Sistema de reconocimiento y valoración territorial

"Mi ruta Favorita"

Región del Libertador Bernardo O'Higgins

Memoria de Taller de Título

Autor
Natalia Vargas Pérez

Prof. Guía
Andrea Aspée
Diseñadora Mención Gráfica
Magíster en Edición, Universidad de Alcalá, España

Escuela de Diseño
Universidad de Valparaíso
2013

"El aprendizaje más eficaz y efectivo no es el que se obtiene a través del juego por el juego. No se aprende jugando exactamente, sino jugando con lo que se aprende" (Conferencia de Avilio de Gregorio, 2003)

Agradecimientos

Llegar a estas instancias no fue fácil, y agradezco a Dios quien puso en mi camino personas maravillosas para poder cerrar este ciclo tan importante en mi vida.
Partiré por agradecer infinitamente a mi Profesora guía Andrea Aspeé, quien siempre estuvo dispuesta a ayudarme y darme fuerzas cuando más lo necesité.
Gracias también a mis padres quienes incondicionalmente estuvieron conmigo a punta de mucho esfuerzo y sacrificio. A mis hermanos que siempre han valorado lo que he hecho.
A mis amigos de la Universidad que estuvieron conmigo haciendo que esta experiencia fuera más maravillosa aun. Agradezco en forma especial a mi amiga Jacqueline Ramírez por su preocupación constante y su apoyo incondicional en toda esta etapa.
A mi hija, que llegó a mi vida a entregarme fuerzas y esperanzas, sin ti Elena esto no hubiese sido igual. A mi novio Angel Baltazar quien fue un apoyo constante en toda mi etapa de estudiante.
Finalmente a todos quienes de una u otra forma estuvieron presentes en toda mi etapa de estudiante.

Infinitas gracias a todos.

ÍNDICE

PORTADA 1
AGRADECIMIENTOS 3
ÍNDICE 4

1. INTRODUCCIÓN 6
1.1 Presentación 6
1.2 Contexto 6
1.3 Abstract 6
1.4 Problemática 7

2. OBJETIVOS 7
2.1 Objetivos generales del proyecto 7
2.2 Objetivos específicos del proyecto 7

3. MARCO TEÓRICO 8
3.1 La didáctica como enseñanza 8
3.2 Perfil del usuario 15
3.2.1 La niñez 15
3.2.2 Los usuarios 19
3.3 Referentes 22
3.3.1 Situación actual 22
3.3.2 Situación actual en la VI región 29
3.4 La importancia del territorio 33
3.4.1 ¿Por qué es importante valorar el territorio? 33
3.4.2 "Identidad territorial" 33
3.4.3 Las marcas territoriales como alternativa para la diferenciación de productos rurales 39
3.4.4 Marca País 45
3.5 El Patrimonio 48

3.5.1 Definición de Patrimonio 48
3.5.2 Tipos de Patrimonio 49
3.6 Patrimonio regional 51
3.7 Características de la región 53

4. DESARROLLO DE PROYECTO
4.1 Tema de proyecto 57
4.2 Objetivos 57
4.3 Alcances e impactos 58

5. DISEÑO
5.1 Propuesta conceptual 59
5.2 Propuesta formal 59
5.3 Génesis de la forma 59
5.4 Código grafico 61
5.5 Selección de técnicas y materiales 62
5.6 Estructura del contenido 67

6. EL PRODUCTO 68
6.1 La comunicación 68
6.2 El servicio 71
6.3 La producción 72
6.4 Prototipo 73

7. PLAN DE NEGOCIO 76
Estructura de costos 78

8. BIBLIOGRAFIA GENERAL 83

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Presentación

A través de un sistema didáctico y educativo se propone potenciar el territorio de la sexta región del Libertador Bernardo O´higgins dando énfasis a los espacios, rescatando sus cualidades y permitiendo distinguir distintos rasgos del lugar a través de las características propias y distintivas de sus espacios. Diferenciando de manera particular el patrimonio histórico de la región.

1.2 Contexto

La importancia de potenciar un territorio trasciende a través de varios aspectos, uno de estos aspectos infiere directamente en la atmósfera social en que se desarrollan las personas que pertenecen a un espacio. Esta atmósfera se relaciona directamente al vínculo afectivo que desarrollan las personas con su territorio, el lugar donde nacen, se desarrollan, el espacio que les permite sobrellevar distintas etapas de su vida. Otro aspecto importante es el modo estratégico en que se pretende potenciar el territorio en relación a los recursos tangibles e intangibles que ofrecen los espacios. Esto también se vincula al aspecto social en que infiere pues son las personas quienes rescatan estos recursos y los quieren dar a conocer haciendo identificable su territorio.

1.3 Abstract

El contenido de esta memoria se configura a través de una primera etapa donde se reúnen todos los antecedentes necesarios para poder llevar a cabo en una segunda instancia todo lo que infiere en la parte formal del proyecto de título, permitiendo hacer reconocibles aspectos que se complementaran con la propuesta final. Estos antecedentes infieren directamente en el contenido dando origen a la parte formal y conceptual del producto. El

contenido general se reúne en torno a la temática propuesta, en donde la región del Libertador Bernardo O´higgins toma protagonismo dándola a conocer mediante un sistema didáctico y educativo que permita a niños de entre 7 y 10 años reconocer su espacio como propio, vincularlo a él y valorarlo a través de sus recursos.

1.4 Problemática

Existe poco interés de lo que quiere decir un territorio, dando valor a otros aspectos, haciendo reconocible lo externo en relación a los espacios y no lo propio de nuestro territorio. Gran parte de este poco interés se da en la primera etapa de aprendizaje, en donde se enseña y se reconoce un ideal de territorio a través de prototipos externos que no se acercan a lo que es la realidad de nuestra región. Existe poco interés de conocer lo propio del territorio, una falta de motivación que se da en la infancia, donde padres y las aulas escolares abordan escasamente el patrimonio de su propia región.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivos generales del proyecto

Potenciar el lugar dando a conocer sus cualidades en distintos aspectos. Lograr el reconocimiento y la valorización de un territorio permitiendo generar la memoria de los espacios.

2.2 Objetivos específicos del proyecto

-Educar de manera entretenida a niños de entre 7 y 10 años abarcando y potenciando el tema de su propio territorio.
-Dar a conocer lo mágico[1] del territorio de forma didáctica y educativa.

[1] Lo mágico infiere directamente en lo que se sale de lo normal causando un efecto positivo. (www.rae.es)

-Generar redes con niños de distintas provincias de la región, generando un intercambio de experiencias para generar conocimientos.
-Lograr involucrar a padres y docentes en actividades que traspasen el hogar y el aula de clases respectivamente.
-Vincular de manera positiva a los usuarios con el territorio, generando una experiencia con significancia en el futuro que proyecten con sus pares de otras zonas.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 La didáctica como enseñanza

Hoy en día la alta competitividad y las exigencias en un entorno globalizado, sitúa a la educación dentro de un área importante para el desarrollo del hombre, y por ende, del país donde habita. Desde la infancia se deben estimular diferentes habilidades y cualidades para otorgar una formación adecuada que permita un correcto desarrollo en la sociedad.

La educación recibida en la niñez es de vital importancia, ya que es la etapa donde más se desarrollan habilidades cognitivas, motoras, perceptivas, etc. determinando el desarrollo del infante en el futuro. De esta manera si no se entregan las herramientas adecuadas al niño, esto perjudicará su formación intelectual, personal y social.

Bajo un artículo del Dr. Pere Marquès Graells en base a Líneas de investigación: Didáctica y Multimedia; Comunicación Educativa y Nuevas Tecnologías, Comunicación y Pedagogía; del Departamento de Pedagogía

Aplicada, (Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Autónoma de Barcelona) se desprende lo siguiente;

"La didáctica involucra un método de enseñanza que emplea técnicas para el aprendizaje, tiene fundamentalmente cuatro elementos constitutivos: objetivos, contenidos, metodología y evaluación. Para fines educativos existe la posibilidad de utilizar cualquier material propicio para la enseñanza, por ende no existen límites en cuanto a los medios que se utilicen para lograr explicar algo."[2]

Esta facultad explicativa que poseen los distintos medios, se distingue a nivel conceptual del siguiente modo:

- Medio didáctico es cualquier material elaborado con la intención de facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje. Por ejemplo un libro de texto o un programa multimedia que permite hacer prácticas de formulación química.

- Recurso educativo es cualquier material que, en un contexto educativo determinado, sea utilizado con una finalidad didáctica o para facilitar el desarrollo de las actividades formativas. Los recursos educativos que se pueden utilizar en una situación de enseñanza y aprendizaje pueden ser o no medios didácticos. Un vídeo para aprender qué son los volcanes y su dinámica será un material didáctico (pretende enseñar), en cambio un vídeo con un reportaje del National Geographic sobre los volcanes del mundo a pesar de que pueda utilizarse como recurso educativo, no es en sí mismo un material didáctico (sólo pretende informar).

[2] Artículo del Dr. Pere Marquès Graells en base a Líneas de investigación: Didáctica y Multimedia.

Componentes estructurales de los medios didácticos

Al analizar los medios didácticos, y sin entrar en los aspectos pragmáticos y organizativos que configuran su utilización contextualizada en cada situación concreta, podemos identificar los siguientes elementos:

- **El sistema de símbolos** (textuales, icónicos, sonoros) que utiliza.
En el caso de un vídeo aparecen casi siempre imágenes, voces, música y algunos textos.

- **El contenido material** (software), integrado por los elementos semánticos de los contenidos, su estructuración, los elementos didácticos que se utilizan (introducción con los organizadores previos, subrayado, preguntas, ejercicios de aplicación, resúmenes, etc.), la forma de presentación y el estilo. En definitiva: información y propuestas de actividad.

- **La plataforma tecnológica** (hardware) que sirve de soporte y actúa como instrumento de mediación para acceder al material.
En el caso de un vídeo el soporte será por ejemplo un casete y el instrumento para acceder al contenido será el magnetoscopio.

- **El entorno de comunicación con el usuario,** que proporciona unos determinados sistemas de mediación en los procesos de enseñanza y aprendizaje (interacción que genera, pragmática que facilita...). Si un medio concreto está inmerso en un entorno de aprendizaje mayor, podrá aumentar su funcionalidad al poder aprovechar algunas de las funcionalidades de dicho entorno.

Así dentro de estos dos aspectos funcionales que el autor menciona de los medios didácticos, hago relevancia a lo siguientes términos;

-Entregar información
-Guiar el aprendizaje
-Desarrollar habilidades
-Motivar
-Evaluar

Por ende para generar el acto didáctico se deben tener en consideración cuatro elementos básicos;
El profesor, que planifica determinadas actividades para los estudiantes en el marco de una estrategia didáctica que pretende el logro de determinados objetivos educativos. Al final del proceso evaluará a los estudiantes para ver en que medida se han logrado.

Papel docente en los procesos de enseñanza y aprendizaje, en el contexto social que provee a los ciudadanos de todo tipo de información e instrumentos para procesarla, el papel del docente se centrará en ayudar a los estudiantes para que puedan, sepan y quieran aprender. Y en ese sentido les proporcionará especialmente: orientación, motivación y recursos didácticos.
Los estudiantes, que pretenden realizar determinados aprendizajes a partir de las indicaciones del profesor mediante la interacción con los recursos formativos que tienen a su alcance.
Los objetivos educativos; estos pretenden conseguir que el profesor, los estudiantes y los contenidos que se tratarán puedan ser de tres tipos:
a) Herramientas esenciales para e aprendizaje de lectura, escritura, expresión oral, operaciones básicas de cálculo, solución de problemas,

acceso a la información y búsqueda inteligente, metacognición y técnicas de aprendizaje, técnicas de trabajo individual y en grupo.

b) Contenidos básicos del aprendizaje: conocimientos teóricos y prácticos, exponentes de la cultura contemporánea necesarios para desarrollar plenamente las propias capacidades, vivir y trabajar con dignidad, participar en la sociedad y mejorar la calidad de vida.

c) Valores y actitudes: actitud de escucha y diálogo, atención continuada y de esfuerzo, reflexión y toma de decisiones responsables, participación y actuación social, colaboración y solidaridad, autocritica y autoestima, capacidad creativa ante la incertidumbre, adaptación al cambio y disposición al aprendizaje continuo.

Según cual sea el **contexto** se puede disponer de más o menos medios, habiendo determinadas restricciones (tiempo, espacio, etc.). El escenario tiene una gran influencia en el aprendizaje, al igual que la transparencia con que exponen y tratan los contenidos.

Los **recursos didácticos** pueden contribuir a proporcionar a los estudiantes información, técnicas y motivación que les ayude en sus procesos de aprendizaje, no obstante su eficacia dependerá en gran medida de la manera en que el profesor oriente su uso en el marco de la estrategia didáctica que está utilizando.

La **estrategia didáctica** con la que el profesor pretende facilitar los aprendizajes de los estudiantes está integrada por una serie de actividades que contemplan la interacción de los alumnos, con determinados contenidos. La estrategia didáctica debe otorgar a los estudiantes: motivación, información y orientación para realizar sus aprendizajes y debe tener en cuenta algunos principios:

- Considerar las características de los estudiantes: estilos cognitivos y de aprendizaje.
- Considerar motivaciones e intereses de los estudiantes. Procurar amenidad en el aura.
- Organizar en el aula: el espacio, los materiales didácticos, el tiempo.
- Proporcionar la información necesaria cuando sea preciso.
- Utilizar metodologías activas en la que se aprende haciendo y experimentando.
- Considerar un adecuado tratamiento de los errores que sea punto de partida de nuevos aprendizajes.
- Prever que los estudiantes puedan controlar sus aprendizajes.
- Considerar actividades de aprendizajes colaborativo, pero tener presente que el aprendizaje es individual.
- Realizar una evaluación final de los aprendizajes.

