



UNIVERSIDAD
Finis Terrae



CENTRO CULTURAL

PAINE

PROYECTO FINAL MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y DIGITAL

Estudiantes: Nicolás Cerro y Ximena Peña

Profesores tutores: Patricio Abarca y Paul Venturino

Fecha: 09 de noviembre del 2024

ÍNDICE

1.- Resumen.....	Pág. 4
2.- Abstract.....	Pág. 5
3.- Introducción	Pág. 6
4.- Antecedentes	Pág. 7
• a. Antecedentes de la organización	
• b. Desempeño interno y externo	
• c. Conflictos a los que se expone	
• d. Posicionamiento previo al plan	
• e. Auditoría de percepciones entre públicos objetivos	
• f. Descripción de contextos:	
• g. Contexto digital y de redes sociales	
5.- Objetivos.....	Pág. 47
• Objetivos corporativos	
• Objetivos comunicacionales	
6.- Propuesta estratégica.....	Pág. 49
• Issues o asuntos críticos	
• Concepto del plan	
• Mensajes claves	
• Definición de audiencias	
• Mapa Stakeholders	
7.- Área de acción y acciones a realizar según objetivos.....	Pág 52
• 7.1 Objetivo 1	Pág. 52
• 7.2 Objetivo 2.....	Pág. 58

9.- Carta Gantt.....	Pág. 64
10.-Medición de Resultados.....	Pág. 66
11.- Presupuesto del Plan.....	Pág. 67
12.- Conclusión.....	Pág. 69
13.- Referencias.....	Pág. 71

Resumen

El siguiente plan de comunicación estratégica fue elaborado a partir de la investigación de los antecedentes del Centro Cultural de Paine y la recopilación de testimonios de sus funcionarios y directores, que permitieron conocer en profundidad el trabajo que realiza la organización, elementos claves de su gestión y las necesidades en materia de comunicación para abordar acorde al contexto de su comuna.

En ese sentido, se detectaron dos puntos relevantes para la construcción de este trabajo, como lo son el fortalecimiento de los medios de comunicación del Centro Cultural de Paine y la necesidad de establecer una vinculación y estrechar lazos con sus habitantes, señalados como uno de los principales públicos objetivos de la organización, con un enfoque principal en sus juntas de vecinos y estudiantes de la zona centro de la comuna, con los que no ha podido entablar una relación cercana y permanente

A través de una serie de entrevistas en profundidad con miembros del Centro Cultural de Paine, presidentas de juntas de vecinos, clubes de cueca, clubes de adulto mayor, funcionarios de instituciones similares y otros stakeholders, la elaboración de una encuesta aplicada a 296 personas de Paine y la recopilación de fuentes bibliográficas, se detectaron los principales aspectos a trabajar en el plan de comunicación, que buscará fortalecer la vinculación de la organización con los habitantes que lo rodean y la entrega de la información respecto a la múltiple oferta cultural disponible.

Estos resultados fueron fundamentales para definir el mapa de trabajo y sus posteriores acciones para dar cumplimiento a los objetivos corporativos y comunicacionales establecidos, que permitirán justamente vincular al Centro Cultural de Paine con sus habitantes y fortalecer sus canales de comunicación.

Palabras claves: Paine, Centro Cultural, vinculación, juntas de vecinos, estudiantes, oferta cultural.

Abstract

The following strategic communication plan was developed based on research into the background of the Paine Cultural Center and the collection of testimonies from its staff and board members, providing an in-depth understanding of the organization's work, key management elements, and communication needs aligned with the context of its community.

In this regard, two key points were identified for the construction of this project: enhancing the communication channels of the Paine Cultural Center and establishing connections to strengthen ties with its residents. These residents, seen as one of the organization's main target audiences, include neighborhood associations and students in the central area of the community, with whom the Center has yet to build a close and lasting relationship.

