organizan para realizar limpiezas regulares, además se realizan talleres de títeres reciclados a partir de desechos encontrados

en el lugar como forma de concientizar a los más pequeños para el cuidado de este espacio. Por otro lado, está también la desertificación a la que se ve expuesto el territorio debido al aumento de especies como el eucalipto y pinos, las cuales se hacen con gran parte del agua que llega al lugar, de igual manera rebaños de cabras y ovejas que van a pastar arrasan con la vegetación mientras que cierto grupo de cazadores sin permiso aparecen para montar animales pequeños que conforman la fauna del parque.

### **8.3 Actividades realizadas en el Parque Intercomunal Reñaca Alto**

Dentro de las actividades relativas al parque podemos encontrar las realizadas por la comunidad del sector (Reñaca Alto, Mirador de Reñaca, Glorias Navales y sectores aledaños) y las realizadas por externos que corresponden a eventos puntuales realizados con cierta regularidad en el sector debido a sus condiciones geográficas.

**a.- Actividades realizadas por la comunidad del sector:** Estas actividades corresponden a las realizadas por vecinos del sector las cuales se han transformado en tradicionales y forman parte de la identidad que reconocen los vecinos, algunas de estas actividades se realizan en lugares aledaños al parque, pero son inherentes al mismo en la medida de que el parque también forma parte de la identidad del territorio. Dentro de estas actividades podemos encontrar:

- **Pasacalles:** Realizados por organizaciones del sector durante efemérides como el día de la Tierra, aniversario de Reñaca Alto o como forma de manifestarse. Los pasacalles cuentan con la invitación de diversos grupos culturales de sectores de la

ciudad como Nueva Aurora, Achupallas y Miraflores, además de agrupaciones locales y los vecinos del sector.

- **Cuasimodo:** Actividad religiosa que data del periodo colonial, realizada por el Centro de Acción Social Cuasimodo que convoca a huasos a caballo, automóviles, ciclistas, carros engalanados y la presencia del obispo de Valparaíso. Esta festividad se realiza el segundo domingo de Pascua en donde se lleva la comunión a los enfermos de los sectores de Reñaca Alto, Glorias Navales y Expresos Viña. Cabe destacar la importante influencia que ha tenido comunidad católica en el sector de Reñaca Alto, el cual en sus anales ha contado con la ayuda de la Iglesia a través de diferentes sacerdotes que impulsaron el “cooperativismo” ayudando a que familias en situación de allegados y hacinamiento se pudieran organizar mediante una cooperativa de ahorro para comprar terrenos en el sector de Reñaca Alto.
  
- **Reñaca Rock:** Actividad que va en su segunda versión y es realizada en el sector de La Mina, organizada por La Revuelta (programa radio), Radio Extremo y Abra, que cuenta con el auspicio de la Corporación Pulmón Verde y Acero. Este evento cuenta con la participación de diversas bandas de rock de la región.
  
- **Fiesta Costumbrista:** Realizada como pasacalle que cuenta con la presencia de huasos a caballo, esta actividad es realizada por la Corporación Pulmón Verde y el Centro de Acción Social Cuasimodo.

- **Talleres:** Organizados por la Corporación Pulmón Verde enfocados en colegios, corresponde a taller de huerto y taller de títeres realizados a partir de desechos encontrados en el parque.
  
- **Visitas Guiadas a colegios:** Realizadas por la Corporación Pulmón Verde quienes invitan a colegios del sector a conocer el parque y tomar conciencia sobre el cuidado de su ecosistema.
  
- **Jornadas de Limpieza:** Realizadas dos veces al año por la Corporación y vecinos del sector quienes asisten con bolsas a recoger basura de los vertederos ilegales que hay en el parque. Estas jornadas son acompañadas de otras actividades como batucadas y danza.
  
- **Caminatas guiadas:** Realizadas una vez al mes por la corporación por diferentes zonas del parque, donde se le informa a los asistentes sobre rutas de acceso y para subir al lugar.

**b.- Actividades realizadas por externos:** Estas actividades se realizan con cierta regularidad y no implican necesariamente la participación de la comunidad local. Dentro de estas actividades están:

- **Downhill Reñaca Alto:** Actividad deportiva organizada por el club deportivo de descenso Torquemada DH Team que ya cuenta con su tercera versión, consiste en circuitos de descenso y pistas de carreras para ciclistas, que atrae tanto a deportistas

como espectadores la que además cuenta con el apoyo de vecinos y colegios del sector.

- **Carrera de Galgos:** Realizadas de manera irregular por aficionados y criadores de galgos.
- **Circuito de drones:** Gracias a las características geográficas del lugar es que recientemente se han realizado carreras y práctica de manejo de drones de manera cada vez más frecuente.

# Moodboard Parque Reñaca Alto



## Mapa Stakeholders Parque Reñaca Alto

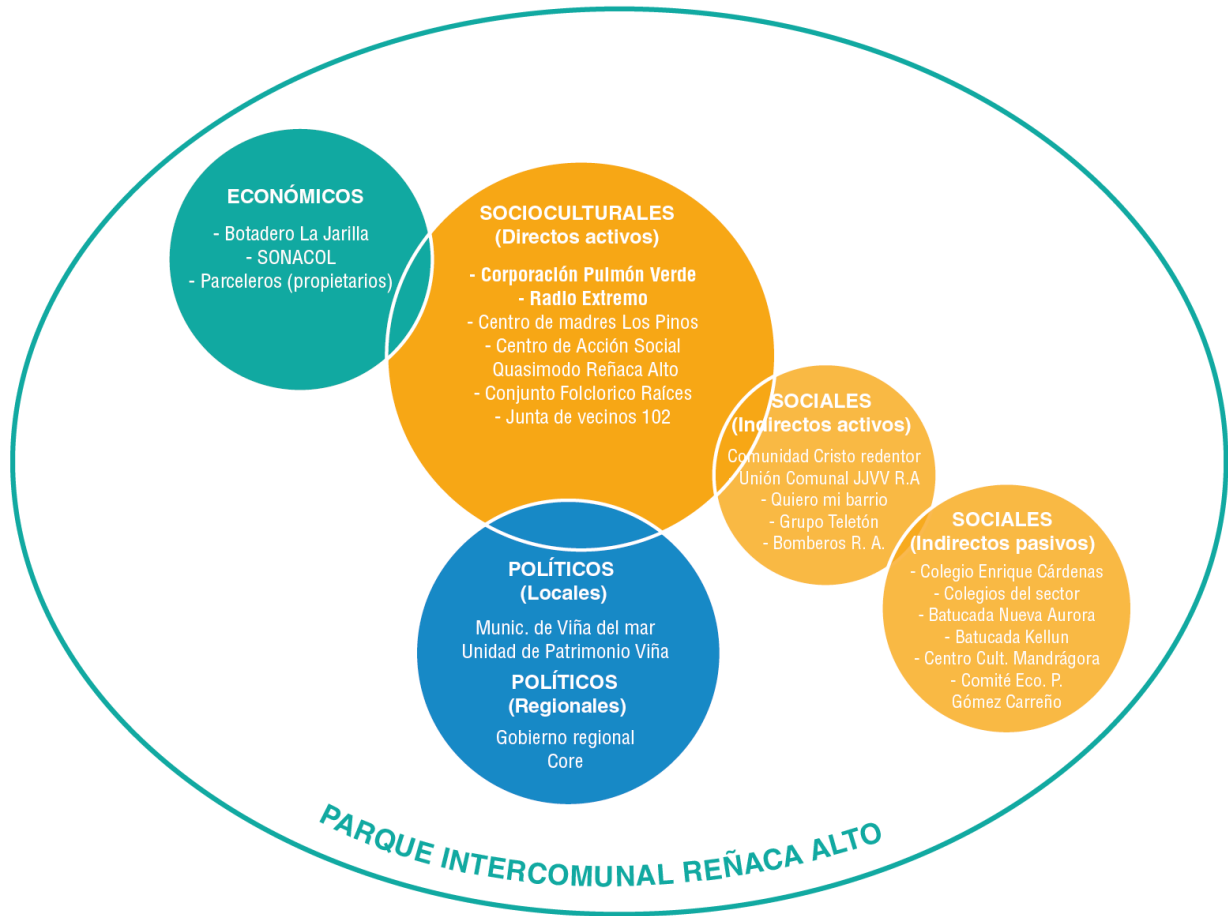


Figura 6. Mapa de stakeholders Parque Reñaca Alto. Elaboración propia

## Mapa de actores Museo Fonck y Parque Intercomunal Reñaca Alto (visión macro)



Figura 7. Mapa de stakeholders Museo Fonck. Elaboración propia

## 8.4 Benchmarkin Funcional

Bajo esta herramienta se propone analizar casos que permitan identificar los siguientes puntos:

- 1.- **Flujo de trabajo:** Identificar etapas claves para la ejecución (planificación).
- 2.- **Enfoque:** Identificar a quienes está dirigido y sus objetivos.
- 3.- **Actores claves:** Identificar como se vinculan los actores claves.
- 4.- **Alcances:** Determinar los alcances y el impacto en la comunidad.
- 5.- **Propuesta de valor:** Identificar la propuesta única de valor.

En cuanto a los casos estos han sido seleccionados en base a su modelo de funcionamiento y son: Fundación Mi Parque (Chile), Ecomuseo Binacional de Itaipu (Brasil – Paraguay) y el High line Park, New York (EEUU).

## Caso 1:

### Fundación Mi Parque (Chile)



#### Descripción del caso:

Proyecto que nace en 2007 de la mano de los arquitectos Julio Poblete y Martín Andrade quienes se percataron de que tanto el estado como organismos de la sociedad civil se ocupaban de desarrollar proyectos habitacionales y no así de mejorar el entorno urbano de los mismos, es por ello que nace la iniciativa para mejorar las áreas verdes en barrios principalmente pobres que carecen de estos espacios, esto a través de un enfoque participativo para la administración de espacios públicos que compromete a vecinos, voluntarios, socios, empresas privadas y organismos públicos. Este enfoque participativo entre diferentes sectores ha sido vital para contribuir a fortalecer la colaboración al interior de los barrios y el empoderamiento de los vecinos respecto al lugar donde viven y a la comunidad a la que pertenecen.

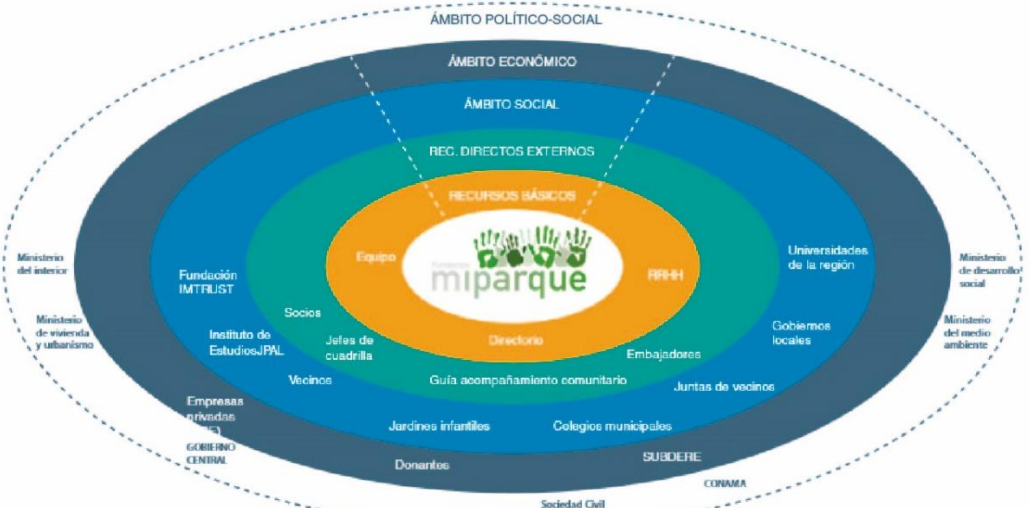
En los últimos años la fundación se ha propuesto también ser un aporte respecto a “cómo debemos construir la ciudad y barrios de calidad y sustentables”, siendo partícipe de

manera indirecta en el debate de políticas públicas relacionadas; así como también mediante la construcción de áreas verdes se ha podido mejorar el ambiente urbano en los barrios favoreciendo la integración social.

Cabe destacar que la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha reconocido la importancia de contar con áreas verdes para mejorar la calidad de vida de las personas, por lo cual se recomienda un estándar de 9 m<sup>2</sup>/habitante como mínimo; en el caso de Chile el promedio se encuentra por debajo de este estándar, en donde por ejemplo en la región de Arica hay 0,7 m<sup>2</sup> de áreas verdes por habitante, en la región metropolitana hay un promedio de 3,4 m<sup>2</sup> por habitante, siendo la región del Maule una de las que más se acerca al estándar de la OMS con un 7,2 m<sup>2</sup> de áreas verdes por habitante. Por otro lado es importante considerar que en nuestro país la definición para el **concepto de “área verde”** se encuentra en la Ley de Urbanismo y Construcción en su Ordenanza General, la cual lo define como “superficie de terreno destinada preferentemente al esparcimiento o circulación peatonal, conformada generalmente por especies vegetales y otros elementos complementarios”, la cual se puede complementar con la aportada por la Comisión Nacional del Medio Ambiente que agrega que son espacios urbanos o de periferia a éstos, predominantemente ocupados con árboles, arbustos o plantas, que pueden tener diferentes usos, ya sea para cumplir funciones de esparcimiento, recreación, ecológicas, ornamentación, protección, recuperación y rehabilitación del entorno o similares, dicha definición aporta una dimensión ecológica.

## FUNDACIÓN MI PARQUE

<b>Flujo de trabajo</b>	<p>Consta de 5 etapas:</p> <p><b>1.- Selección de terreno y comunidad:</b> Etapa que involucra un trabajo directo con la municipalidad para identificar terrenos y comunidades que necesiten la transformación de sus espacios; en esta etapa el municipio se compromete a desplegar recursos para la posterior mantención de la nueva área verde.</p> <p><b>2.- Búsqueda de financiamiento:</b> Ya sea por medios digitales como su sitio web donde las empresas se pueden inscribir para financiar proyectos, así como particulares pueden donar dinero o terrenos. En esta etapa se busca financiamiento del sector público y privado, una vez conseguido se dialoga con la comunidad para comenzar a realizar el proyecto, siendo la comunidad parte clave para el proceso participativo posterior.</p> <p><b>3.- Diseño Participativo:</b> Consta de 4 reuniones con los actores directos, en las cuales en una primera instancia se da a conocer la fundación y sus proyectos más relevantes, para despejar dudas con los actores; luego en una segunda reunión se hace el diagnóstico del lugar y se detallan posibles soluciones según el caso. En una tercera junta la fundación realiza una propuesta contemplando las necesidades y testimonio de los vecinos y en una última instancia se muestra el proyecto acabado para dar inicio a su construcción. De igual manera se realizan talleres para conocer la identidad del barrio su historia, los sueños y necesidades de su comunidad para esta área verde.</p> <p><b>4.- Construcción participativa:</b> Sea realiza en una jornada e implica el trabajo de todos los actores (vecinos, gobierno local, empresa financista, Mi Parque y voluntarios). Esta etapa es una de las más relevantes, ya que es cuando se ve materializado todo el proceso del cual la comunidad se hizo partícipe.</p> <p><b>5.- Acompañamiento comunitario y seguimiento:</b> Luego de la construcción la comunidad es capacitada para mantener el cuidado del espacio y se compromete con la mantención del mismo -en términos de orden-, mientras que la municipalidad se encarga de desplegar recursos que permitan asegurar la permanencia del área verde. De igual manera la fundación realiza visitas para corroborar el funcionamiento del espacio.</p>
-------------------------	---

<p><b>Enfoques</b></p>	<p><u>Objetivos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la calidad de vida en barrios vulnerables a través de un proceso de diseño, construcción y activación de áreas verdes.</li> <li>- Crear sentido de pertenencia en las personas con su barrio (territorio) y fomentando un vínculo con la comunidad (vecinos).</li> <li>- La fundación tiene un enfoque participativo que busca hacer partícipe a los vecinos y entidades hacia la toma de decisiones del espacio en el que habitan</li> </ul> <p><i>Target: juntas de vecinos, jardines infantiles, colegios, vecinos</i></p>
<p><b>Actores clave</b></p>	 <p>El diagrama muestra una estructura de actores clave organizada en niveles concéntricos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Núcleo central:</b> miparque (logotipo con manos verdes).</li> <li><b>Nivel interno:</b> Equipo, Dirección, Embajadores.</li> <li><b>Nivel medio:</b> REG. DIRECTOS EXTERNOS, RECURSOS BÁSICOS.</li> <li><b>Nivel externo:</b> SOCIO, Jefa de cuadrilla, Vecinos, Guía acompañamiento comunitario, Juntas de vecinos, Jardines infantiles, Colegios municipales, Donaritos, Sociedad Civil (Chile), CONAMA.</li> <li><b>Ámbitos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ÁMBITO SOCIAL: Universidades de la región, Gobiernos locales.</li> <li>ÁMBITO ECONÓMICO: Empresas privadas, GOBIERNO GENERAL.</li> <li>ÁMBITO POLÍTICO-SOCIAL: Ministerio del interior, Ministerio de vivienda y urbanismo, Instituto de Estudios UPAU, Ministerio de desarrollo social, Ministerio del medio ambiente.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Alcances</b></p>	<p>Apuntando a la sostenibilidad la fundación ha generado proyectos con incidencia positiva en la vida de las personas donde se destacan los siguientes logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminución en un 17% la presencia de basura en los barrios, 31% los rayados callejeros, 12% peleas y un 10% los asaltos.</li> <li>- Aumento en un 14% la participación de la comunidad, 9% la sensación de seguridad y en un 76% el uso de las plazas creadas por la fundación.</li> </ul>
<p><b>Propuesta de valor</b></p>	<p><b>Modelo participativo</b> donde la fundación actúa como puente vinculando a comunidades (vecinos, jardines infantiles, escuelas públicas), organismos públicos, empresas privadas (financiadores) y la sociedad civil (voluntarios y socios); para generar espacios urbanos que apunten a mejorar la calidad de vida de las personas, generando pertenencia hacia el territorio y la comunidad, a la vez</p>

que ofrece a las empresas generar vínculos de confianza con la comunidad y que permite establecer un punto de debate en torno a la construcción de espacios de hábitat sustentables. <b>Este modelo se basa principalmente en la observación en terreno con los vecinos (actores directos)</b>
--

**Caso 2:  
Ecomuseo Itaipu (Brasil-Paraguay)**



**Descripción del caso:**

El Ecomuseo de Itaipú fue creado por la empresa Binacional Itaipú (Brasil-Paraguay), dueña de la represa hidroeléctrica ubicada en la misma ciudad, la cual dicho sea de paso abastece al 19% del mercado brasileño y el 77% del mercado de Paraguay, siendo una de las mayores plantas de electricidad limpia y renovable del mundo.

En 1975 la localidad propone en el Plan Básico de Conservación del Medio Ambiente la creación de un museo como medida para paliar el impacto de la construcción de la usina,

para lo cual años más tarde en 1987 se crea el **Ecomuseo de Itaipú** con los objetivos de servir a la investigación, conservación, interpretación, preservación y explicación de los elementos culturales y naturales relativos (reconocidos como patrimonio) a la región donde se articulan el **territorio, patrimonio y la comunidad**.

La “binacionalidad” de este ecomuseo -y de la hidroeléctrica en cuestión- obedece a la historia del lugar, la cual desde 1872 comprende una serie de tratados limítrofes entre Paraguay y Brasil que buscaban establecer la administración del territorio en base a la riqueza del mismo; dichos tratados derivaron en negociaciones entre los ambos países que dieron firma al “Tratado de Itaipú” en 1973, para aprovechar los recursos hidroeléctricos, al año siguiente se crea la planta Binacional Itaipú. De igual manera este proyecto implicaba por un lado un considerable desarrollo económico para Paraguay y por el otro promovía dependencia económica de este país hacia Brasil eliminando la hegemonía que Argentina tenía sobre Paraguay.

Si bien el ecomuseo rescata la historia de la conformación del lugar ligada a su valor y conformación como espacio de producción de energía, también rescata la identidad del lugar, en donde hacia 1982 vivían 13 familias indígenas Avá-Guaraní (etnia asentada entre los países: Bolivia, Argentina y Paraguay, quienes acostumbran a migrar), las cuales fueron trasladadas a la “Reserva Indígena del Ocoy”, la que dicho sea de paso actualmente conforma una propuesta de turismo sustentable.

### **Propuesta turística:**

La propuesta turística del ecomuseo, enraizada bajo al alero de la planta binacional Itaipú, su construcción e historia, implica el potenciamiento de toda una región que

comprende los países de Brasil y Paraguay, rescatando la **identidad indígena** Avá-Guaraní, el **progreso económico**, el cual tiene que ver con la construcción de pueblos y comunidades las cuales se formaron con la creación de la planta hidroeléctrica, este hecho se integró de manera orgánica como un aspecto más de la identidad del territorio y a su memoria.

Algunos hitos turísticos importantes de esta región son:

- Reserva Indígena del Olcoy (Brasil), comprende una reserva Avá-Guaraní 250 hectáreas, que cuenta con apoyo técnico y financiero de Binacional Itaipú, la cual se creó en 1982 para reinserción de la comunidad indígena de Jacutinga. Este polo comprende una propuesta de turismo sustentable para el territorio y sus habitantes.
- Puerto Iguazú (Argentina), esta ciudad nace como atractivo turístico a partir de un proceso de transferencia de tierras fiscales al ámbito provincial lo que dio paso a la instauración de diversos hoteles. El territorio es habitado por la comunidad Mbya Guaraní y alberga a atractivo turístico Iguazú-Cataratas.
- *Foz de Iguazu* (Brasil), ubicada a 40 minutos del Puerto Iguazú, ha sido una de las localidades que se ha beneficiado directamente del progreso de la planta hidroeléctrica Itaipú, la cual se encuentra ubicada en esta ciudad además del ecomuseo Itaipú.
- Áreas silvestres protegidas de Itaipú, se encuentran ubicadas a los alrededores de la planta, dentro de las que se encuentran los refugios biológicos de: Tati Yupí (Paraguay), Pikiry (Paraguay), Capará (Paraguay), Mbaracayú (creada para mediar problemas limítrofes entre Paraguay y Brasil). Las reservas biológicas de Itabó (Paraguay), Limoy (Paraguay) y la Reserva Natural Yvity Rokái.

### Mapa del lugar y alrededores:



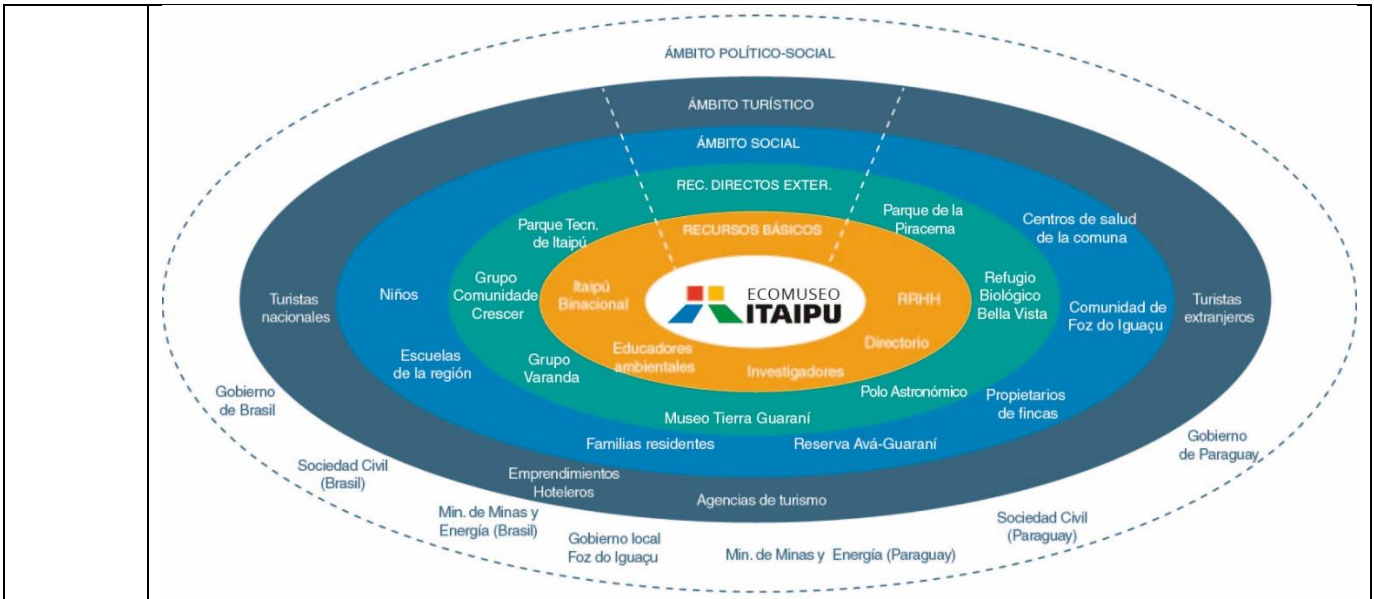
- 1) Centro de recepción de visitantes
- 2) Parque de Piracema
- 3) Mirador do Vertedouro
- 4) Estación Catedral
- 5) Cota 225 (Estación Barragem de Concreto, donde el río Paraná sigue su curso)
- 6) Presa de enrutamiento
- 7) Mirador Central
- 8) Puerto Kattamaram
- 9) Refugio Biológico Bela Vista
- 10) Ecomuseo Itaipú

11) Parque Tecnológico de Itaipú / Espaço do Barrageiro

12) Polo Astronómico

<b>ECOMUSEO ITAIPÚ (BRASIL-PARAGUAY)</b>	
<b>Flujo de trabajo</b>	<p><b>Creación del ecomuseo y desarrollo territorial:</b></p> <p><b>1.-Desarrollo urbano e identificación de hitos turísticos:</b> Luego del inicio de la construcción de la hidroeléctrica en el 66; a fines del año 70 con la llegada de los trabajadores de la planta y sus familias, las ciudades de la ribera del río Paraná experimentan un rápido crecimiento, el cual conlleva a una mayor difusión de estas localidades y al reconocimiento de ciertos lugares como las Cataratas del Iguazú y <i>Sete Quedas</i> como atractivos naturales, es que estas ciudades comienzan a adquirir un <b>valor turístico</b>. De igual manera esta inmigración contribuyó al fortalecimiento de la <b>identidad de la región con enfoque turístico</b>.</p> <p><b>2.- Establecimiento de espacios de diálogo entre localidades:</b> La conformación de la historia y geografía del territorio, definen la cotidianidad de la región, estableciendo espacios de entendimiento dentro de este territorio transfronterizo.</p> <p><b>3.- Conservación del medio ambiente:</b> La región se compone de tierras fértiles, dentro de la cual se realizaron estudios ambientales, investigaciones arqueológicas, se instauraron programas de sostenibilidad ambiental y estudios de rutas migratorias,</p> <p><b>4.- Creación del Ecomuseo Itaipú:</b> El museo nace desde la necesidad dar cuenta de la historia de la región ligada desde el fortalecimiento de la identidad del territorio dada por la migración de los trabajadores de la planta y la coexistencia con las comunidades indígenas del lugar (las cuales por su naturaleza migrante fueron reinsertadas en reservas y aldeas aledañas), que con la convivencia de ambos a lo largo del tiempo origen a un imaginario nacionalista, el cual en conjunto con el progreso económico, social y turístico que traería consigo la hidroeléctrica y la riqueza geográfica, dieron lugar al construcción histórica del lugar (mostrada de manera horizontal en donde se exhiben restos de los primeros habitantes del lugar, en conjunto con el poderío de las máquinas industriales, dando cuenta del traspaso de estos aborígenes hacia el progreso del futuro) y que hoy forman parte del acervo del ecomuseo.</p>

	<p><b>5.- Responsabilidad social:</b> Dentro las actividades de responsabilidad que asume el ecomuseo, que se engloban dentro del conjunto de prácticas que desarrolla en la región la Binacional Itaipú, están los programas de educación ambiental (destinados a niños, jóvenes y adultas, impartidos por organizaciones especializadas) y la valorización patrimonial rescatando, valorizando, preservando y difundiendo el patrimonio histórico cultural, técnico-científico y ambiental.</p> <p><b>6.- Circuito turístico:</b> El ecomuseo se instala dentro de lo que compone un circuito turístico compuesto por Paraguay, Argentina y Brasil. El dialogo cotidiano ha permitido a las comunidades limítrofes trabajar bajo un mismo enfoque. Tanto la geografía, la tecnología, la flora y fauna y la comunidad forman parte del conjunto de valores turísticos que la región ofrece, el cual a su vez a permitido la sustentabilidad económica para sus habitantes.</p>
<b>Enfoques</b>	<p><u>Objetivos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomentar la educación ambiental, siendo un espacio educativo para la comunidad y los visitantes, promoviendo una conciencia ecológica (proyecto Eureka, proyecto Varanda, <i>Grupo Comunidade Crescer</i>, Acción Ciudadana Ciudadã, entre otros).</li> <li>- Contribuir a la valorización del patrimonio de la región, realizando acciones de conservación y el rescate y socialización de la momoria y cultura institucional y regional, realizando estudios y exponiendo temas socioambientales.</li> </ul> <p><b>Target:</b> <i>Escuelas de la región, niños, familias residentes, turistas nacionales, turistas extranjeros</i></p>
<b>Actores clave</b>	



**Alcances**

- Con el objetivo de contribuir al bienestar social de la comunidad, el ecomuseo de Itapu tiene como socios y beneficiarios **directos** a las instituciones privadas y públicas y a asociaciones de artistas, funcionarios de 29 secretarías de Cultura y Educación de la región de la Cuenca del Paraná 3, quienes representan a la comunidad regional, Centros de Cultura, Museos, entre otras instituciones. De manera **indirecta** también busca beneficiar a turistas nacionales y extranjeros que visitan el lugar.
- El ecomuseo ha ayudado y facilitado a la conformación de la “Red Regional de Cultura, Memoria y Museos”, la cual comprende actores de instituciones públicas y privadas y de la hidroeléctrica Itaipú binacional. Además de contribuir al rescate de la memoria de la región.