Ventajas asociadas a la utilización de medios didácticos

Cada medio didáctico ofrece unas determinadas prestaciones y posibilidades de utilización en el desarrollo de las actividades de aprendizaje que, en **función del contexto**, le pueden permitir ofrecer ventajas significativas frente al uso de medios alternativos. Para poder determinar ventajas de un medio sobre otro, siempre debemos considerar el contexto de aplicación (un material multimedia hipertextual no es "pero es" mejor que un libro convencional). Estas diferencias entre los distintos medios vienen determinadas por sus elementos estructurales:

- El sistema de simbólico que utiliza para transmitir la información: textos, voces, imágenes estáticas, imágenes en movimiento... Estas diferencias, cuando pensamos en un contexto concreto de aplicación, tienen implicaciones pedagógicas, por ejemplo: hay informaciones que se

comprenden mejor mediante imágenes, algunos estudiantes captan mejor las informaciones icónicas concretas que las verbales abstractas...

- **El contenido** que presenta y la forma en que lo hace: la información que gestiona, su estructuración, los elementos didácticos que se utilizan (introducción con los organizadores previos, subrayado, preguntas, ejercicios de aplicación, resúmenes, etc.), manera en la que se presenta... Así, incluso tratando el mismo tema, un material puede estar más estructurado, o incluir muchos ejemplos y anécdotas, o proponer más ejercicios en consonancia con el hacer habitual del profesor, etc.

- **La plataforma tecnológica** (hardware) que sirve de soporte y actúa como instrumento de mediación para acceder al material. No siempre se tiene disponible la infraestructura que requieren determinados medios, ni los alumnos tienen las habilidades necesarias para utilizar de tecnología de algunos materiales.

- **El entorno de comunicación** con el usuario, que proporciona unos determinados sistemas de mediación en los procesos de enseñanza y aprendizaje (interacción que genera, pragmática que facilita...). Por ejemplo, si un material didáctico está integrado en una "plataforma-entorno de aprendizaje" podrá aprovechar las funcionalidades que este le proporcione. Otro ejemplo: un simulador informático de electricidad permite realizar más prácticas en menor tiempo, pero resulta menos realista y formativo que hacerlo en un laboratorio.

A modo general

La didáctica como método de enseñanza se hace efectiva a medida que las distintas instancias de ejecución lo permitan. Estas instancias apuntan en una primera etapa a la disponibilidad del guía para que exista enseñanza a través de la didáctica, haciendo énfasis en la importancia del papel que cumple este para que se logre dar el acto educativo, un papel que infiere directamente en el perfil motivacional que proyecta hacia los estudiantes.
Una segunda etapa apunta a los medios que existen para que el acto educativo se pueda llevar a través de la didáctica. La didáctica se enfoca a salir de ese medio común que se utiliza para educar. Este medio responde a actitudes extra-programáticas que se pueden desarrollar en distintas instancias del desarrollo del estudiante, permitiendo enseñar y educar de manera implícita distintos contenidos necesarios en la formación de los estudiantes. Los medios a utilizar responden a necesidades lúdicas y menos formales en relación a lo que se utiliza en las aulas escolares como método de enseñanza. De esta manera una tercera instancia que vendría siendo el receptor de la información se presenta disponible a aprender de manera implícita con los contenidos que se le presenten.

3.2.1 La niñez

Dentro de los antecedentes para desarrollar el proyecto, se traduce de manera importante reflexionar aspectos de la etapa de la niñez, considerando referencias del estudio cognoscitivo y afectivo de los niños de Jean Piaget, Psicólogo Suizo del siglo XX, quien menciona que "*la niñez es la etapa del desarrollo humano que comprende el rango de entre 6 y 11 años de edad; no siendo esta una cifra exacta ya que tiende a variar dependiendo del*

tipo de sociedad u otras variables que pueden ser más puntuales como el mismo entorno en que se desarrolla el niño".[3]

Durante este periodo aparece un cambio importante en la formación de un niño, el ingreso a la escuela. Este particular momento trae consigo la integración a un grupo social conformado por niños de un rango de similares de edades, lo que trae consigo valores independientes a los que se atribuyen en el círculo, hogar-familia, respeto a la institucionalidad, valores morales (lo justo, lo bueno y lo malo de una sociedad), la aceptación o el rechazo dentro de un grupo, entre otros aspectos.

Todo el período del desarrollo psicológico del niño, hasta que llega a la edad de las operaciones proposicionales o de carácter hipotético, se funda en la interiorización de los estímulos del entorno, para así poder reconstruirlo de forma abstracta (pensamiento).

Durante este proceso de orientación se reconstituyen dos tipos de conductas, la cognoscitiva y la afectiva.

- Desarrollo cognoscitivo: A este desarrollo Piaget lo llama "etapa de las operaciones concretas". De 7 a 11 años de edad se habla de operaciones haciendo referencia a las operaciones lógicas usadas para la resolución de problemas. El niño en esta fase o estadio ya no sólo usa el símbolo, es capaz de usar los símbolos de un modo lógico y, a través de la capacidad de conservar, llegar a generalizaciones atinadas.

Alrededor de los 6/7 años el niño adquiere la capacidad intelectual de conservar cantidades numéricas: longitudes y volúmenes líquidos. Aquí por 'conservación' se entiende la capacidad de comprender que la cantidad se mantiene igual aunque se varíe su forma. Antes, en el estadio pre-operativo

[3] Estudio cognoscitivo y afectivo de los niños de Jean Piaget, Psicólogo Suizo del siglo XX.

por ejemplo, el niño ha estado convencido de que la cantidad de un litro de agua contenido en una botella alta y larga es mayor que la del mismo litro de agua trasegado a una botella baja y ancha. En cambio, un niño que ha accedido al estadio de las operaciones concretas está intelectualmente capacitado para comprender que la cantidad es la misma (por ejemplo un litro de agua) en recipientes de muy diversas formas.

Alrededor de los 7/8 años el niño desarrolla la capacidad de conservar los materiales. Por ejemplo: tomando una bola de arcilla y manipulándola para hacer varias bolillas el niño ya es consciente de que reuniendo todas las bolillas la cantidad de arcilla será prácticamente la bola original. A la capacidad recién mencionada se le llama reversibilidad.

Alrededor de los 9/10 años el niño ha accedido al último paso en la noción de conservación: la conservación de superficies. Por ejemplo, puesto frente a cuadrados de papel se puede dar cuenta que reúnen la misma superficie aunque estén esos cuadrados amontonados o aunque estén dispersos.

A grandes rasgos durante este desarrollo, tienden a una lógica que se aplica sobre objetos manipulables, alejándose de la posibilidad de generar casos hipotéticos o de razonamientos en base a enunciados verbales, incluyendo la noción del tiempo, lo pasado y lo futuro.

- Desarrollo afectivo: hasta los 7 años en niño se caracteriza por respetar las reglas impuestas por los mayores, (respeto unilateral) por lo menos las que logre entender. Lo mismo se da en los juegos que desarrolle con sus semejantes; que les cueste coordinar las reglas que implique el juego, logrando retener las mas simples, el resto es obviado y por eso tienden a pesar de ser juegos colectivos, a jugar para entretenerse para si mismos.

Después de los 7 u 8 años en conjunto con el desarrollo de la lógica, comienza a desarrollarse la voluntad, como conservación de los valores morales. O sea el niño es capar de aceptar o rechazar lo que comprendió y concibió.

Los sentimientos morales, traen a su vez la misma evaluación de estos, la comprensión de lo bueno, y lo malo desde el punto de vista material y valórico (entender lo bueno y lo malo para él). Esta evaluación hace que nazca el concepto de justicia, que conlleva el conocimiento de dos puntos muy importantes:

- La reciprocidad moral (los deberes)
- Los derechos

Esta concepción de justicia es el esbozo más importante en este período de la autonomía del individuo, su interiorización le permite encajar en un contexto social; junto con eso comienza a controlar de mejor manera sus miedos y emociones, lo que conlleva a ser más independiente de sus padres. También aparecen sentimiento de frustración y competencia, y en cuanto a las reglas, son capaces de aprender un código de estas y modificarlo promedio de una voluntad común.

3.2.2 Los usuarios

Niños y niñas
Edad: de 7 a 10 años
Rango social: cualquiera

Los elegidos para que tengan la experiencia con este proyecto son niños de entre 7 y 10 años que pertenezcan a la región, y se vinculen a través de este sistema en las aulas de clases, en contexto a la orientación que reciben durante esta etapa donde adquieren destrezas vinculadas a la orientación en el espacio y el valor por el patrimonio de lo propio de su país.
A través de distintas experiencias personales en relación a la observación y el dialogo con docentes de esta etapa de escolaridad, logre constatar distintos aspectos de los estudiantes en referencia a sus intereses y costumbres. Dentro de estos antecedentes destaco los siguientes aspectos:

A los 7 y 8 años
-Son conscientes de sí mismos como personas.
-Se proyectan hacia los demás con una personalidad clara.
-Tienen clara conciencia de su diferencia con los demás, tanto en aspectos culturales, sociales, y rasgos físicos.
-No les agrada el trato como niños. Quieren ser tratados como adultos.
-Respetan normas establecidas.
-Trabajan en equipo y respetan reglas.
-Les gusta aprender y experimentar cosas nuevas.
-Explora y aprende a través de la experiencia.
-Prefieren actividades en compañía, interactuar, participar, y poner atención a quien los guie.
-Tiene interés por actividades que requieren pensar un poco más.

-Le agradan excesivamente los viajes o paseos, aunque no tengan una finalidad clara.
-Poseen conciencia del valor patrimonial pero a nivel tangible.

A los 9 y 10 años
-Es seguro y quiere parecer independiente aunque no lo es, pues teme de ella.
-Quieren destacar ante al resto
-Planifica sus tiempos
-Está interesado en viajar, pero a espacios con objetivos claros, diversión o aprendizaje.
-Poseen conciencia territorial, valor y conocimiento de su territorio.
-Tienen conciencia de lo que es el valor patrimonial a nivel más abstracto (el valor patrio).

Dentro de todos estos aspectos es importante destacar que los usuarios elegidos en este rango de edad se manejan perfectamente en plataformas virtuales, operan el computador, dominan redes sociales virtuales, la mayoría tiene Facebook, tienen celular y saben descargar aplicaciones que les agrade para su Smartphone o el de sus padres. Esto es importante pues amplía las posibilidades con que se puede llevar a cabo este sistema de proyecto.
Descarto a los niños de menores de 7 años pues aún le falta madurez en cuanto al valor patrimonial de los espacios, y a los mayores de 10 años porque pierden el interés por el juego, comienzan a tomar conciencia de que están dejando de ser niños, preocupándose por encontrar su propia identidad y dejando de compartir con grandes grupos de personas. Idealizan sus amistades y con quien comparten.

Moodboard del usuario
SUS GUSTOS

3.2.3 Consumidor y mercado

Al ser un proyecto que se basa por sobre todo en la educación del niño, en donde se busca la valoración y el reconocimiento del territorio, se inclina hacia un consumidor de carácter gubernamental a nivel regional y aplicándose en diversos colegios de la zona, en donde niños como usuarios puedan proyectar este aprendizaje adquirido por este sistema. Los consumidores se podrían especificar a través de organizaciones que valoren el territorio y vean la posibilidad de desarrollo de una localidad a través de un sistema de producto. Por ende El mercado se limita a nivel regional pues radica en la necesidad de potenciar el espacio, dando a conocer una imagen territorial de gran valor y reconocimiento.

3.2 Referentes

3.3.1 Situación actual

¿Qué se dice y como se dice del territorio?

Existen varios servicios y productos que se prestan de diversas formas con el fin de lograr el reconocimiento de espacios a modo general y específico, en algunos casos haciendo énfasis a las culturas de cada territorio con la finalidad de hacer perdurar en la memoria de quienes utilicen estos portales o libros.

a) VIAJAR Y CONOCER EL MUNDO

http://www.educapeques.com

Portal educativo que abarca varias áreas del aprendizaje dando énfasis en uno de sus temas a la importancia del reconocimiento de los espacios en relación a su geografía y sus culturas.

Presentación del portal

¿Quiénes somos?

"Grupo Gesfomedia es una **empresa joven y dinámica** integrada por profesionales especializados en el mundo de la formación y las nuevas tecnologías. Todo nuestro trabajo se genera en torno a una apasionante idea: **fusionar educación y tecnología multimedia** en productos asequibles y de alta calidad. Tras una dilatada experiencia en cursos de formación para adultos (más de 40.000 alumnos han realizado nuestros cursos), hemos puesto en marcha otro proyecto: **Educapeques**. El equipo humano de **Educapeques** está integrado por especialistas en diversas disciplinas relacionadas con todos los campos de la formación, como profesores, psicólogos y pedagogos.

En el área técnica cuentan con un importante grupo de programadores, diseñadores gráficos, ilustradores, dibujantes, locutores y profesionales de la animación por ordenador.

Este proyecto tiene como finalidad desarrollar tres áreas, aprender, jugar y viajar, dando un conocimiento integro motivacional a través de estos aspectos que se complementan en el desarrollo de la actividad de los niños.