Through a series of in-depth interviews with members of the Paine Cultural Center, presidents of neighborhood associations, folk dance clubs, senior clubs, staff from similar institutions, and other stakeholders, as well as a survey conducted with 296 Paine residents and the compilation of bibliographic sources, the main aspects to be addressed in the communication plan were identified. This plan aims to strengthen the organization's connection with the surrounding residents and improve the delivery of information about the wide range of cultural offerings available.

These findings were essential in defining the action map and subsequent steps to fulfill the established corporate and communication objectives, which will effectively link the Paine Cultural Center with its residents and strengthen its communication channels.

Keywords: Paine, Cultural Center, engagement, neighborhood associations, students, cultural offerings.

INTRODUCCIÓN

En un contexto donde la comunicación estratégica y digital juega un rol fundamental para la visibilidad y el posicionamiento de las organizaciones culturales, el Centro Cultural de Paine se presenta como un caso relevante de estudio.

Fundado en 2015, el Centro Cultural de Paine surge con el propósito de promover la creación artística, el patrimonio cultural y la participación ciudadana en la comuna de Paine. A lo largo de sus años de operación, esta institución ha logrado impactar positivamente en la comunidad a través de una oferta variada de eventos y talleres, consolidándose como un referente en la zona sur de la Región Metropolitana de Santiago.

Sin embargo, el análisis de su gestión revela desafíos en áreas clave como la vinculación con la comunidad, la optimización de su presencia digital y la implementación de estrategias de comunicación efectivas. La ausencia de una planificación comunicacional sólida y la falta de un profesional dedicado a las comunicaciones son algunos de los obstáculos que limitan su alcance y visibilidad.

Este proyecto busca identificar y proponer estrategias de comunicación digital y relaciones públicas que fortalezcan la conexión entre el Centro Cultural de Paine y sus audiencias, permitiendo no solo consolidar su rol como agente cultural en la comuna, sino también ampliar su impacto y accesibilidad en un entorno cada vez más digitalizado.

A través de una metodología que integra el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, este trabajo explora el desarrollo de un plan de comunicación que aborde los aspectos críticos de su actual estrategia comunicacional, mejorando tanto la imagen institucional como la interacción con la comunidad. Este enfoque permitirá establecer una hoja de ruta para que el Centro Cultural de Paine potencie su presencia y relevancia en la vida cultural de sus habitantes, alcanzando un vínculo sostenible y significativo con su entorno.

ANTECEDENTES

a. Antecedentes de la organización

El Centro Cultural de Paine se creó el 28 de abril de 2015 como una corporación de derecho privado sin fines de lucro, con la necesidad de fomentar la creación artística, participación ciudadana, formación de audiencias, patrimonio cultural y la interculturalidad en la comuna.

Trabaja colaborativamente con la I. Municipalidad de Paine, debido a que facilitan espacios físicos para el desarrollo de diferentes actividades gubernamentales como talleres, charlas y reuniones, pero principalmente las que tienen orientación con el arte y la cultura.

Estas acciones se desarrollan con el propósito de promover, apoyar y beneficiar el crecimiento de la comuna en tres ámbitos importantes como lo son el económico, social y cultural de la población.

Su edificio está ubicado en Avenida 18 de Septiembre N° 39 y cuenta con un teatro con capacidad para 225 personas, una sala patrimonial, una sala multidisciplinaria, una sala de música y un estudio de grabación.

A partir de octubre de 2019, se integra a la Asociación de Centros Culturales Públicos de la Región Metropolitana (junto a Peñalolén, San Joaquín, La Granja, Cerro Navia, Talagante, Til Til, Pedro Aguirre Cerda, El Bosque, La Reina), con el fin de “promover, difundir, fomentar y fortalecer la oferta artística y cultural de la Región Metropolitana”. (Acta y Estatuto Asociación de Centros Culturales Públicos de la Región Metropolitana, 2019).

El equipo del Centro Cultural de Paine está conformado por un Directorio, que lidera el alcalde (a) que esté en ejercicio, que ocupa el cargo de presidente, acompañado por cinco directores más, encargados de aprobar y/o rechazar las actividades que se están desarrollando dentro de la organización, además de fiscalizar el uso de los recursos del funcionamiento de dicha entidad.