**Propuesta de valor** **Modelo integrador** encabezado por la hidroeléctrica Itaipú Binacional que incorpora a actores de instituciones públicas y privadas, representantes de la comunidad y otros actores relevantes que velan por la sustentabilidad del territorio y la comunidad. Uno de los enfoques del ecomuseo como proyecto ha sido el potenciar el **valor turístico del territorio con énfasis en el desarrollo regional**, educando a las personas y conservando el ecosistema y poniendo en valor la memoria del lugar. De igual manera dentro de la propuesta turística Itaipú vincula tres ejes que son: **el ecosistema local, la identidad indígena, y el progreso** (representado por la misma planta hidroeléctrica, la cual forma parte de las 7 maravillas del mundo moderno<sup>12</sup>). Estos dos últimos se vinculan bajo lo que el ecomuseo define como la **memoria del territorio**.

<sup>12</sup> (1994). *Seven Wonders*. ASCE American Society of Civil Engineers Estados Unidos. Recuperado de <https://web.archive.org/web/20100706043827/http://www.asce.org/Content.aspx?id=2147487309>

### Caso 3:

#### Intervención Urbana: Proyecto High Line, New York (EEUU)

#### Descripción:



El proyecto Parque High Line de Nueva York, nace en 1999 de la mano de Joshua David and Robert Hammond, vecinos del lugar quienes crean la fundación *Friends of the High Line*, que nace para el rescate de la High Line, línea férrea construida en los años 30 en Manhattan, la cual se encontraba deteriorada desde la salida del último tren en los años 80. Esta organización surge desde el ímpetu de vecinos del sector para el rescate de la línea en base su valor de histórico para la ciudad, a su vez la comunidad distingue a este espacio como un elemento que aporta a la identidad del lugar y como un “hito verde” dentro de la ciudad que contribuye al desarrollo del barrio. Además de preservar la biodiversidad que floreció a partir de la inutilización de la línea como plataforma de transporte.



grandes rascacielos que rodean el lugar, dentro de esta sección se encuentra los atractivos de *Woodland Flyover* y *el 10th Avenue Cutout*. Una tercera sección fue abierta en 2014 abarcando desde *West 30th St hasta West 34th St*.

Uno de los grandes aportes del parque ha sido hacia el desarrollo urbano del barrio aumentando el valor inmobiliario del lugar, además del aporte al valor turístico, como espacios de esparcimiento y recreación, y cultural que incorpora escenarios de arte y espacios de expresión artística, manteniendo un enfoque “verde” que respeta la flora natural que nace del lugar mediante el diseño de espacios que permitan su crecimiento.

<b>HIGH LINE PARK NEW YORK (ESTADOS UNIDOS)</b>	
<b>Flujo de trabajo</b>	<p><b>Creación del High Line Park:</b></p> <p><b>1.- Gestión para rescate del lugar:</b> A fin de los años 90 un grupo de residentes del barrio de Chelsea, quienes ven el aporte al desarrollo del vecindario que la línea podría aportar, forman la fundación <i>Friends of the High Line</i> para el rescate y revaloración de este espacio, el cual corría el riesgo de ser demolido. En su lugar le fundación propuso el desarrollo de un parque urbano que además pudiera aumentar el valor inmobiliario del vecindario, para ello solicitaron el apoyo de importantes congresistas y figuras. La idea de parque surge principalmente del follaje que creció desde el desuso de la línea.</p> <p><b>2.- Concurso de ideas:</b> Con el convencimiento del alcalde de la ciudad se desarrolla un concurso de ideas para el diseño del High Line, donde llegan más de 720 propuestas.</p> <p><b>3.- Recaudación de fondos para el parque:</b> Con el compromiso de subvención de una parte del proyecto por parte del alcalde, la fundación se propuso realizar campañas para recaudar el dinero restante convocando a importantes figuras públicas.</p> <p><b>4.- Selección del proyecto para el parque urbano:</b> La fundación convoca a un concurso donde se evalúan diferentes puntos para que el desarrollo del proyecto sea ejecutable, viable y factible, evaluando el diseño arquitectónico y el financiamiento de este.</p>

	<p><b>5.- Alianza entre diferentes sectores:</b> La transformación del High Line ha requerido del trabajo en conjunto entre organismos públicos y privados, obedeciendo también a los intereses políticos y de la ciudadanía. Dicha labor ha estado a cargo entre la <i>Friends of the High</i> y la oficina de planeación urbana de Nueva York, cuidando siempre de mantener un proceso de trabajo participativo e integrador entre el gobierno a los habitantes.</p>
<p><b>Enfoques</b></p>	<p><u>Objetivos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear una experiencia de espacio público urbano, teniendo como objeto central los atributos paisajísticos del espacio, tomando en cuenta a este como parte de la narrativa histórica del lugar.</li> <li>- Incorporar diferentes escenarios de arte y expresión urbana</li> <li>- Contribuir al valor inmobiliario, turístico y cultural de los barrios.</li> </ul> <p><b>Target:</b> Comercio local, vecinos del barrio, habitantes de la ciudad, turistas, organizaciones ciudadanas, gobierno local, empresas del sector, entidades culturales y artísticas, empresas inmobiliarias.</p>
<p><b>Actores clave</b></p>	
<p><b>Alcances</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El High Line Park ha contribuido a aumentar el valor inmobiliario del barrio, aumentando los ingresos al sector (alrededor de \$900 millones de dólares).</li> <li>- Gracias a su enfoque como espacio artístico-cultural, ha contribuido a la mejora de la calidad de vida de los vecinos y a la apertura de un foco turístico en la zona.</li> </ul>
<p><b>Propuesta de valor</b></p>	<p><b>Modelo de alianzas interdisciplinarias público-privada</b> guiado por la <i>Friends of the High</i> donde se incorporan diferentes actores en diferentes etapas del proyecto para la recuperación de un espacio con valor</p>

	<p>histórico e identitario para la ciudad. Dentro de los conceptos de identidad para este espacio se encuentra el arte, la cultura y la ecología.</p> <p>A su vez el proyecto ha sido replicado en parques como el Petite Ceinture en Paris, el proyecto Chapultepec en Ciudad de México y el Camden Highline en Londres. De igual forma ha generado ingreso de alrededor de \$900 millones de dólares, además de aumentar el valor inmobiliario y la ofertar turística y cultural para el sector.</p>
--	--

### 8.5 Matriz FODA Museo Fonck

<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El museo puede acoger a una cantidad limitada de personas.</li> <li>- Financiamiento irregular por parte de la municipalidad, ya que al ser una corporación privada sin fines de lucro, la subvención que recibe por parte del gobierno local no siempre es la misma.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sector tecnológico (apps y sistemas) vulnerable a la aparición de constantes nuevos competidores.</li> <li>- Sector de rápido cambio y obsolescencia en caso de nula actualización.</li> <li>- Escasa inversión en Chile en investigación y desarrollo (0,37% del PIB año 2016)<sup>13</sup>.</li> </ul>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran compromiso del equipo de trabajo del museo.</li> <li>- Experiencia previa del museo en el desarrollo de proyectos en conjunto con diversos actores.</li> <li>- Interés del museo en desarrollar actividades que aporten a la experiencia de los visitantes.</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reciente tendencia de los museos europeos, por ejemplo el Louvre y Reina Sofía, de arrendar sus espacios a externos (para conferencias, charlas, etc.) como forma de obtener recursos extras y como estrategia de MKT.</li> <li>- Fondo para el Mejoramiento Integral de Museos (FMIM), destinado a los establecimientos que no reciben financiamiento directo del estado.</li> </ul>

<sup>13</sup> Guardia, A. (25 de marzo de 2019). Chile sin presencia mundial en tecnología. El Mostrador. Recuperado de <https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2019/03/25/chile-sin-presencia-mundial-en-tecnologia/>

## Análisis de Escenarios

### a.- Factores Claves:

**Factor 1:** Trabajo colaborativo entre el Museo Fonck y Parque Pulmón Verde, Reñaca Alto.

**Factor 2:** Definición de procesos.

**Factor 3:** Creación de experiencia y rescate.

### b.- Proyecciones Futuras:

<b>Factor 1</b>	a) Que el Corporación Pulmón Verde y el equipo del Museo Fonck se puedan organizar mediante mesas de trabajo. b) Que el equipo del Museo Fonck y la Corporación Pulmón Verde no puedan generar instancias de trabajo.
<b>Factor 2</b>	a) Se debe definir una carta Gantt aclarando procesos, etapas y delimitando el tiempo de cada una. b) No se logran definir procesos ni etapas del proyecto dentro de un periodo de tiempo.
<b>Factor 3</b>	a) Que tanto el museo como la corporación identifiquen y definan escenas e hitos dentro del parque. b) Que ambos actores no lleguen a resolución sobre la identificación y definición de hitos y escenas dentro del parque.

**c.- Escenarios**

<b>Escenario 1</b>	
<b>Factor 1</b>	a) Que el Corporación Pulmón Verde y el equipo del Museo Fonck se puedan organizar mediante mesas de trabajo.
<b>Factor 2</b>	a) Se debe definir una carta Gantt aclarando procesos, etapas y delimitando el tiempo de cada una.
<b>Factor 3</b>	a) Que tanto el museo como la corporación identifiquen y definan escenas e hitos dentro del parque.
<b>Escenario 2</b>	
<b>Factor 1</b>	b) Que el equipo del Museo Fonck y el Corporación Pulmón Verde no puedan generar instancias de trabajo.
<b>Factor 2</b>	b) No se logran definir procesos ni etapas del proyecto dentro de un periodo de tiempo.
<b>Factor 3</b>	b) Que ambos actores no lleguen a resolución sobre la identificación y definición de hitos y escenas dentro del parque.
<b>Escenario 3</b>	
<b>Factor 1</b>	b) Que el equipo del Museo Fonck y el Corporación Pulmón Verde no puedan generar instancias de trabajo.
<b>Factor 2</b>	a) Se debe definir una carta Gantt aclarando procesos, etapas y delimitando el tiempo de cada una.

<b>Factor 3</b>	b) Que ambos actores no lleguen a resolución sobre la identificación y definición de hitos y escenas dentro del parque.
-----------------	---

#### Escenario 4

<b>Factor 1</b>	a) Que el Corporación Pulmón Verde y el equipo del Museo Fonck se puedan organizar mediante mesas de trabajo.
<b>Factor 2</b>	b) No se logran definir procesos ni etapas del proyecto dentro de un periodo de tiempo.
<b>Factor 3</b>	a) Que tanto el museo como la corporación identifiquen y definan escenas e hitos dentro del parque.

## 10. Proyecto estratégico

### 10.1 Posibles lugares donde puede vivir el proyecto

A continuación se define el siguiente modelo que se propone replicar en diferentes contextos, por ejemplo en la empresa automotriz Dercos, la cual tiene presencia en Chile, Bolivia, Perú y Colombia y que en nuestro país cuenta con 140 sucursales a lo largo del territorio.

**Mapa modelo del proyecto basado en los conceptos de experiencia, intervención y vinculación:**

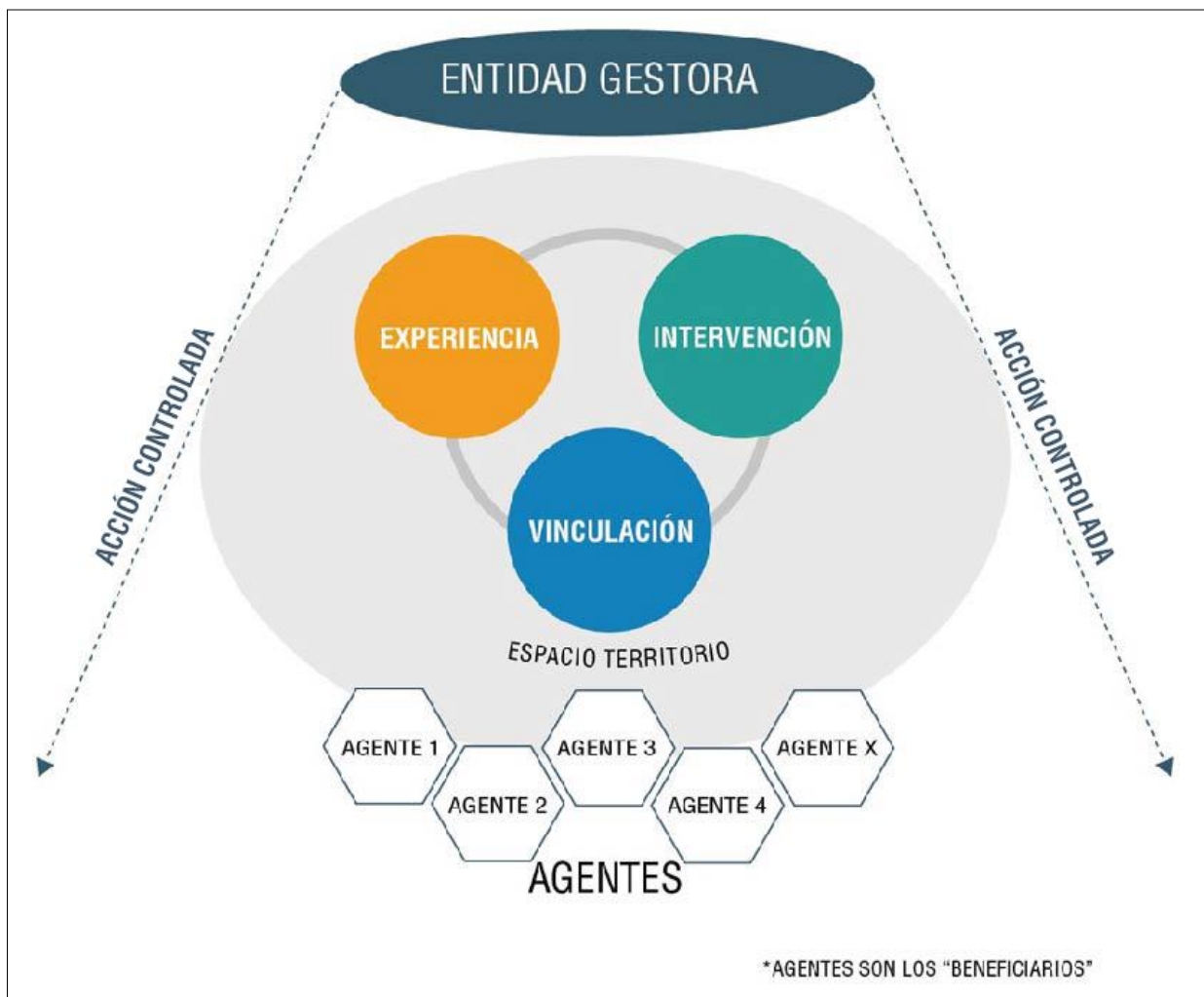


Figura 8. Modelo del proyecto, elaboración propia.

## 10.2 Sobre el modelo:

El modelo toma en cuenta dos entes o actores principales por un lado la entidad gestora, que es quien ejecuta el proyecto, y por el otro los agentes de dicho proyecto. Estos actores pueden estar vinculados por ejemplo mediante una relación de concesión en el que la entidad gestora otorga la administración de bienes, recursos o servicios a un segundo actor o actores (agentes), los cuales operan o se vinculan a un lugar o espacio determinado, definido en el diagrama como “Espacio territorio”, estos agentes toman también el reconocimiento con el que cuenta la entidad gestora, cierta exclusividad en una zona determinada y mantienen su política de exhibición de los productos o servicios en las mismas condiciones que indica la entidad gestora, como se ve reflejado en el caso de Derco y sus concesionarios en la V región.

Ahora bien, el modelo se propone en base a acciones, en las cuales la entidad gestora interviene dentro de un territorio bajo los conceptos de “Experiencia, Intervención y Vinculación”, mediante el trabajo con los agentes quienes operan en un territorio o espacio determinado, esto para que la entidad pueda reafirmar su **vinculación con la comunidad**, por ejemplo mediante estrategias de activación de marca dentro del territorio, siendo también un aporte para los agentes. Como se muestra en la figura N°9, mediante los conceptos anteriormente mencionados se generan tres etapas de un metaproyecto, las cuales consisten en tres estrategias (acciones): desarrollo de una experiencia de puesta en valor, la generación de un producto para realizar un acto de intervención y rescate y un plan de comunicación para los agentes, que recordemos son quienes operan directamente en el territorio. De lo anterior podemos decir que el modelo se enfoca hacia todas aquellas entidades que pretendan vincularse o reafirmar su presencia dentro de un espacio o territorio determinado sea para una relación indefinida o de largo tiempo, como el caso de

las concesión, o un proyecto en particular, con un segundo actor o espacio (denominado anteriormente como agente) que ya cuenta con presencia en dicho territorio, todo ello vinculado mediante estrategias basadas en los conceptos descritos anteriormente; ejemplo de esto último es el caso particular de este documento, que toma al Museo Fonck como “entidad gestora”, esto basado en una de sus principales problemáticas que es la escasa vinculación que tiene con el territorio viñamarino, y por el otro lado el “agente” principal que sería el Parque Reñaca Alto, el cual es un terreno que a pesar de estar grabado como parque desde el 2013 por la Contraloría General de la República, se encuentra en riesgo por diferentes vectores que lo acechan, como la contaminación del suelo, constantes incendios forestales provocados y espontáneos y vertederos clandestinos que aparecen cada cierto tiempo en sectores aledaños. Cabe destacar que por diversas razones este espacio no puede ser intervenido directamente y cuenta con escaso conocimiento de su existencia por parte de la comunidad de Viña del Mar; es por ello que tomando estos antecedentes –por un lado la problemática del Museo Fonck y por el otro las del parque- es que nace el modelo como forma en la cual es museo se pueda intervenir a través de este parque sin recurrir a una injerencia del mismo, sino que más bien desde una “acción controlada” que recurre al rescate y puesta en valor de este espacio a través del desarrollo de una experiencia basada en el ecosistema del parque, bajo la cual mediante el trabajo en conjunto entre la Corporación Pulmón Verde y el Museo Fonck se propone también como proyección futura desarrollar señalética que dé cuenta de este espacio, dando cuenta así de un vínculo del museo con la comunidad local.

## Aplicación esquema de etapas del proyecto en Derco



Figura 9. Muestra etapas y propuestas de actividades del modelo tomando como posible caso empresa Derco y un concesionario de la quinta región.

## Breve descripción de la empresa DERCO



Foto: Imagen concesionario Derco. Entrada Salón Renault/Mazda, sucursal Suzuval Valparaíso [imagen].

Recuperado de <https://suzuval.cl/sucursales.html>

Derco es una empresa chilena del rubro automotriz fundada en 1959, que representa a las marcas automotrices Suzuki, Mazda, Renault, Jac, Haval, Great Wall y Changan; además de la firma de maquinaria JCB.

La empresa cuenta con operaciones en países como Chile, Perú, Bolivia y Colombia. En el caso de nuestro país posee 140 concesionarios; en el caso de la quinta región las empresas Aspillaga y Hornauer y Suzuval, son quienes de manera separada representan a Derco y sus respectivas marcas contando cada uno con 5 sucursales a lo largo de la V región, en ambos casos los concesionarios mantienen la gráfica comunicacional Derco al tiempo que también buscan diferenciarse mediante su propia comunicación.

## Canvas Concesionario Derco V región

ALIADOS CLAVE	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suzuki</li> <li>- Mazda</li> <li>- Renault</li> <li>- Changan</li> <li>- JAC</li> <li>- Haval</li> <li>- Great Wall</li> <li>- JCB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Xcel, PureGuard, Pennozoil, ELF y Mobil (alianza para venta de lubricantes)</li> <li>- Neumáticos Hankook</li> <li>- Agencia de publicidad externa</li> <li>- Ipol (empresa de pantallas publicitarias)</li> <li>- AMICAR (empresa financista)</li> <li>- Sanity System</li> </ul>
ACTIVIDADES CLAVE	RECURSOS CLAVE
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Venta de vehículos nuevos</li> <li>- Venta de vehículos usados</li> <li>- Venta de maquinarias</li> <li>- Servicio técnico</li> <li>- Desabolladura y pintura</li> <li>- Venta de seguros</li> <li>- Venta de accesorios y repuestos</li> <li>- Venta de Lubricantes (DercoParts)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sucursales</li> <li>- RRHH</li> <li>- Marcas (vehículos y maquinarias)</li> <li>- Repuestos y accesorios</li> <li>- Personal especializado</li> </ul>
PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE
 <p>Bajo el lema “Vamos por Más”, nos instalamos a la vanguardia a nivel regional en cada una de nuestras áreas de negocio, promoviendo el máximo potencial en cada una de las marcas que representamos. El espíritu que nos inspira como organización, nos motiva a movernos hacia un objetivo común: entregar soluciones eficientes, útiles, oportunas y precisas a las necesidades de nuestros clientes, buscando sorprenderlos. Junto con ello, nos orientamos al crecimiento y mejora continua, tanto de nuestras personas como de los diferentes negocios donde participamos.</p>	<p>Nos relacionamos ofreciendo integridad, respeto, pasión y excelencia a nuestros clientes.</p>
	CANALES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Red de concesionarios</li> <li>- Sitio web</li> <li>- Redes sociales</li> <li>- Vía Telefónica</li> <li>- Pantallas y carteles en vía pública</li> <li>- Avisos en diarios y revistas</li> <li>- Eventos deportivos y automotrices</li> <li>- Radio ADN</li> </ul>
SEGMENTO DE CLIENTES	
<p>Mayores de 24 años, ubicados en la V región          Perfil socioeconómico medio-alto          Trabajadores dependiente e independiente          Empresas de logística de la región (compra de vehículos comerciales y maquinaria)</p>	
ESTRUCTURA DE COSTOS	ESTRUCTURA DE INGRESOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Remuneración RRHH</li> <li>- Gastos básicos (agua, luz, internet)</li> <li>- Pago soporte y mantención TI</li> <li>- Pago agencia externa</li> <li>- Publicidad digital y tradicional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Venta de vehículos</li> <li>- Venta de maquinarias</li> <li>- Pago por Servicio técnico</li> <li>- Venta de seguros</li> <li>- Venta de repuestos</li> <li>- Venta de Accesorios</li> </ul>

### 10.3 Estrategias de desarrollo de proyecto

En base a los objetivos anteriormente definidos, el desarrollo del proyecto se ha acotado en tres grandes etapas, considerando dos etapas iniciales más una etapa de proyección (etapa de vinculación, en la cual no se considera ahondar para efectos de esta investigación).

Dichas etapas están basadas en los conceptos de: Experiencia, Intervención y Vinculación.

A continuación se detalla la estrategia de desarrollo para las dos primeras etapas.

#### 10.3.1 Estrategias desarrollo experiencia “Nuestro Territorio Vivo”

Para el desarrollo de la experiencia, la cual se va a sustentar como un producto “físico” enfocado en una proyección mapping embebida dentro de un domo; se tomará como base el modelo de experiencia museística interactiva de Falk y Dierking (1992), la cual se basa en tres diferentes contextos de interacción como el físico, personal y social:



Figura 10: Esquema basado en el modelo de experiencia museística interactiva de Falk y Dierking, 1992.

Donde el contexto personal incluye los intereses, motivaciones e inquietudes de los visitantes, el contexto social que implica el contacto entre los visitantes y entre el personal del museo, y el contexto físico que contiene la estructura del museo y sus objetos. Cada uno de ellos, según palabras de los autores, es continuamente creado por el visitante de manera “única e individual”, cuya interacción entre ellos conforma la experiencia de visita al museo.

De igual forma para la construcción de la experiencia se consideraran algunas variables postuladas por los mismos autores, tales como como:

**Fatiga cognitiva frente a la atención**

**Fascinación, aprendizaje, inmersión, absorción y la diversión**

**Segmentación de visitantes**

Por otro lado para poner en valor el espacio natural se propone trabajar en primera instancia en torno a mesas de trabajo entre el Museo Fonck y la Corporación Pulmón Verde para definir e identificar escenas y espacios de interés dentro del territorio. De esta instancia se pretende hacer confluir la visión de ambos actores, por un lado el museo aportará desde la curatoría y construcción de una narrativa que esté acorde a su postura en torno al rescate y preservación del patrimonio natural, y por otro lado la corporación contribuirá desde su misión de rescate y preservación del territorio parque. Posteriormente se trabajará con un equipo multimedia para la documentación audiovisual y creación de la narrativa que se proyectará mediante la técnica de mapping.



## ACTION BOARD ETAPA 1

### DESARROLLO EXPERIENCIA "NUESTRO TERRITORIO VIVO"

Trabajo en conjunto con el Museo Fonck y la Corporación Pulmón Verde para la creación y planificación



Identificación de hitos y composición de escenas dentro del territorio.



Gestión de equipo profesional para la documentación de registros.



Desarrollo y conceptualización de una narrativa para proyectar.



Creación de story telling del parque vinculado a la postura del museo de preservación de los espacios naturales.

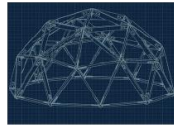


Documentación de registros audiovisuales in situ. (registros en dron, cámara, etc.)

Post-producción audiovisual mapping.



Elaboración estructura para proyectar.



Creación y desarrollo de imagen para la experiencia (logotipo, piezas gráficas como credenciales y merchandasing).



Organización y preparación de personal para recepción de los visitantes e introducción a la experiencia.



Experiencia de inmersión a través de una proyección mapping que pone en valor la historia, flora, fauna y puntos relevantes dentro del parque.



## ACTION BOARD ETAPA 1.1

### VISITA A LA EXPERIENCIA "NUESTRO TERRITORIO VIVO"

Recepción por parte del portero del museo donde se invita a los visitantes a visitar la experiencia "Nuestro Territorio Vivo".



Pago de entrada donde se informa de la experiencia, horario y se invita a entrar con el código QR al sitio para profundizar en el proyecto "Nuestro Territorio Vivo".