APRENDER **VIAJAR** **JUGAR**

b) ATLAS DISNEY. EL MUNDO QUE TE RODEA

Descripción

"Este atlas tiene la peculiaridad de empezar al revés de todos los atlas por el simple y sencillo hecho de que intentamos mirar el mundo a través de los ojos de un niño. ¿Qué tiene más cerca el niño? Su casa y su barrio, desde

donde empezamos a explicar el mundo, para continuar con la ciudad, la comunidad, el país, los continentes y de ahí viajar a la tierra, el sistema solar y el universo. No nos hemos olvidado de que, aparte de los contenidos esenciales que todo atlas ha de tener, el niño ha de conocer las diferentes variantes que puede haber de un mismo hecho: no es lo mismo ir al colegio en una ciudad de Europa, cualquiera que esta sea, que ir en una de Asia o África, por poner algo extremo; o aquellos comportamientos correctos que hemos de tener para con la naturaleza (reciclaje). Para ello, contaremos con los personajes estándar Disney que nos vayan mostrando el mundo desde lo más pequeño en lo que nos ubicamos a lo más grande e inalcanzable: el universo.

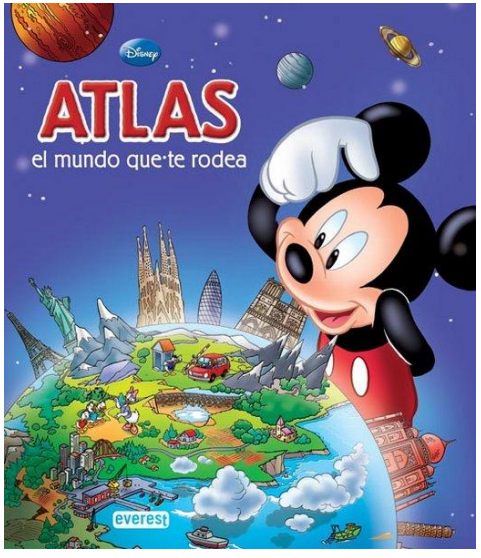
c) MI PRIMER ATLAS, EXPLORA Y CONOCE EL MUNDO A TRAVÉS DE LOS CONTINENTES

Descripción

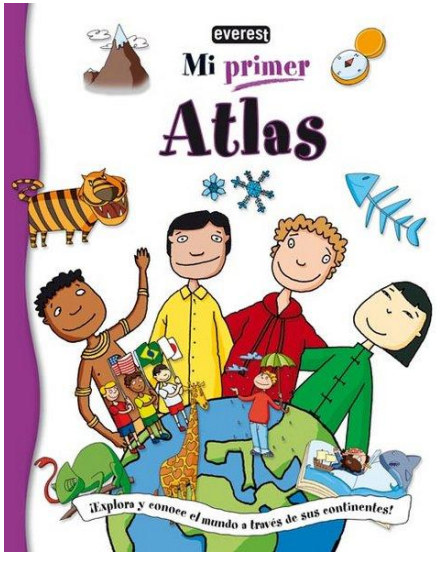
"Pretendemos que con este atlas el niño no solo aprenda cuestiones geográficas sino que a través de las múltiples curiosidades, recetas de cocina, juegos y leyendas populares sepa cómo las diferentes culturas definen los continentes y con ellos los países. Las explicaciones y curiosidades así como los datos geográficos vienen acompañados de simpáticas ilustraciones y fotografías que complementan la información"[4]

[4] http://www.librerias-picasso.com/libro/mi-primer-atlas_263007

b)



c)



ATLAS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS DE MÉXICO

Portal del gobierno de México que contiene un anexo que te dirige a un atlas de los pueblos indígenas de su territorio, permitiendo conocer más a fondo sobre estas culturas a través de información e imágenes.

http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=200027

Atlas interactivo que narra la historia de los pueblos indígenas de México.

3.3.2 Situación actual en la región.

Lo que ocurre en la región a través de distintas miradas, que dan un enfoque al valor que se le otorga a través del tiempo.

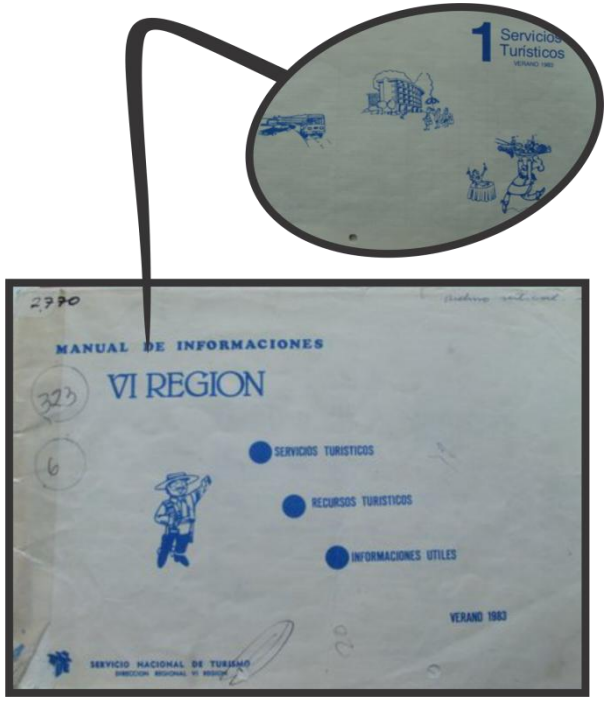
a) **FOLLETO INFORMATIVO**

Folleto desplegable ilustrado con imágenes de la región, detalla el modo correcto de turistear, el modo de organizarse, y planificarse para tener un buen viaje.

b) REGIÓN DE O´HIGGINS

"Breve relación del patrimonio natural y cultural"

Un libro informativo que entrega la relación entre el marco geográfico de la región, en relación a sus recurso naturales, formales y climáticos entre otros, y el nivel cultural a través de sus historia, su arquitectura, sus tradiciones, sus fiestas, etc.



c) MANUAL DE INFORMACIONES

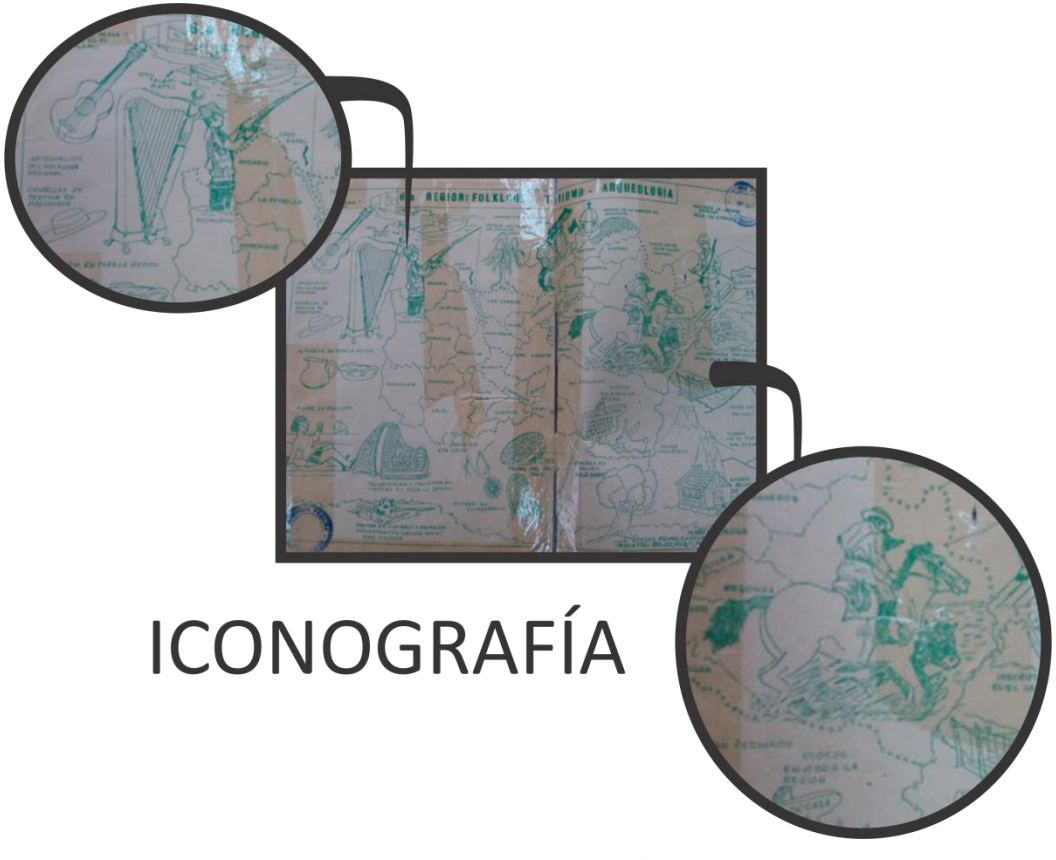
VI Región

Un manual que permite ubicarnos en la región de O'Higgins a través de distintos datos trascendentes al momento de visitar un lugar, servicios turísticos, recursos turísticos, datos útiles.

Este manual contiene datos del verano de 1983, por ende hay especificaciones irreales a lo que ocurre en nuestro tiempo actual, (valores irreales, hoteles que ya no existen, entre otros)

d) MAPA ICONOGRÁFICO DE LA REGIÓN

Desglose de la región a través de ilustraciones que permiten dar a conocer detalles de tradiciones, fiestas y espacios atractivos por conocer, esta "cartografía" también data de los años 80, es el único ejemplar su deterioro es evidente.



e) Compilación de folleto que reúne distintos panoramas turísticos de la región, información disponible en oficinas de turismo en la ciudad de Rancagua.

3.4 La importancia del territorio

3.4.1 ¿Por qué es importante valorar el territorio?

Importancia del reconocimiento territorial

Las siguientes bibliografías grafican la importancia de valorar el territorio en relación a distintas instancias que guían la contextualización del proyecto, visualizándolo desde un modo estratégico que permite potenciar una localidad tanto de manera económica y cultural social.

3.4.2 Identidad territorial

Reconociendo la diversidad para el desarrollo de los territorios
Coordinación y Edición:
División de Políticas y Estudios
Departamento de Estudios y Evaluación
Unidad Identidad y Cultura "Gobierno de Chile 2009"

La publicación "Identidad Regional, Reconociendo la Diversidad para el Desarrollo de los Territorios" da cuenta de un programa de trabajo que responde cabalmente al espíritu de las recomendaciones mencionadas, en cuanto se cimienta en la construcción de confianzas y de reconocimiento de los atributos y distinciones regionales. Se trata de una iniciativa que esta Subsecretaría en conjunto con los gobiernos regionales del país, han venido impulsando para reconocer y valorizar la identidad territorial como motor de desarrollo endógeno, en el entendido que un proceso de descentralización más asentado descansa necesariamente en un tejido social regional cada vez más protagonista de sus propios procesos de desarrollo.

En el contenido se otorga reconocimiento a la identidad territorial dando énfasis a lo siguiente: *"Una imagen región basada en la identidad del*

territorio permite, por un lado, generar diferenciación y valor agregado a la productividad regional, fomentando un ánimo optimista en torno al emprendimiento local. Por otro lado, es una búsqueda de consensos para definir un sello representativo de la identidad regional como factor estratégico para potenciar el desarrollo del territorio y el sentido de pertenencia de sus habitantes"[5]

El conjunto de los estudios que se presentan en esta publicación constituyen, una síntesis del concepto de identidad que se quiere fortalecer en cada una de las regiones, compartiendo el planteamiento respecto al discurso sobre identidades regionales, para que sean significativos en las personas, haciendo referencia al sentido de pertenencia con el lugar que constituye su hábitat, con una mirada hacia el pasado, con imágenes del presente y utopías sobre el futuro.

El libro "Identidad Regional, Reconociendo la Diversidad para el Desarrollo de los Territorios"[6] expone una primera etapa de trabajo del Programa de Fortalecimiento de la Identidad Regional, una iniciativa de la Subsecretaría en conjunto con los gobiernos regionales del país, orientada a atender la diversidad de los territorios y al hecho de que la descentralización se justifica precisamente en la diversidad, ya sea de necesidades y preferencias, historias, rasgos socioculturales, actores y tiempos.

---

[5] IVÁN DE LA MAZA MAILLET Intendente Región de Valparaíso. Publicación "Identidad territorial" Ministerio del Interior SUBDERE.- http://www.territoriochile.cl/1516/articles-79403_recurso_1.pdf

[6] Güell, Pedro. "La identidad regional como factor y objetivo del desarrollo humano auto sostenido", Revista Universum Nº11, U. de Talca. 1996: 62.

En la publicación se aborda el concepto de identidad territorial como un concepto dinámico y se refiere a él como un proceso a través del cual las personas reconocen un territorio y se identifican con un él, con su cultura, tradiciones, paisaje, historia, etc. La identidad regional se puede manifestar de diversas formas, como complejo de inferioridad o como orgullo, como sentimiento de pertenencia, así como también en la demanda de derechos y en el desarrollo de pro-actividad cultural o política. De igual forma, la identidad regional no puede entenderse solo en términos del pasado o presente, sino también en términos de futuro, de las proyecciones, arquetipos, proyectos, mitos o metáforas con que la gente de una región o de un país se traza metas, horizontes de expectativas o utopías, por definición inalcanzables en su totalidad, aunque también por lo mismo fuertemente productivas.

Se hace énfasis en la identidad regional abordándola como una dimensión relevante del proceso de descentralización, que permite hablar sobre la diversidad. Al reconocer la heterogeneidad y valorizar la autenticidad que existe en cada territorio, se adquiere una visión más integral y coherente del desarrollo que puede generarse en cada región y localidad. En este sentido, la identidad regional es entendida como proceso; es el recurso, potencialidad y dinámica mediante los cuales los colectivos humanos se transforman en sujetos de acción en contextos específicos. Se deja en claro, a su vez, que en "la construcción de la identidad regional va a contramano de una práctica nacional histórica, ya que por mucho tiempo la política pública

se preocupó de construir "el" referente colectivo: un imaginario nacional que tuviera supremacía por sobre otros imaginarios regionales y locales."