Es relevante señalar que los miembros del directorio no son los encargados del trabajo que se realiza a diario en el ámbito administrativo en el Centro Cultural en beneficio de la comunidad. Aquella tarea recae en el equipo de trabajo y funcionarios que componen la organización, como lo son su directora ejecutiva, la encargada de finanzas, la secretaria, el técnico en audio e iluminación, el gestor cultural, el diseñador web y personal de aseo.

El equipo de trabajo del Centro Cultural de Paine se divide en dos áreas:

1) Directorio:

- Rodrigo Contreras: presidente.
- Juan Leonardo Maureira: director.
- Carmen Luisa Letelier: directora.
- Andrés Pérez Cruz: director.
- Pedro Banoviez: director.
- Rodolfo Silva: director.

2) Equipo administrativo:

- Directora Ejecutiva: María Verónica Arana Lepeley.
- Encargada de Finanzas y Recursos Humanos: Susana Mercado.
- Secretaria: Fernanda Duprat.
- Técnico de Audio e Iluminación: Manuel Cortés.
- Gestor Cultural: Mario Calderón.
- Personal de aseo: Ana García.

La Corporación Cultural de Paine este 2024 recibió un presupuesto anual de \$210.000.000 millones de pesos, financiamiento que es entregado por parte de la Municipalidad. A ellos se les suman otros montos extras, que son otorgados como donaciones por parte de empresas privadas y desde la adjudicación de fondos por proyectos postulados al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio o el Gobierno Regional de Santiago, para desarrollar diversas actividades culturales.

El presupuesto anual se utiliza para pagar de manera mensual los sueldos de las personas que trabajan en el Centro Cultural, además de los diferentes profesores que imparten los talleres.

También se utilizan esos recursos para la ejecución de las obras de teatro para la comunidad, que en su mayoría son gratuitas; la compra de implementos para los funcionarios; reparaciones y mantención de luces, escenario, butacas, entre otros.

En 2024 se adjudicaron \$9.188.754 pesos en postulaciones a fondos concursables, para desarrollar la “Segunda Semana Formativa para la Orquesta Sinfónica Juvenil de Paine de la Corporación Municipal de Cultura de Paine”, proyecto que recibieron en el marco del Concurso Público denominado “Fondo Vinculación con la Comunidad (8% FNDR), financiado por el Gobierno Regional Metropolitano de Santiago.

“El rol que cumple el alcalde Rodrigo Contreras como presidente del directorio, quien desde que asumió como edil ha sido preponderante, debido a que ha apoyado muchísimo al Centro Cultural, ya que año a año nos sube la subvención municipal para el trabajo que ejecutamos. Gracias a este aporte económico, podemos tener una mejor cartelera para nuestros vecinos”, comentó Verónica Arana, Directora Ejecutiva del Centro Cultural.

Detallar que en comparación al 2023, el municipio subió en \$10.000.000 el financiamiento al Centro Cultural de Paine, lo que significa que hay una valoración por parte de la municipalidad en fomentar el acceso al arte y cultura para los vecinos.

Por otra parte, el Centro Cultural realiza gestiones para sumar montos extras en su presupuesto, destinados a realizar más actividades culturales y/o talleres gratuitos para la comunidad. Bajo este concepto, gracias a la empresa “Champiñones de Abrantes”, el Centro Cultural recibió una donación de \$19.800.000. También recibió \$5.500.000 en donativos por parte de otras compañías.

En cuanto a arriendos de espacios dentro de corporación, han ingresado \$26.365.250 entre alquiler de la cafetería, teatro y salas, para que se realicen diversas actividades del ámbito artístico-cultural.

En concepto de panoramas que se realizan con venta de entradas, hubo un ingreso de \$11.000.000 millones de pesos.