Bienvenida por parte del guía al grupo, se realizarán los recorridos según horarios estipulados



Inicio del recorrido por el primera piso en la sala Rapa Nui



Continuación del recorrido por la colección ubicada en el segundo piso.



Continuación del recorrido, paso a la experiencia "Nuestro Territorio Vivo", instrucciones previa

Inicio proyecciones audiovisuales



Visión actual con flora y fauna autóctona, se acerca a mostrar elementos que no son visibles a al ojo humano



Palabras de cierre experiencia guiada



Momento de distensión en el que se ofrece a los visitantes un pequeño espacio de descanso y de permanencia dentro del museo.



Momento para que los visitantes puedan recorrer las colecciones y tomarse fotos



Scaneo de código QR, para visitar sitio web donde se conforma la comunidad (Nuestro territorio vivo) y ofrece mayor información.



Sitio web que conforma la comunidad "Nuestro territorio vivo", en la cual se da cuenta y se difunde la formulación, valores, objetivos del proyecto, así como también se puede crear donaciones para su proyección.



#### **10.4 Estrategias desarrollo intervención controlada**

Pasa el desarrollo de esta fase se propone realizar el levantamiento de requerimientos, en conjunto con Bomberos Reñaca Alto y la Corporación Pulmón Verde, en conjunto con un equipo de dos programadores y un diseñador web, esto en base a reuniones de trabajo.

A través del uso de la metodología ágil “Scrum”, esta metodología es utilizada para trabajar de manera colaborativa en equipos productivos, en donde se busque obtener resultados pronto, en un ambiente donde prime la innovación, flexibilidad y productividad.

En base a lo anterior se definirán ciclos temporales de entre 2 a 3 semanas para realizar las iteraciones de:

**Planificación:** En donde se seleccionaran los requisitos a partir de los cuales se elaborará una lista de tareas.

**Ejecución:** En donde se revisarán las tareas y el progreso que se van realizando a fin de cumplir los objetivos en el tiempo estipulado.

**Inspección y adaptación:** En donde se revisará finalmente la app en conjunto con todos los actores.

Una vez entregada la app se realizará la entrega formal todos los actores involucrados en donde se realizarán una monitoria para explicar sus beneficios y uso. Posteriormente se fijará un fee mensual para realizar las mantenciones y actualizaciones correspondientes a la app.

# WIREFRAME ETAPA 2

APP DE ALERTA ANTE INCENDIOS FORESTALES



## 11. Generación de propuesta conceptual

“Plan estratégico para revalorizar y contribuir al rescate por medio de la acción controlada en un territorio combinado con un trabajo colaborativo entre el Museo Fonck y el Parque Reñaca Alto”.

## 12. Desarrollo del concepto dentro del sistema de productos

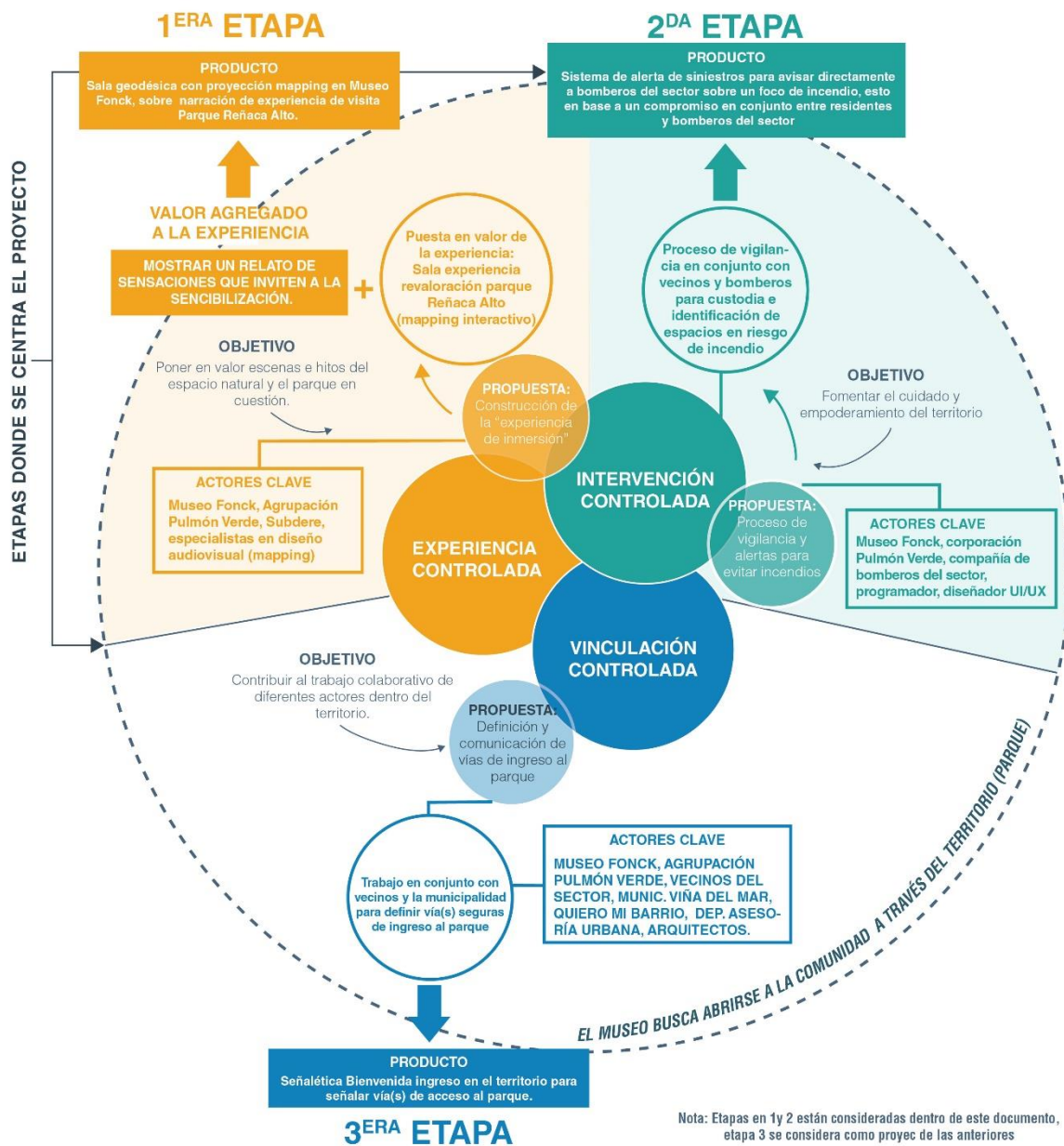


Figura N°11, Mapa del sistema producto vinculado al concepto.

### **13. Plan de Negocios**

#### **13.1 Fundamentación y enfoque del proyecto en un contexto macro**

Si bien la experiencia internacional nos dice que la actividad turística contribuye a la recuperación de zonas deterioradas y al resguardo del medio ambiente, mediante el diseño de una forma de desarrollo acorde a la localidad y su ecosistema (Rivas, 1994; APEC, 1996; Vera y otros, 1998 OMT, 1998; Bosh y otros, 1998). Por otro lado las etapas de estudio y desarrollo de los proyectos ubicados en áreas de interés turístico, contemplan situaciones que de algún modo alteran los recursos naturales y del territorio en cuestión, ya que están condicionados por otras actividades económicas, para lo cual es importante tener en cuenta el no perturbar la imagen y atractivo de estos destinos, por ejemplo en el caso de la localidad de San Pedro (Atacama), es importante mantener el patrimonio histórico y arqueológico de lugar. Así mismo la estacionalidad implica una intensa presión turística durante ciertos periodos del año, por ejemplo los meses de verano en Viña del Mar.

Por otro lado actualmente la industria turística es considerada como altamente contaminante, representando el 8% de las emisiones globales de gases invernaderos, según el último estudio de la Universidad de Sidney del año 2013, dentro de lo cual se contempla desde las emisiones emitidas por un viaje en avión hasta los recuerdos y comestibles que los turistas consumen in situ.

Teniendo en consideración el contexto macro anteriormente descrito, es que el proyecto se enfoca en la comunicación por medio del desarrollo de una experiencia de proyección llevada a cabo en el Museo Fonck que busca la revalorizar y potenciar el rescate de una “zona de valor paisajístico”, concepto que el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) define como “Valor que siendo perceptible visualmente, posee atributos naturales que le otorgan una cualidad que la hace única y representativa”<sup>14</sup>, lo cual simboliza el

Parque Intercomunal Reñaca Alto, el cual recientemente ha sumado el apoyo de la Municipalidad de Viña del Mar, de la mano de la alcaldía, quienes respaldan su validez como parque que puede ser disfrutado por la comunidad como área verde; de igual forma actualmente este se encuentra ingresado en el PREMVAL como parque y se encuentra en proceso de gestión en SUBDERE para lograr el financiamiento para realizar estudios topográficos en el lugar<sup>15</sup>; sin embargo a la fecha su ecosistema se encuentra en riesgo por diversos agentes contaminantes y la lentitud de las autoridades en realizar acciones y gestiones para su cuidado. Así mismo de manera específica mediante el trabajo colaborativo que implica la creación, desarrollo y ejecución de esta experiencia es que se busca potenciar la ampliar el ámbito de influencia en la ciudad y su comunidad, respondiendo a una de las principales tareas pendientes de esta corporación, y también evitar la invasión del lugar, protegiéndolo de la contaminación directa que podría significar la instancia de turistas y visitantes in situ.

<sup>14</sup> Artículo 9°. Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), Santiago, Chile, 12 de agosto 2013.

<sup>15</sup> Municipalidad de Viña del Mar (2018), Municipio de Viña del Mar respalda proyecto de Parque Intercomunal en sector Reñaca Alto. Recuperado de <https://www.vinadelmarchile.cl/articulo/municipio/1/5527/municipio-de-vina-del-mar-respalda-proyecto-de-parque-intercomunal-en-sector-de-renaca-alto.html>

## 9.2 Resumen

El proyecto será impulsado por el Museo Fonck **como parte de su objetivo de acercarse y vincularse con la ciudad y su comunidad**, para ello se investigó sobre cómo los museos y particularmente el Museo Fonck se relaciona con los visitantes y la comunidad desde su rol educativo, de concientización y comunicativo, para lo cual -desde un punto de vista teórico- entender esta relación y los cambios que ha sufrido la museología en cuestión, han sido relevantes para desarrollar una propuesta que implique un proceso de puesta en valor del patrimonio natural y que atienda a problemáticas del mismo y las de su comunidad local.

Actualmente el museo ha venido desarrollando proyectos educativos orientados principalmente hacia colegios de la zona, con el fin de acercarse a la comunidad, esta metodología ha sido clave para la renovación de contenidos del museo y a la vez ha servido también para potenciar el trabajo colaborativo con otras entidades como la PUCV, la Unidad de Patrimonio de Viña del Mar y la Red de Museos ViVa. De lo anterior se puede decir que el museo no ha salido de los parámetros típicos de un museo tradicional, entendido como la entelequia de la figura museal, como edificio sacro de resguardo de un patrimonio intocable, dicha figura hace que el museo sea percibido de manera lejana; ante esta cuestión surge la intención de acercar el museo a las personas abriendo las paredes del mismo, para lo cual se investigó sobre espacios de patrimonio natural de la ciudad, particularmente el caso del Parque Intercomunal de Reñaca alto ubicado en el sector alto de Viña del Mar, la propuesta de proyecto implica que el museo acoja de manera simbólica a este espacio “parque” como parte de su colección, pudiendo así adentrar al visitante a una experiencia in situ de poder estar en contacto con el ecosistema natural, mediante la comunicación y puesta en valor de hitos y escenas de este parque, el cual dicho sea de paso

una de sus problemáticas es que carece de reconocimiento a nivel local a pesar de estar grabado legalmente como parque.

La propuesta se centra en los ejes de:

**Experiencia:** Surge como propuesta para la puesta en valor del territorio Parque Reñaca Alto y como recurso para potenciar el vínculo del museo con parte del territorio de la ciudad, mediante el trabajo colaborativo de ambos actores. Debido a las delicadas condiciones del territorio parque, es que se plantea crear una “**experiencia recreada**” de visita al parque con la cual se pueda acercar este espacio a las personas, sin recurrir a la invasión directa de este espacio por parte de turistas y visitantes.

**Intervención controlada:** Surge como propuesta de acción para manejar eventos como los incendios forestales que asedian al lugar, esto para fomentar el cuidado y empoderamiento sobre el territorio, por parte del museo, la comunidad de Reñaca Alto y bomberos del sector.

**Vinculación controlada:** Este ítem surge como proyección de los anteriores, como medio por el cual se pueda realizar una propuesta de comunicación en la que se dé cuenta del trabajo del museo con este espacio; esto bajo el objetivo de fomentar el trabajo colaborativo entre los diferentes actores dentro del territorio.

### 13.3 Descripción general de la empresa

#### Corporación Museo de Arqueología e Historia Natural Francisco Fonck:



Foto: Imagen museo. Fachada Museo Fonck [imagen]. Recuperado de

[http://www.museofonck.cl/new\\_site/index.php/nuestra-institucion](http://www.museofonck.cl/new_site/index.php/nuestra-institucion)

El museo nace cuando un pequeño grupo de vecinos de Viña del Mar que compartían el interés por las investigaciones arqueológicas notan la carencia de un espacio para albergar sus colecciones privadas y una necesidad de la ciudad por tener una espacio con esas características, es por ello que en 1937 crean la Corporación de Arqueología e Historia que alberga al Museo Fonck, cuyo nombre es en honor al médico y naturalista alemán Francisco Fonck Foveaux (1830-1912), quien llegó al sur de Chile junto a otros

colonos a mediados del siglo XIX y realizó una serie de importantes trabajos y estudios en el campo de la arqueología.

Con la incorporación al año siguiente del Dr. Roberto Gajardo Tobar el museo comienza a impulsar diversas iniciativas culturales, además dentro de su periodo como presidente de la corporación en 1951 se trajo desde Isla de Pascual el Moai que actualmente es el principal atractivo del museo (por ser un referente de la isla, así como por ser uno de los escasos ejemplares que se encuentran fuera de la misma). De igual manera la Municipalidad de Viña del Mar concede el comodato de la casona que hasta la fecha resguarda el patrimonio de la corporación.

Dentro las colecciones más relevantes del museo está la muestra de objetos traídos desde Rapa Nui, además de la biblioteca -administrada por la *Easter Island Foundation*- que cuenta con la mayor cantidad de información a nivel nacional de la isla, ambos espacios demuestran la afianzada relación del museo con la isla y el atractivo turístico más valorado por los visitantes.

Otra muestra importante corresponde a la sala “Animales por el mundo” cofinanciada por el proyecto Fondart y contó con la colaboración del Instituto Chileno Británico de Cultura de Viña del Mar para la traducción de los contenidos al idioma inglés, esta sala se enmarca dentro de los contenidos de ciencias naturales que ofrece el museo y busca poner en conocimiento características curiosas de algunos animales en extinción. El museo además cuenta con muestras sobre pueblos originarios de nuestro país y Latinoamérica, entomología, fauna marina, biodiversidad de la zona central, entre otros.

Por otro lado, el museo ha venido desarrollando una serie de actividades extra culturales con un enfoque principalmente educativo y con las cuales se busca invitar a la comunidad a

conocer el museo y afianzar un vínculo con el territorio viñamarino. Dentro de las actividades permanentes que se realizan año a año están las charlas de Cultura+Ciencia, organizadas desde el año 2011 en conjunto con la Universidad Católica de Valparaíso y que cuentan con la presencia de investigadores, científicos, pedagogos, entre otros profesionales que exponen sus investigaciones formando un espacio de diálogo con la comunidad sobre diversos temas, alguno de ellos locales, tales como la charla sobre “Perspectivas de conservación de las Dunas de Concón”, que contó además con la presencia de una representante del movimiento de vecinos del sector la “Red Duna Libre”. Otra actividad que ha cobrado importancia es la “Noche del Museo”, basada en el concepto alemán “*Lange Nacht der Museen*” (*larga noche de los museos*) que se originó en Berlín en 1997, el Museo Fonck desarrolla esta actividad de manera conjunta con el resto de los museos que conforman la Red de Museos ViVa<sup>16</sup> y a diferencia del concepto original esta está enfocada principalmente en los niños buscando ser también un espacio para que las familias puedan compartir. Entre otras actividades relevantes también están los talleres infantiles y de adultos, ciclos de cines y algunas presentaciones de libros.

<sup>16</sup>Red de Museos ViVa: Es una red de museos públicos y privados de Viña del Mar y Valparaíso, creada en 2008 para potenciar el trabajo en conjunto de los museos. Dentro de esta red están los museos de Historia Natural de Valparaíso, Artequin, Baburizza, Marítimo Nacional, Mirador Lukas y Fonck.

## Mapa de stakeholders Museo Fonck

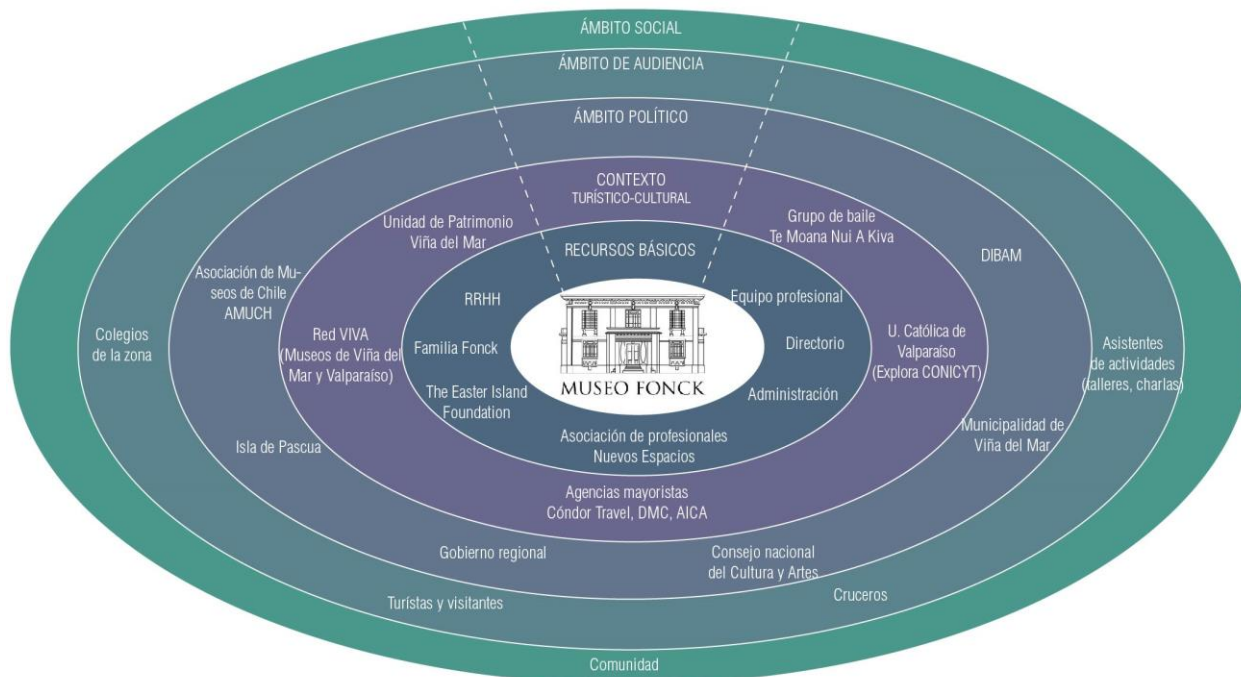


Figura 12. Mapa de stakeholders Museo Fonck. Elaboración propia

### 13.3.1 Construcción del “Discurso del Museo Fonck” a partir de sus áreas de enfoque

- **Construcción de su historia (de su colección a su vinculación con Isla de Pascua):** Si bien el museo nace gracias al trabajo de un grupo de ciudadanos que compartían un interés en la arqueología, entre otras cosas, que deciden hacer una investigación arqueológica y un museo para albergar las piezas encontradas en su búsqueda para otorgarle a la ciudad un museo de arqueología (museo que hasta esa fecha no existía), para compartir el patrimonio arqueológico, tomando el nombre del Dr. Francisco Fonck quien se destacó por sus aportes en diversas áreas como la arqueología, etnología, antropología, entre otros. Debido a que el museo se forma a través de su historia por la donación de piezas de diferentes coleccionistas, es que

sus muestras son tan diversas, pasando por colecciones de historia natural, animales del mundo, pueblos originarios, Isla de Pascua, entre otros; cuyo “planteamiento” a nivel de “exhibiciones” está determinado por “cantidad”, es decir, su colección más grande es la relativa a Isla de Pascua, por lo tanto, los visitantes y el museo se asocian directamente con la Isla.

- **Labor educativa (*educar+concientizar*):** Si bien el museo cuenta con un departamento de educación, quienes generan material guía para colegios y varias de las actividades que realiza el museo, tales como: taller de dinosaurios, la noche en el museo, exposiciones itinerantes, entre otras, enfocadas a centros educativos. También hay una labor educativa ligada a la preservación, es decir a **concientizar a las personas sobre el respeto y cuidado del medio ambiente**, la cual es vista por el museo como un “**compromiso**” (desde su rol como museo) a la concientización tanto de la comunidad como de las instituciones. Esto está **determinado principalmente por sus actividades** estables como son los “Viernes de Cultura+ciencia” (realizada en conjunto con PAR Explora de CONICYT) y **su comunicación** donde cabe destacar el énfasis en la conmemoración de efemérides relativas al cuidado del planeta. Por otro lado, el museo define dos “áreas estables” para el cumplimiento de sus objetivos, el **área educativa y el área de conservación**.
- **Vínculo con Isla de Pascua (*referente más cercano a nivel continental de la Isla, siendo lo que atrae principalmente a los visitantes*):** Posee la colección más importante de objetos de la Isla, además del único moai original que se encuentra en

Chile. El museo reconoce esto como una vinculación con Isla de Pascua, potenciando al museo como el referente continental de la Isla, tanto en su muestra como en sus actividades (se realizan clases de danza rapanui, muestras artísticas, muestras itinerantes, el contenido de su biblioteca, entre otras); dicho vínculo es también percibido por la gente transformándose en el principal gancho turístico del museo, es decir su valor turístico está determinado por este vínculo con Rapa Nui, más que con una “estrategia turística”, para lo cual no es menor hacer hincapié en que dentro de su organización el museo no cuenta con un área enfocada netamente al turismo, más bien su propuesta apunta hacia desarrollar una muestra y actividades que apunten a diversos públicos, potenciarse como referente de Isla de Pascua y ofrecer atención personalizada hacia los visitantes con las visitas guiadas.

- **Relación con la ciudad (cómo dialoga con la municipalidad y la ciudadanía):**

Debido a su administración privada el Museo Fonck cuenta con un aporte por parte de la municipalidad, el cual es un monto variable que con los años se ha visto reducido. La relación con el gobierno local **no es “política”, sino que es más bien “turístico-patrimonial”,** ya que debido a la difusión que la municipalidad hace del museo, es que diversas agencias de turismo y cruceros que llegan a la ciudad contemplan al museo dentro de sus rutas turísticas, además cabe destacar también la gestión del museo con agencias mayoristas.

Por otro lado en cuanto a su relación con la ciudad, cabe destacar que muchas de las actividades que realiza el museo se dirigen hacia colegios y hacia la comunidad (por ejemplos las charlas y talleres), además de potenciar no sólo su colección de objetos de Isla de Pascua, sino también de colecciones relativas a historia natural de la zona

central que si bien no contienen un gran número de piezas halladas o que se vinculen directamente con la ciudad, de igual manera se pretenden fomentar como forma de acercarse a la ciudad. Cabe destacar que el museo tiene la concepción de que los viñamarinos no reconocen al museo ni tampoco se sienten vinculados a él es por ello por lo que el **museo contempla fomentar un vínculo con la comunidad a vez que busca tener presencia nacional e internacional a nivel turístico.**

## Esquema de enfoques y actividades del Museo Fonck:

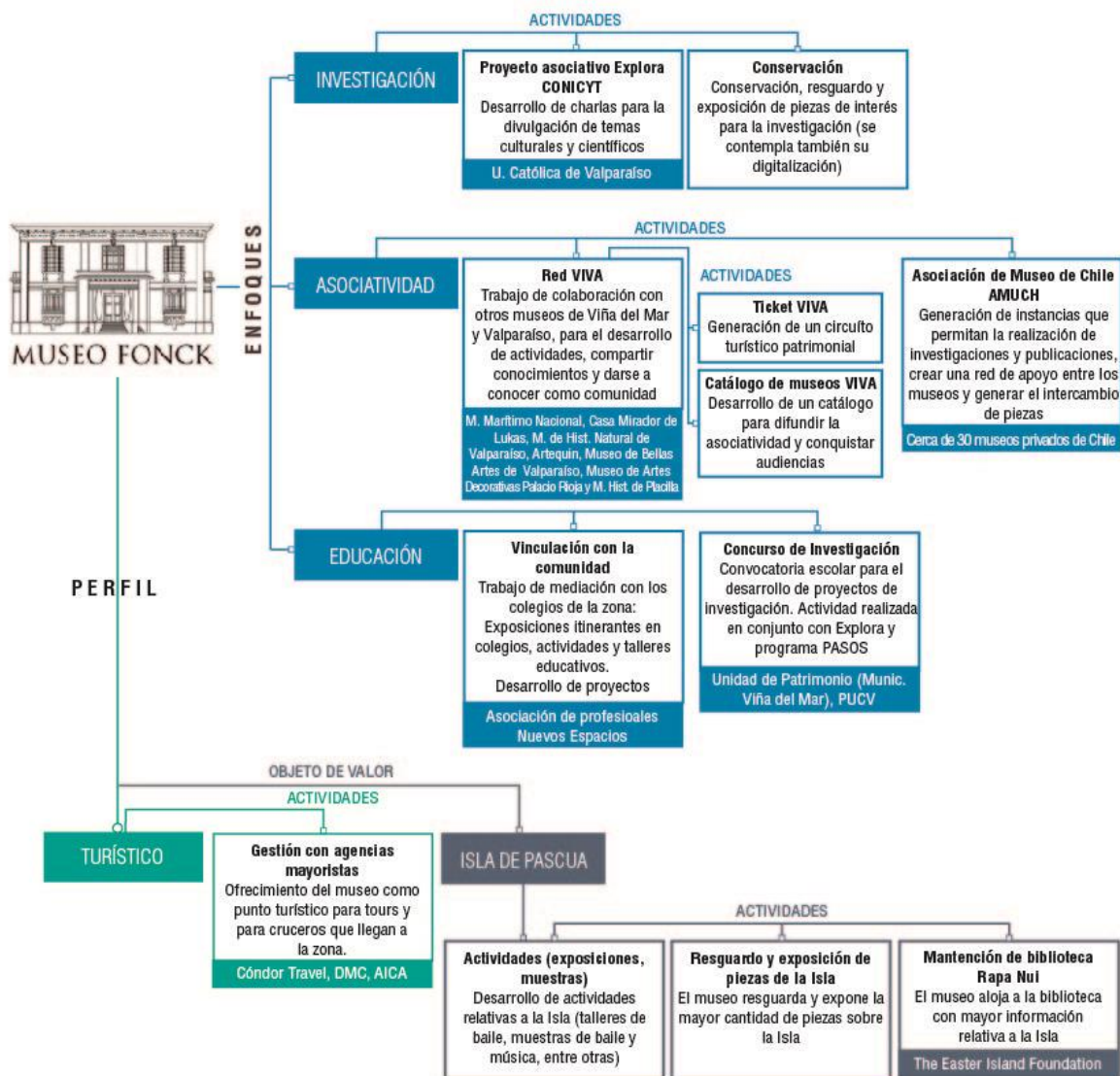


Figura 13: Esquema áreas enfoques y actividades del museo. Elaboración propia.



## **Red de Museos ViVa**

Nace como una iniciativa de los museos La Sebastiana y Casa Museo mirador Lukas (ambos de Valparaíso), los cuales en el año 2008 comienzan a trabajar en conjunto con los museos Artequin, Fonck y Marítimo Nacional e Historia Natural de Valparaíso para potenciar el trabajo y la visibilidad de los museos en conjunto, así como crear una instancia de colaboración y soporte entre los mismos, más tarde en 2014 se unirían a la red los museos de Bellas Artes de Valparaíso y el Palacio Baburizza.