En un segundo capítulo se aborda el tema identitario de cada región, rescatando y dando énfasis a las experiencias de reconocimiento de las Identidades Territoriales.
El tema de la identidad en la Región del Libertador Bernardo O'Higgins se aborda como un legado cultural de una comunidad con su historia común permitiendo construir un valor de referencia y por el cual prescribe y proscribe sus pensamientos y acciones en cuanto la cultura y la historia están en constante cambio. En este sentido se habla de "entidades coexistentes de la Región". Por tanto, el grado de conciencia y presencia de esta(s) identidad(es) que tengan las personas que con forman la comunidad, pueblo, territorio región, hará de ella una cultura más cohesionada, más identificada, más valorizada y proyectada a su historia y futuro.
Las identidades relevantes en la Región de O'Higgins están asociadas principalmente a los modos productivos que la Región ha desarrollado e impulsado en su historia, una historia que tradicionalmente ha estado ligada al campo, y por ende, a la agricultura tradicional, siendo ésta el elemento central de subsistencia y existencia durante siglos, teniendo como ícono vivencial, una geografía amable para coexistir pacíficamente y sin apuros, con una tierra fecunda, para ser cultivada y para la crianza de ganado, tanto vacunos en el centro, como también ovinos en la zona de secano. Aquí se vive sin la premura del citadino, donde la imagen de la hacienda y las casas de barro han sido fundamentales para la identificación del territorio, tanto en las comidas y sus sabores, que obviamente están en estrecha relación con la siembra y lo que produce su tierra; y esto va de la mano con la vestimenta, a la que se le denomina huasa y/o costina dependiendo del lugar, tanto para las del inquilino, como las del patrón, que los resalta y los diferencia

nítidamente, y que determina visualmente su existencia y su modo de vida. Estas personas son francas, abiertas, hospitalarias, sin temores y trabajadoras. Hoy, todo esto ha sido tocado a través de los cambios que se han producido en forma vertiginosa, durante estos últimos años, tanto en lo tecnológico y comunicacional. La globalización y los cambios en el mundo de las ideas, conceptos y forma de ver la realidad, trae cambios en lo político, social y económico, produciendo en la Región una reconversión en el agro con el objetivo de dinamizar la economía y hace que la producción sea más competitiva a nivel internacional. Esto repercute en los individuos; tanto como seres individuales y colectivos, produciendo nuevas formas de relacionarse y ver la realidad tanto adentro, como afuera.

A modo general

A través de esta publicación los autores nos introducen en la configuración del concepto de estudios identitarios territoriales de nuestro país, destacando el modo particular de lo que se concibe de cada región, dando énfasis a las huellas que deja la historia a través de los recursos del territorio. La identidad representativa de los territorios, permite dimensionar la importancia en torno a lo que se desarrolla, y así potenciar aspectos que permiten situar a sus habitantes dentro de su contexto cultural, y mantenerlos familiarizados con sus propios espacios.

Un análisis profundo de los espacios consiente a dimensionar la trascendencia de las culturas a través del tiempo, permitiendo cuantificar la identidad que poseen los territorios, y que a su vez se logra establecer un orden cultural que accede a focalizar una guía para futuras generaciones. Destaco de manera particular el siguiente cuadro que focaliza la región en su particularidad dando énfasis "a lo que falta por descubrir".

IDENTIDAD CULTURAL DE LA REGIÓN DE O'HIGGINS: UNA BREVE APROXIMACIÓN DESDE LA TIERRA

Ante la pregunta sobre los principales aspectos identitarios de la Región, se aproxima prontamente la respuesta que señala que estamos frente a una región minera y huasa, afirmación que se ha sostenido por largo tiempo y que intentamos interpelar en esta breve aproximación al tema.

En este sentido, y desde una reflexión detenida, se puede hablar de manera más precisa de una Región que tiene 33 comunas, en la que cada una de ellas tiene su sello, su singularidad, con expresiones culturales insospechadas, y multiformes comportamientos de sus habitantes. Todo esto configura asimismo una identidad cultural que ha sido objeto de diferentes interpretaciones.

Lo primera certeza que tenemos es que la identidad no es estática sino en desarrollo, y no es una, ya que lo más preciso es hablar de coexistencia de pluridentidades, donde lo "uno" se comprende como complementariedad del "todo".

Ciertamente, la grandeza de la mina El Teniente, es fundamental en nuestra realidad territorial, no obstante el minero tiene un sustrato campesino, sus costumbres y tradiciones son básicamente ligadas a la tierra. Si bien los trabajadores de la mina se identifican fuertemente con la empresa y aspiran a pertenecer a ella en lo laboral, en sus comportamientos se observan rasgos claramente vinculados al terruño, al lugar que comparten con sus hijos e hijas; por tanto la mina no es todo y lo que ella representa -la seguridad, el consumo o el éxito- son aspectos que no constituyen ni generan identidad regional.

Ahora bien, cuando se habla del "huaso", ¿nos referimos al patrón o quien tiene la misión de extraer los frutos de la tierra? Pareciera que hasta ahora representa a aquel que toma las decisiones, al propietario y/ empresario agrícola. Quizás lo más certero sea considerar al temporero, al trabajador de la tierra, aquellos hombres y la mujeres de campo que son los grandes hacedores y constructores de "modos de vida" de cohesión y arraigo que determinan elementos identitarios.

Otro aspecto que llama la atención en "nuestro ser regional" es la coexistencia de lo tecnológico con lo rústico, los modos de operar y acceder a los productos del trabajo diario sugieren tiempos y espacios diversos. En nuestra Región se desarrollan labores agrícolas, mineras y turísticas, utilizando procedimientos propios de diferentes épocas y contextos... pareciera que algunas localidades viven en tres siglos diferentes, pero sin violentarse, excluirse y/o desalojarse; sino más bien a partir de un reconocimiento de la riqueza que habita en cada lugar, su arquitectura, sus festividades, leyendas, creencias, bailes y principalmente, en lo genuino de su gente. Es el patrimonio vivo, tangible e intangible.

Vivimos y participamos de una Región que aún no descubrimos en plenitud, el desafío ha sido y será trabajar día a día para lograr la puesta en valor de nuestra riqueza cultural, la que surge y se sustenta "desde la tierra".

XIMENA NOGUEIRA SERRANO
Licenciada en Teatro,
Directora del Consejo Regional de
la Cultura y las Artes, Región de O'Higgins

Publicación "Identidad territorial" Ministerio del Interior SUBDERE

3.4.3 Las marcas territoriales como alternativa para la diferenciación de productos rurales.

Documento en base a un proyecto investigativo, Colombia Bogotá.

ARTICULO: "Desarrollo local, ¿De qué estamos hablando?"

El articulo reflexiona acerca de los principales aspectos en tomar en cuenta en la construcción y desarrollo de marcas territoriales, a través de normas y valores, innovación e identidad territorial, realizando un breve recuento de experiencias y casos exitosos utilizando la identidad territorial como un aspecto diferenciador de productos de origen rural.

Se aborda la identidad territorial como un aspecto diferenciador en el mercado local y global, dicha diferenciación solo se logra a través de aspectos que se abordan en el artículo de manera hipotética.

Existe una descripción de la Identidad territorial que permite configurar una imagen y paralelamente a esto una marca territorial, permitiendo agregar valor a los productos propios, resaltando movimientos sociales rurales logrando establecer discursos identitarios de mucha fuerza y capacidad convocante. Esto permite ser un proceso de capital simbólico, susceptible de ser empleado en el mercadeo de bienes y servicios territoriales.

Una mirada de la competitividad desde el desarrollo territorial

Las estrategias de desarrollo local en el mundo globalizado se orientan en la búsqueda de la competitividad de los territorios, orientándose a las acciones de un carácter dominante de lo global sobre lo local y los procesos de "des-territorialización" haciendo necesario lograr un estrecho vínculo entre lo local y lo global, este aspecto se convierte en un desafío para las sociedades en términos de insertarse en la competitividad global, capitalizando al máximo las capacidades locales y regionales, a través de estrategias de

diferentes actores en juego, para lo cual el pensamiento complejo en el análisis y el diseño de políticas locales se vuelve preponderante .

Las normas y valores como elementos indispensables para la competitividad territorial

Boisier[7] (2001) plantea que para abordar el proceso de desarrollo local, se necesita centrarse en la identificación de "aspectos que le son específicos al territorio y que no son el simple de la reproducción de todas las escalas de las determinaciones globales".

La existencia de la riqueza local, en la que los actores generan conocimiento en los aspectos técnicos-productivos, de comercialización de organización, entre otros, cobran importancia ya que expresan la capacidad en influir en la construcción de las ventajas diferenciadoras que ofrecen los territorios. Esto es necesario para los fines de definir una sociedad local, involucrada y responsable con su territorio. Las sociedades se nutren de su propia historia constituyendo un sistema de valores para sus propios miembros, conformando un sistema de relaciones de poder constituido en torno a procesos locales de generación de riquezas, propiamente gestionados.

"No es posible la existencia de procesos exitosos de desarrollo local sin un fuerte componente de identidad que estimule y vertebre el potencial de iniciativas de un grupo humano"[8]

Los valores y normas dentro de una sociedad son un patrón cultural relacionado a los agentes de territorio, en donde la riqueza se sustenta en las representaciones de la vida social, basados principalmente en la cotidianidad

[7] Desarrollo local, ¿De qué estamos hablando?, transformaciones globales, institucionales y políticas del desarrollo local

[8] Rodrigo Arocena; Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e innovación. Unidad de Ciencia y Desarrollo, Facultad de Ciencias, Universidad de la República, Uruguay

de la sociedad local, siempre bajo criterios innovadores. Un capital cultural y además simbólico.

La innovación como competencia de los territorios

"La estrecha relación entre innovación y territorio es el ambiente tecnológico que rodea las actividades allí desarrolladas; de esta manera las capacidades innovativas permiten cobrar sentido ampliando las ventajas competitivas de los territorios"[9]

La capacidad innovativa y la vinculación entre agentes del entorno productivo han de ceñirse por lazos de confianza y pertenencia, a fin de generar en la sociedad local la información necesaria para apalancar los procesos de autogestión, en los que la interacción con instituciones públicas y privadas son vitales en el mejoramiento de la competitividad.

El Marketing aplicado en los territorios

Al momento de diseñar marcas aplicadas en los territorios como estrategia para el posicionamiento de territorios, se valoran ciertos puntos como el patrimonio cultural propio de los territorios y la identificación de aspectos que reflejen la "identidad y la tradición"; esto debe realizarse colectivamente entre los agentes del territorio, de forma que dichos aspectos sean prioritarios para el desarrollo del diseño y la creación de marcas identitarias.

Las marca se deben construir en base sobre la base de prácticas, valores, modos, usos, imágenes, identidades con estilos propios que diferencian el diario vivir de los territorios.

[9] Castellani; "Estrategias e instrumentos para el desarrollo local en la era de la globalización.

"La identidad es una construcción simbólica que significa una apropiación selectiva del pasado elaborada en el presente, respondiendo a prioridades y propósitos contemporáneos y políticamente instrumental"[10]

La identidad de los territorios como aspecto diferencial

Una estrategia ¿Existe la posibilidad de hacer identidad y valorizarla como un elemento indispensable que permita asegurar un mayor poder de negociación de los actores sociales locales, en los procesos de desarrollo y en la distribución de sus beneficios? Este cuestionamiento tendría sentido práctico si se consideran las mega-tendencias modernas del mundo globalizado, en donde las tendencia por bienes y servicios con atributos simbólicos, apelan a nuevos modelos de vida (naturaleza, salud, comercio justo, ética en los negocios) crece en donde muchos de los atributos simbólicos deseados por los consumidores de bienes y servicios de origen agrario ligados a los territorios rurales.

La construcción de identidades constituye un proceso de representaciones surgidas en base a la importancia del espacio territorial. Existe una necesidad en donde los territorios tienen que encontrar sus aspectos diferenciadores, y así poder ser usados por los agentes locales para ganar poder de negociación en los mercados globales.

Algunas experiencias en el uso de las marcas territoriales

En el mundo existe un reconocimiento relativamente extendido y un interés creciente a diseñar estrategias de desarrollo rural asociadas a bienes y servicios con identidad: servicios de turismo vinculados a la identidad étnica o ecológica; productos orgánicos cuyo valor se basa en su asociación a los atributos de salud o de respeto a la naturaleza; productos que se distinguen

[10] Gallicchio, Desarrollo local: Cómo combinar gobernabilidad, desarrollo económico y capital social en el territorio.

por incorporar la idea de una relación justa entre los productores ; los intermediarios y los consumidores; bienes que se distinguen en el mercado por su origen en procesos que respetan los derechos laborales y los derechos humanos; productos que simbolizan nuevas formas de relación entre el consumidor, los alimentos y las comunidades que los generan. Todos estos movimientos de mercado y sus asociados indiferentemente apelan al mercadeo territorial, en el sentido que reconocen el origen de los productos y vinculan su producción con unas condiciones particulares dadas por el territorio.

La gran fuente de la identidad territorial es otorgada en relación a la cultura, "el capital cultural", etnia, lenguaje, historia, arquitectura, modo de manejo de los recursos rurales, fiestas, religiosidad popular, cocina, música, entre otros, pertenecen al capital cultural reconocidos como patrimonio local por los habitantes de su territorio.