	
Presupuesto de Ingresos 2024	
CENTRO CULTURAL DE PAINE	
Origen ingreso	Monto
Aporte Municipal	210.000.000
Arriendo cafetería	21.572.000
Arriendo salas	1.097.250
Arriendo teatro	3.696.000
Donación Abrantes	19.800.000
Otras donaciones	5.500.000
Venta entradas	11.000.000
Total	272.665.250

Presupuesto de Ingresos 2023

CENTRO CULTURAL DE PAINE

Origen ingreso	Monto
Subvención	200.000.000
Arriendo cafetería	14.028.000
Arriendo salas	1.054.500
Arriendo teatro	3.663.000
Abrantes	19.800.000
Otras donaciones	10.700.000
Venta entradas	9.600.000
Total	258.845.500

Comparación de presupuesto anual del Centro Cultural de Paine entre 2023 y 2024.

Beneficiarios del Centro Cultural de Paine

Durante el año 2023, el Centro Cultural de Paine impartió 28 talleres culturales que beneficiaron a 456 alumnos. En su cartelera ofreció 115 eventos relacionados con la música, el arte y la cultura rural, que se llevaron a cabo tanto en la vía pública como en las propias instalaciones de la organización, que registró a 13.232 asistentes. (Fuente: Memoria 2023)

Estas cifras son bastante positivas, considerando que cada taller impartido alcanzó su cuota máxima de inscripciones y mantuvo una lista de espera que se extiende hasta la apertura de la próxima temporada de talleres, o en su defecto, hasta la liberación de un cupo.

Por otro lado, el registro de asistentes a los eventos realizados durante el 2023 es un indicador bastante importante que demuestra la demanda hacia la oferta que mantiene el Centro Cultural, considerando que, según cifras del Censo de Población y Vivienda en Chile de 2017, la comuna posee una población de 72.759 personas en todo su territorio y solo en la zona urbana existen 31.317 habitantes, es decir, el 42.25% de ellos (13.232) asistieron a un evento de la cartelera.

Evento	Cantidad en 2023
Conciertos	21
Espectáculos musicales	11
Películas	20
Obras de teatro	21
Exposiciones	16
Espectáculos de danza	26

(Fuente: Memoria 2023)

Respecto a la parrilla cultural en su cartelera hasta julio de 2024, se han desarrollado diferentes actividades y presentaciones, tanto en sus instalaciones como en la vía pública, que han favorecido a 8.614 personas.

Evento	Cantidad en 2024 - 01
Conciertos	18
Espectáculos musicales	6
Películas	21
Obras de teatro	10
Exposiciones	7
Espectáculos de danza	8



Funciones, actividades y talleres realizados por el Centro Cultural de Paine, en instalaciones propias y vía pública durante 2024.

A pesar de estas cifras, el área de gestión cultural no ha logrado establecer una vinculación sólida y constante con las organizaciones de la sociedad civil de Paine, como las juntas de vecinos, que solo en la zona de Paine Centro abarcan a 50 organizaciones con un promedio de 100 integrantes cada una. En otras palabras, existe un marco cercano a los 5.000 vecinos de Paine Centro con los cuales el Centro Cultural no ha logrado entablar una relación cercana y permanente

Esto es un factor que el equipo del Centro Cultural tiene identificado, como lo afirma la Encargada de Finanzas, Susana Mercado:

“Siento que deberíamos tener contacto con las organizaciones comunitarias, con los vecinos, eso nos falta para acercar la cultura a las personas. Tener más comunicación para afuera”.

b. Desempeño interno y externo

A lo largo de sus nueve años de vida, el Centro Cultural de Paine se ha dedicado a realizar y promover toda clase de actividades culturales, artesanales, artísticas y recreativas, al igual que el rescate de las raíces, historia y patrimonio de la comuna, facilitando su acceso a sus habitantes y entregándoles panoramas para la recreación, educación y actividades familiares.