Dentro de los proyectos más relevantes que ha realizado la red están el programa del Día del Niño (2009), el políptico ViVa para ser dispuesto en diferentes espacios turísticos de la zona, junto con el lanzamiento oficial de la red en 2012 se desarrolla junto con ICOM Chile las XI Jornadas Museológicas chilenas. Otra actividad relevante tanto para el Museo Fonck como para la red es “La Noche de los Museos”, la cual se desarrolla hasta el día de hoy, de igual manera desde el 2012 se viene vendiendo el ticket Red ViVa, el cual tiene un valor de \$6.000 y permite a los visitantes realizar la “Ruta de los museos” que consiste en tener acceso libre a todos museos pertenecientes a la red, teniendo así una experiencia que les permite adentrarse en la arqueología, el arte, la historia, etc.

## 13.4 Descripción de productos o servicios que contempla el proyecto

### 13.4.1 Experiencia “Nuestro Territorio Vivo”

Descripción del producto o servicio	
	
<b>Propuesta de Valor</b>	Muestra y puesta en valor mediante Experiencia de proyección interactiva: Sala (domo) experiencia revaloración parque Reñaca Alto, “Sala Nuestro Territorio Vivo” en Museo Fonck.
<b>Desarrollo de la Propuesta de valor</b>	“Sala-domo Nuestro Territorio vivo”, en donde los visitantes se sumergen dentro de un recorrido y visión panorámica basada en la puesta en valor de un espacio natural particular, que los invita a la sensibilización y reflexión en torno al cuidado y respeto del medio ambiente.
<b>Canales de distribución</b>	Canal directo: Dentro del Museo Fonck  Canales indirecto online: Sitio web donde se exhibirá una muestra a modo de video y vista 360° del espacio.
<b>Objetivo</b>	Sumergir a los visitantes en una experiencia que pone el valor espacios naturales en riesgo, particularmente el caso del Parque

	Reñaca Alto, que los sensibilice hacia el cuidado y respeto de estos lugares.
<b>Contexto de Uso</b>	Con la intención de acercar a los visitantes un espacio natural en riesgo y el contexto de uso del producto es en las instalaciones del Museo Fonck, como parte de la colección estable del mismo, en donde los visitantes podrán adentrarse al domo donde se exhibirá la proyección mapping y sonido.
<b>Público objetivo</b>	<p>Turistas internacionales y nacionales de Viña del Mar, quienes llegan como visitantes o pernoctan en la ciudad.</p> <p>Profesores, alumnos y apoderados.</p> <p>Clubs de adultos mayores.</p> <p>Residentes de la ciudad</p>

**Moodboard ambientación física experiencia “Nuestro Territorio Vivo”:**



*Figura 14: Moodboard ambientación. Elaboración propia.*

## Matríz PMV: Experiencia Nuestro Territorio Vivo

### PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

#### ¿Para quién?

Turistas internacionales y nacionales

Profesores de colegios

Alumnos de primero a cuarto medio

Residentes de la ciudad

Clubes de adultos mayores

#### Backlog

Bienvenida y recepción

Duración de la proyección

Espacialidad

Instancia de esparcimiento y permanencia post visita

#### Debe tener...

Audio 7.2 coordinado con las visuales

Fuentes de luz

Narrativa audiovisual

Guía bilingüe

Código QR (entrada)

#### Debería tener...

Interactividad al movimiento

Iluminación dinámica

#### Podría tener...

Realidad aumentada

Muestra de otros espacios naturales de la ciudad

App para complementar la visitar y visualizar realidad aumentada

Características que aporten sensorialidad



#### Alternativas

Exposición interactiva obra "Suprematismo Dinámico de Kazmir Malévich, Museo Artequin.

Festival de luces y mapping challenge, MNBA, Santiago. Evento que se realiza en octubre.

Intervención audiovisual "Confabulación Pajarística" (Delight Lab), en el Festival Hecho en casa

### 13.4.2 Sistema de alerta “Acción contra el fuego”

Descripción del producto o servicio	
	
<b>Propuesta de valor</b>	Alerta y prevención de incendios forestales de Reñaca Alto con bomberos del sector.
<b>Desarrollo de la Propuesta de valor</b>	“Acción contra el fuego”: Herramienta de alerta temprana de incendios forestales, mediante la cual en caso de siniestros, la comunidad puede dar aviso directo a la compañía de bomberos más cercana, conectando ambos actores de manera directa mediante el compromiso de estos hacia la protección de espacios naturales.
<b>Canales de distribución</b>	Fuerza de ventas, a través de solicitud directa al museo, quien se encarga de explicar el compromiso de usar la APP con una comunidad organizada y bomberos del sector más cercano.  Canales directo: Sitio web Experiencia nuestro territorio, App Store y Play Store.

<b>Objetivo</b>	Entregar una herramienta que contribuya a la asistencia oportuna de bomberos y la comunidad antes un eventual incendio forestal.  Como parte de la estrategia de sensibilización y aporte a la concientización del museo hacia la comunidad sobre el valor de los espacios naturales.
<b>Contexto de Uso</b>	Ante un eventual avistamiento de un siniestro previo bajo el envío de fotografías y ubicación que permita a bomberos facilitar el acceso a controlar el mismo.
<b>Público objetivo</b>	Comunidad de Reñaca Alto  Novena Compañía de Bomberos Reñaca Alto.
<b>Público potencial</b>	Comunidad cercana a espacios forestales y bomberos del sector que corresponda.

## Matríz PMV: Acción Contra el Fuego



### **13.5.1 Plan estratégico**

#### **13.5.1 Visión y Misión Museo Fonck**

**Misión:** Preservar, investigar, difundir y enseñar el patrimonio natural, arqueológico y etnográfico de Chile, entreteniéndolo y estimulando el interés por el conocimiento, con espíritu de servicio y estando atentos a las necesidades de la comunidad.

**Visión:** El Museo Fonck es una Institución que procura entregar una visión resumida de la prehistoria, Etnografía e Historia Natural Chilena; permanentemente abierta a los cambios, donde se pone énfasis en la educación e investigación, mediante una propuesta museográfica atractiva que cumpla las expectativas de todo visitante, con excelencia y calidez en servicio y, atento a la necesidad de cambios de acuerdo a la dinámica del entorno.

## Organigrama funcional:

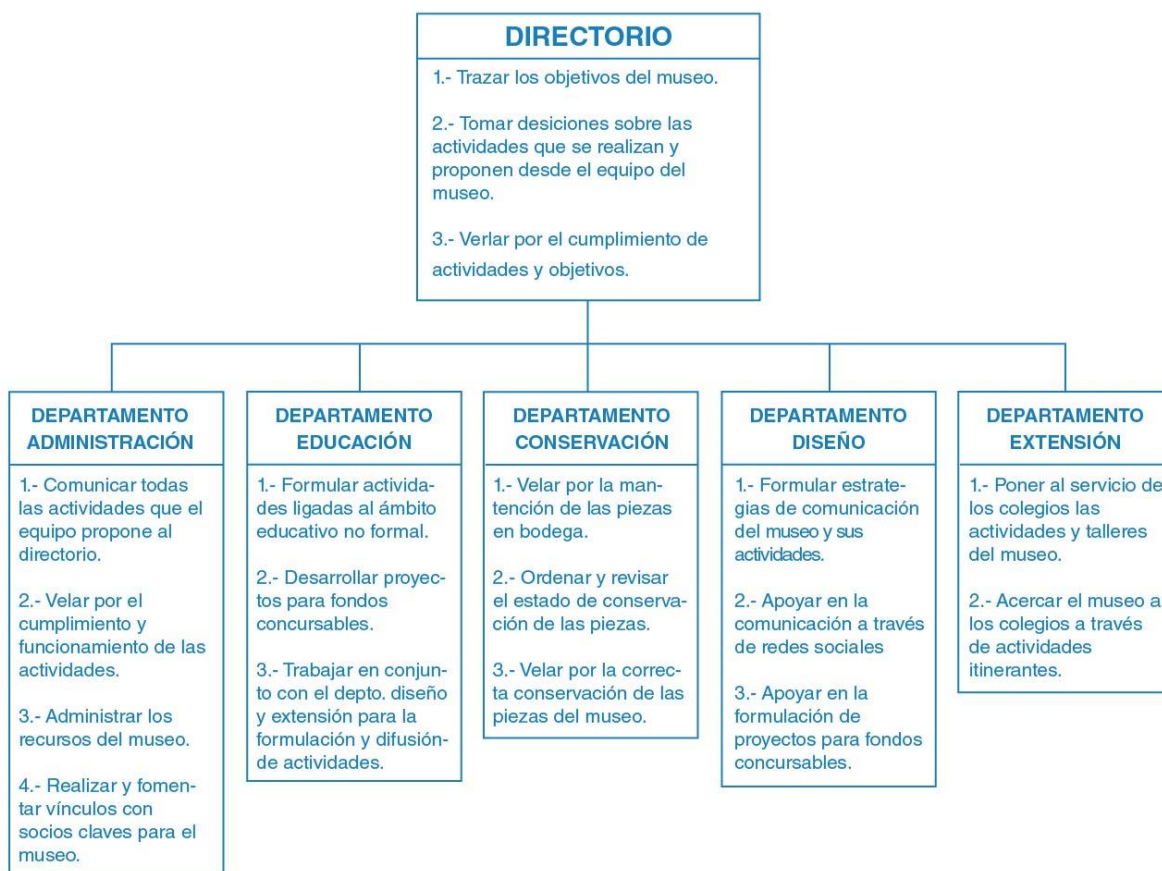


Figura 15: Organigrama funcional. Elaboración propia.

### 13.5.2 Matriz FODA del proyecto

<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Una parte del target puede tener escaso conocimiento sobre el uso de nuevas tecnologías.</li><li>- Financiamiento irregular por parte de la municipalidad, ya que al ser una corporación privada sin fines de lucro, la subvención que recibe por parte del gobierno local no siempre es la misma.</li></ul>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sector tecnológico (apps y sistemas) vulnerable a la aparición de constantes nuevos competidores.</li><li>- Sector tecnológico de las aplicaciones es constante cambio y de rápida obsolescencia en caso de no desarrollar actualizaciones.</li></ul>
<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Experiencia del museo en el desarrollo de actividades en conjunto con universidades</li><li>- Interés del museo en potenciar un mayor vínculo con la ciudadanía.</li><li>- Experiencia previa del museo en el desarrollo de aplicaciones para enriquecer la experiencia de visita (desarrollo de app para escuchar audios en el museo).</li><li>- Interés del museo en desarrollar actividades que aporten a la experiencia de los visitantes.</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Poca experiencia de los competidores actuales en cuando a aplicaciones de alerta.</li><li>- Flexibilidad que ofrece la técnica del mapping.</li><li>- Tímida incursión de los museos de la zona en el desarrollo de una experiencia ligada al uso de tecnologías.</li><li>- Experiencia del museo desarrollando proyectos con diversos actores (universidades, municipalidad, agrupaciones artísticas, entre otros).</li><li>- Rápida incorporación de la tecnología en las acciones de museos y organizaciones.</li></ul>

### 13.5.3 Análisis de competencia directa

Museo de Historia Natural Valparaíso	
<b>Prestaciones que ofrece</b>	Salón de lectura, biblioteca, sistema de reserva digital (visitas pedagógicas), programa de actividades educativas, atención telefónica (agendar), exposiciones, colecciones físicas y digitales, conversatorios, ciclos de cine, conciertos, talleres gratuitos (infantiles y para adultos), ferias, charlas (documentales, educativas), conferencias, concursos (literarios, de dibujos, para niños y adultos), jornadas de reflexión.
<b>Oferta de Valor</b> (enfoque)	El museo posee un enfoque ligado principalmente al ámbito educativo y de investigación, siendo importante la puesta en valor del patrimonio al servicio de la comunidad; para ello hace énfasis en su trabajo en la innovación y diseño de su propuesta museográfica, la cual fue reconocida en 2015 con el Premio Nacional de Innovación Avonni, otorgado por fundación ForoInnovación en conjunto con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, El Mercurio y Televisión Nacional de Chile, por la exposición permanente Biodiversidad de la región central.
<b>Horarios de atención</b>	Martes a viernes de 10:00 a 18:00 hrs. Sábado 10:00 a 20:00 hrs. (domingo y lunes cerrado) Ingreso gratuito
<b>Canales de distribución</b>	Medios Digitales: Redes sociales, sitio web, presencia en sitios: Metrovalparaíso.cl, Tripadvisor.cl, registrosdemuseoschile.cl, monumentos.cl Medios impresos: Flyers, afiches. Publicidad exterior: Pendones, afiches.
<b>Target</b>	Colegios de la zona (escolares cautivos y profesores), residentes de la ciudad y alrededores (niños, padres, adultos mayores), jóvenes (estudiantes educación superior).

<b>Museo Artequin</b>	
<b>Prestaciones que ofrece</b>	Visitas grupales, talleres para todas las edades (niños, jóvenes y adultos), talleres de vacaciones, cursos para profesores, tienda de souvenirs, cafetería, arriendo de espacio abierto para celebrar cumpleaños infantiles.
<b>Oferta de Valor</b> (enfoque)	El museo posee un enfoque educativo de arte enfocado hacia un público infantil, con una oferta de valor enfocada en generar experiencias de educación artística.  De igual forma el museo tiene desarrollada el área de responsabilidad social empresarial (RSE), basada en su visión como institución social con responsabilidad ética, cultural y medioambiental, para ello cuenta con un grupo de socios activos, empresas como El Mercurio Valparaíso, IST, Chilquinta, Gas Valpo, Esva, entre otros, quienes financian proyectos educativos del museo.
<b>Horarios de atención</b>	Lunes a viernes 8:30 a 17:30 hrs.  Sábados y domingos de 10:15 a 17:45 hrs.  Valores: Entrada general \$1.500, Niños y estudiantes \$800.
<b>Canales de distribución</b>	Medios Digitales: Redes sociales, sitio web.  Presencia en sitios: <a href="http://visitevinadelmar.cl">visitevinadelmar.cl</a> , <a href="http://Tripadvisor.cl">Tripadvisor.cl</a> , <a href="http://registrosdemuseoschile.cl">registrosdemuseoschile.cl</a> , <a href="http://patrimoniovina.cl">patrimoniovina.cl</a> , <a href="http://redcultura.cl">redcultura.cl</a> , <a href="http://vinadelmarchile.cl">vinadelmarchile.cl</a> , <a href="http://donacionesculturales.gob.cl">donacionesculturales.gob.cl</a> , <a href="http://museosdemedianoche.cl">museosdemedianoche.cl</a>  Medios impresos: Flyers, afiches.  Publicidad exterior: Pendones, letreros en la ciudad, banderas en Quinta Vergara
<b>Target</b>	Colegios de la zona (escolares cautivos y profesores), residentes de la ciudad y alrededores (niños, padres, adultos mayores), jóvenes (estudiantes educación superior).

<b>Museo Municipal de Bellas Artes Valparaíso (Palacio Baburizza)</b>	
<b>Prestaciones que ofrece</b>	Audio guía (inglés, francés y portugués), arriendo de espacios (auditorio, salón de eventos, extensión, jardín).
<b>Oferta de Valor</b> (enfoque)	Museo enfocado en la investigación y difusión del patrimonio pictórico nacional, con una gran colección de obras pictóricas de Valparaíso, que reúne obras de artistas internacionales y nacionales. Además de resguardar el valor patrimonial e histórico del palacio que lo alberga. Dentro de labores principales del museo se encuentran el ofrecer una experiencia de aprendizaje de arte, cultura e historia para sus visitantes. De igual forma el museo cuenta con un grupo de “partners”, colaborativos como la Cámara Regional de Comercio, Gen (navieras), DUOC UC, U. de Valparaíso, Clínica Valparaíso, UTSM, Puerto Valparaíso, entre otros.
<b>Horarios de atención</b>	Martes a domingo de 10:00 a 18:00 hrs.  Valores: Adulto general \$2000, Estudiantes \$500, Tercera edad \$500, niños menores de 12 años entran gratis y extranjeros \$4000.
<b>Canales de distribución</b>	Medios Digitales: Redes sociales, sitio web.  Presencia en sitios: <a href="http://visitevinadelmar.cl">visitevinadelmar.cl</a> , <a href="http://Tripadvisor.cl">Tripadvisor.cl</a> , <a href="http://registrosdemuseoschile.cl">registrosdemuseoschile.cl</a> , <a href="http://patrimoniovina.cl">patrimoniovina.cl</a> , <a href="http://redcultura.cl">redcultura.cl</a> , <a href="http://vinadelmarchile.cl">vinadelmarchile.cl</a> , <a href="http://donacionesculturales.gob.cl">donacionesculturales.gob.cl</a> , <a href="http://museosdemedianoche.cl">museosdemedianoche.cl</a>  Medios impresos: Flyers, afiches.  Publicidad exterior: Pendones, letreros en la ciudad, banderas en Quinta Vergara
<b>Target</b>	Colegios de la zona (escolares cautivos y profesores), residentes de la ciudad y alrededores, empresas y entidades de la zona (para arriendo de espacios).

### 13.5.4 Cadena de valor del proyecto



### 13.5.5 ¿A qué estado aspira le museo? :

- Fomentar el cuidado y empoderamiento del territorio, en particular de los espacios naturales que existan en dicho territorio.
- Contribuir al trabajo colaborativo de diferentes actores dentro del territorio.
- Poner en valor escenas e hitos del espacio natural a través de una experiencia de inmersión.

### 13.5.6 Resultados esperados:

- Generar un acercamiento con la comunidad local
- Establecer una red de trabajo colaborativo entre los actores.
- Abrir el museo y el parque hacia las personas.

# VISIÓN GENERAL DEL PROYECTO

## ESTRATEGIA DE MKT

Ticket de entrada como parte del plan de adhesión al proyecto, en donde por medio del código QR los visitantes podrán acceder al sitio oficial del proyecto, donde se busca conformar una "comunidad sensibilizada" y financiación, colaboración. Además de mostrar la 2<sup>a</sup> y 3<sup>ra</sup> etapa como parte de las estrategias de compromiso del museo con el medio ambiente y la comunidad local.



### CANALES:

MEDIOS DIGITALES

PUBLICIDAD EXTERIOR

MEDIOS IMPRESOS

MERCHANDASING

MERCHANDASING DE SEDUCCIÓN

MUSEO BUSCA ABRIRSE A LA COMUNIDAD A TRAVÉS DEL TERRITORIO (PARQUE)



### APP ACCIÓN CONTRA EL FUEGO

Sistema de alerta de siniestros para avisar directamente a bomberos del sector sobre un foco de incendio, esto en base a un compromiso en conjunto entre residentes y bomberos del sector

### EXPERIENCIA NUESTRO TERRITORIO VIVO

Sala domo con proyección mapping en Museo Fonck, sobre experiencia de visita Parque Reñaca Alto (recorrido panorámica, puesta en valor ecosistema del lugar.)



### SEÑALÉTICA BIENVENIDA

Señalética en el territorio para señalar vías de acceso al parque.

01

Puesta en valor a través de una experiencia: Sala experiencia revaloración parque Reñaca Alto (mapping interactivo)

### EXPERIENCIA CONTROLADA

**OBJETIVO**  
Contribuir al trabajo colaborativo de diferentes actores dentro del territorio.

01

02

Proceso de vigilancia en conjunto con vecinos y bomberos para custodia e identificación de espacios en riesgo de incendio

### INTERVENCIÓN CONTROLADA

**OBJETIVO**  
Fomentar el cuidado y empoderamiento del territorio

03

Trabajo en conjunto con vecinos y la municipalidad para definir vías seguras de ingreso al parque

### VINCULACIÓN CONTROLADA

**OBJETIVO**  
Contribuir al trabajo colaborativo de diferentes actores dentro del territorio.

03

"PLAN ESTRATÉGICO DE ACCIÓN PARA REVALORIZAR Y RESCATAR POR MEDIO DE LA INTERVENCIÓN CONTROLADA EN UN TERRITORIO COMBINADO CON UN TRABAJO COLABORATIVO ENTRE EL MUSEO FONCK Y EL PARQUE REÑACA ALTO".

### PUESTA EN VALOR A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA EXPERIENCIA

Tiempo estimado: 8 a 12 meses.

A

**Creación y planificación**  
Mesas de trabajo entre Museo Fonck, Corporación Pulmón Verde y los actores involucrados

B

**Fase de creación y desarrollo de experiencia**  
Creación de la experiencia en base a la definición de registros tomados del parque.

C

**Fase de implementación**  
Puesta en marcha de la experiencia dentro del meso.

D

**Fase de supervisión y evaluación**  
Supervisión de funcionamiento y evaluación para su constante mejora.



**ACTORES CLAVES**  
Museo Fonck, Agrupación Pulmón Verde, Subdere, especialistas en diseño audiovisual (mapping).

### INTERVENCIÓN Y RESCATE

Tiempo estimado: 4 a 7 meses.

A

**Fase análisis de registros:**  
Mesas de trabajo entre Museo Fonck, Corporación Bomberos para analizar registros de incendios y zonas de riesgo.

B

**Búsqueda de requerimientos**  
Conformación de grupo de trabajo para crear una instancia de custodia y resguardo del parque.

C

**Desarrollo sistema y tests**  
Se desarrollará una APP de alerta de incendio en el que vecinos puedan dar aviso directo a bomberos.

D

**Lanzamiento**  
Se dará a conocer la APP a los usuarios, haciendo énfasis en potenciar la vinculación de la comunidad con el espacio.

E

**Mantenimiento, evaluados y actualizaciones**  
Se realizará la mantención de la APP y desarrollará actualizaciones para dar soporte y mejorar eso.



**ACTORES CLAVES**  
Museo Fonck, Corporación Pulmón Verde, vecinos, bomberos del sector, programadores.

### VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD

Tiempo estimado: 12 a 18 meses.

A

**Recopilación de antecedentes**  
Mesa de trabajo para la recopilación de antecedentes de terreno.

B

**Planificación**  
Definición de tiempos y desarrollo de propuestas para obtener financiamiento mediante fondos concursables.

C

**Propuesta de emisión**  
Desarrollo de gráfica para señalética cartel de bienvenida con indicación de entrada al parque.

D

**Implementación**  
Instalación de cartel de bienvenida en el acceso principal al parque.



**ACTORES CLAVES**  
Museo Fonck, Agrupación Pulmón Verde, vecinos del sector, Munic. Viña del Mar, quiero mi barrio, Dep. Asesoría urbana, arquitectos.

ETAPAS EN LAS QUE SE CENTRA EL PROYECTO

## 13.6 Plan de marketing

### 13.6.1 Segmento a los cuales se dirige

<b>Mercado Objetivo</b>	<p><b>Turistas internacionales:</b> Quienes pueden llegar desde los tours que realizan los cruceros que llegan a Valparaíso o de llegan de manera particular a Viña del Mar. Los primeros son adultos y adultos mayores de poder adquisitivo mediano a alto y llegan mediante los tours que realizan agencias mayoristas, mientras que los segundos sus rangos etáreos pueden estar desde los 20 años en adelante, son de perfil universitario o trabajadores jóvenes. En ambos casos llegan atraídos por la colección de Rapa Nui y el moai de la entrada, su intención es estar en contacto con la cultura de la isla. Quienes corresponden a “pasajeros agencias” permanecen un corto tiempo en el museo, mientras que los que llegan de manera particular pueden darse el tiempo de realizar un visita guiada completa. Según últimas estadísticas del museo del año 2018 los visitantes extranjeros corresponden a un 78% de las visitas, en donde mayoritariamente provienen de países como: Brasil, Argentina, Estados Unidos y Francia.</p>
	<p><b>Turistas nacionales:</b> Principalmente llegan como parte de paseos municipales desde ciudades aledañas, cuyo grueso etáreo está sobre los 50 años. Llegan como parte de tours que pasan por el museo, en cual buscan conocer las colecciones de este, pero no permanecen mucho tiempo en él. Según últimas estadísticas del museo los visitantes nacionales corresponden a un 22% de las visitas.</p>
	<p><b>Establecimientos educacionales de la ciudad y ciudades cercanas:</b> Compuesto por principalmente <b>profesores, estudiantes cautivos</b> principalmente de primero a octavo básico, y <b>apoderados</b>, de colegios municipales y particulares, principalmente de: Viña del Mar, Valparaíso, Algarrobo, El Quisco, Casablanca, Curacaví, Quilpué, Villa Alemana, Limache, Quillota, Hijuelas, Llay-Llay, Putaendo, Petorca, La Ligua y Quintero. Profesores de educación básica general, Ciencias Naturales y Biología e Historia, quienes buscan complementar sus clases y conocimiento entregado a sus alumnos mediante una experiencia didáctica. Mientras que los estudiantes desean que</p>

	<p>el museo les ofrezca una experiencia educativa entretenida y didáctica. Estos llegan para realizar la visita guiada y las actividades que realiza la encargada del área de educación, de igual forma llegan mediante la visita de la Red Viva y RodoTour. De igual forma el museo realiza visitas itinerantes a colegios de la zona.</p>
<p><b>Tamaño del Mercado</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Según el Registro de Empresas y Sociedades (RES), realizado anualmente por el Ministerio de economía fomento y turismo, este año 2019 en la quinta región se encuentran constituidas 1.011 empresas y sociedades, de las cuales según estadísticas del año 2012 49.6% corresponderían a medianas y grandes.</li> <li>- En cuanto al número de turistas, según cifras entregadas por el INE, en 2017 se registraron 1.888.068 turistas que pernoctaron en Valparaíso, Viña del Mar y Concón.</li> <li>- Según la Base de datos del Directorio de Establecimientos educacionales de Mineduc a la fecha existen 132 colegios en la ciudad de Viña del Mar.</li> <li>- Por otro lado el museo recibe mensualmente alrededor de 32.096 visitas y mediante sus visitas itinerantes tiene un alcance de 15.884 personas, según cifras del año 2018, correspondientes a visitantes nacionales (turistas nacionales), visitantes extranjeros (turistas extranjeros), alumnos, profesores, apoderados, entre otros.</li> </ul>

<p><b>Mercado Potencial</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Medianas y grandes empresas de la región:</b> Particularmente gerentes, directivos, de alto poder adquisitivo a los cuales se busca dirigir principalmente para obtener financiamiento. De igual forma empresas que desarrollen estrategias de responsabilidad social empresarial, empresas que busquen vincularse con la comunidad y territorio, empresas interesadas en financiar proyectos que pongan en valor el medio ambiente.</li> <li>- <b>Establecimientos educacionales de la V región:</b> Establecimientos de educación básica y media, particulares, subvencionados y municipales. En donde los usuarios serían profesores quienes buscan complementar el</li> </ul>
---------------------------------	---

	<p>conocimiento que los alumnos obtienen en su clases, estudiantes quienes asisten por iniciativa del profesor, los cuales esperan que su experiencia de visita sea entretenida, didáctica, donde puedan divertirse y aprender, y apoderados quienes asisten de manera pasiva acompañando a los estudiantes, quienes esperan una experiencia de ocio agradable.</p>
<p><b>Tamaño del Mercado</b></p>	<p>Según el último Censo de Población y vivienda de 2017 (INE) la población de Viña del Mar posee una población total de 334.248 habitantes, de los cuales según estadísticas del Censo 2002 alrededor de 91.000 de ellos corresponden a población económicamente activa.</p> <p>En cuanto a las empresas según el Registro de Empresas y sociedades (RES) 2019, al presente año a nivel nacional se encuentran constituidas 9.742 empresas.</p> <p>De igual manera el Centro de Estudios de Mineduc reconoce el funcionamiento de 1243 en la V región, de los cuales 456 corresponden a establecimientos municipales, 690 subvencionados, 97 particulares y 6 de Corporación administración delegada.</p>

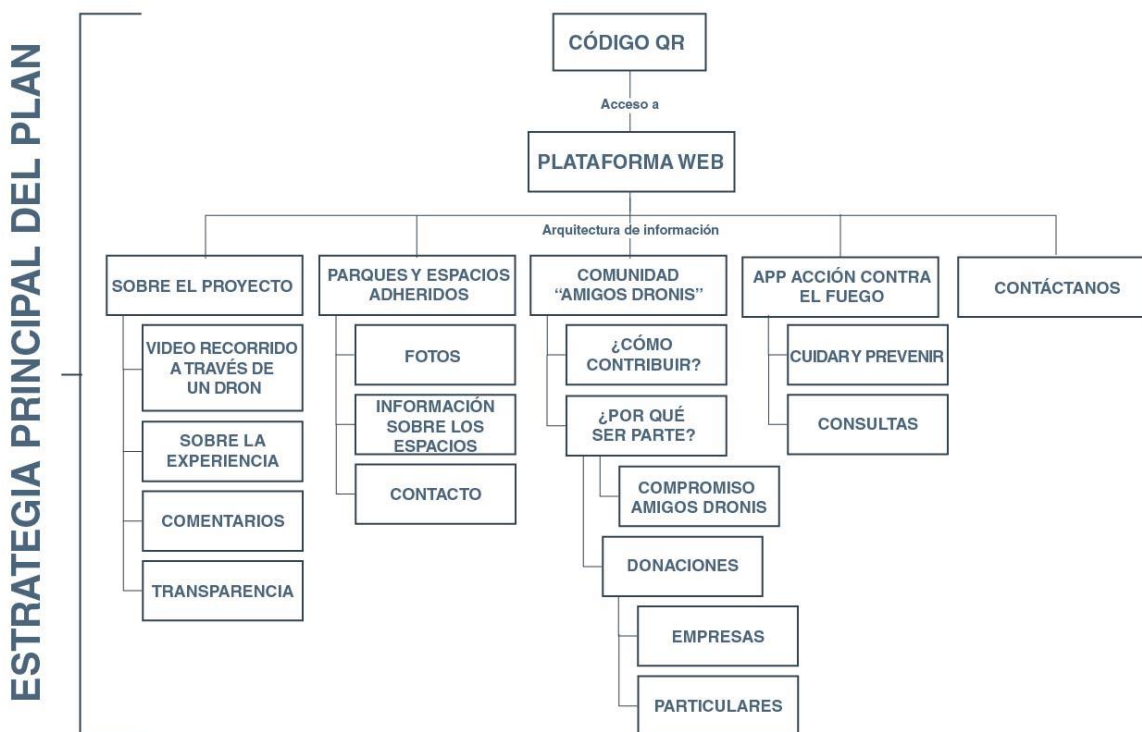
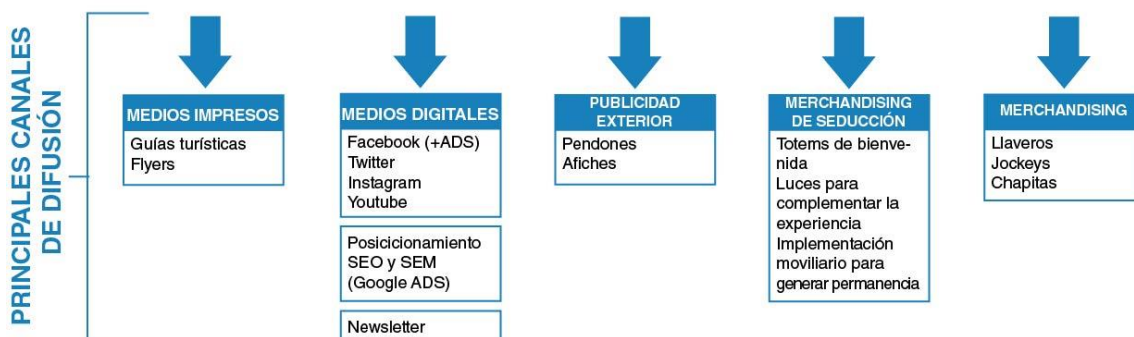
### 13.6.2 Objetivos de marketing

- Dar cuenta del valor el proyecto “Nuestro Territorio Vivo”.
- Conectar el proyecto “Nuestro Territorio Vivo” con potenciales adherentes, a través del llamado del museo.
- Crear una instancia para potenciar la adhesión y financiación hacia el proyecto.