En América Latina existe un potencial sub-explotado de capital cultural, planteado a través de comunidades locales, muchas veces mujeres pobres y marginadas (mujeres indígenas, afroamericanos, jóvenes, etc) que cuentan con una identidad que los permite diferenciarse a través de sus productos y servicios únicos, difícilmente reproducibles por otras comunidades, dado por el valor, y la calidad otorgado por su cultura.

Como valorar la imagen de los territorios para construir marcas territoriales

El reto de construir marcas territoriales que añadan un valor en conjunto de productos, servicios, y eventos locales; que asuman la imagen territorial como una variable estratégica que consolide y otorgue coherencia al posicionamiento elegido en el mercado, y que movilice los recursos intra-territoriales en torno a su identidad especifica.

Para el Diseño del programa de una gestión de imagen territorial se necesita la utilización de técnicas de investigación, y técnicas de análisis que permitan obtener información relevante. De ahí surge la necesidad de establecer una metodología sistemática y riguroso en torno a la definición de la imagen que se quiere resaltar, del territorio, donde se diseñe teniendo en cuenta aspectos como el conocimiento previo del territorio y de su posible desarrollo: lo que es realmente el territorio (lo que tiene, hace y representa), el conocimiento de la imagen pretendida y percibida sobre el territorio, sus productos y servicios por parte de los diferentes públicos internos y externos (cómo nos vemos, y cómo nos ven); el reconocimiento de la imagen difundida sobre el territorio por parte de los distintos emisores y soportes (que decimos y que se dice de nosotros), todo esto como parte de una estrategia de comunicación del mercado territorial.

Consideraciones finales

El desarrollo territorial se debe apoyar en la articulación regional de la economía y el tejido social existente en el territorio. En este sentido hay que considerar una visión estratégica de inserción de los circuitos económicos locales en sus respectivos mercados en donde la disposición a entablar relaciones de cooperación entre los agente territoriales garanticen la competitividad de territorios. Con el propósito de avanzar en el redescubrimiento de los territorios y de crear marcas territoriales participativas en relación a los actores locales, en relación a cuatro ejes:

-Aspectos históricos y de localización de la concentración (identidad regional, identificación de activos genéricos y específicos, multifuncionalidad)

-Estructura y funcionamiento de la concentración (actores, instituciones, sus relaciones, y encadenamientos internos y externos).

-Tecnologías y aspectos ambientales (sistema productivos y productos, el saber hacer y su transmisión, la innovación, la calidad y la sostenibilidad)
-Organización y mercado (la acción colectiva, confianza, éxitos y fracasos, las oportunidades y los problemas del mercado, las nuevas perspectivas).

A MODO GENERAL

En el artículo se destaca el posicionamiento global de los territorios en circunstancias internas, rescatando los aspectos diferenciadores que permiten potenciarlos y darles cualidades únicas. Esta diferenciación se debe abordar a través de un estudio cuantitativo que permita visualizar e identificar estos aspectos, rescatando siempre la identidad local a través de materias primas y tradiciones representativas que destaquen y liguen a modo de experiencia a quienes visiten los territorios, generando prácticas a través del recuerdo, y valor territorial propio para sus habitantes, permitiendo extender el potencial estratégico de las localidades. Son importantes estas visualizaciones para llevar a cabo el proyecto, pues ambas publicaciones sustentan la trascendencia en el desarrollo tanto social, cultural y estratégico de lo valórico para las personas que tiene que ser su territorio. "Conocimiento y valoración del territorio: Un camino para el desarrollo"

3.4.4 Marca País

Las marcas país a nivel mundial tienen una trascendencia que de a poco ha ido tomando valor a través de su proyección, su visualización y los aspectos funcionales simbólicos que poseen una carga memorable de reconocimiento del territorio que representan.

A modo particular hago el análisis de algunas de estas marcas permitiendo contextualizar el proyecto a través de la trascendencia que estas relejan en su territorio, dando sentido en relación con la historia, y el uso en su práctica

desde el punto de vista que proyecta la función simbólica, generando un foco particular a través de la memoria de las personas en relación con los lugares, al igual como lo hacen muchos productos autóctonos relacionados con el territorio.

¿Por qué marca país?
Los países están tomando conciencia de la importancia de definir cómo quieren ser vistos y de la necesidad de mejorar y de aprovechar sus bienes. Por más que el turismo sea por lo general la manifestación más visible de una marca país, la reputación y los valores de la marca de un país impactan en sus productos, en su población, en sus oportunidades de inversión, y hasta en la ayuda y financiación externa. Las mejores maneras de crear una marca país exitosa es mirar al país holísticamente, determinar sus requisitos fundamentales y objetivos esenciales y alinear iniciativas tanto para el sector público como privado.[11]
¿Para qué sirve una marca país?
Para atraer nuevos negocios y retener los viejos, impulsar mejoras internas y aumentar la aceptación de nuestros productos
Una Marca País actúa como bandera de exportación y como promoción un destino turístico.
Existen condiciones para endosar todos los esfuerzos del país en atracción de inversiones, impulso de las exportaciones y promoción del turismo con una marca especialmente concebida para ello.
Porque? para qué? una marca - cualquiera de la que se trate- sea exitosa, debe ser gestionada con responsabilidad, constancia y consistencia.
Construir una Marca País requiere de tiempo, compromiso, foco.[12]

[11] COUNTRY BRAND INDEX 2008: ANÁLISIS, CONCLUSIONES Y RANKING
[12] http://www.peru.info

La marca país, posee un enfoque estratégico que permite destacar productos y lugares, potenciando el número de personas que visitan el país a través del turismo. Para su proyección, se evalúan datos duros a través de personas que visitan y que habitan los lugares, considerando criterios que generen el deseo de visitar un país, y el deseo de vivir en él. Los siguientes aspectos son considerados al momento de proyectar y evaluar una marca país.

DESEO DE VISITAR UN PAÍS.

1. BELLEZA NATURAL
2. AUTENTICIDAD
3. DESCANSO Y RELAX
4. HABITANTES AMISTOSOS
5. SEGURIDAD
6. IDEAL PARA NEGOCIOS
7. ESTÁNDAR DE VIDA
8. ARTE Y CULTURA
9. FACILIDAD DE VIAJAR
10. BUENA COMIDA

DESEO DE VIVIR EN UN PAÍS

1. IDEAL PARA NEGOCIOS
2. MEDIO AMBIENTE
3. ESTÁNDAR DE VIDA
4. SEGURIDAD
5. LIBERTAD POLÍTICA
6. BUENA COMIDA
7. HABITANTES AMISTOSOS
8. PLACER DE VIAJAR
9. OPCIONES DE ALOJAMIENTOS
10. BELLEZA NATURAL

3.5 El Patrimonio

3.5.1 Definición de Patrimonio

El patrimonio de una nación lo conforman el territorio que ocupa, su flora y fauna, y todas las creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado: sus instituciones sociales, legales y religiosas; su lenguaje y su cultura material desde las épocas históricas más antiguas. El patrimonio comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados; el ambiente donde se vive; los campos, ciudades y pueblos; las tradiciones y creencias que se comparten; los valores y religiosidad; la forma de ver el mundo y adaptarse a él. El patrimonio natural y cultural constituyen la fuente insustituible de inspiración y de identidad de una nación, pues es la herencia de lo que ella fue, el sustrato de lo que es y el fundamento del mañana que aspira a legar a sus hijos.

Lo que define a una nación es la comunión de sus miembros en su origen y destino. En la actualidad, uno de los dilemas fundamentales de los países, es la necesidad de construir el futuro sin dejar de preservar el pasado, de conciliar el crecimiento económico con la cultura, de impulsar un desarrollo culturalmente sustentable. Hay muchos pueblos que construyen proyectos de futuro a partir de la unidad que les otorgan sus sitios históricos, monumentos, arquitectura y su tradición.

En un momento en que Chile requiere insertarse en un mundo cada vez más globalizado, es importante el aporte que el patrimonio hace al desarrollo de la nación, porque le permite encarar esa inserción con sello propio y fortalecido en su identidad. Además, el patrimonio aporta al crecimiento del país fuentes de trabajo en todo lo que significa restauración y conservación patrimonial, y los ingresos que deja la industria del turismo.

3.5.2 Tipos de Patrimonio

Una primera distinción que se hace es entre el patrimonio natural y el cultural.

-Patrimonio Natural

El patrimonio natural está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. La UNESCO lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza.

-Patrimonio Cultural

El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

El Patrimonio Cultural se divide en dos tipos, **Tangible e Intangible**.

Patrimonio tangible: es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales. A su vez, el patrimonio tangible se puede clasificar en **Mueble e Inmueble**.

a) Patrimonio Tangible Mueble

El patrimonio tangible mueble comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico. Se estima que en Chile existen más de dos millones de objetos o piezas museables, los que se encuentran principalmente en museos, archivos y bibliotecas del Estado.

b) Patrimonio Tangible Inmueble

El patrimonio tangible inmueble está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo, un sitio arqueológico). La identificación del patrimonio arquitectónico y urbano de Chile ha sido realizada, en gran parte, por estudios universitarios. Sólo una parte de él goza de protección legal, mediante la aplicación de la legislación de Monumentos Nacionales (Decreto Ley No 651 de 1925, y Ley No 17.288 de 1970).

Patrimonio intangible: está constituido por aquella parte invisible que reside en espíritu mismo de las culturas. El patrimonio cultural no se limita a las creaciones materiales. Existen sociedades que han concentrado su saber y sus técnicas, así como la memoria de sus antepasados, en la tradición oral. La noción de patrimonio intangible o inmaterial prácticamente coincide con la de cultura, entendida en sentido amplio como "el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social" y que, "más allá de las artes y de las letras", engloba los "modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias" A esta definición hay que añadir lo que explica su naturaleza dinámica, la capacidad de transformación que la anima, y los intercambios interculturales en que participa.

El patrimonio intangible está constituido, entre otros elementos, por la poesía, los ritos, los modos de vida, la medicina tradicional, la religiosidad popular y las tecnologías tradicionales de nuestra tierra. Integran la cultura popular las diferentes lenguas, los modismos regionales y locales, la música y los instrumentos musicales tradicionales, las danzas religiosas y los bailes festivos, los trajes que identifican a cada región de Chile, la cocina chilena, los mitos y leyendas; las adivinanzas y canciones de cuna; los cantos de amor y villancicos; los dichos, juegos infantiles y creencias mágicas.

3.6 Patrimonio Regional

Esta región ha tenido una gran relevancia histórica para el país, ya que ha sido en ella donde se desarrollaron importantes batallas para la liberación nacional. En esta ciudad se desarrolló, en 1814, la batalla que marcó el fin de la Patria Vieja, al ser derrotados los patriotas ante los realistas.

Por otro lado, a fines del siglo XIX y principios del XX se fue iniciando la explotación de cobre en la mina del Teniente, llegando a ser relevante en términos económicos para el país. Una de sus grandes riquezas, ha sido la exitosa producción de su área vitivinícola, teniendo gran parte de la mejor producción de vinos de Chile. Posee a la vez una larga tradición campesina que aún mantiene sus costumbres en las fiestas y rodeos.

Algunos de los centros más destacados que revelan su historia campesina, son por ejemplo la media luna de Rancagua, donde se realiza el Campeonato Nacional de Rodeo. También a 25 km. al suroeste de dicha ciudad se encuentra la localidad de Doñihue, centro artesanal reconocido y famoso por sus chamantos y sus bebidas alcohólicas como la chicha, el chacolí y el aguardiente. Otro de los lugares destacados es el centro de la artesanía en mimbre del país, Chimbarongo, localidad a 20 km. de San Fernando, la importancia de su trabajo pude medirse en que de los 10.000 habitantes de esta localidad, 4.000 trabajan este arte.

En esta región destacan los Museos de Colchagua, comuna de Santa Cruz, en el cual es posible encontrar diversas piezas de gran importancia para la historia del país y de América, desde restos paleontológicos, pasando por los períodos de conquista, colonia, independencia, etc. Y el Museo Regional de Rancagua, el cual dentro de sus funciones ha sacado diversos estudios sobre bienes patrimoniales arquitectónicos de la región, también estudios del rescate de la música tradicional, como también catastros de textiles y artesanos de la zona.

Parte de los atractivos culturales y naturales presentes en Rancagua son la Casa de la Cultura, el Museo Regional, la iglesia de la Merced, declarada

Monumento Nacional, a la vez que hermosos lugares como el lago Rapel, la Reserva Nacional del Río Los Cipreses y las termas de Cauquenes entre otros.

Uno de sus atractivos más impresionantes es el campamento minero de Sewell, el cual fue declarado el año 2006 Patrimonio de la Humanidad.

El patrimonio que no podemos dejar de nombrar , es el que tiene que ver con el patrimonio intangible, donde entretenidos mitos y leyendas entregan misterio a la región, es fácil encontrar historias entretenidas y que figuran la zona en relación al campo y lo misterioso que puede parecer a través de distintos personajes como "La lola", "La princesa de Malloa" , "El mounstruo de la laguna de Tagua Tagua" y varios más, y otros que relatan acontecimientos como "El pacto con el diablo", "La mujer Loba de Popeta" y varios más.

3.7 Características de la Región
Características registradas en página web del gobierno regional.

En la Región de O'Higgins la tierra, el agua, el aire y su gente reflejan una unidad; sus habitantes viven solidariamente, se respetan, se reconocen a través de las tradiciones locales, en la ruralidad y en las obras que dan testimonio de la espiritualidad que los caracteriza. Los hombres y mujeres de esta comunidad regional viven en una actitud abierta al mundo, aportan al emprendimiento a la construcción regional, disfrutan de la vida familiar, de la cultura y el esparcimiento; tienen acceso al trabajo y a servicios de calidad en salud, educación, justicia y comunicaciones.