En ellas destacan tres fechas relevantes en el calendario debido al impacto e interés que generan en los habitantes, como lo son el “Teatro a Mil”, que trae espectáculos

culturales para que la comunidad viva y disfrute de experiencias inolvidables a través de múltiples expresiones artísticas y que convoca a más de tres mil personas.

Por otra parte, en marzo se realiza la presentación de los nuevos talleres culturales y artísticos impartidos por el Centro Cultural y la celebración de un nuevo aniversario de la comuna en mayo.

En ese sentido, también ha enfocado sus esfuerzos en potenciar los talentos locales emergentes en sus diferentes talleres, como cantantes, bailarines, músicos y pintores, que al primer semestre del 2024, ascienden a 17 en beneficio de 306 personas: hombres y mujeres, que tienen entre 7 y 65 años, además de la habilitación de nuevos espacios que estimulen la integración social de los habitantes de todos los territorios de la comuna por medio de la cultura, evidenciando que su gestión y oferta cultural es transversal.

Es por eso que el Centro Cultural de Paine hoy busca ser reconocido como un polo de desarrollo e integración social en la comuna, por medio de la vinculación con sus diferentes organizaciones sociales y artísticas, a través de la promoción del arte y la cultura.

Hoy presenta tres líneas de trabajo que le permiten aportar con el desarrollo cultural de los habitantes de Paine:

- 1) El arriendo de sus instalaciones, como el teatro, la sala patrimonial, la sala multidisciplinaria, la sala de música y el estudio de grabación; además de la venta de entradas para algunos de sus espectáculos.
- 2) El desarrollo de eventos y presentaciones, como conciertos, obras de teatro, fiestas, aniversarios, cumbres, congresos, exposiciones, entre otros.
- 3) La gestión de 17 talleres culturales dirigidos a la comunidad, que se imparten de lunes a sábado en las diferentes salas que posee el Centro Cultural en la comuna:

Talleres de música:

Talleres de música	Edad	Horario	Valor mensual
Canto	Desde 10 años	Martes de 18:00 a 19:00 horas	\$23.000
Guitarra eléctrica	Desde 9 años	Viernes de 18:00 a 19:00 hrs.	\$23.000
Guitarra acústica	Desde 9 años	Martes de 18:00 a 19:00 hrs.	\$23.000
Piano	Toda edad	Jueves de 16:00 a 20:15 horas.	\$23.000

Talleres artísticos:

Talleres artísticos	Edad	Horario	Valor mensual
Pre Ballet	de 4 a 6 años	Martes de 17:00 a 18:00 hrs.	\$20.000
Ballet	de 7 a 12 años	Martes de 18:15 a 19:15 hrs.	\$20.000
Pequeños artistas	de 5 a 10 años	Lunes de 16:30 a 17:30 hrs.	\$20.000
Urban dance	desde 15 años	Lunes de 19:30 a 20:30 hrs.	\$20.000
Danza Oriental	para toda edad	Jueves de 19:00 a 20:00 hrs.	\$25.000
Teatro infantil	de 7 a 15 años	Viernes de 17:00 a 18:00 hrs.	\$23.000
Teatros adultos	desde 16 años	Viernes de 18:00 a 19:30 hrs.	\$23.000
Pintura al óleo	desde 15 años	Jueves de 18:00 a 20:00 hrs.	\$20.000

Talleres Misceláneos:

Talleres Misceláneos	Edad	Horario	Valor mensual
Yoga	desde 15 años	Lunes y Miércoles de 18:00 a 19:00 hrs.	\$20.000
Ajedrez	desde 4 años	Jueves de 17:30 a 18:30 hrs.	\$20.000
Tarot	14 años	Martes de 19:30 a 21:00 hrs.	\$25.000
Fotografía	desde 15 años	Miércoles de 18:00 a 19:30 hrs.	\$20.000
Karate do	desde 5 años	Sábado de 10:00 a 13:00 hrs.	\$20.000

Es relevante señalar que cada uno de estos talleres cuenta con 20 integrantes y su ejecución ha sido destacada tanto por sus beneficiarios, profesores y la comunidad de Paine en general. Desde aquí han surgido nuevos talentos locales, que han demostrado su aprendizaje y desempeño en posteriores exhibiciones y muestras organizadas por el propio Centro Cultural en su teatro municipal.