**Keywords:**

GUIAR PROYECTAR **EDUCAR** INSTRUIR  
APORTAR **DISCURSO** **MEDIO AMBIENTE**  
CUIDADO PROTECCIÓN  
**COMUNIDAD** ALIANZA **CONTRIBUIR**  
COMPROMETER IMPULSAR  
LLAMADO **COLABORACIÓN** CONVOCAR  
PARTICIPACIÓN COMPENETRACIÓN FOMENTAR  
SENSIBILIZAR **OBSERVAR** VIGILAR

## Mapa estrategias y tácticas:



### **Sobre las estrategias y tácticas:**

Se propone como estrategia principal el potenciar la conformación de una “comunidad digital de acción”<sup>17</sup>, la cual se define como una comunidad que está basada en objetivos y/o metas en común, por ejemplo el de querer cambiar al mundo, quienes la conforman a su vez manifiestan compromiso hacia realizar acciones que permitan dichos cambios enfocándose en los estímulos que estas metas les puedan generar. De lo anterior se propone crear una comunidad bajo el nombre de “Amigos Dronis”, tomando como idea-concepto el dron, el cual sobre vuela observando y registrando pero sin intervenir directamente; esto con el fin de fomentar una actitud vigilante, respetuosa y conservadora de los espacios naturales, todo ello bajo el “Manifiesto Amigos Dronis”, en la cual se invite a los visitantes a ser parte de esta comunidad que se forma en torno a valores como:

- Yo cuido pero no invado los espacios naturales.
- Respeto y valoro el medio ambiente y los recursos naturales.
- Me comprometo con el cuidado de los espacios naturales de mi entorno inmediato.
- Soy sensible hacia los problemas del medio ambiente.
- Valoro la naturaleza desde el respeto y la contemplación.

Estos valores están descritos en un breve documento “simbólico”. Ahora bien, para la estrategia se propone como canal de entrada la experiencia de visita “Nuestro Territorio Vivo”, en la cual se difundirá el sitio web oficial donde los usuarios podrán ver más información, realizar consultas, comentarios y podrán realizar aportes, entre otros. De igual forma se proponen canales de difusión con los cuales el museo ya tiene experiencia, como:

<sup>17</sup> Millington, R. (23 de noviembre de 2013). Different types of communities. Feverbee. Recuperado de <https://www.feverbee.com/different-types-of-communities/>

medios impresos (avisos, flyers, afiches, guías turísticas de la municipalidad, de cruceros y de tours), medios digitales (redes sociales, anuncios pagados, newsletter, entre otras plataformas como tripadvisor) y publicidad exterior, para lo cual el museo cuenta con espacios dentro de la ciudad donde puede poner publicidad y el merchandising de seducción que contempla tótems en el hall del museo, luces de ambientación que complementan la experiencia y una instancia de permanencia para una vez terminado el recorrido.

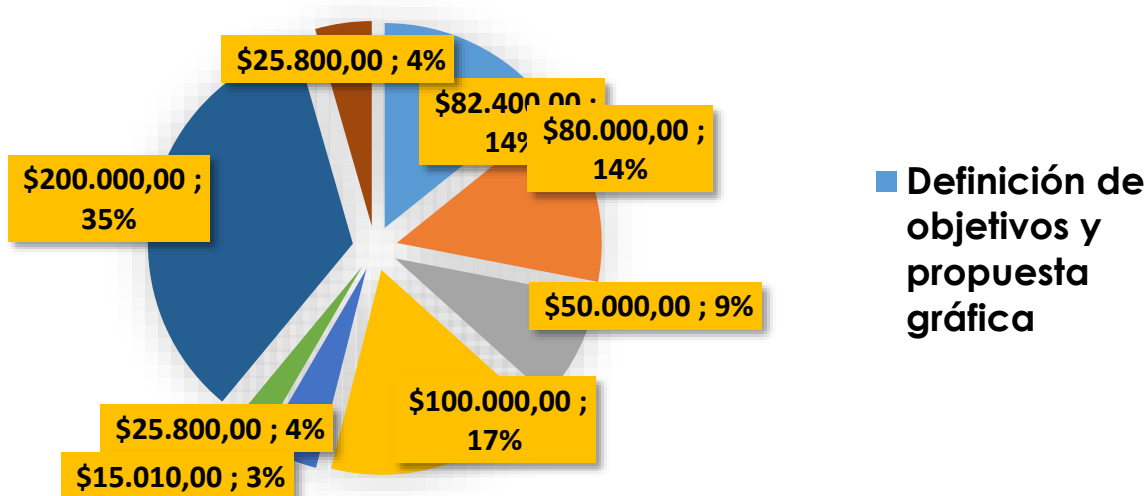
Otro punto importante dentro de la estrategia es, además de difundir el proyecto mismo, el crear una instancia para potenciar la adhesión y financiación hacia el proyecto, para ello dentro de la plataforma se propone integrar el ítem de “Compromiso”, en se busca invitar a las personas a adherirse mediante acciones puntuales, por ejemplo: La Corporación Pulmón Verde realiza ciclos de limpieza dentro del parque, para lo cual realizan convocatorias frecuentes en las que invitan a participar; tomando como punto inicial esta instancia se propone fomentar la participación a través de la plataforma a este tipo de actividades, generando adhesión y participación de las personas por medio de la convocatoria desde el museo. Ahora bien, dentro de lo anterior se propone también a modo de proyección ir incluyendo otras organizaciones que se vinculen hacia el cuidado de territorios naturales en riesgo, por ejemplo con los vecinos de Gómez Carreño quienes velan por el cuidado del Parque Natural Gómez Carreño, los vecinos de Recreo quienes se están organizando para el cuidado de las quebradas de su sector, además con esto se busca ir acercando más el museo hacia el territorio y la comunidad local.

Por otro lado, se propone buscar financiación para generar recursos que permitan proyecciones y den mantención al proyecto en el largo plazo; esto a través de la invitación a empresas de la región y particulares a realizar donaciones de dinero, recursos y financiación

mensual, mediante lo cual puedan operar como “amigos” del museo y figurar dentro del mismo y en la publicidad, así como también quienes se ofrezcan a otorgar financiación de manera permanente, podrían tener acceso al uso de las dependencias del museo para realizar sus actividades (reuniones, juntas y charlas, de igual forma con el fin de no poner en riesgo la infraestructura del museo, el tipo de actividad permitida a realizar será evaluada por la administración y el directorio del mismo). Ejemplo de esto último es una tendencia actual que se ha instaurado de la mano de museos europeos como el Louvre y el Reina Sofía, los que han agregado como parte de la política de administración el arrendar sus espacios a terceros, tales como empresas y artistas de fama; dicha iniciativa les ha servido para contar con recursos extras, así como también como estrategia de marketing. Ahora bien, quienes realicen pequeñas donaciones de manera particular, obtener acceso libre al museo y a sus actividades.

Como punto importante también se plantea enunciar la app “Acción Contra el Fuego” de manera de poner en valor las actividades que el museo realiza para el cuidado de los espacios naturales de forma colaborativa con diferentes actores, así como también invitar a que diferentes entidades o particulares puedan colaborar y de igual forma se pueda dar cuenta del uso que se le da a las donaciones que estos realizan, del mismo modo en las pestaña transparencia los usuarios podrán tener acceso a las memorias, estado de resultados y balances de la administración de los recursos donados.

### 13.6.3 Presupuesto de marketing



RESUMEN DE PRESUPUESTO				
	% DE PRESUPUESTO	PRESUPUESTO/mensual	PRESUPUESTO GASTADO	PRESUPUESTO RESTANTE
Definición de objetivos y propuesta gráfica	13%	\$ 82.400,00	\$ 82.400,00	\$ -
impresión para publicidad	13%	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ -
Implementación ADS	8%	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ -
Diseño espacio de esparcimiento	16%	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ -
Fuerza de ventas	4%	\$ 25.800,00	\$ 25.800,00	\$ -
Hosting y dominio	2%	\$ 15.010,00	\$ 15.010,00	\$ -
Sitio web	32%	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ -
Administración RRSS (fee mensual)	4%	\$ 25.800,00	\$ 25.800,00	\$ -
Posicionamiento SEO	6%	\$ 39.990,00	\$ 39.990,00	\$ -
	<b>100%</b>	<b>\$ 619.000,00</b>	<b>\$ 619.000,00</b>	<b>\$ -</b>

Se considera este como un presupuesto inicial básico que sirva para impulsar el proyecto, para el cual se espera sea más fácil de conseguir en esta primera etapa y tomando en cuenta la situación económica actual del museo, sin embargo podría aumentar en la medida que el proyecto lo amerite.

Para el presupuesto se consideran los siguientes cargos para desarrollar las siguientes funciones:

**Líder del proyecto:** Guía y supervisión de funciones del equipo de comunicación (diseñador y periodista).

**Diseñador/community manager:** Desarrollo de contenidos/mantenimiento sitio del proyecto y administración RRSS, creación de campañas digitales, newsletter. Esto bajo un fee mensual.

**Periodista:** Relaciones públicas del proyecto.

Hay que detallar que tanto para el líder, diseñador y periodista se considera un pago por aumento de funciones relativas a su cargo, el cual se considera un valor fijo mensual, además en el caso del diseñador también se contempla un fee mensual, es decir el valor puede cambiar en función de las tareas planificadas por mes, para la administración de redes sociales.

En cuanto a la publicidad impresa y ads de Google, se consideran costos fijos mensuales, que se podrían aumentar en la medida de contar con mayores recursos; en cuanto a Facebook se considera un presupuesto estándar que podría variar según cantidad de eventos y anuncios por mes. En cuanto al desarrollo del sitio y la implementación de un espacio que aporte al merchandasing de seducción, estos se consideran como costos fijos únicos.

## **13.7 Plan Operacional:**

### **13.7.1 Etapa 1: “Puesta en valor a través de la creación de una experiencia”**

**(Tiempo estipulado: 6-8 meses)**

**Fase de levantamiento y planificación:** Esta primera instancia surge de la necesidad de dar a conocer el riesgo que corre el parque por estar expuesto a contaminación (vertederos clandestinos), incendios provocados y espontáneos, estos últimos debido a que parte del terreno se encuentra contaminado con gases que combustionan en periodos de calor, poniendo además en riesgo viviendas cercanas al lugar.

Ahora bien, se toma en consideración el conocimiento que tiene el equipo del museo (entre ellos arquitectos, profesores, conservadores y arqueólogos, además de diseñadores y periodistas) sobre patrimonio natural y para la creación de proyectos, y por otro lado el conocimiento que tiene la Corporación Pulmón Verde del Parque Reñaca Alto sobre sus hitos como: la mina, restos arqueológicos de pueblos originarios, punto geográfico de unión entre las comunas de Viña del Mar, Concón y Limache, etc. Esta fase consiste en mesas de trabajo conjuntas entre ambos actores, además de actores que puedan aportar desde sus diferentes áreas como la Unidad de Patrimonio de Viña del Mar, que ha trabajado tanto con el museo como con la corporación, quienes pueden aportar como representantes de la Municipalidad de Viña del Mar y bajo su conocimiento sobre patrimonio; por otra parte la Novena Compañía de Bomberos, quienes desde su conocimiento del territorio forestal, sus riesgos y su cuidado, aportan con base empírica para trazar condiciones en el rescate de este espacio. Además de visitas al lugar, registros fotográficos, videos, entre otros. También se toma de base estudio “Flora del Parque Intercomunal Estero Reñaca Alto, Región de Valparaíso, Chile”, desarrollado el 2013 por los profesores Patricio Novoa y Gabriela Madrid, representantes de la Fundación Jardín Botánico Nacional.

**Fase de creación y desarrollo de experiencia:** Gracias a los registros visuales tomados de los hitos y escenas del parque el museo propone la creación de un formato para dar a conocer dichos registros, para ello es importante contar con los arquitectos, diseñadores y periodistas del museo, en donde el arquitecto pueda definir escenas desde su valor paisajístico, diseñador pueda realizar el registro visual y el periodista pueda aportar a un guión dando coherencia a la narrativa que se va a construir para la experiencia.

Para este registro se plantea complementarlo haciendo uso de drones que aporten una visión desde otros ángulos que puedan enriquecer estas escenas. Estos drones también servirán para la segunda etapa del proyecto, en donde se realizarán tácticas de intervención y rescate.

Ahora bien, el parque es un espacios que se manifiesta por sí mismo y carece de manipulación humana, posee fauna y flora autóctona, por otro lado por estar ubicado en una de las zonas altas de la ciudad posee una vista privilegiada hacia las ciudades de Concón, Viña del Mar (costa), parte de la costa de Valparaíso y Limache.

El contenido a proyectar busca ser un “acto de declaración”, mediante el cual el museo se acerca y abre hacia la comunidad viñamarina, reafirmandose y exponiendo el valor de un territorio que se encuentra actualmente desprotegido, acorde al discurso o más bien postura que tiene el museo sobre la protección de los espacios naturales. Es por ello que se tomará el nombre de “Experiencia Nuestro Territorio Vivo”, con el que se busca poner en valor el espacio en su esencia original sin intervención de terceros, sino dejando que se muestre por sí mismo tal cual.

**Fase de implementación:** En esta fase se desarrollará el soporte que dé lugar a una experiencia de inmersión, la cual será exhibida en el museo. Para darle mayor coherencia al

concepto de rescate, es que se construirá una estructura tipo domo geodésico, para lo cual el museo cuenta con espacio disponible en la azotea, patio y terraza, donde se toma en cuenta su forma carente de vértices confiere unidad y armonía, lo cual lo convierte en un excelente soporte para proyectar y generar una experiencia de inmersión mediante una performance que rescata un trozo del territorio parque, a través de una proyección de mapping dentro de un domo geodésico, para la cual se busca narrar la experiencia de sensaciones ligadas a la visita al parque, bajo la intención de sensibilizar en torno al valor de este lugar.

Esta experiencia también será una forma de inclusión, para acercar el lugar a personas que por diversas razones –por ejemplo físicas- no puedan visitarlo o recorrerlo directamente, así como también una forma de proteger al ecosistema del lugar de una eventual saturación de visitas que pueda alterar las condiciones del lugar.

Para el desarrollo de esta representación se toma en cuenta el concepto de inmersión interactiva, donde el visitante tenga cierta interacción pudiendo acercarse a lo intangible de manera virtual. Cabe destacar que se toma la idea de “performance”, concepto que podemos definir como: “una muestra de arte escénico improvisada en la mayoría de los casos donde existe la provocación y el asombro usando un criterio estético”<sup>18</sup> (Romero, 2005), es por ello que se toma el sentido de compromiso con una causa que aporta al discurso/postura del museo con respecto al cuidado de espacios naturales, para influir sobre los visitantes los conceptos de valorizar y cuidar estos espacios.

Esta representación se realizará en una proyección automatizada de video mapping que busca mostrar la realidad del parque mezclada con elementos que aporten al relato del lugar como su historia. Con la creación e implementación de esta experiencia, es que se busca ser

18 Romero, A, Gimenez, (sel., trad., notas) [2005]. “performance”. De Artes y Pasiones. Buenos Aires.

un referente para la puesta en valor de espacios en riesgo y/o que necesiten de mayor reconocimiento, dando a conocer lugares relevantes dentro del mismo como hitos y escenas que lo componen, así como también se busca contribuir a la creación de conciencia sobre el cuidado de estos espacios.

**Fase de supervisión y evaluación:** Supervisión y monitorio constante de los equipos de proyección, interacción y comportamiento de los visitantes en la experiencia “Nuestro Territorio Vivo”, incluyendo ítem de estudio de audiencia dentro del balance general anual del museo, contribuyendo a la reflexión en torno al real aporte que signifique integrar la experiencia dentro de la colección permanente del museo y como una reflexión que permita también analizar su colección en términos generales.

**A continuación Carta Gantt, con subprocesos para la Etapa 1**



## **Etapa 2: “Intervención y rescate”**

**(Tiempo estipulado: 2-3 meses)**

**Fase mesas de trabajo informativas:** En esta fase participará el museo, la corporación (en representación de la comunidad) y bomberos, será donde se propondrá un trabajo en conjunto para mantener al margen los incendios forestales. Tomando en cuenta el importante vínculo que tiene gran parte de la comunidad por el parque es que se propone que estos mantengan la vigilancia del lugar a fin de evitar incendios espontáneos e intencionales, a fin de contribuir a la constante vinculación y reconocimiento de este espacio por parte de la comunidad; esto mediante recorrido semanales con drones que sirvan para monitorear el terreno.

**Fase de levantamiento de requerimientos:** En esta fase se reunirán los requerimientos para generar una “acción de rescate” que pueda ayudar a la continua problemática de incendios que aqueja al lugar, para ello se definirán mesas de diálogo para desarrollar un sistema de alerta que refuerce el vínculo entre la comunidad local y la compañía de bomberos del lugar.

**Fase de desarrollo sistema y testeo:** Se desarrollará un sistema de aplicación embebida que podrá ser usada por bomberos y la comunidad local, en base a un sistema de vigilancia con drones llevado a cabo por la comunidad, para lo cual en caso de emergencia por incendio la comunidad podrá enviar una señal de emergencia usando esta aplicación dando aviso directo a bomberos de su sector, mediante el envío de un mapa de ubicación y fotos para comprobar su veracidad. Una vez intervenido el siniestro el sistema crea un registro a

modo de historial de zonas afectadas en base a mapas para establecer estrategias que puedan identificar zonas más vulnerables y establecer las medidas preventivas necesarias.

En esta fase la versión beta del sistema estará siendo testeado por un programador para monitorear su funcionamiento y posibles errores.

En esta etapa se contempla:

**Arquitectura de la información (AI) -> Wireframes -> Diseño (UI/UX) ->**

**Desarrollo -> Testing**

**Fase de lanzamiento:** En esta fase el sistema se dará a conocer a los usuarios, mostrando sus beneficios y motivando a la vinculación entre la comunidad local, bomberos y el parque. En primera instancia se entregará este sistema a los usuarios para explicar su funcionamiento, pero principalmente hacer que dos actores puedan afianzar su vínculo entre ellos y el parque, eso mediante el compromiso de vigilancia por parte de la comunidad y la acción inmediata de bomberos.

**Fase de mantención, evaluación y actualizaciones:** Una vez en uso se realizará la evaluación correspondiente para detectar posibles errores en el funcionamiento, además se evaluarán posibles actualizaciones según necesidades de los usuarios.

**A continuación se detalla Carta Gantt con subprocesos de la Etapa 2:**



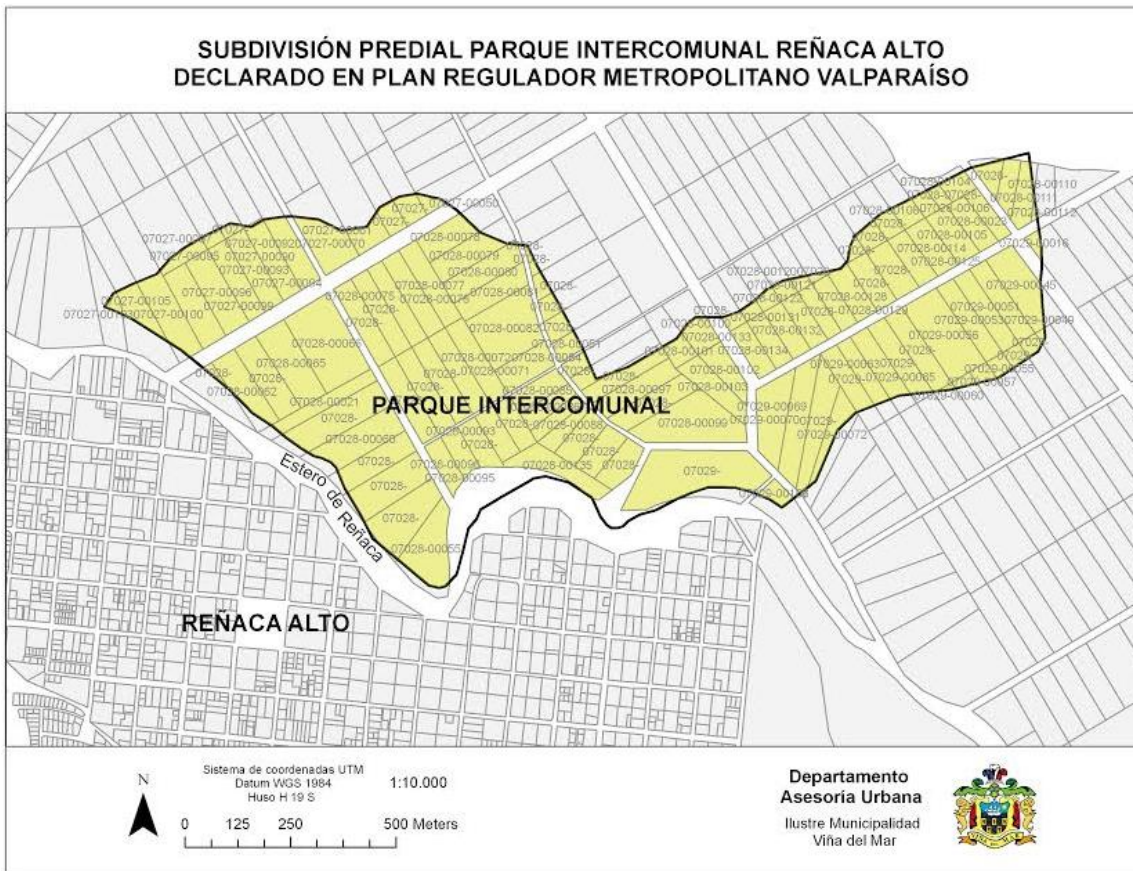
### **Etapa 3: Vinculación con la comunidad (proyección):**

**(Tiempo estipulado 12 a 18 meses)**

**Fase recopilación de antecedentes:** Estas mesas de trabajo entre la Corporación Pulmón Verde, la cual está compuesta por representantes de diversas organizaciones vecinales del sector, bomberos del sector y el museo, se reunirá información contextual del lugar, tomando en consideración: geografía del lugar y accesos, importancia ecológica (ecosistema local), valor social (espacio de esparcimiento en el que se desarrollan diversas actividades), relevancia histórica (por ejemplo los vestigios encontrados de pueblos indígenas) y lugares de interés (cerro La Mina y campings).



*Figura 16. Mapa con accesos Parque Reñaca Alto. Elaboración en conjunto con la Corporación Pulmón Verde.*



Mapa subdivisión predial del Parque Reñaca Alto [imagen], según Plan Regulador Metropolitano Valparaíso.

**Fase planificación:** Planificación de trabajo y definición de tiempos, para esta fase se propone la evaluación de las condiciones en las que se encuentran de los accesos ya definidos y su seguridad, también se propone la postulación para la financiación de la señalética en base al preparación del proyecto para su postulación al FNDR bajo la línea “Mejoramiento del sistema señalética Vial y Peatonal”.

En esta fase se trabajara en conjunto con la corporación, el museo, bomberos, la U. de Patrimonio, en representación de la Municipalidad de Viña del Mar para evaluar los permisos correspondientes de vialidad y seguridad.

**Fase propuesta de comunicación:** Desarrollo de propuestas comunicacionales evaluando técnicas, recursos, lenguajes, tipografías, paletas de color e iconografía. En este proceso participarán el Museo Fonck en conjunto con la PUCV (carrera de diseño), que en un trabajo en conjunto desarrollarán la señalética para indicar el o los accesos del lugar.

**Fase implementación:** Habiendo definido el o los accesos al parque Reñaca Alto en la primera etapa, evaluando los criterios correspondientes de viabilidad y seguridad, y una vez obtenida la financiación, es que se solicitará el permiso a vialidad para instalar señalética de bienvenida en el acceso principal al parque, detallando puntos importantes y dando cuenta de la relevancia del proyecto y quienes lo han hecho posible.

## Resumen etapas del proyecto:



Figura 17. Etapas y propuestas de actividades del modelo tomando el caso de estudio (Museo Fonck y Parque Reñaca Alto). Elaboración propia.