Gobierno Interno: regional, provinciales y comunales, promueven la participación de todos en los asuntos que nos comprometen, actúan con

integridad moral, y con autonomía en la toma de decisiones que involucran a la región. Las autoridades y líderes internos privilegian la igualdad de oportunidades para las personas y el desarrollo equilibrado de las comunas, se articulan a partir de una comunicación fluida y fomentan las iniciativas emprendedoras, todo ello en un compromiso con la calidad de vida como primer objetivo de la acción pública.
Es una región donde se mezcla la labor del minero, el trabajador de la tierra y el pescador artesanal. Una región llena de tradiciones, de costumbre huasa y que mira el mundo a través del mar.

Población
En el último censo de población (2002), se registraron 780.627 habitantes (392.335 hombres y 388.292 mujeres) con una densidad de 47,63 habitantes por kilómetro cuadrado. La tasa media estimada de crecimiento anual para el período 2000-2005, es de 1,20 personas por cada 100 habitantes.

Por tanto, la estimación es que el 2008, los habitantes de la Región de O'Higgins lleguen a 866.249 personas.

Límites y Superficie
Los límites territoriales son por el Norte la Región Metropolitana y Valparaíso, a través del río Rapel y la hoya del alto río Maipo; por el Este la República de Argentina; por el Sur la Región del Maule, por la hoya del río Tinguiririca; y por el Oeste el Océano Pacífico.
La región se extiende entre 33°51 y 35°01' de latitud sur y desde 70°02' de longitud oeste hasta el Océano Pacífico.
La superficie, calculada por el Instituto Geográfico Militar, es de 16.387,0 kilómetros cuadrados.

Conectividad

La Carretera Panamericana, o más llamada Ruta 5 Sur, de doble pista, atraviesa la región en su totalidad y nos conecta de norte a sur. Otra alternativa de acceso hacia los sectores de Navidad, Pichilemu y Lago Rapel, está dada por la ruta 78, Santiago - San Antonio, tomando desvío en Melipilla hacia la ruta G-60.

La red de ferrocarril que une la región cuenta con estaciones en San Francisco de Mostazal, Graneros, Rancagua, Requínoa, Rengo, San Fernando.

Clima

En la Región de O'Higgins domina el clima mediterráneo, de estación seca prolongada, con invierno lluvioso, distinguiéndose claramente las cuatro estaciones del año. Lo que influye fuertemente en la producción agrícola regional.

Vocación Productiva

La vocación productiva se expresa en diferentes rubros, destacando la actividad agrícola, la industria de los alimentos, la minería y el turismo, como las más representativas.

Para recalcar estas características se puede constatar la presencia del yacimiento subterráneo de cobre más grande del mundo: la Mina El Teniente. Además, son numerosas las empresas transnacionales de productos hortofrutícolas que poseen plantas de empaque para la exportación.

Hidrografía

La red hidrográfica regional está representada principalmente por el río Rapel, formado por la confluencia del Cachapoal y el Tinguiririca, que nacen en el sector andino; en su curso inferior recibe el estero Alhué, que tiene su origen en la Cordillera de la Costa, dentro del ámbito de la región Metropolitana.

Conceptos, ¿Qué se te viene a la mente cuando visualizas la región? (Respuesta de niños de 9 años.)

4. DESARROLLO DE PROYECTO

4.1 Tema de proyecto

El tema de proyecto se basa principalmente en rescatar las cualidades de la región, y dentro de estas cualidades se determina delimitar los contenidos a través de tres aspectos en base al patrimonio de la región: históricos, panorámicos y narrativos (mitos y leyendas). Estos aspectos se plantean a través de rutas que hacen referencias de manera iconográfica, especificando el lugar y el modo en que acontecen, proyectando los contenidos de manera lúdica permitiendo al usuario generar conocimientos de manera implícita a través de desafíos que se van planteando.

"Las rutas de mi región"

1) **"UNA RUTA CON HISTORIA":** Esta ruta abordara acontecimientos históricos importantes que se emplacen dentro de la región.
2) **"RUTA PANORAMICA":** Una ruta que articula distintos panoramas que ofrece la región.
3) **"LA RUTA DEL MISTERIO"** Esta ruta ensambla distintas narraciones referentes al patrimonio intangible de la región (mitos y leyendas).

4.2 Objetivos

Lograr viajar a través de la edición permitiendo contextualizar al usuario con su territorio, otorgando un reconocimiento y valoración a su región, y así generar una experiencia significativa en el tiempo que proyecta a través del conocimiento que refleja de su región.

4.3 Alcances e Impactos

Los cambios previstos que se adhieren en relación a la formulación del proyecto radican en que el usuario logre formar una imagen positiva de la región, pudiendo recordarla y valorarla a través del modo en que la concibe hacia los demás. Esta memoria significativa permitiría cambiar la visualización que los niños tienen de su territorio, dando lugar a una visión más amable y entretenida de los que les ofrece su propio lugar. Esta mirada positiva otorga beneficios que se pretende ver reflejado en el desarrollo social, cultural y económico de la región.

Los impactos se visualizan a través de distintos aspectos. Uno de estos aspectos infiere directamente en el desarrollo de los usuarios, adquiriendo conocimientos de su territorio de manera implícita, pues el contexto del sistema propuesto se desarrolla de manera lúdica, y dinámica los contenidos de cada ruta permitiendo proyectarla en desafíos propuestos al final de cada capítulo y con un desenlace que permite aplicar los contenidos adquiridos en las ediciones infantiles.

Dentro de este contexto como sistema de producto formaliza de manera global su contenido logrando proyectar en distintas instancias de la vida del niño, traspasando aulas, y otorgando material que permita involucrar a todo el grupo familiar.
Es importante señalar que también desarrollaran habilidades que tienen que ver con los tiempos en base a la organización, pues hace énfasis en los recorridos y en la ubicación de cada ciudad teniendo referencia de los espacios y de los tiempos que articulan las rutas en las distintas instancias proyectadas.

5. DISEÑO

5.1 Propuesta conceptual

"Sistema didáctico educativo que introduce al usuario en un viaje a través de rutas que arma de su región, dando lugar a una experiencia memorable y valorable de su propio espacio"

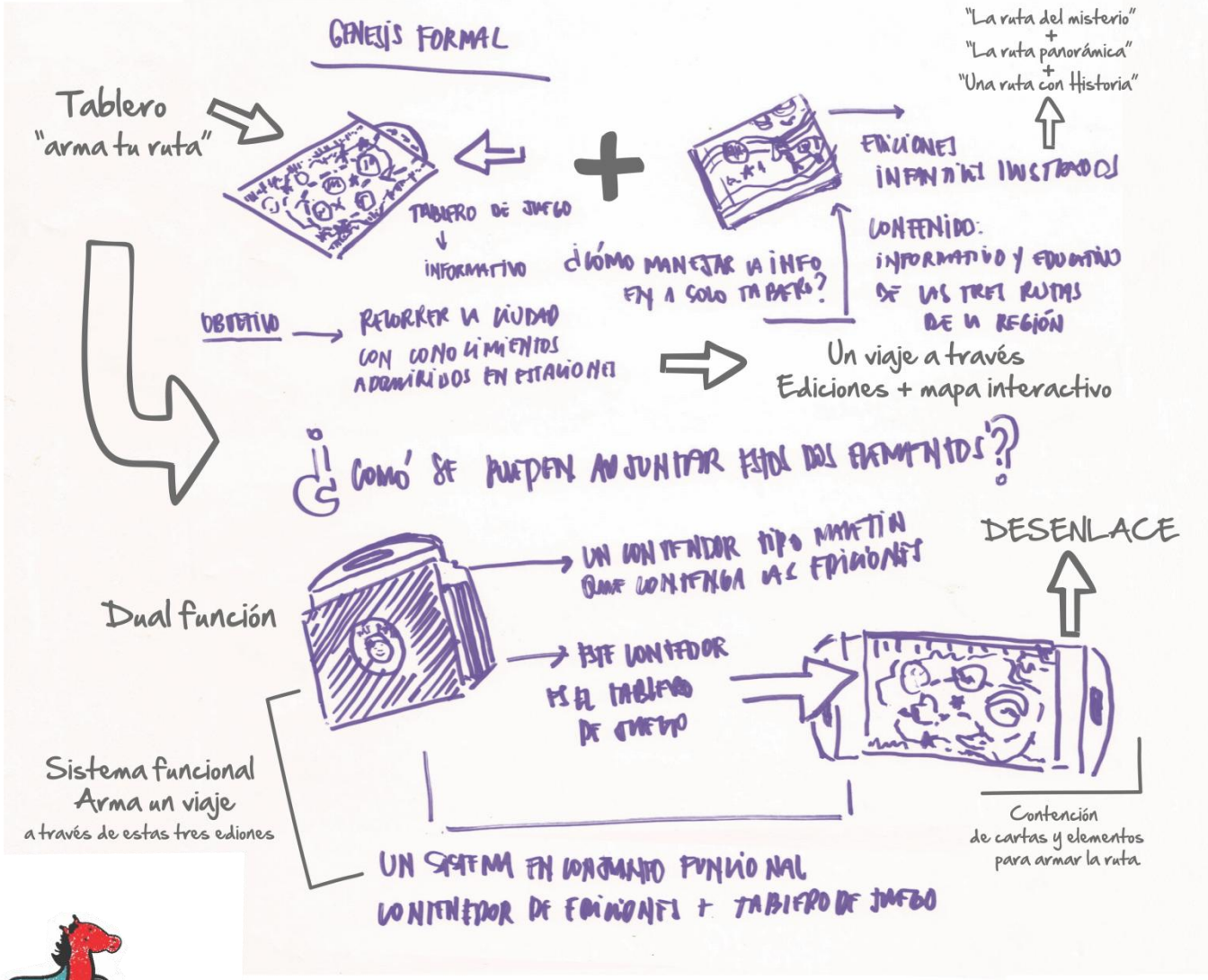
"Mi ruta favorita"

5.2 Propuesta formal

La propuesta formal se basa en tres ediciones que sitúe a los usuarios en distintos escenarios, y que permita acercarlos, reconocer y vincularse con los espacios. La propuesta se sitúa en dos instancias, la primera a través de las ediciones ilustradas y la segunda un desenlace en donde se aplican los conocimientos adquiridos a través de la observación, el vínculo y la lectura.

5.3 Génesis formal

Mi ruta favorita reúne distintos aspectos de la región permitiendo al usuario viajar a través de la historia, el misterio y los panoramas, da a conocer de manera lúdica el contenido permitiendo armar rutas a través de juegos que se desarrollan en el desenlace del sistema.


GENESIS FORMAL
Tablero
"arma tu ruta"
TABLERO DE JUEGO
INFORMATIVO
¿CÓMO MANEJAR LA INFO EN 1 SOLO TABLERO?
EDICIONES INFANTILES ILUSTRADAS
"La ruta del misterio"
+
"La ruta panorámica"
+
"Una ruta con Historia"
CONTENIDO:
INFORMATIVO Y EDUCATIVO DE LAS TRES RUTAS DE LA REGIÓN
OBJETIVO
RECORRER LA CIUDAD CON CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS EN EDICIONES
Un viaje a través
Ediciones + mapa interactivo
¿CÓMO SE PUEDEN AJUNTAR ESTOS DOS ELEMENTOS?
DESENLACE
Dual función
UN CONTENEDOR TIPO MALETIN QUE CONTENGA LAS EDICIONES
ESTE CONTENEDOR ES EL TABLERO DE JUEGO
Sistema funcional
Arma un viaje
a través de estas tres ediones
Contención
de cartas y elementos
para armar la ruta
UN SISTEMA EN CONJUNTO FUNCIONAL
CONTENEDOR DE EDICIONES + TABLERO DE JUEGO