Se puede apreciar que la parrilla de talleres que ofrece el Centro Cultural son todos pagados. Sin embargo, en algunos periodos del año se realizan talleres gratuitos, por ejemplo, durante el periodo invernal de 2024, se llevaron a cabo talleres de magia y de máscaras, con la participación de 90 niños de diferentes sectores de la comuna, aportando en las familias panoramas concretos para la recreación de niños, niñas y estudiantes de enseñanza básica. Susana Mercado, Encargada de Finanzas del Centro Cultural, describe esta situación:

“Si no contamos con talleres gratuitos, se debe a que no tenemos presupuesto para realizarlos. Y cuando lo hacemos, es porque milagrosamente nos llegó

financiamiento, alguna donación u obras de teatro donde cobramos entradas, y de ahí sacamos estos recursos para llevarlos a cabo”.

Además, señaló que se seleccionan fechas estratégicas para ejecutar talleres gratuitos en beneficio de la comunidad:

“En fechas como el día del niño, vacaciones de verano o invierno y en navidad, hemos tenido talleres gratuitos, donde incluso hemos ido a realizarlos a localidades como Huelquén, Hospital, Águila Sur y Pintué. Estos se llevan a cabo cuando nos ganamos un fondo o recibimos alguna donación por parte del privado. Hacemos la convocatoria por redes sociales para que la comunidad pueda participar”.

Es importante señalar que durante la ejecución de los talleres gratuitos se registró una gran asistencia por parte de la comunidad ante estas oportunidades, debido a que una buena parte de la población de Paine no cuenta con los recursos necesarios para matricularse o asistir a la oferta de talleres de pago, por lo que este tipo de instancias son bien aprovechadas por la población.

En esa misma línea, la Encargada de Finanzas del Centro Cultural también añadió que por los talleres pagados que se desarrollan en la corporación, ellos no reciben ningún peso, ya que, como organización sin fines de lucro, utilizan los recursos obtenidos para pagarle a los profesores:

“El dinero que pagan las personas por ser parte de estas dinámicas, es para el profesor. Nosotros no nos quedamos con nada, de hecho, nuestro rol aquí es fomentar el arte y la cultura en los habitantes paininos, objetivo que lo hacemos buscando a personas que quieran enseñar a otros lo que hacen”.

b.1 Stakeholders según cluster

Con el objetivo de cumplir de mejor manera el propósito de promover el acceso a la cultura a los habitantes de Paine, el Centro Cultural se relaciona con diferentes stakeholders para ampliar su rango de acción y potenciar el trabajo que realiza en la comunidad, de los que a partir del análisis y estudio realizado se desprenden:

- **Sector público:** Trabajadores de los departamentos y oficinas de la Municipalidad de Paine, la Ministra de Cultura, la Seremi de Cultura de la Región Metropolitana, Gobierno Regional Metropolitano con su gobernador y consejeros regionales, además de los directores y miembros de otros centros y/o corporaciones culturales cercanos de la región, como la comuna de Buin.

- **Sector privado:** empresas cercanas a la comuna o con interés en ella, que posean vinculación con la comunidad y responsabilidad social, como la empresa “Champiñones de Abrantes”.

- **Sociedad civil:** organizaciones como la Junta de Vecinos Aculeo 21, el club de Cueca y taller adulto mayor de Paine y grupos de canto y baile de los tres distritos que poseen el mayor número de población en la comuna, como Paine, Hospital y Huelquén.

- **Comunicaciones:** revista municipal “El Painino”, radio “Golondrina” y las diferentes audiencias presentes en sus redes sociales como Instagram y Facebook, además de su sitio web institucional.