### 13.8 Administración y Organización

Para la administración y organización del equipo de trabajo dentro del proyecto es importante contar con el compromiso, comunicación y colaboración entre los actores: el equipo del Museo Fonck y los miembros de la Corporación Pulmón Verde, dos entidades que si bien tienen actores en común nunca han trabajado de manera conjunta ni colaborativa, por lo cual durante el diagnóstico de equipos es importante tener como base el generar una confianza mutua, lo cual se hace crucial ante dos actores que no se conocen, estableciendo objetivos y una visión en común, definiendo roles y tareas; para lo cual se propone un sistema de trabajo que toma el **esquema de organización** de la metodología de “Trabajo en Red Colaborativa” de la organización social “tejeRedes”, creada por el doctor en ingeniería industrial Cristian Figueroa Llambias, la cual tiene como eje central a las personas (CLEHES), dentro de un espacio (donde habitan los CLEHES) y se enfoca en levantar redes de trabajo potenciando a las organizaciones como agentes de cambio en red. Ahora bien, esta metodología define a las personas en base al concepto de CLEHES, - acuñado por el ingeniero y académico de la USACH Osvaldo García de la Cerda- es decir desde 6 dominios: cuerpo, lenguaje, emociones, historias, eros y silencio, es por ello que se torna relevante entre las mesas de trabajo basar el diálogo en valores como: confianza. Libertad e igualdad, los cuales Figueroa Llambias define como “aromas y colores que inspiran a quedarnos”, y dentro de los cuales se toma la “confianza” como valor principal para potenciar el “pensamiento en red”, el cual activa la conexión empática de ideas y creatividad entre las personas; potenciando así la cohesión entre los diferentes actores, generando sentido de pertenencia dentro de la red. Ante esto último surgen los conceptos de “libertad”, donde cada participante pueda dejar fluir su intuición, ideas y su creatividad, e “igualdad” entre los actores, rompiendo con toda estructura formal para así poder

sincronizar recursos y potenciar la colaboración creativa, adaptando cualquier espacio para la generación de ideas.

Ahora bien, en una instancia previa el directorio y el equipo del museo asignará un líder del proyecto quien también será la figura mediadora entre el museo y la corporación, tomando en cuenta la organización de esta última (director, vicepresidenta, secretarios y tesorero), en donde la distribución de roles se realizará tomando el esquema de “redes centralizadas”, definiendo los siguientes roles:

Rol	Líder (león)	Actores	Arquitecto Museo Fonck
<b>Tareas</b>			
<p>Liderará el proyecto y la mesas de trabajo en cuestión, entre el museo y la corporación, quien además por su expertiz en la ejecución de otros proyectos del museo –entre ellos una aplicación de audio para las visitas- podrá aportar desde su visión urbanística y paisajística para la construcción de puesta en valor del parque a través de la experiencia de inmersión en el museo, para la creación de la aplicación Acción Contra el Fuego y la estrategia de marketing. Su labor como líder será transversal a las etapas del proyecto.</p>			

<b>Rol</b>	Polinizador (abeja)	<b>Actores</b>	Encargada de comunicación M. Fonck
<b>Tareas</b>			
<p><b>Periodista</b> encargada del área de comunicación, quien además de su aporte para la construcción del guión/relato para la experiencia “Nuestro Territorio Vivo” y para la estrategia de marketing, aportará desde su expertiz relacional entre todos los actores, pudiendo aportar visiones traídas desde afuera para generar innovación en las propuestas.</p>			

<b>Rol</b>	Cuidadores (zorros)	<b>Actores</b>	Encargada de educación M. Fonck Director, Corp. Pulmón Verde
<b>Tareas</b>			
<p><b>Profesora encargada de área educación y director corporación</b>, tomando en cuenta su aporte a la investigación y construcción del relato y por su parte el director desde su conocimiento del lugar y como líder de la corporación, es que estos participantes se proponen para proteger los roles de cada actor, a fin de no fragmentar el grupo y sus objetivos. Ante lo cual el director velará por cuidar los roles de los miembros de la corporación y el profesor lo hará por parte del equipo del museo.</p>			

<b>Rol</b>	Participantes activos (hormigas)	<b>Actores</b>	Secretarios, vicepresidenta y tesorero Corporación Pulmón Verde Representante de Bomberos del sector Diseñadora gráfica y arqueólogo M. Fonck
------------	-------------------------------------	----------------	---

### Tareas

**Arqueólogo, diseñadora gráfica, secretarios de la corporación y representantes de bomberos de Reñaca Alto.** Quienes desde aportarán al grupo desde su experiencia y conocimiento específicos dentro de sus respectivas áreas de trabajo. Por su parte los miembros de la corporación realizarán sus aportes desde el conocimiento que tienen del parque principalmente en las primeras mesas de trabajo para la creación de la experiencia Nuestro Territorio Vivo y la aplicación de alertas Acción Contra el Fuego.

<b>Rol</b>	Participantes pasivos (oso)	<b>Actores</b>	Jefatura U. de Patrimonio Viña del Mar
------------	--------------------------------	----------------	---

### Tareas

**Jefa U. de Patrimonio Viña,** cuya experiencia previa de trabajo tanto con el museo como con la corporación, participará como observador en las primeras mesas de trabajo, pudiendo generar aportes desde su conocimiento de la comunidad.

## Esquema de redes centralizadas con participantes del proyecto

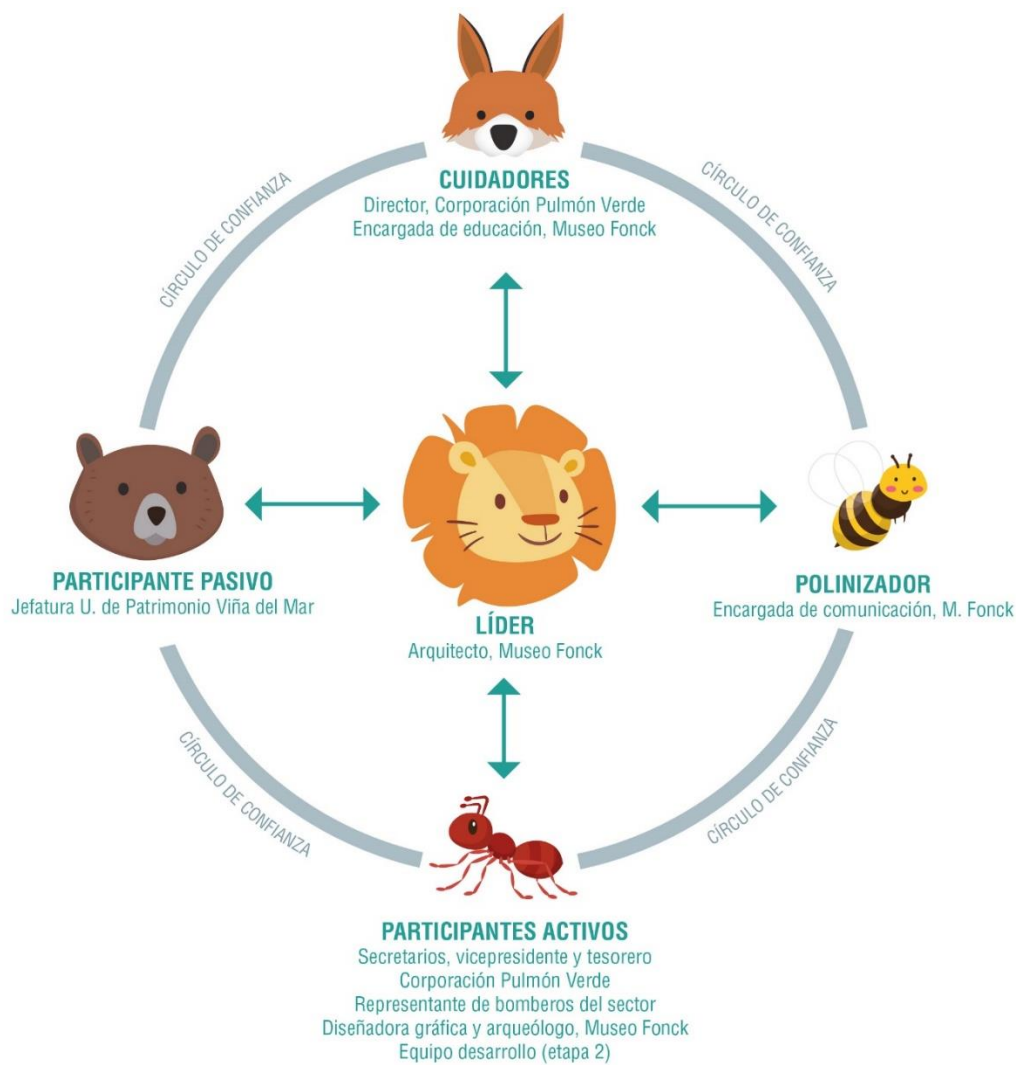


Figura 18: Esquema basado en la red centralizada de tejeRedes, con actores (participantes) claves.

### Participantes:

**Museo Fonck:** Líder de proyecto, diseñadora gráfica, arqueólogo, profesora y periodista.

**Corporación Pulmón Verde:** Director, vicepresidenta, secretarios y tesorero.

**Bomberos del Sector:** Representantes

**Unidad de Patrimonio:** Jefatura

**Externos:** Equipo desarrollo y productora audiovisual.

### 13.8.1 Estructura de la Corporación Pulmón Verde

La Corporación Pulmón Verde está conformada por miembros de diferentes organizaciones sociales del sector organizados mediante un director/presidente, vicepresidenta, secretarios y tesorero, en donde su director también participa del grupo folclórico Raíces y la Radio Extremo, la vicepresidenta al centro de madres y Centro de Acción Social Cuasimodo que organiza la fiesta costumbrista del mismo nombre en el sector, mientras que los secretarios realizan las visitas guiadas al parque y lideran el colectivo cultural RenganKo, donde realizan actividades artísticas con jóvenes y niños del sector. Cabe mencionar también que la corporación cuenta con el respaldo y convocatoria de otras 50 organizaciones sociales del sector, entre las cuales se encuentra la 9<sup>na</sup> Compañía de Bomberos, quienes a diferencia de la participación activa y dinámica de la corporación, participaron en acciones puntuales, ligadas principalmente a su conocimiento del terreno, sus cualidades y riesgos.

Ahora bien, la corporación se encuentra organizada en torno a los siguientes objetivos:

#### OBJETIVOS DE LA CORPORACIÓN PULMÓN VERDE REÑACA ALTO



1.-Lograr un Parque Ecológico en Reñaca Alto que contribuya a la conservación y equilibrio del ecosistema de la población local y de la comuna de Viña del Mar.

2.-Promover la educación ambiental que capacite a las personas en el conocimiento y análisis crítico de los problemas ambientales y sus soluciones, tanto a nivel local, comunal, nacional y global.

3.- Fomentar la valoración de la identidad de la población local, favorable a una mayor convivencia y cohesión social.

4.- Incentivar una participación ciudadana informada, activa y responsable que asegure un desarrollo armónico, sostenible y una ciudad más integrada.

5.- Impulsar el trabajo en redes con organizaciones afines que favorezcan la extensión de prácticas y modos de vida de respeto al medio ambiente.

6.- Mantener y desarrollar el sistema de autogestión de la organización como elemento principal de su desarrollo y garantía de su autonomía.

### Organigrama funcional de la Corporación Pulmón Verde:

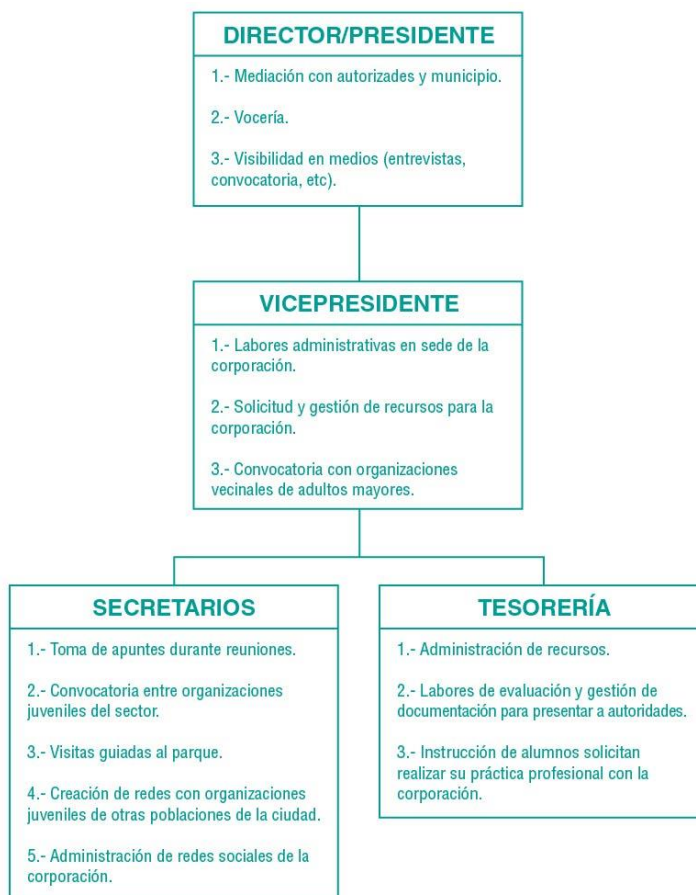


Figura 19. Organigrama.

## 11. Planificación de Costos

Para dimensionar el valor total del proyecto, se contempla la cuantificación de valores para las etapas de “puesta en valor para la creación de una experiencia” (Etapa 1) e “intervención controlada para el rescate del parque” (Etapa 2), de las cuales se desglosan principalmente los valores por concepto de compra de insumos y equipos, externalización de servicios (creación audiovisual), publicidad y el valor hora/hombre para el equipo de trabajo del museo y el equipo de desarrollo, este último para la etapa 2 del proyecto.

Ahora bien, se considera el sistema actual que trabaja el equipo del museo, quienes trabajan por asignación de horas por proyectos adjudicados, por lo cual se designará el pago de honorarios por horas de trabajo destinadas al proyecto consideradas como asignación por aumento de funciones para los miembros del equipo del museo; para lo cual el costo de horas ordinarias se calculará tomando como base un sueldo de \$617.000.- según la siguiente operación

$$\mathbf{\$617.000/30 = \$20.566 \times 28 = \$575.866/180 = \$3.199}$$

**(Redondeado a 3.200)**

Cálculos corresponden a los indicados por la Dirección del Trabajo

Mientras que para el líder del proyecto el cálculo hora ordinaria asignada al proyecto se realiza contemplando una remuneración de \$810.000.-

$$\mathbf{\$810.000/30 = \$27.166 \times 28 = \$760.666/180 = \$4.200}$$

Cálculos corresponden a los indicados por la Dirección del Trabajo

De igual manera para el financiamiento de la etapa 1 se considera la postulación al programa de inversiones públicas con fines de compensación territorial: Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), en su componente Tradicional, que financia la totalidad de

los proyectos con dineros públicos, del cual el museo ha obtenido financiación de manera reiterada en los últimos años, desarrollando diversos proyectos de manera conjunta con la red Viva y así como también de manera individual.

De igual manera a través de este trabajo del museo con el territorio parque –a través de la Corporación Pulmón Verde-, es que se propone una oferta de valor mediante la cual también el museo pueda aspirar a obtener financiación por parte de empresas de la región para solventar el la mantención del proyecto “Nuestro Territorio Vivo” y el desarrollo de aplicación “Acción Contra el Fuego” en el tiempo, ejemplo de ello podemos citar el caso de Collahuasi, empresa minera que dentro de su política contempla el concepto de “inversión social”, en donde se encuentran proyectos ligados al desarrollo local, educación, reciclaje, pueblos originarios, vida sana y patrimonio y cultura, siendo en este último donde la empresa financia y dirige museos como: Museo de la Vivencia Religiosa del Norte Grande (inaugurado en Pozo Almonte en 2015), Museo de Sitio Geoglifos de Pintados (inaugurado en Iquique, 2011), Museo Corbeta Esmeralda (inaugurado en Iquique en 2011), entre otros. Cabe destacar que en el año 2016 la empresa destinó US\$7.9 millones al concepto de inversión social. De igual forma el Museo Baburizza durante los últimos cuatro años ha firmado un convenio con la Empresa Portuaria Valparaíso (EPV) para la asignación de recursos por parte de esta última para la realización de visitas escolares gratuitas, exposiciones itinerantes y el programa para no videntes “Ver más Allá”, en donde la EPV valora la aportación a la historia local y el vínculo con la ciudadanía que el museo posee. De lo anterior podemos decir que la vinculación del museo con la comunidad mediante el trabajo y desarrollo de la experiencia Nuestro Territorio Vivo, en conjunto con la Corporación Pulmón Verde (erigida por representantes del sector de Reñaca Alto para la protección del Parque Intercomunal Reñaca Alto), para la revalorización de este espacio

verde, podría significar una oferta interesante para que empresas de la comuna y de la región puedan invertir recursos, potenciando al museo como agente activo en la protección del patrimonio natural de la ciudad, ofreciendo a las empresas un motor para su visibilidad y amplitud de influencia dentro del territorio.

Ahora bien, dentro de la planificación de costos se contempla cuantificarlo mediante etapas, para así tener un valor estimativo de cada fase, en donde para la primera etapa de “puesta en valor a través de la creación de una experiencia”, que recibe el *naming* de “Experiencia Nuestro Territorio Vivo”, dentro de la cual se contempla desde el trabajo previo para la realización del guion del video, filmación, implementación hasta la estrategia de marketing y publicidad.

Lista de insumos	Valores
Proyector 4k	\$1.220.000
Soporte piso	\$2.500
Espejo esférico (1/4)	\$49.000
Licencia anual Resolumen	\$251.000
Parlantes subwoofer	\$150.000
Notebook procesador i7	\$550.000
Domo geodésico frecuencia 4 (5 mts.)	\$1.690.000
Dron (video HD 720p)	\$92.000

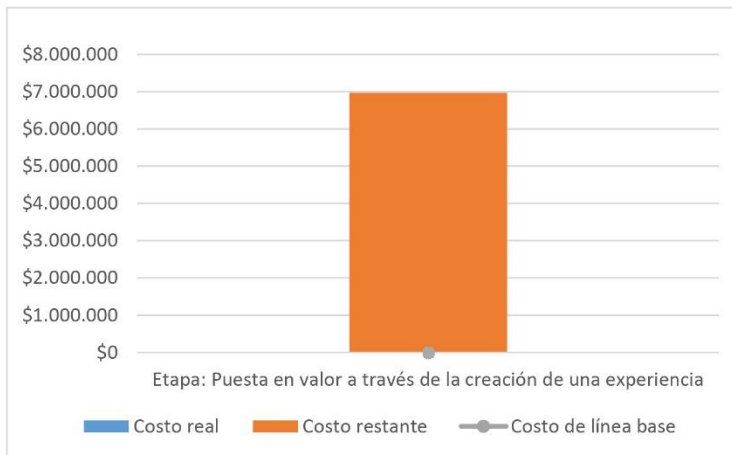
**A continuación se detallan los costos correspondientes a la Etapa 1:**

Nombre de tarea	Costo fijo	Costo total	Comienzo	Fin	Duración	Nombres de los recursos
<b>Etapa: Puesta en valor a través de la creación de una experiencia</b>	<b>\$0</b>	<b>\$6.964.500</b>	<b>lun 02-03-20</b>	<b>mar 08-09-20</b>	<b>148,13 días</b>	
<b>Levantamiento y planificación</b>	<b>\$0</b>	<b>\$204.000</b>	<b>lun 09-03-20</b>	<b>lun 30-03-20</b>	<b>144 horas</b>	
Mesa de trabajo para plantear problemática a resolver	\$51.000	\$51.000	lun 09-03-20	lun 09-03-20	3 horas	Equipo Museo Fonck, Corporación Pulmón Verde, U. de Patrimonio Viña (asesoría externa) y bomberos del sector
Mesa de trabajo para trazar líneas de trabajo y tareas	\$51.000	\$51.000	lun 16-03-20	lun 16-03-20	3 horas	Equipo Museo Fonck, Corporación Pulmón Verde, U. de Patrimonio Viña (asesoría externa) y bomberos del sector
Mesa de trabajo para análisis de antecedentes del lugar	\$51.000	\$51.000	lun 23-03-20	lun 23-03-20	3 horas	Equipo Museo Fonck, Corporación Pulmón Verde
Proceso identificación de hitos y espacios relevantes	\$51.000	\$51.000	lun 30-03-20	lun 30-03-20	3 horas	Equipo Museo Fonck, Corporación Pulmón Verde
<b>FIN FASE LEVANTAMIENTO</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>lun 30-03-20</b>	<b>lun 30-03-20</b>	<b>0 días</b>	
<b>Creación y desarrollo narrativ</b>	<b>\$0</b>	<b>\$779.000</b>	<b>mié 01-04-20</b>	<b>jue 14-05-20</b>	<b>33,75 días</b>	
Compra dron para recorrido	\$92.000	\$92.000	mié 01-04-20	mié 01-04-20	4 horas	Dron
Definición de lugares a recorrer	\$51.000	\$51.000	jue 02-04-20	jue 02-04-20	3 horas	Equipo Museo Fonck, Corporación Pulmón Verde
Recorridos al lugar	\$63.600	\$63.600	vie 03-04-20	mar 07-04-20	3 días	arqueólogo, profesor, arquitecto;Corporación Pulmón Verde;Bomberos del sector
Análisis de registros y antecedentes	\$424.000	\$424.000	mié 08-04-20	mar 05-05-20	20 días	arqueólogo, profesor, arquitecto equipo museo
Creación de guión narrativo	\$148.400	\$148.400	mié 06-05-20	jue 14-05-20	7 días	periodista;arqueólogo;profesor
<b>FIN FASE CREACIÓN</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>jue 14-05-20</b>	<b>jue 14-05-20</b>	<b>1,13 días</b>	
<b>Compra de insumos, equipos</b>	<b>\$0</b>	<b>\$2.222.500</b>	<b>vie 15-05-20</b>	<b>mié 20-05-20</b>	<b>4,5 días</b>	
Compra espejo semi esfera	\$49.000	\$49.000	vie 15-05-20	vie 15-05-20	1 día	Espejo esférico para proyección grilla circular
Compra proyector 4k y soporte	\$1.222.500	\$1.222.500	lun 18-05-20	lun 18-05-20	1 día	proyector
Compra PC y parlantes	\$700.000	\$700.000	mar 19-05-20	mar 19-05-20	1 día	Computador y parlantes
Compra licencia Resolumen	\$251.000	\$251.000	mié 20-05-20	mié 20-05-20	1 día	Licencia anual programa mapping
<b>FIN COMPRA DE INSUMOS</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>mié 20-05-20</b>	<b>mié 20-05-20</b>	<b>0 días</b>	
<b>Implementación espacio</b>	<b>\$0</b>	<b>\$1.780.000</b>	<b>lun 25-05-20</b>	<b>jue 28-05-20</b>	<b>4,5 días</b>	
compra domo	\$1.690.000	\$1.690.000	lun 25-05-20	lun 25-05-20	1 día	Domo prefabricado
Armado e instalación de domo	\$70.000	\$70.000	mar 26-05-20	mié 27-05-20	2 días	mano de obra
Instalación puntos electricidad	\$20.000	\$20.000	jue 28-05-20	jue 28-05-20	1 día	mano de obra
<b>FIN FASE IMPLEMENTACIÓN ESPACIO</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>jue 28-05-20</b>	<b>jue 28-05-20</b>	<b>0 días</b>	
<b>Creación audiovisual</b>	<b>\$0</b>	<b>\$1.360.000</b>	<b>lun 01-06-20</b>	<b>lun 06-07-20</b>	<b>28,13 días</b>	
Entrega de registros y guión para filmación	\$0	\$0	lun 01-06-20	mar 02-06-20	2 días	Equipo museo
Filmación en terreno	\$260.000	\$260.000	mié 03-06-20	mar 09-06-20	5 días	productora
Correcciones y aportes	\$0	\$0	mié 10-06-20	vie 12-06-20	3 días	productora, museo y corporación
Edición y postproducción audiovisual	\$1.000.000	\$1.000.000	lun 15-06-20	vie 03-07-20	15,75 días	productora
Instalación loop de video en grilla 360°	\$100.000	\$100.000	lun 06-07-20	lun 06-07-20	3 horas	productora
<b>FIN FASE AUDIOVISUAL</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>lun 06-07-20</b>	<b>lun 06-07-20</b>	<b>0 días</b>	
<b>MKT y publicidad</b>	<b>\$0</b>	<b>\$619.000</b>	<b>mar 07-07-20</b>	<b>mar 08-09-20</b>	<b>50,63 días</b>	
Trazar objetivos	\$31.800	\$31.800	mar 07-07-20	mar 07-07-20	3 horas	Líder de proyecto, diseñador y periodista Museo
Desarrollo propuestas gráfica cam	\$25.600	\$25.600	mié 08-07-20	jue 09-07-20	2 días	Diseñador equipo museo
Definición gráfica campaña	\$25.000	\$25.000	vie 10-07-20	vie 10-07-20	1 hora	Equipo Museo Fonck
Impresión gráficas	\$80.000	\$80.000	lun 13-07-20	lun 20-07-20	5 días	Diseñador equipo museo
Diseño de espacio esparcimiento	\$100.000	\$100.000	mar 21-07-20	mar 21-07-20	1 día	Diseñador y arquitecto
Desarrollo sitio web	\$200.000	\$200.000	mié 22-07-20	lun 10-08-20	15 días	programador externo
Compra Dominio y hosting	\$15.010	\$15.010	mar 11-08-20	mar 11-08-20	1 hora	Dominio;host
Implementación ADS	\$50.000	\$50.000	mié 12-08-20	lun 24-08-20	10 días	ads google y redes sociales
Administración redes sociales	\$25.800	\$25.800	mar 25-08-20	mar 25-08-20	1 día	Diseñador equipo museo
Fuerza de ventas	\$25.800	\$25.800	mié 26-08-20	lun 07-09-20	10 días	periodista
Posicionamiento SEO	\$39.990	\$39.990	mar 08-09-20	mar 08-09-20	1 día	Empresa de servicios externa

## INFORMACIÓN GENERAL DE COSTOS DE LA TAREA

### ESTADO DE COSTO

Estado de costo para las tareas de nivel superior.



### DETALLES DE COSTOS

Detalles de costos para todas las tareas de nivel superior.

Nombre	Costo fijo	Costo real	Costo restante	Costo	Costo de línea base	Variación de costo
Etapa: Puesta en valor a través de la creación de una experiencia	\$0	\$0	\$6.964.500	\$6.964.500	\$0	\$6.964.500

Ahora bien, dentro del plan de marketing y publicidad se contempla realizar actividades que permitan obtener financiamiento para realizar la segunda etapa de intervención controlada para el rescate del parque, donde se realizará la aplicación “Acción Contra el Fuego”, para ellos se propone obtener financiamiento mensual de empresas del sector que busquen realizar acciones reparativas para un territorio determinado, obteniendo así visibilidad en las actividades del museo, así como posibilidad de uso de los espacios del mismo para eventos laborales; de igual forma también se recibirá financiamiento y/ recursos de particulares, lo cual dicho sea de paso el museo ha recibido donaciones de un privado para la amplificación de una de sus salas de exposición.

Por otro lado, para esta etapa se propone contar de manera remota con un equipo de desarrollo compuesto por un programador y un diseñador UI/UX, quienes recibirán honorarios por el proyecto distribuidos por horas de trabajo basados en el costo horas ordinarias de una remuneración estándar de \$617.000.-, para lo cual los honorarios del diseñador UI/UX serán valorados en \$204.800, mientras que las labores del programador serán valoradas en \$457.600; además de considerar un fee mensual de 8 hrs. Equivalentes a \$25.600, para realizar labores de mantención y mejoras de funcionamiento.