5.4 Código grafico

100% PANTONE 123 C

100% PANTONE Red 032 C

100% PANTONE Red 1575 C

100% PANTONE 631C

TIPOGRAFÍA 1

TONICH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ
0123456789

TIPOGRAFÍA 2

Mandingo

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

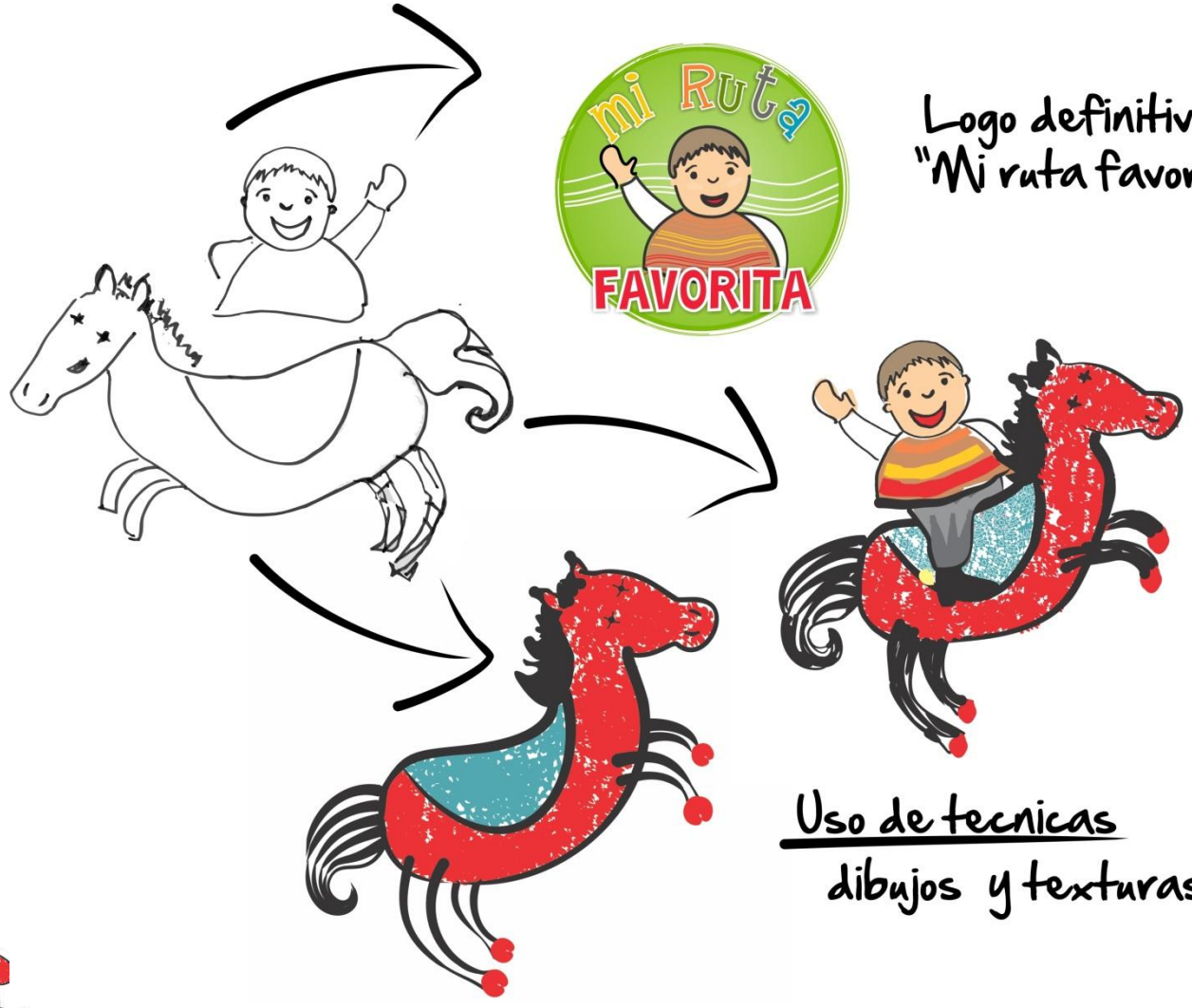
TIPOGRAFÍA 3

Mandingo

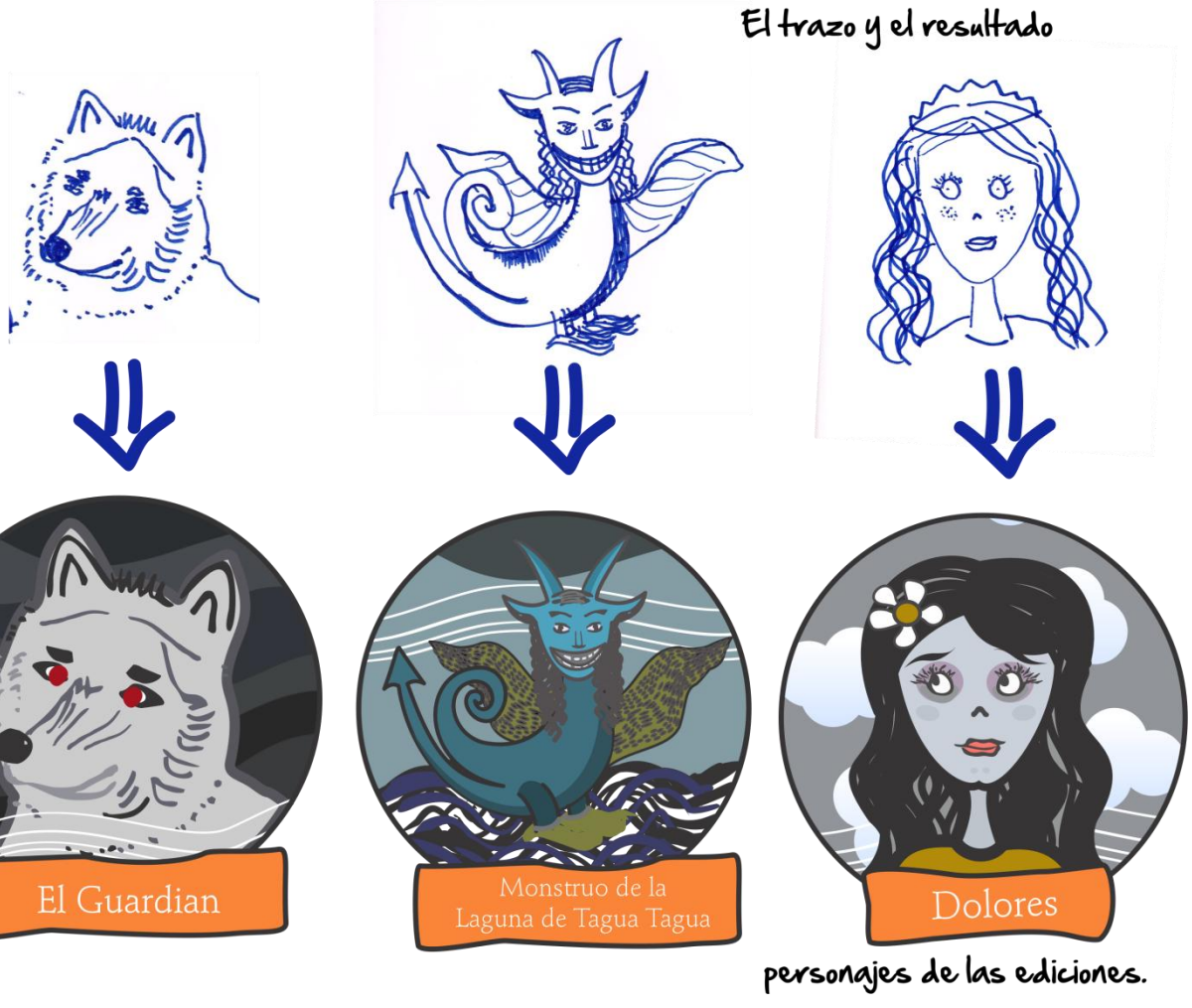
abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

5.5 Selección de técnicas y materiales

Distintos ejemplos de técnicas, basadas en trazo y vector

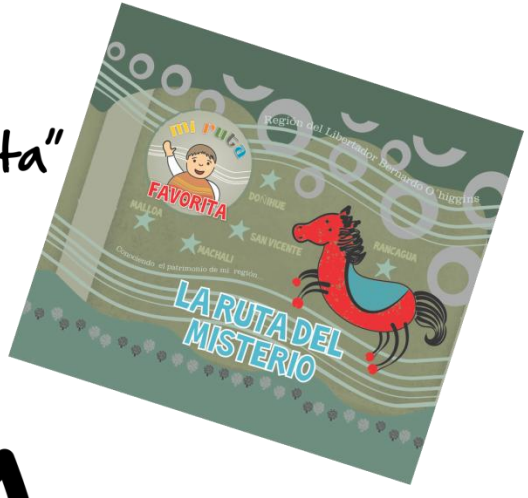

mi Ruta
FAVORITA
Logo definitivo de "Mi ruta favorita"
Uso de tecnicas
dibujos y texturas

El trazo y el resultado



personajes de las ediciones.

Tres ediciones
arman "Mi ruta favorita"



Propuestas defenitivas
Basadas en técnicas manuales de textura y trazo
más el retoque con herramientas de diseño

5.6 Estructura del contenido

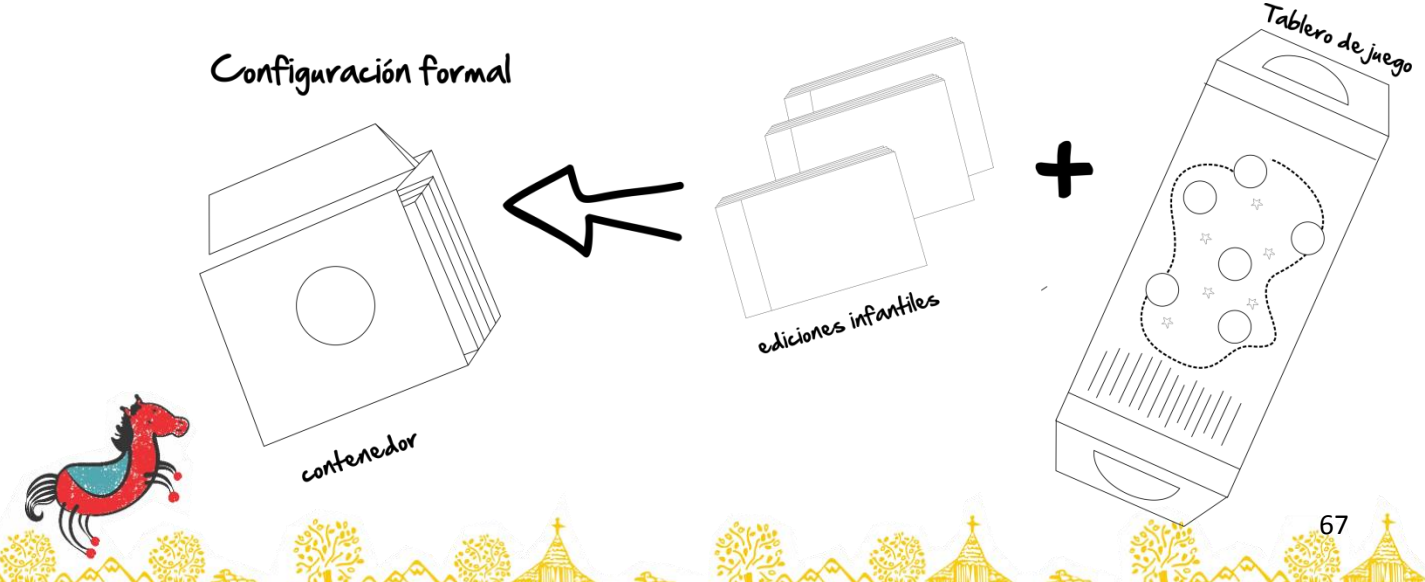
El contenido de las ediciones infantiles se estructura en relación al patrimonio de la región del Libertador Bernardo O´Higgins, rescatando tres aspectos trascendentales a destacar en la configuración del sistema.

"La historia de la región",
"Los panoramas de la región"
"Los mitos y leyendas de la región"

Estas rutas permiten viajar a los usuarios conociendo aspectos mágicos de la región, otorgando valor a los recursos que existen y reconocimiento.

Cada edición de "Mi ruta favorita" posee una introducción que contextualiza al usuario con conceptos nuevos y pertinentes al contenido.

A su vez la configuración del contenido, está dispuesto en un orden que permite aplicar los conocimientos adquiridos. Un tablero de juego permitirá reforzar los conocimientos de manera lúdica generando una experiencia memorable en los usuarios.



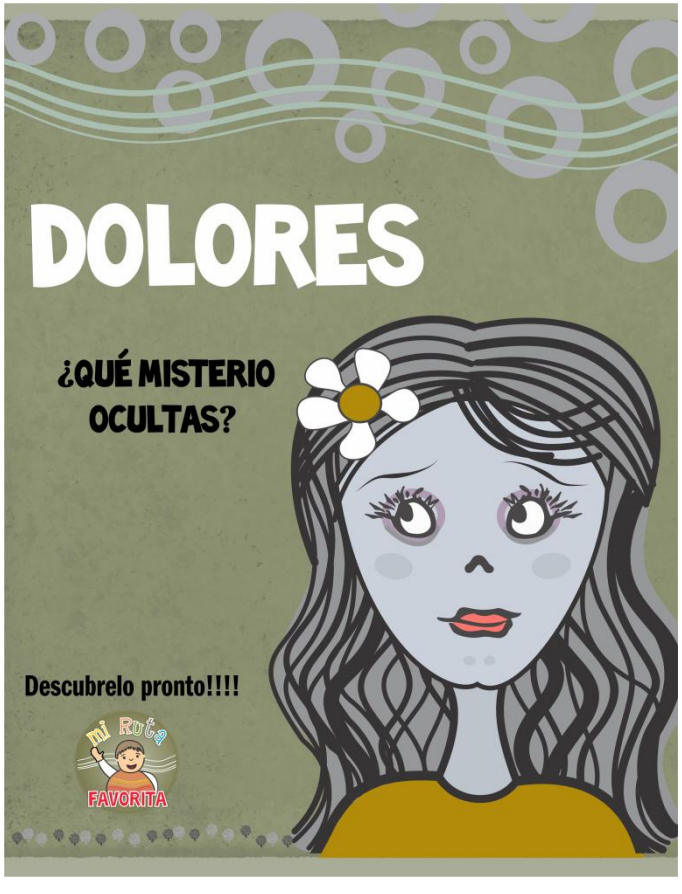
6. EL PRODUCTO

6.1 La comunión

La comunicación se basa principalmente en una estrategia comunicacional que se desarrolle en distintas etapas.
La primera etapa de expectación, se configurará a través de afiches y murales que causen expectación en los usuarios, otorgando así un valor memorable en el tiempo, hasta el día del lanzamiento del producto.

La comunicación aborda distintos aspectos trascendentales del proyecto. Abordados de manera más específica en el cuadro de sistema de productos.

Primera etapa de comunicación: "La expectativa"



Afiches promocionales que causen expectativas en los usuarios, que los introduzcan en el tema, pero que no sepan en concreto de que se trata.

Página web www.mirutafavorita.cl

Otro de los elementos importantes en la estrategia comunicacional es la página web con contenidos entretenidos y actualizados de lo que pasa en la región.