- **Educación:** Jardines infantiles, escuelas y colegios de Paine Centro. Profesores que realizan las clases a los alumnos que asisten a los diversos talleres que se realizan en el centro cultural.

b.2 Análisis Foda

Fortalezas

- La cantidad de actividades y eventos que ofrece a lo largo del año, lo que permite un acceso constante y permanente a la cultura y el arte en la comuna para todos sus habitantes y no un déficit de estos.

- Amplia oferta de talleres musicales, artísticos y misceláneos.

- Los espacios propios habilitados para el uso de los habitantes de Paine destinados a la promoción de la cultura y el arte, como su teatro, sala de música y el estudio de grabación.
- Finanzas en orden y un amplio presupuesto que cada año ha ido en aumento, que les permite ofrecer constantemente funciones, exhibiciones, obras de teatro y ejecutar múltiples actividades culturales para sus habitantes.

Oportunidades

- Puede posicionarse como una figura clave en la integración de los diferentes grupos sociales de la comuna, a través de su atractiva oferta cultural y sus diversas instalaciones de primer nivel, que se transforman en una alternativa concreta a la hora de emplear el tiempo libre de niños, jóvenes y adultos, utilizando la cultura y el arte como motor de progreso en los habitantes de Paine, combatiendo de paso la segregación y vulnerabilidad social.
- Posibilidad de mejorar las comunicaciones del Centro Cultural, potenciar su presencia en medios propios y externos para aumentar su alcance hacia los diferentes grupos sociales de la comuna, de manera en que se pueda entregar una mayor visibilidad a su oferta cultural y el trabajo que realiza su equipo.

Ana María Hernández, tricampeona de cueca de los adultos mayores de la comuna de Paine y usuaria del Centro Cultural de Paine, destaca la importancia del arte y la cultura en la integración de la comunidad painina:

“Soy beneficiaria activa del Centro Cultural y resalto mucho lo que se hace ahí, ya que es un lugar abierto para todos, en donde si uno pide un lugar para hacer alguna actividad, siempre lo prestan. Pero también creo que deberían generar espacios de integración con la comunidad. Hay muchas personas que no tienen idea de lo que se hace en el Centro Cultural, sobre todo las que son de localidades, que son a los que más les cuesta participar del arte y cultura”.

Debilidades

- El tamaño de su equipo de trabajo, ya que es muy pequeño para la gran cantidad de tareas que hacen a diario, lo que provoca que muchas veces realicen labores que no les corresponde o en las que no poseen el conocimiento necesario, lo que puede generar estrés y agotamiento. Como detalla la Directora del Centro Cultural, Verónica Arana:

“Somos un grupo de trabajo súper chico (...) muchas veces nos corresponde hacer de todo, como de ordenar el teatro para actividades, revisar que esté todo bien y que no nos falte nada, o revisando los baños que estén limpios, en donde en oportunidades los hemos tenido que limpiar y rellenar con jabón y confort, para entregar un buen servicio. Y así podría enumerar un sin fin más de situaciones”.

- Ausencia de una persona con el conocimiento y las herramientas necesarias para las comunicaciones del equipo, que cumpla el rol clave en la difusión, alcance y relacionamiento social del Centro Cultural en la comuna, ya que, hasta ahora, esa función la desempeña una externa, que solo se limita a publicar información en redes sociales sin una estrategia definida, lo que limita el impacto y retroalimentación del trabajo realizado.

En ese sentido, Estefanía Jiménez, encargada de Relaciones Públicas y de Comunicaciones de la Corporación Cultural de San Clemente, de la Región del Maule, comuna que posee grandes similitudes en características económicas, territoriales y rurales con la de Paine, describe la importancia de contar con un área de comunicaciones en su equipo de trabajo:

“Es importante tener a alguien que refleje el trabajo que hay detrás de la cultura, ya que hay varios profesionales detrás de un taller, profesores que se toman el tiempo de enseñar lo que hacen. Dentro de las labores que hacemos en un día normal son ir a los talleres que tenemos, hacemos registro fotográfico y luego lo contamos a través de las redes sociales para que las personas conozcan lo que hace la

corporación, (...) hacemos videos con las personas interactuando, además de responder diversas dudas”.