**A continuación se detallan los costos correspondientes a la Etapa 2:**

Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Nombres de los recursos	Costo fijo	Costo	Notas
<b>Intervención controlada</b>	<b>52 días</b>	<b>lun 01-03-21</b>	<b>mié 12-05-21</b>		<b>\$0</b>	<b>\$944.400</b>	
<b>Mesas de trabajo informativas</b>	<b>11,25 días</b>	<b>lun 01-03-21</b>	<b>mar 16-03-21</b>		<b>\$0</b>	<b>\$59.400</b>	
Mesa de diálogo informativa	1 hora	lun 01-03-21	lun 01-03-21	Equipo Museo, Corporación Pulmón Verde y bomberos del sector	\$21.200	\$21.200	Costo hra/hombre del equipo museo (lider proyecto, diseñador y periodista)
Mesa de trabajo para organización de vigilancia	3 horas	lun 08-03-21	lun 08-03-21	Equipo Museo, Corporación Pulmón Verde y bomberos del sector	\$31.800	\$31.800	Costo hra/hombre del equipo museo (lider proyecto, diseñador y periodista)
Entrega dron de vigilancia	1 hora	lun 15-03-21	lun 15-03-21	Equipo Museo, Corporación Pulmón Verde y bomberos del sector	\$0	\$0	
Redacción de noticia para registro de entrega	2 horas	mar 16-03-21	mar 16-03-21	periodista museo	\$6.400	\$6.400	Costo hra/hombre
<b>FIN FASE MESAS INFORMATIVAS</b>	<b>0 días</b>				<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	
<b>Levantamiento de requerimientos</b>	<b>4 días</b>	<b>mié 17-03-21</b>	<b>lun 22-03-21</b>		<b>\$0</b>	<b>\$106.000</b>	
Mesa de trabajo levantamiento de requerimientos	2 horas	mié 17-03-21	mié 17-03-21	Equipo Museo, Corporación Pulmón Verde y bomberos del sector	\$21.200	\$21.200	Costo hra/hombre del equipo museo (lider proyecto, diseñador y periodista)
Mesa de trabajo para solicitud de requerimientos	2 horas	jue 18-03-21	jue 18-03-21	Equipo Museo Fonck	\$21.200	\$21.200	Costo hra/hombre del equipo museo (lider proyecto, diseñador y periodista)
Investigación preliminar para levantamiento de requerimientos	5 horas	vie 19-03-21	vie 19-03-21	Equipo Museo Fonck	\$53.000	\$53.000	Costo hra/hombre del equipo museo (lider proyecto, diseñador y periodista)
Elaboración de breve informe de requerimientos	1 hora	lun 22-03-21	lun 22-03-21	Equipo Museo Fonck	\$10.600	\$10.600	Costo hra/hombre del equipo museo (lider proyecto, diseñador y periodista)
Envío de solicitud de requerimientos	1 hora	lun 22-03-21	lun 22-03-21	Equipo Museo Fonck, equipo de desarrollo	\$0	\$0	
<b>FIN FASE LEVANTAMIENTO</b>	<b>0 días</b>				<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	
<b>Desarrollo de sistema</b>	<b>35 días</b>	<b>mar 23-03-21</b>	<b>mar 11-05-21</b>		<b>\$0</b>	<b>\$779.000</b>	
Planificación	4 horas	mar 23-03-21	mar 23-03-21	Equipo Museo Fonck	\$42.400	\$42.400	Costo hra/hombre del equipo museo (lider proyecto, diseñador y periodista)
Elaboración buyer persona	5 horas	mié 24-03-21	mié 24-03-21	Equipo Museo Fonck	\$53.000	\$53.000	Costo hra/hombre del equipo museo (lider proyecto, diseñador y periodista)
Levantamiento de solicitud	2 horas	jue 25-03-21	jue 25-03-21	Equipo Museo Fonck	\$21.200	\$21.200	Costo hra/hombre del equipo museo (lider proyecto, diseñador y periodista)
Customer journey	1 día	vie 26-03-21	vie 26-03-21	Equipo de desarrollo	\$51.200	\$51.200	Costo hra/hombre por jornada de 8hrs. de trabajo
wireframe	2 días	lun 29-03-21	mar 30-03-21	Diseñador Equipo de desarrollo	\$51.200	\$51.200	Costo hra/hombre por jornada de 8hrs. de trabajo
propuesta diseño interfaz	5 días	mié 31-03-21	mié 07-04-21	Diseñador Equipo de desarrollo	\$128.000	\$128.000	Costo hra/hombre por jornada de 8hrs. de trabajo
Evaluación propuesta diseño interfaz	1 hora	jue 08-04-21	jue 08-04-21	Equipo Museo Fonck	\$0	\$0	
aprobación propuesta diseño	1 hora	vie 09-04-21	vie 09-04-21	Equipo Museo Fonck	\$0	\$0	
desarrollo de sistema	15 días	lun 12-04-21	vie 30-04-21	Programador equipo desarrollo	\$384.000	\$384.000	Costo hra/hombre por jornada de 8hrs. de trabajo
testing	5 días	lun 03-05-21	vie 07-05-21	Programador equipo desarrollo	\$48.000	\$48.000	Costo hra/hombre Jornada de 5 hrs. diarias
Revisión	1 hora	lun 10-05-21	lun 10-05-21	Equipo Museo Fonck;Equipo de desarrollo	\$0	\$0	
Aprobación funcionamiento	1 hora	mar 11-05-21	mar 11-05-21	Equipo Museo Fonck;Equipo de desarrollo	\$0	\$0	
<b>FIN FASE DESARROLLO</b>	<b>0 días</b>				<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	
<b>Lanzamiento</b>	<b>1 día</b>	<b>mié 12-05-21</b>	<b>mié 12-05-21</b>		<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	
Explicación sobre funcionamiento APP	1 hora	mié 12-05-21	mié 12-05-21	Equipo Museo, Corporación Pulmón Verde y bomberos del sector	\$0	\$0	
Entrega a usuarios específicos (corporación y bomberos)	1 hora	mié 12-05-21	mié 12-05-21	Equipo Museo, Corporación Pulmón Verde y bomberos del sector	\$0	\$0	
Entrega de información sobre compromiso y responsabilidad de uso	1 hora	mié 12-05-21	mié 12-05-21	Equipo Museo, Corporación Pulmón Verde y bomberos del sector	\$0	\$0	
<b>FIN FASE LANZAMIENTO</b>	<b>0 días</b>				<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	
<b>Mantenimiento y actualizaciones</b>	<b>1 día</b>	<b>mié 30-06-21</b>	<b>mié 30-06-21</b>		<b>\$0</b>	<b>\$25.600</b>	
Mantenimiento y actualizaciones	8 horas	mié 30-06-21	mié 30-06-21	Programador	\$25.600	\$25.600	Fee mensual

# INFORMACIÓN GENERAL COSTOS

LUN 01-03-21 - MIÉ 30-06-21

COSTO

\$970.000

COSTO RESTANTE

\$970.000

% COMPLETADO

0%

## ESTADO DEL COSTO

Estado de costo de tareas de nivel superior.

Nombre	Costo real	Costo restante	Costo de línea base	Costo	Variación de costo
Intervención controlada	\$0	\$944.400	\$0	\$944.400	\$944.400
Mantenimiento y actualizaciones	\$0	\$25.600	\$0	\$25.600	\$25.600

## PROGRESO FRENTE A COSTO

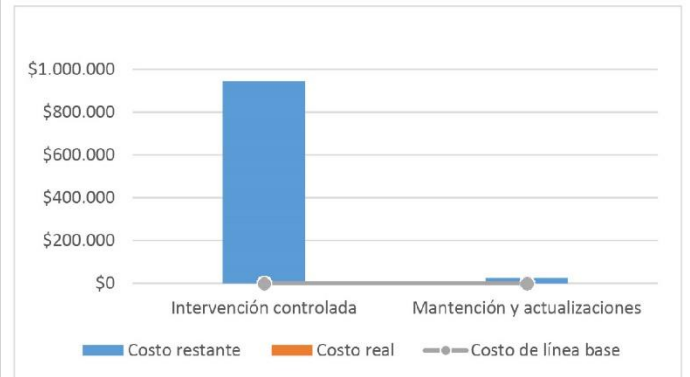
Progreso realizado en comparación con el coste durante el proceso. Si el valor de la línea % completado está por debajo de la línea de coste acumulado, es posible que su proyecto ha superado el presupuesto.

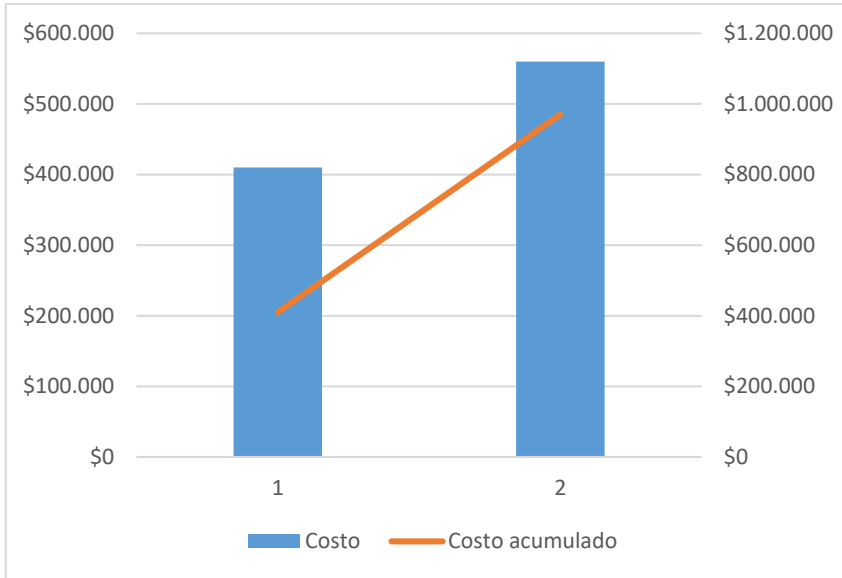


## ESTADO DE COSTO

Estado de costo de todas las tareas de nivel superior. ¿La línea base es cero?

[Intente establecer una línea base](#)





Flujo de caja Etapa 2.

<b>Valor total de las Etapas 1 y 2:</b>
<b>\$7.908.900.-</b>

## 14. Conclusiones generales

Si bien el caso de estudio tomado para el desarrollo del presente documento, es decir el la Corporación Museo de arqueología e historia natural Francisco Fonck ha venido desarrollando estrategias que le han permitido vincularse de manera tímida con la comunidad local, estas han sido orientadas principalmente al ámbito educativo, particularmente con actividades puntuales como exposiciones itinerantes para colegios de la zona y talleres escolares; las cuales han dado buenos resultados en su aspecto educativo, obteniendo un alcance de **15.884** personas durante el año 2018, según los balances oficiales del museo, este considera que su relación con la comunidad viñamarina en general ha sido insuficiente, mencionándolo en la diversas entrevistas y reuniones realizadas para la investigación, agregando también su apreciación y preocupación sobre el desconocimiento que tiene la comunidad sobre el museo, a lo cual se puede agregar que quienes en su mayoría visitan el museo son turistas, representando el **79,4% del universo total de visitantes correspondiente a 32.096 personas**. Es por ello que el proyecto se basó en esta problemática abordándola desde la apertura del museo hacia la comunidad, tomando en cuenta su misión como entidad conservadora, y tomando el caso de un territorio en riesgo como es el, el Parque Reñaca Alto, a través de acciones generadas mediante el trabajo colaborativo con diferentes actores, en las cuales abordan los conceptos de “**experiencia controlada**”, mediante la puesta en valor de este espacio a través de la creación de una “experiencia de inmersión” dentro del museo, “**intervención controlada**”, a través de un proceso de vigilancia que permita la alerta temprana de focos de incendio en el parque y una “**tercera acción a modo de proyección de vinculación controlada**”, en la que fomentando una acción en el territorio mismo el museo pueda vincularse dejando un

registro de su trabajo con la comunidad del sector mediante la instalación de una señalética de bienvenida que dé cuenta del acceso al parque.

De lo anterior también vale mencionar que desde la convención de 1972 de la ICOM el concepto de museo se ha enfocado en resaltar el rol de los museos al servicio de la comunidad, concibiendo así al museo como un ente activo social que construye y aporta a la evolución de la misma, principalmente en los aspectos de cultura, turismo y desarrollo económico, así como también tener responsabilidad en la educación de la sociedad.

Ahora bien, dentro de los conceptos anteriormente descritos es que se realizan los productos correspondientes a cada uno, divididos en forma de etapas a abordar en diferentes periodos, y organizados dentro del mapa de sistema producto, centrado principalmente en las etapas 1 y 2, correspondientes a los conceptos de experiencia e intervención, respectivamente. Dentro de los cuales se encuentra la sala geodésica con proyección mapping sobre la narración de recorrido y el sistema de alarmas para tratar los incendios forestales que acechan con frecuencia al parque. De lo anterior finalmente se baja a un modelo aplicado al caso, el cual puede ser replicado dentro del sistema de concesiones de las automotoras (mencionado anteriormente de manera somera con el caso de la empresa Derco y su concesionario en la V región Suzuval).

De este modelo de acción controlada basado en el trabajo colaborativo podemos ver al Museo Fonck como la entidad gestora del proyecto, la cual ejerce acciones controladas, es decir sin invadir el territorio mismo, sobre el espacio Parque Reñaca Alto (que dicho sea de paso contiene un ecosistema particular en donde también se han encontrado restos arqueológicos de pueblos originarios), teniendo como “beneficiarios directos”, los cuales están definidos como agentes activos directos, ya que también son partícipes de estas acciones, a las organizaciones sociales vinculadas e interesadas en el rescate y preservación

de este territorio, y más en extensión a la comunidad en general del sector. Todo esto nos lleva a la apertura del museo hacia la comunidad mediante el rescate y puesta en valor de un territorio en riesgo, fomentando la vinculación con la comunidad local mediante el trabajo colaborativo.

**Mapa modelo aplicado al caso**

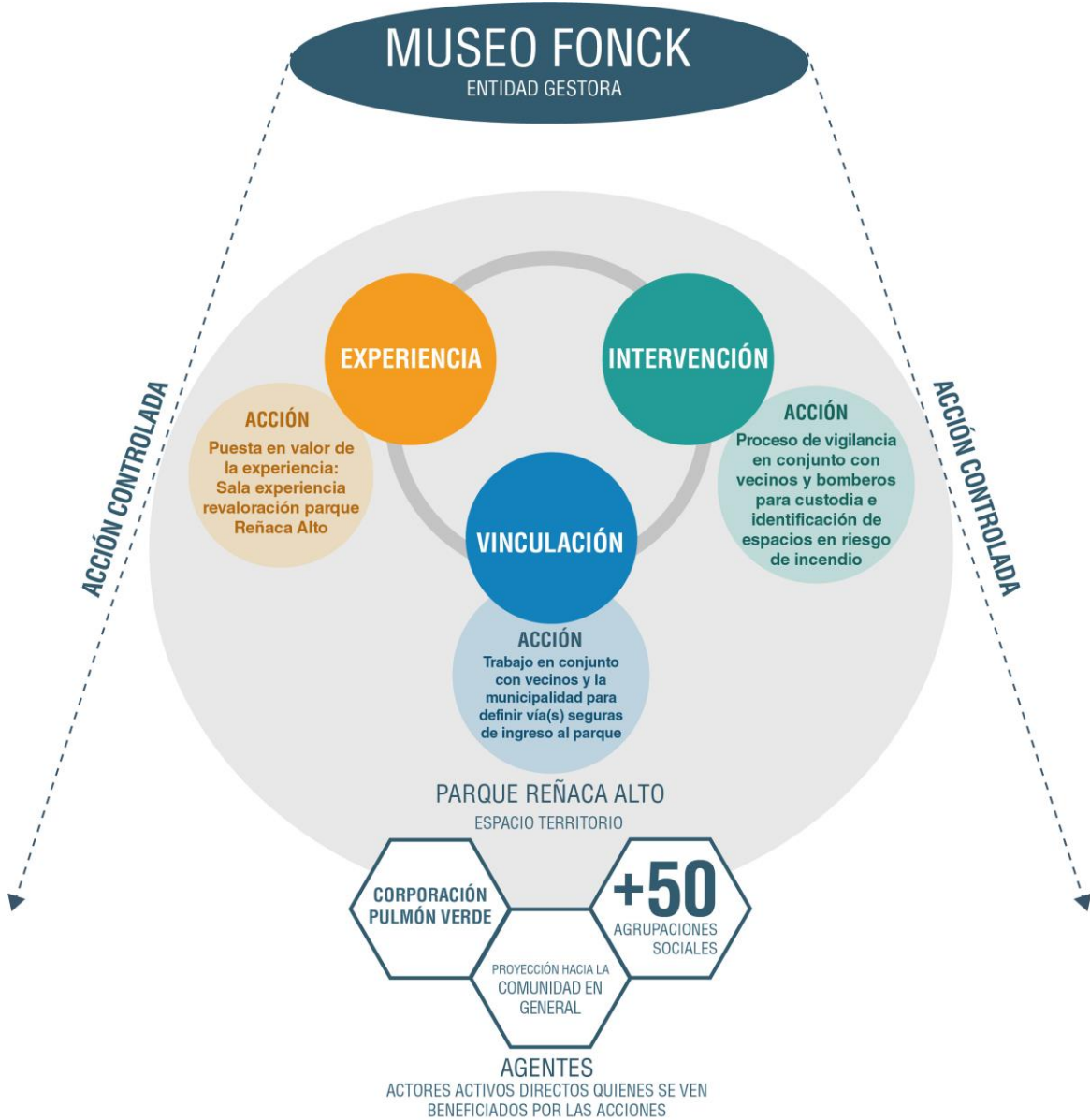


Figura 20. Esquema modelo aplicado al caso práctico. Elaboración propia.

## **Bibliografía**

Abadi, Sonia. Pensamiento en red. Buenos Aires. Editorial Temas, 2007.

Alianzas entre empresas lucrativas y organizaciones sin fines de lucro (OSFL) estudios de casos en Chile [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-23762013000100009](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-23762013000100009)

Aportar ley Chile [https://www.leychile.cl/Consulta/aportar\\_leychile?grupo\\_aporte=736](https://www.leychile.cl/Consulta/aportar_leychile?grupo_aporte=736)

Aprueba Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental

<https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1053563>

Así se financian los museos del mundo

<http://www.lasegunda.com/Noticias/Impreso/2011/09/678850/asi-se-financian-los-museos-en-el-mundo>

Base de datos directorio de establecimientos educacionales

<http://datos.mineduc.cl/dashboards/19731/bases-de-datos-directorio-de-establecimientos-educacionales/>

Búsqueda de mecenazgo social para la financiación de museos públicos

<http://www.publico.es/culturas/sociedad-debe-ayudar-conservar-prado.html>

Contrato comodato <https://inoponible.cl/contrato-de-comodato/>

¿Cómo se calcula el valor de la hora extraordinaria de un trabajador remunerado con sueldo mensual? <https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-95182.html>

Confabulación pajarística, intervención audiovisual sobre árboles

<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/769662/confabulacion-pajaristica-intervencion-audiovisual-sobre-los-arboles-por-delight-lab>

Delight lab <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/tag/delight-lab>

Diagnostico señalización urbana

[http://www.subtrans.cl/upload/estudios/Diagnostico\\_Senalizacion\\_Urbana-RE.pdf](http://www.subtrans.cl/upload/estudios/Diagnostico_Senalizacion_Urbana-RE.pdf)

Documentos congreso <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso6/JBetancourt.htm>

Dome projection on a Budget, also known as MirrorDome

<http://paulbourke.net/dome/mirrordome/>

Ecomuseum projects [http://dimen.ffmm.com/ecomuseum\\_projects.html](http://dimen.ffmm.com/ecomuseum_projects.html)

Enap cedió al municipio de Concón el Parque La Isla como área de protección silvestre

<http://www.soychile.cl/Valparaiso/Sociedad/2015/07/08/333180/Enap-cedio-al-municipio-de-Concon-el-Parque-La-Isla-como-area-de-proteccion-silvestre.aspx>

Figueroa Llambias, Cristian. Libro tejeRedes “Trabajo en red y sistemas de articulación colaborativos”. Santiago de Chile, 2016.

Financiación de las Organizaciones sin fines de lucro (OSF)

[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-23762013000100009](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-23762013000100009)

Financiar museos en tiempos modernos

<http://www.elfinanciero.com.mx/mercados/financiar-museos-en-tiempos-modernos.html>

FUP Completo Teatro Odeón Móvil FNDR

Información de inversiones FNDR <http://www.intendenciabiobio.gov.cl/informacion-de-inversiones-fndr/>

Inversión Social <http://www.collahuasi.cl/comunidades/inversion-social/>

Laboratorio museos <https://www.mecd.gob.es/cultura/areas/museos/mc/laboratorio-museos/que-hacemos/investigacion/experiencia.html>

La recreación y sus aportes al desarrollo humano

<http://www.redcreacion.org/documentos/cmeta1/EOsorio.html>

La sustentabilidad y su relación con los museos como educadores ambientales

[https://www.academia.edu/15310866/La Sustentabilidad y su relaci%C3%B3n con los Museos como educadores ambientales](https://www.academia.edu/15310866/La_Sustentabilidad_y_su_relaci%C3%B3n_con_los_Museos_como_educadores_ambientales)

Los Impactos Ambientales en áreas Turísticas Rurales y propuestas para la Sustentabilidad.

<http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n3/art04.pdf>

Los museos y lo museal: E paso de la modernidad a la era global

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=279021515002>

Manual para administración de empresas sociales

[http://www.probono.cl/documentos/documentos/manual\\_Scirene.pdf](http://www.probono.cl/documentos/documentos/manual_Scirene.pdf)

Mesa para la conservación del Humedal de la desembocadura del río Aconcagua

<http://www.lavozdeconcon.cl/?p=4718>

Municipio de Viña del Mar respalda proyecto de Parque Intercomunal en sector Reñaca

Alto <https://www.vinadelmarchile.cl/articulo/municipio/1/5527/municipio-de-vina-del-mar-respalda-proyecto-de-parque-intercomunal-en-sector-de-renaca-alto.html>

Municipio de Viña respaldó proyecto de Parque Intercomunal en Reñaca Alto

<https://www.epicentrochile.com/2018/08/02/municipio-de-vina-respaldo-proyecto-de-parque-intercomunal-en-renaca-alto/>

Museo Baburizza firma importante convenio de cooperación con Empresa Portuaria

Valparaíso <http://museobaburizza.cl/museo-baburizza-firma-importante-convenio-de-cooperacion-con-empresa-portuaria-valparaiso/>

Museos centros culturales <https://culto.latercera.com/2019/06/01/museos-centros-culturales-recursos/>

Museos como empresas sociales <https://evemuseografia.com/2016/03/16/museos-como-empresas-sociales/>

Museos como empresas sociales <https://evemuseografia.com/2016/03/16/museos-como-empresas-sociales/>

Museo del Salitre <http://www.museodelsalitre.cl/noticias%20nacional%201.php>

Musei <http://www.piemonteitalia.eu/it/gestoredati/elenco/1/musei.html?categoria=3>

Museología total

[www.interpretaciondelpatrimonio.com/boletin/index.php/boletin/article/view/285/285](http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/boletin/index.php/boletin/article/view/285/285)

Museología y gestión de museos <http://www.artesostenible.org/cursos/cursos-online/museologia-y-gestion-de-museos/>

Museos y democracia Los museos como espacios de experiencias comunitarias

<http://www.redalyc.org/pdf/281/28101406.pdf>

Museos valor de la inmersión sensorial <https://evemuseografia.com/2017/06/13/museos-valor-de-la-inmersion-sensorial/>

Museos y fuentes de financiación <https://evemuseografia.com/2015/05/21/museos-y-fuentes-de-financiacion/>

Nuevas maneras de exhibir <http://nuevamuseologia.net/asi-seran-los-museos-del-futuro/>

Nueva museología y ecomuseos <https://evemuseografia.com/2017/03/01/nueva-museologia-y-ecomuseos/>

Portafolio experiencias inmersivas noken <https://vitamin-arte.com/portfolio/experiencias-inmersivas-noken/>

Qué es SCRUM <https://proyectosagiles.org/que-es-scrum/>

Rojas Pérez, Carlos. Museografía y discurso; Recorrido por tres formas de representación de Colombia en la museografía

[https://www.academia.edu/27230557/MUSEOGRAF%C3%8DA\\_Y\\_DISCURSO\\_Recorri](https://www.academia.edu/27230557/MUSEOGRAF%C3%8DA_Y_DISCURSO_Recorri)

[do por tres formas de representaci%C3%B3n de Colombia en la museograf%C3%A](#)  
[Da?auto=download](#)

[Santuario de la naturaleza http://www.patrimoniovina.cl/articulo/santuario-de-la-naturaleza/11/23/campo-dunar-de-la-punta-de-concon.html](http://www.patrimoniovina.cl/articulo/santuario-de-la-naturaleza/11/23/campo-dunar-de-la-punta-de-concon.html)

Se arrienda: Museos y centros culturales recursos en busca de recursos

<https://culto.latercera.com/2019/06/01/museos-centros-culturales-recursos/>

[USM es parte del renovado museo Artequin de Viña del Mar](#)

<https://noticias.usm.cl/2019/07/17/usm-es-parte-del-renovado-museo-artequin-de-vina-del-mar/>

Sobre museología, museografía y el curador <http://www.galenusrevista.com/Sobre-museologia-museografia-y-el.html>

Sólo uno de los museos más visitas en España es rentable, ¿sabes cuál es?

<https://www.elmundo.es/economia/2015/10/15/5616a30246163ff3518b4637.html>

Turismo de intereses especiales <http://www.elquintopoder.cl/medio-ambiente/turismo-de-intereses-especiales-la-vision-sustentable-de-las-regiones/>

Turismo ya es una de las industrias más contaminantes [https://www.tendencias21.net/El-turismo-ya-es-una-de-las-industrias-mas-contaminantes\\_a44533.html](https://www.tendencias21.net/El-turismo-ya-es-una-de-las-industrias-mas-contaminantes_a44533.html)

Transparencia Museo Fonck

[https://www.museofonck.cl/new\\_site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=125&Itemid=183](https://www.museofonck.cl/new_site/index.php?option=com_content&view=article&id=125&Itemid=183)

## **Anexos:**

**1.- Entrevista Patricia Valenzuela**, Jefa de Unidad de Patrimonio Viña del Mar, quien ha trabajado tanto como con el Museo Fonck, como con la Corporación Pulmón Verde.

### **¿Entrega financiación la Unidad de Patrimonio?**

Ninguna instancia municipal entrega financiamiento, nosotros lo que hacemos es usar fondos municipales para intervenir nuestro recinto, no ser que sea un fondo concursable como el FIAR (fondo de iniciativas artístico culturales de Viña del Mar), pero son pequeñas subvenciones que el municipio entrega a grupos organizados de la comunidad, o sea organizaciones sociales o territoriales para desarrollar algún proyecto, pero la unidad de Patrimonio se dedica básicamente a gestionar fondos externos para restaurar o hacer conservación preventiva tanto de los edificios como las colecciones, lo que pasa es que después del terremoto del 2010, que fue tal el daño que produjo en esta comuna, nosotros nos aliamos con la Secretaría de planificación comunal, entonces definimos que la secretaría de planificación comunal se ocupa de la restauración de los edificios sin perjuicio de que nosotros opinemos y un montón de cosas, ellos tienen arquitectos, ingenieros y todo lo demás, entonces ellos ven la restauración de los edificios, pero nosotros nos encargamos de todo lo que son las colecciones. Entre este museo y el de bellas artes, Viña del Mar tiene entre más de mil objetos valiosos, o sea estamos hablando de una de las colecciones pictóricas más importantes a nivel nacional, la colección de Viña está catalogada como una de las tres más importantes a nivel nacional, tanto del Palacio Vergara como de este museo, entonces en realidad el trabajo que hay es muchísimo, y esta área de la U. de Patrimonio, programa de estudios y proyectos patrimoniales se dedica a generar fondos, a través de fondos concursables o a gestionar fondos municipales para la restauración y conservación

preventiva de estos objetos. Ahora también paralelamente trabaja en la creación de carpetas para las declaratorias de monumentos nacionales, nosotros como unidad hemos declarado como monumento el Palacio del Cerro Castillo, que no estaba declarado, el Castillo Brunet, el Teatro Municipal, el Palacio Vergara y parte del parque, y ahora estamos esperando la declaratoria del Cementerio de Santa Inés, el casco fundacional.