6.2 El servicio

Mi ruta favorita es un sistema de reconocimiento y valoración territorial desde una perspectiva educativa, geográfica intercultural de la región de O'Higgins, que cuenta con la aprobación del MINEDUC del Gobierno Chileno, promoviendo a construir desde temprana edad ciudadanos que posean cultura de respeto y valoración por sus raíces.

El proyecto se divide en dos etapas; la primera de desarrollo y la segunda de difusión. Contando con distintos financiamientos en cada etapa. El fondo otorgado por el FONDART REGIONAL, no alcanza a costear los costos de masificación de los ejemplares. Por ende se recurre a una entidad privada que permita la masificación de los ejemplares pertinentes para que sea llevado a cabo el proyecto con éxito.

La primera etapa de proyecto, se ejecutará y se investigará todo lo pertinente al sistema propuesto. Se financiará a través de un FONDART REGIONAL, fondo enfocado a costear proyectos que involucren toda la línea de desarrollo cultural de una región.
El FONDART REGIONAL costea proyectos con un tope de $5.000.000, lo que permitirá financiar toda una primera etapa de gestión. Donde se involucran distintos costos de la etapa de desarrollo. Desde la gestión del Diseñador, y los distintos perfiles necesarios para llevar a cabo esta primera etapa (historiadores, escritores, ilustradores, entre otros). La primera etapa culmina con la presentación de una maqueta formal en 6 copias que permitan presentar el proyecto para la etapa de difusión.

En una segunda etapa de proyecto, que involucra todo lo que tiene que ver con la producción de ejemplares, y se financiará a través de CODELCO CHILE

división el TENIENTE que cuenta con una red de apoyo dirigida a la difusión y la valoración de los recursos propios que involucren a la ciudad minera.

Al contar con el apoyo del MINEDUC la gestión permite la masificación de los ejemplares en colegios abiertos a recibir este material, esta masificación estará a cargo de los distintos municipios de la región, estableciendo redes de contacto que permitan la aceptación y la masificación de los recursos entre el alumnado.

El sistema se implementará en 100 colegios municipales de enseñanza básica de la región. Estos establecimientos contarán con 15 ejemplares del sistema propuesto, permitiendo que las ediciones puedan circular e intercambiar entre los compañeros y así en una instancia de desenlace puedan jugar con el tablero aplicando todos los conocimientos adquiridos en las ediciones ilustradas. Los colegios son seleccionados previo a una selección en donde se evalúa el interés que tiene el colegio por el reconocimiento y la valoración territorial.

6.3 La producción

Las ediciones se configuran a través de 15 páginas en papel offset de 135 grs. impresos a color. Con portada tapa dura de un gramaje de 300 gr con un acabado laminado brillante impresa a color por ambos lados.
La encuadernación de las páginas será Fresada Pur apaisada, permitiendo así que el libro pueda abrirse en plano, sin que sus hojas se desprendan del lomo.
La impresión del libro se llevará a cabo en máquinas offset por ambos lados (tiro y retiro).

6.4 Prototipo

FAVORITA
UNA RUTA CON HISTORIA

FAVORITA
LA RUTA PANORÁMICA

FAVORITA
LA RUTA DEL MISTERIO
UNA RUTA CON HISTORIA
FAVORITA
LA RUTA PANORÁMICA

FAVORITA
FAVORITA
UNA RUTA CON HISTORIA

Ruta
FAVORITA
SAN VICENTE
RANCAGUA

Ruta
FAVORITA
Conociendo el patrimonio de mi región
LA RUTA DEL MISTERIO

7. PLAN DE NEGOCIO

1.Segmentación del Cliente:

1. Edad e intereses:

El consumidor/cliente del producto en este caso radica en niños/as de entre 7 a 10 años de edad, etapa donde aprenden a traves de experiencia.

2. Nivel Socieconómico:

El nivel socio-económico es bastante amplio y varía en cada establecimiento.

El proyecto esta orientado a colegios municipales, pero eso no indica que los usuarios solo pertenecerán a los percentil más vulnerable. Pero claramente existe una tendencia en donde los usuarios no tienen la oportunidad de optar a recursos planteados en el sistema.

3. Educación:

En cuanto a la educación, el público objetivo pertenece a colegios municipales de la región, por ende tienen una vision de su lugar que se permitirá complementar con la visión otorgada en el sistema propuesto.

4. Otros aspectos:

Este público esta abierto a recibir un material dinámico, pués pocas veces tienen acceso a este tipo de material, por ende la implementacion en estos colegios será mejor recibida y se podrá cumplir mejor el objetivo.

2. Oferta de Valor

Este sistema responde a una necesidad de valoración y reconocimiento territorial de la Región del Libertador Bernardo O´higgins.

Mi ruta favorita es un sistema didáctico y educativo que se propone con la finalidad de potenciar el territorio de la VI región ,dando énfasis a los espacios, rescatando sus cualidades y permitiendo distinguir distintos rasgos del lugar a través de sus características propias y distintivas de sus espacios, diferenciando de manera particular el patrimonio histórico de la región.

3. Canales

Los canales mediante los cuales se entregará el producto al usuario son en su mayoría medios impresos, pero claramente el sistema de producto funciona también a a través de redes que se complementen con plataformas tecnológicas a las cuales los usuarios tengan acceso.

4. Recursos Claves

1. Equipo de Trabajo:
- Ilustrador
- Diseñador
- Historiador y editor
- Asesorías técnicas (sicólogo infantil, profesoras de enseñanza básica.

2. Equipos Técnicos:
- Arriendo de computador con programas de Diseño
- Impresora de alta resolución.

5. Actividades Claves

1. La actualización constante de los contenidos es la estrategia para que el sistema se mantenga vigente a través del tiempo. Aquí la página web es un recurso clave pues permitirá proyectar la información actualizada de la ciudad.

2. A su vez la página web ofrecerá recursos que complementen el tablero de juegos, pudiendo imprimir cartas que se complementan con el juego y mantengan cierto dinamismo orientado a la proyección de nuevas historias.

6. Estructura de Costos

Los costos de producción se estructuran en dos etapas. La primera de producción y desarrollo del sistema propuesto (ediciones maqueta), que permitirá dar a conocer el proyecto para postular a una segunda etapa de reproducción y masificación de los ejemplares.
En las siguientes páginas se ilustran el flujo de caja durante los 9 meses de ejecución del proyecto y el desgloce de costos.

Flujo de caja.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Periodo									
	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9
Ingresos		$ 2.100.000	$ 1.400.000	$ 1.500.000	$ 1.350.000	$ 1.350.000	$ 1.350.000	$ 1.350.000	$ 1.350.000	$ 1.350.000
(-) Costos Fijos		$ 1.888.990	$ 1.336.990	$ 1.336.990	$ 378.200	$ 378.200	$ 378.200	$ 378.200	$ 378.200	$ 378.200
(-) Costos Variables		$ 0	$ 0	$ 51.600	$ 969.500	$ 969.500	$ 969.500	$ 969.500	$ 969.500	$ 969.500
(=) Utilidades Operacionales		$ 211.010	$ 63.010	$ 111.410	$ 2.300	$ 2.300	$ 2.300	$ 2.300	$ 2.300	$ 2.300
(-) Depreciación		$ 348	$ 348	$ 348	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
(-) Interés créditos largo plazo										
(-) Pérdida Ejercicio Anterior										
(+) Venta de Activos										
(-) Valor Libro										
(=) Utilidad antes de impuesto		$ 210.662	$ 62.662	$ 111.062	$ 2.300	$ 2.300	$ 2.300	$ 2.300	$ 2.300	$ 2.300
(-) Impuestos año 2013 20%		$ 40.026	$ 11.906	$ 21.102	$ 437	$ 437	$ 437	$ 437	$ 437	$ 437
(=) Utilidad Despues de impuesto		$ 170.636	$ 50.756	$ 89.960	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863
(+) Drepreciación		$ 348	$ 348	$ 348	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
(+) Pérdida Ejercicio Anterior										
(+) Valor libro										
(-) Amortización Crédito largo plazo										
(-)Inversión	$ 100.000									
(-) Inversión capital Intangible										
(=) Flujo antes de financiamiento	-$ 100.000	$ 170.984	$ 51.104	$ 90.308	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863
Crédito Largo Plazo										
Flujo de caja mensual	-$ 100.000	$ 170.984	$ 51.104	$ 90.308	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863
Flujo de caja actualizado	-$ 100.000	$ 170.984	$ 51.104	$ 90.308	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863	$ 1.863
Flujo de caja actualizado acumulad	-$ 100.000	$ 70.984	$ 122.089	$ 212.397	$ 214.260	$ 216.123	$ 217.986	$ 219.849	$ 221.712	$ 223.575
		ETAPA 1			**ETAPA 2**					

El flujo de caja ilustra las variaciones de costos a lo largo del proyecto. El gráfico se separa en dos etapas. Los ingresos en la primera etapa corresponden a $5.000.000 pertenecientes del fondart regional.
La etapa 2 se financia mediante aportes privados (Codelco Chile división el Teniente) por un monto de $9.300.000.-

A continuación se detallan los costos por etapa.
En una primera etapa se contempla la producción y publicación de 6 ejemplares (18 libros y 6 tableros) para ser presentados como muestra para postular a los fondos de la segunda etapa. En la segunda etapa, se estipula publicar y distribuir en 100 colegios ,15 sets (45 libros en total) para abarcar un curso completo.

Costos etapa 1
(Gastos fijos)

Gastos fijos	especificación	Total mes	Cant. Meses	Mes 1	Mes 2-3
Arriendo Oficinas	Equipada en Rancagua	$ 160.000	3	$ 160.000	$ 160.000
Insumos Computacionales		$ 16.990	3	$ 16.990	$ 16.990
Publicidad		$ 21.000	1	$ 12.000	
Equipos Computacionales	Arriendo	$ 400.000	3	$ 400.000	$ 400.000
Mano de Obra encuadernación	8 hh/ mes	$ 60.000	1		$ 60.000
Costo Diseño	100 hh/mes	$ 700.000	3	$ 700.000	$ 700.000
Historiador	100 hh/mes	$ 600.000	1	$ 600.000	
Total				**$ 1.888.990**	**$ 1.336.990**
Total CF		**$ 4.562.970**			

(Gastos Variables)

Gasto variable

Materias primas producto por Colección 3 Productos y Juego didáctico									
	Especifica	Cantidad	costo unitario	Total x colec	Valor unitario	Col x mes	Total col x mes	Trimestre	Mat Prima Trimestral
Papel 135 grs	papel 135 grs	500	$ 5	$ 2.500					
Papel 135 grs Tablero	papel 135 grs	3	$ 300	$ 900					
Tapas duras empaste	carton 300 grs	3	$ 400	$ 1.200					
Cola fria		1	$ 200	$ 200					
Mano de Obra encuadernación	imprenta	1	$ 3.500	$ 3.500					
Implementos Juego Didáctico	cartas y fichas	1	$ 300	$ 300					
Totales				**$ 8.600**	**$ 2.867**	2	**$ 17.200**	3	**$ 51.600**

Valor total del producto en la primera etapa

Valor producto	Total	6		Total product	Total aprox
Gastos fijos	$ 1.888.990	$ 4.562.970			
Gastos variables	$ 8.600	$ 51.600			
Utilidades	1,08				
		$ 4.983.736	6	$ 830.623	**$ 830.623**

Todos estos datos analizados en la primera etapa dan cuenta de los costos por la producción y publicación de 6 ejemplares, llegando a un costo total de $4.983.736 que permitirá costear el fondart regional.

Costos etapa 2

(Gastos fijos)

Gastos fijos	especificación	Total mes	Cant. Meses	Mes 4	Mes 5-9
Bodegaje y Transporte	Equipada en Ranca	$ 120.000	6	$ 120.000	$ 120.000
Costos por Diseño	20 hh/ mes	$ 150.000	6	$ 150.000	$ 150.000
			3	$ 0	$ 0
Publicidad		$ 649.200	6	$ 108.200	$ 108.200
Total				**$ 378.200**	**$ 378.200**
Total CF		**$ 2.269.200**			

(Gastos variable)

Gasto variable

Materias primas producto por Colección 3 Productos y Juego didáctico									
	Especifica	Cantidad	costo unitario	Total x colec	Valor unitario	Col x mes	Total col x mes	9 meses	Edición Anual
Impresión y Empaste en Imprenta	Colección Incluye :	1	$ 3.878	$ 3.878					
Totales				**$ 3.878**	**$ 1.293**	250	**$ 969.500**	6	**$ 5.817.000**

Valor total del producto en una segunda etapa

Valor producto	Total	1500		Total pro	Total aprox
Gastos fijos	$ 378.200	$ 2.269.200			
Gastos variables	$ 3.878	$ 5.817.000			
Utilidades	1,15				
		$ 9.299.130	1500	$ 6.199	**$ 6.199**

Un total de $9.299.130 que costeado por "Codelco Chile División el Teniente".-

8. BIOBLIOGRAFIA GENERAL

-Región de O'Higgins: "Breve relación del patrimonio natural y cultural"
Carmen del Rio Pereira, Blanca Tagle, Arduengo

-Mitos y leyendas de Chile
Floridor Pérez

Plataforma Web

-http://www.territoriochile.cl/1516/articles-79403_recurso_1.pdf
-http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/32234/1/articulo9.pdf
-http://www.goreohiggins.cl/region/caracteristicas.html
-http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm
-http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?ID=130264
-http://peremarques.pangea.org/medios.htm
-http://cusicanquifloreseddy.galeon.com/aficiones1498046.html