Nos hemos avocado también en abordar el patrimonio en su amplio espectro, o sea inmueble tangible, intangible, pero también el patrimonio natural, esa es una de las áreas más grandes. Después tenemos la gestión cultural, que a pesar de que uno podría decir que bueno eso es parte del departamento de cultura, no, la gestión cultural en el área de patrimonio genera eventos para las personas pero con tinte patrimonial. Después tenemos el área de capacitación, básicamente nosotros generamos capacitación para los funcionarios municipales, desde cómo se mantiene un cuadro, como se traslada los objetos valiosos, cosa de que ellos entiendan que el patrimonio se puede tocar, se puede usar pero con cuidado. Después tenemos comunicación y extensión, hay tenemos un periodista que ve redes sociales, dar a conocer lo que nosotros hacemos. Tenemos el programa de educación patrimonial, que yo te diría es nuestro brazo social armado, es el que está en contacto con las personas y a través de la metodología de “aprender haciendo” atiende a más de 12.000 personas de manera gratuita en el año, eso significa que las atiende, las lleva a diferentes lugares patrimoniales de la comuna, les entrega contenido de lo que es el patrimonio y luego terminan con alguna actividad manual que refuerza lo que ellos aprendieron, yo te diría que eso a grandes rasgos es la Unidad de Patrimonio es y se ha mantenido hasta ahora.

### **¿Cómo se relaciona esta Unidad con el Museo Fonck?**

Lo que pasa es que el Museo Fonck, es un museo que no es municipal pero recibe una subvención del municipio, por lo tanto está dentro de todos nuestros interlocutores válidos

para generar acciones patrimoniales. Por ejemplo si nosotros tenemos una delegación que viene al palacio y quiere que le hagamos un programa, nosotros nos coordinamos con Elisa Figueroa, que es la administradora del Fonck y hacemos también una visita en el Fonck; ellos no le cobran a los colegios municipales o participan con nosotros para el día del patrimonio o si ellos tienen una temporada de charlas, ahí ellos nos piden dar una charla de patrimonio nosotros le damos la charla de patrimonio, en ese sentido tenemos una estrecha relación, además que este museo pertenece a la Red VIVA, que es la red de museos de Viña y Valparaíso en la cual el Museo Fonck también está activo.

**Según se apreciación en base a su experiencia profesional y dentro de este cargo, ¿Cómo ve Ud. La relación que tienen los viñamarinos con los espacios patrimoniales de la ciudad? ¿Sienten que son importantes dentro de la ciudad?**

Sí, absolutamente, yo te diría que desde el 2005 hasta ahora la visión del viñamarino ha cambiado en 180°, cuando yo venía acá y traíamos a profesores viñamarinos, me decían: yo nunca he venido al museo, y ahora los profesores conocen el museo, saben lo que hacemos, por ejemplo; pero además hay algo terriblemente sintomático, las estadísticas del día del patrimonio, por decirte un número el 2005 atendimos a 2.000 personas, este año atendimos a 50.000 personas, entonces el viñamarino el día del patrimonio sale a hacer uso de esta gran fiesta ciudadana y lo bonito es que hasta el momento no tenemos ningún accidente ni ningún evento delictual, lo que significa que definitivamente el viñamarino tiene interés en conocer su patrimonio, además que todas las actividades que nosotros hacemos están permanentemente viniendo y a veces tenemos que cerrar los recintos, porque no se da abasto.

Ahora también hay cierto desconocimiento por parte de la comunidad en que lamentablemente el tema patrimonial no tiene una legislación clara que potencie y que

beneficie la gestión de los gobiernos locales, me refiero por ejemplo específicamente al caso de la Casa Italia o de la Casa Lozada o algo más concreto aún el barrio del Cerro Castillo. Cuando nosotros llegamos y creamos la unidad quisimos declarar zona típica le barrio del Cerro Castillo, pero los vecinos dijeron no y hasta ahí no más llegamos, porque es el privado el que tiene que tener la voluntad de declarar, el municipio puede tener todas las ganas, pero si el privado no quiere no tenemos ninguna posibilidad y tampoco podemos invertir en un bien privado, porque si invertimos nos llevan presos, entonces de verdad hay un tema a nivel país que nadie ha querido abordar y que debe mejorar la normativa respecto al tema patrimonial, porque hoy la gestión patrimonial de los gobiernos locales depende de qué tan patrimonialista sea el alcalde o alcaldesa y su consejo municipal (...) en una entrevista que le hice a Oscar Acuña, exsecretario ejecutivo del Consejo de Monumentos Nacionales donde habla de Vichuquen, de Lolol y otra serie de comunas que depende del alcalde o alcaldesa la gestión de patrimonio.

### **¿El Museo Fonck cuenta con subvención municipal?**

(...) el Museo cuenta con una buena subvención municipal, todos los años se les da al igual que el Museo Artequin, se les da una subvención al año y esa plata tengo entendido que se les entrega semestral, no lo sé, porque eso lo lleva el departamento de administración y finanzas, la Elisa de podría decir eso (...)

Ahora ningún museo se autofinancia, ni uno y en esta ciudad especialmente, porque el viñamarino está acostumbrado a que toda la actividad sea gratuita, entonces no puedes cobrar, no hay caso, eso es lo complicado.

## **2. Entrevista a Patricia Valenzuela (U. de Patrimonio) sobre su percepción empírica sobre proyectos de revalorización de patrimonio natural en la ciudad.**

**En base a su conocimiento, ¿Qué proyectos rescate, revalorización o puesta en valor existen para con los espacios de patrimonio natural de la ciudad?**

Haber hay un tema, Viña del Mar cuando hablamos de patrimonio natural, básicamente tiene varios parches que o son los parques urbanos como puede ser el arque Quinta Vergara, el Sausalito o el Jardín Botánico, pero también tiene unas áreas naturales como son el Palmar, que tiene distintos dueños. Ahora yo diría que como gobierno local, el municipio intenta mantener una situación dual que ocurre acá y que no ocurre en otras comunas que es yo te diría un 50% nativo y un 50% introducido, porque Viña es la ciudad jardín no porque tengamos la jubaea chilensis y la palma chilena en el palmar, sino porque tiene toda una historia que ha permitido generar todo este patrimonio de la vegetación introducido y nativo. Ahora el municipio tiene a través del departamento de parques y jardines toda una política respecto de eso, nosotros participamos como patrimonio, tenemos toda una política de puesta en valor por ejemplo del patrimonio asociado a las aves, hemos difundido todo un documento pesquisado en las palmeras que existen en la comunidad, bueno el Jardín Botánico, donde la alcaldesa es parte del directorio. Yo te diría que esas son más menos las grandes acciones que tiene el municipio.

**2.- Según lo que Ud. Menciona de que algunos espacios patrimoniales tiene dueños, ¿Cómo opera el agente municipal dentro de ellos?**

El agente municipal no puede interferir en la propiedad privada porque es ilegal, así de simple, sea cualquier tipología de patrimonio, si el privado no quiere hasta ahí llegamos, porque además la legislación a nivel nacional te lo impide, yo no puedo ir al Palmar El Salto y declararlo monumento nacional.

En este país la propiedad privada es de la persona, entonces tu ahí no tienes ninguna posibilidad de hacer nada si es que el propietario no te autoriza, ahora si la jubaea chilensis,

la palma chilena, estuviera en peligro de extinción no es el municipio el que puede tomar acciones legales o de rescate, porque no tiene la legislación de su parte, ahí son servicios público, es decir una instancia administrativa superior.

La Roca Oceánica está declarado santuario de la naturaleza y las dunas de Concón, en el caso de las dunas Viña del Mar tiene solamente 2 hectáreas y por el hecho de ser solamente santuario de la naturaleza no se puede construir, siendo propiedad privada tiene que ser con la autorización del privado la declaratoria.

El tema de la casa Italia, un grupo de personas que pertenece a la organización de la cual es propietaria tuvo de acuerdo en declararla, otro grupo no estuvo de acuerdo y se armó un lío entre ellos y finalmente la corte suprema tengo entendido que, pero fue un litigio entre ellos, se declaraba monumento nacional. Nosotros como municipio, yo no quiero declarar a la casa Italia, porque es propiedad privada, como si yo declarara tu casa monumento nacional y tú no quieres, no se puede es ilegal.

El municipio puede en que si se habla con los dueños y estos acceden, si el propietario te dice que no, que hay un montón de casos, pero hay casos que nos ha ido bien, por ejemplo el cementerio de Santa Inés, si bien es cierto es propiedad de la Corporación Municipal de Educación que en definitiva la alcaldesa finalmente es la dueña, nosotros no lo podíamos declarar si es q no teníamos la opinión de los vecinos y todas las organizaciones territoriales, y los vecinos dijeron que sí. Quisimos declarar el Cerro Castillo como zona típica y los vecinos dijeron que no y se acabó la declaratoria.

**¿Cómo se vinculan los museos con el territorio y la comunidad? ¿Podría mencionar algunas acciones (en caso que las hayan) que los museos han realizado para reforzar el vínculo con el territorio y la comunidad a nivel local?**

Haber, yo te voy a dar un ejemplo del Museo Rioja específicamente, yo te diría que los museos, en el caso específico del Museo Palacio Rioja se vincula con el territorio, dado que exhibe, muestra, cual fue la forma de vida de un periodo determinado del territorio donde está inserto, o sea es parte es parte absolutamente de un contexto territorial, no es que la conexión del museo haya venido de otros lugares, por distintas circunstancias de coleccionismo, sino que el Museo Palacio Rioja, el edificio se construye aquí, los muebles que hoy forman parte de la colección, se compran o se mandan a hacer para este recinto, es utilizado por una familia del territorio que desarrolla su vida acá, está vinculado absolutamente al espacio geográfico donde está inserto. Ahora, cómo este museo tiene relación hoy con este territorio pensando que hoy ese territorio está ocupado por personas, yo te diría que por varios ámbitos, primero yo te diría que por la educación patrimonial, cada vecino que viene a este museo participa de actividades absolutamente proactivas en el sentido de hacerlo parte de la historia de este lugar, pero también de la historia de Viña del Mar y no solamente a través del programa de educación patrimonial, y no solamente en lo que es el contenido del museo, sino también en el parque, independientemente que se hagan talleres asociados al patrimonio natural, a la ocupación que hacía la familia Rioja desde el punto de vista histórico del parque, hoy en día nosotros trabajamos de la mano con la junta de vecinos y presentamos por ejemplo un proyecto que hace relación al uso del parque por parte de los vecinos, o sea estimulamos la permanencia de los vecinos en el parque a través de actividades por ejemplo asociadas al deporte, la literatura, vamos a tener anaqueles con libros para que la gente se pueda sentar a leer un libro, damos servicio de alimentación a través de una concesión con la cafetería, pero la cafetería no solamente te sirve café, sino que también tiene asociada actividades de música, literatura con artistas locales, y eso hace que el museo tenga un arraigo con el territorio, que sea valorado por los vecinos, no

solamente como un contenedor de la historia y en definitiva que fortalece la identidad de la comuna, sino que también como un polo que arrastre a los vecinos, para allá va orientado.

### **Primera entrevista a Elisa Figueroa, administradora Museo Fonck**

**Esta pregunta tiene que ver con el enfoque del museo, como el Artequín que está orientado a acercar a los niños al arte, ¿Cuál sería el enfoque del Museo Fonck?**

Este museo yo creo que su enfoque, primero es un museo que fue creado desde la comunidad en el año 1937 un grupo de personas se juntó, porque les gustaba la arqueología y decidieron hacer investigación arqueológica juntos y además hacer un museo con lo que encontrarán, y así al año que se juntaron les llegaron muchas donaciones y ya tenían una colección como para hacer un museo, entonces así parte y así sigue recibiendo donaciones y en el fondo su objetivo es mostrar la arqueología de Chile, Isla de Pascua sobre todo, porque hay una importante colección de la isla – a través de una donación- y además historia natural que en este momento está pensado sólo para la zona central y tenemos una exposición temporal de animales en general del mundo, porque igual hay animales de todas partes, porque como son donaciones llegan animales de todas partes lo mismo que con objetos arqueológicos, porque en este momento está dirigido hacia nuestros pueblos originarios y la arqueología del Chile.

**¿Esto estaría ligado más que nada a la parte educativa?**

No, yo diría que es para todo público, tenemos formas para atender a los estudiantes pero el financiamiento más importante es de personas adultas, turistas que vienen, cruceros, está dirigido a todo un espectro de público, tenemos guías permanentes ahora gracias a este proyecto de 3 años que te contaba, porque eso le da un plus, porque son guías extranjeros entonces no importa que venga un turista, porque hay algunas salas que no están traducidas

al inglés (...) pero está dirigido a todo público, ojala la comunidad viniera más, pero los chilenos no son buenos para ir a los museos y no tiene que ver con pagar, porque los museos de la Dibam son todos gratis e igual la gente no va (...) en otras partes no pasa en Europa a los niños los llevan desde chicos, serían impensado que no conocieran los museos de su ciudad, pero aquí.

**¿Entonces Ud. Me dice que los viñamarinos no vienen mucho para acá?**

O sea cuando estaban en el colegio y los de mi edad, porque los de ahora ni siquiera, ahora vino un colegio, pero es cada vez menos, porque a los profesores no les interesa y cada vez es más difícil salir. Así que es toda una campaña a nivel macro, a nivel estado de que hay algo que falta (...)

Bueno cuando se evaluó la medida de la presidenta de dejar los museos gratis mucha gente reclamaba y decían para qué, se supone que iba a ser para que viniera más gente a lo mejor nunca discutieron eso, a lo mejor lo hicieron, porque consideraban que era un derecho que en el fondo lo pagamos todos.

**Bueno esta pregunta sería con respecto a las problemáticas que enfrenta el museo Haber lo que más nos afecta yo creo es que la comunidad no venga que mucha gente de Viña no conoce el museo ni le interesa conocerlo.**

El no poder hacer con certeza actividades como exposiciones temporales o actividades en general, si no estuviéramos en este proyecto no lo podríamos hacer, porque no tendríamos la gente para hacerlo, no tendríamos ni el personal ni el financiamiento.

**Segunda entrevista a Elisa Figueroa Cox, administradora Museo Fonck**

**¿Cómo se relaciona el museo con la Unidad de Patrimonio?**

Bueno tenemos buenas relaciones, lo que pasa es que este museo no es municipal entonces nosotros nos comunicamos si necesitamos algo o si ellos nos quieren pedir algo, por ejemplo para el día del patrimonio nos juntamos y hacemos reuniones con todos los lugares culturales que hay en viña y ellos hacen promoción de todo en conjunto; pero así actividad en conjunto que tengamos, no mayormente. (...) ellos tienen sus actividades y tienen que responder a la municipalidad, tienen un presupuesto asignado, nosotros tenemos una casa municipal que nos dieron en comodato, pero no somos parte de la municipalidad.

**¿Cuáles son las redes de trabajo que tiene el museo con otras organizaciones (otros museos, establecimientos educacionales, universidades, entre otros)? ¿Cómo se vinculan?**

Con otros museos es lo que más funciona, tenemos una Red VIVA de museos, desde hace como un año somos una organización comunitaria funcional y estamos los museos de viña y Valparaíso. Desarrollamos actividades y nos ayudamos en todos los problemas que tengamos, porque los museos tienen problemas parecidos, pasan cosas parecidas a pesar que somos súper diversos, hay museos de la dirección de bibliotecas, el Museo Marítimo de la armada, el Museo Lukas que es privado igual que nosotros, el Museo Artequin que es municipal, el Baburizza que es municipal también, el de Placilla que es municipal, pero todos tenemos problemas parecidos y temas parecidos, entonces hacemos actividades en conjunto, ahora estamos organizando un proyecto Fondart juntos, así que esa es nuestra red que mejor funciona.

La otra es con Explora, es un convenio que tenemos con Explora que es súper importante, porque con ellos hacemos especialmente charlas que tenemos todos los viernes de cultura+ciencia.

**En cuanto a las audiencias, ¿el museo sigue recibiendo mayormente a turistas que público de la zona?**

Es variable igual, ha ido disminuyendo la gente de acá, yo diría, porque hace tres años atrás yo te diría que era 50 y 50, ahora yo te diría que es un poco más los extranjeros, digamos que 60 40 con los chilenos, porque hay turismo de Chile también, porque hay mucha gente que viene de esta región, colegios, viajes de estudio, etc. Pero el fuerte son los turistas extranjeros, los cruceros también son muy importantes, La Sebastiana y el museo son los lugares que los cruceros visitan en Viña y Valparaíso.

**¿Cómo llegan los cruceros para acá?**

Las agencias mayoristas funcionan armando paquetes turísticos que pueden ser a las viñas de Casablanca con el Museo Fonck o La Sebastiana e ir a andar a caballo a Ritoque, ellos arman programas y se los venden a los cruceros, entonces la gente de los cruceros paga por ello, entonces esas personas vienen según el plan que hayan escogido. (...) Se trabaja algunas con las agencias mayoristas que son DMC, AICA, Cóndor Travel, hay distintos tipos de mayoristas, unos se dedican a los paseos dentro de Chile, otras son con japoneses (...) pero no existe un museo que pueda irse a ofrecer a un crucero.

**¿Cuáles son las principales debilidades a las que se ve sometido el museo?**

**(financieras, de espacio, etc.)**

Nosotros tenemos nuestros recursos que son solamente las entradas y los talleres que hacemos, por otra parte existe una subvención municipal a la que se debe postular año a año, porque no está en el presupuesto, entonces tú no puedes saber ni cuánto va a ser ni cuando te lo van a dar, entonces por ejemplo hace 4 años atrás, la subvención era de 20 millones al año, y desde hace tres años es de 10 millones de pesos. Y bueno estos proyectos que yo te decía también son nuestra mayor fuente de financiación.

Otra debilidad sería la falta de audiencia, nos gustaría hacer más masivo el museo para **convocar a la comunidad, al barrio**, lograr hacer actividad que a pesar de que la gente viene mucho a esas cosas no basta con eso, por ejemplo en el día del patrimonio esto se llena, es impresionante, entonces uno se da cuenta que muchas veces la gente no se atreve a entrar, entonces el choclón lo ayuda a entrar, entonces hay un problema ahí que hay que enfrentar con tiempo, con personal enfocado en eso, en que venga más gente de la ciudad a visitar el museo.

**¿Y ha tenido el museo financiación de privados o empresas privadas?**

De personas más que de empresas, de fundaciones.

**¿Y Cómo llega el museo a tener esa financiación?**

Mediante contactos

**Con respecto a atraer más audiencia**

Yo he pensado que podríamos hacer algo así como un apadrinamiento, deberíamos hacer un plan con las universidades, tener mayor vinculación con la ciudad también.

**¿El Museo cuenta con redes con otras entidades o agrupaciones con las que desarrollen actividades?**

Sí tenemos muchas alianzas Explora es uno, Red Viva Universidades por ejemplo la U. Alberto Hurtado ha hecho charlas de antropología acá, el Instituto chileno-británico, así como del último año yo te diría esos, pero a lo largo de la historia hay muchas.

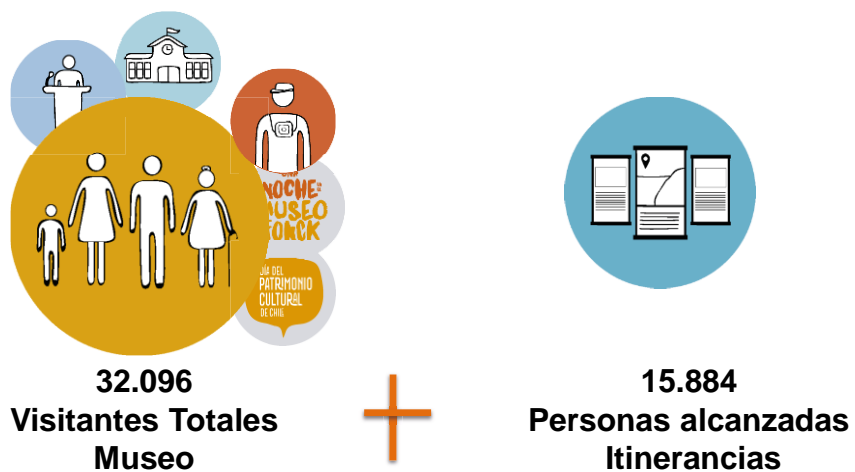
Bueno Red Viva es una organización de los museos de Viña y Valparaíso que nos reunimos para hacer actividades.

No, pero si son importante, con los que más desarrollamos actividades yo creo que es con Explora, tenemos un curso escolar que parte ahora de diseño de personajes. Explora yo

diría que es nuestro mayor socio como también lo fue en su momento la U. Alberto Hurtado con estas charlas, porque fueron hartas actividades.

### Estadísticas de audiencia año 2018

## Universo Total Atendido por Museo 2018



**AÑO 2018**  
**UNIVERSO TOTAL ATENDIDO 47.980**

## Ingreso de Visitantes Totales 2000 – 2018

### Visitantes totales



#### Totales por año

**Año 2018 : 32.096**  
**Año 2017 : 33.976**  
**Año 2016 : 34.229**  
**Año 2015 : 32.914**  
**Año 2014 : 33.084**  
**Año 2013 : 35.808**  
**Año 2012 : 37.314**

## Ingreso Visitantes Generales 2018



Grupos Etarios representan 58% del total Visitante (32.096)

ITEM 2018	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
<b>Público Turístico</b>													
Niños Pagados	453	448	110	112	62	108	554	105	218	196	121	104	2.591
Estudiantes Pagados	497	446	242	219	291	189	527	313	224	279	231	271	3.729
Adultos	1.863	1.504	1.033	766	581	482	1.185	701	624	723	940	1.066	11.468
Adultos Mayores	6	0	147	41	75	14	31	108	55	5	102	123	707
<b>Total grupos etarios</b>	<b>2.819</b>	<b>2.398</b>	<b>1.532</b>	<b>1.138</b>	<b>1.009</b>	<b>793</b>	<b>2.297</b>	<b>1.227</b>	<b>1.121</b>	<b>1.203</b>	<b>1.394</b>	<b>1.564</b>	<b>18.495</b>
<b>79%</b>													
Alumnos Colegios	36	6	26	289	385	583	181	618	242	1.122	833	171	4.492
Profesores	10	2	7	16	37	93	18	67	31	98	88	19	486
Acod (tarifa Adulto s/cate ant.)	0	0	0	0	0	0	44	0	0	0	0	0	44
<b>Total Visitantes Colegios</b>	<b>46</b>	<b>8</b>	<b>33</b>	<b>305</b>	<b>422</b>	<b>720</b>	<b>199</b>	<b>685</b>	<b>273</b>	<b>1.220</b>	<b>921</b>	<b>190</b>	<b>5.022</b>
Convenio Rectoral	174	87	114	40	22	41	28	16	4	0	32	1	559
Otros Convenios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Red Viva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total Visitante Convenios</b>	<b>174</b>	<b>87</b>	<b>114</b>	<b>40</b>	<b>22</b>	<b>41</b>	<b>28</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>1</b>	<b>559</b>
Pasajeros Agencias	92	549	577	0	0	0	0	0	0	61	24	134	1.437
<b>Total Pasajeros Agencias</b>	<b>92</b>	<b>549</b>	<b>577</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>61</b>	<b>24</b>	<b>134</b>	<b>1.437</b>
<b>TOTAL PUBLICO TURISTICO</b>	<b>3.131</b>	<b>3.042</b>	<b>2.256</b>	<b>1.483</b>	<b>1.453</b>	<b>1.554</b>	<b>2.524</b>	<b>1.926</b>	<b>1.398</b>	<b>2.484</b>	<b>2.371</b>	<b>1.889</b>	<b>25.513</b>
<b>19%</b>													
<b>Público Gratuito</b>													
Gratuidad 1er domingo cada mes	71	86	42	62	21	22	46	70	53	41	26	25	565
Asistentes a Charlas	69	229	204	175	192	210	81	116	32	96	98	0	1.502
Día del Patrimonio	0	0	0	0	3.096	0	0	0	0	0	0	0	3.096
Noche Museo Gratuito	306	0	0	0	0	0	0	0	0	0	191	0	499
Sábado Niños y Niñas	0	0	24	0	0	0	111	0	0	0	0	0	135
Visitas Rapa Nui	0	0	0	0	0	0	0	3	0	16	0	0	19
Cine Indígena	0	0	0	0	0	0	0	0	0	37	0	0	37
Profesores otras regiones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
Ceremonia Aniversario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	0	80
Personas invitadas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
<b>TOTAL PUBLICO GRATUITO</b>	<b>448</b>	<b>315</b>	<b>270</b>	<b>237</b>	<b>3.309</b>	<b>232</b>	<b>238</b>	<b>189</b>	<b>85</b>	<b>193</b>	<b>395</b>	<b>27</b>	<b>5.938</b>
<b>2%</b>													
<b>Público Actividades Pagadas</b>													
Talleres/Cursos Pagados	28	9	0	0	0	8	78	0	0	0	0	10	133
Noche Museo Pagada	0	0	0	0	200	0	312	0	0	0	0	0	512
Otros Eventos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PUB ACT. PAGADAS</b>	<b>28</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>200</b>	<b>8</b>	<b>390</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>645</b>
<b>TOTAL PUB VISITANTE MUSEO</b>	<b>3.607</b>	<b>3.366</b>	<b>2.526</b>	<b>1.720</b>	<b>4.962</b>	<b>1.794</b>	<b>3.152</b>	<b>2.117</b>	<b>1.483</b>	<b>2.677</b>	<b>2.766</b>	<b>1.926</b>	<b>32.096</b>

100%

## Análisis Grupos Etáreos



ITEM 2018	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
<b>Público Turístico</b>													
Niños Pagados	453	448	110	112	62	108	554	105	218	196	121	104	2.591
Estudiantes Pagados	497	446	242	219	291	189	527	313	224	279	231	271	3.729
Adultos	1.863	1.504	1.033	766	581	482	1.185	701	624	723	940	1.066	11.468
Adultos Mayores	6	0	147	41	75	14	31	108	55	5	102	123	707
<b>Total grupos etarios</b>	<b>2.819</b>	<b>2.398</b>	<b>1.532</b>	<b>1.138</b>	<b>1.009</b>	<b>793</b>	<b>2.297</b>	<b>1.227</b>	<b>1.121</b>	<b>1.203</b>	<b>1.394</b>	<b>1.564</b>	<b>18.495</b>
<b>Diferencia mes a mes</b>	<b>-136</b>	<b>-66</b>	<b>-41</b>	<b>-107</b>	<b>-38</b>	<b>-210</b>	<b>-347</b>	<b>-53</b>	<b>-21</b>	<b>-435</b>	<b>-20</b>	<b>-1</b>	
<b>ITEM 2017</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Público Turístico</b>													
Niños Pagados	498	405	153	128	59	69	500	222	165	199	98	182	2.678
Estudiantes Pagados	486	336	295	248	327	163	556	263	323	265	244	400	3.906
Adultos	1.929	1.622	1.040	711	418	502	1.229	663	587	885	855	918	11.359
Adultos Mayores	42	101	85	158	243	269	359	132	67	289	217	65	2.027
<b>Total grupos etarios</b>	<b>2.955</b>	<b>2.464</b>	<b>1.573</b>	<b>1.245</b>	<b>1.047</b>	<b>1.003</b>	<b>2.644</b>	<b>1.280</b>	<b>1.142</b>	<b>1.638</b>	<b>1.414</b>	<b>1.565</b>	<b>19.970</b>

Todos los meses hubo menos visitantes en comparación al 2017

*“El territorio es al espacio lo que la conciencia de clase es a la clase:  
algo que integramos como parte de nosotros mismos y  
que estamos listo para defender”.*

**R. Brunet**