Amenazas

- La presencia de actividades deportivas y musicales en la comuna durante los fines de semana, como partidos de fútbol amateur o fiestas rancheras, en paralelo a la oferta cultural del Centro, que son de alto interés en los habitantes de la comuna y que condicionan su presencia en las obras y exhibiciones presentes en el Centro Cultural.
- La posibilidad de que el Centro vea reducido su presupuesto para el próximo año o que se realicen cambios en su equipo de trabajo, debido a las elecciones municipales de octubre de este 2024, que podría implicar una nueva administración municipal y por ende, cambios en el directorio y nuevas prioridades en el próximo período edilicio de la comuna.

Benchmark

A modo de contextualizar la posición que ocupa el Centro Cultural de Paine respecto a su oferta cultural en el territorio, se realizó una comparación con las entidades más cercanas, que posean algún tipo de actividad cultural semanal de manera constante durante 2024. En ese sentido, basado en el criterio de distancia y ubicación geográfica, se seleccionó la comuna de Buin y se realizó el siguiente análisis:

Nombre	Comuna	Talleres gratis	Talleres pagados	Actividades al mes	Eventos de pago	Eventos gratis
Centro Cultural de Paine	Paine	2 -Taller de Máscaras -Taller de magia	17 -Pre-Ballet -Karate do -Yoga -Ajedrez -Ballet -Cerámica -Pequeños artistas -Urban dance -Pintura al óleo -Fotografía -Canto -Guitarra eléctrica -Guitarra acústica -Piano -Teatro infantil -Teatro adulto -Danza oriental	Enero = 11 Marzo = 4 Abril = 6 Mayo = 6 Junio = 16 Julio = 16	6	51
Corp. Cultural Pueblito de Champa	Paine	Ninguno	1 -Tai Chi	Marzo = 1 Abril = 1 Mayo = 1	0	3
Casona San Miguel de Paine	Paine	2 -Taller de Huerto (en vacaciones de verano)	15 -Hatha Yoga -Orfebrería	Enero = 0 Febrero = 2 Marzo = 1 Abril = 3 Mayo = 2 Junio = 12 Julio = 7	22	5

		-Taller de circo (en vacaciones de verano e invierno)	-Taller de creación de títeres -Taller de circo -Taekwondo -Música -Pintura -Cerámica -Manualidades -Yoga Kundalini -Inglés -Cerámica color y fuego -Pre Ballet -Ballet -Danza			
Corp. Al Sur del Maipo	Buin	Ninguno	15 -Batería -Violín -Piano -Canto -Bajo eléctrico -Guitarra eléctrica y acústica -Pintura -Ballet -Kung-fu	Enero = 1 Febrero = 3 Abril = 4 Mayo = 1 Junio = 2 Julio=1	2	1

			-Yoga Infantil -Danza Oriental -Ukelele -Violoncello -Trombón y bronces -Teatro			
Centro Cultural de Buin	Buin	7 -Pintura niño -Pintura adulto -Salsa y bachata -Danza oriental -Danza terapia -Taller de cuerda bajo/guitarra -Coro polifónico -Taller de cueca	6 -Teatro infantil -Teatro adulto -Orquesta -Danza Rapa-Nui -Cueca -Ajedrez	Enero = 3 Febrero = 2 Abril = 3 Mayo = 2 Junio = 20 Julio = 17	8	47

En el cuadro se establece una comparación entre las Corporaciones Culturales y/o otros espacios de Paine y Buin, sin fines de lucro, que prestan el mismo servicio en beneficio del acceso al arte y la cultura en la zona sur de la Provincia del Maipo de la Región Metropolitana.

Respecto a la parrilla programática que ofrece la Corporación Pueblito de Champa, aún está en proceso de formación, ya que el lugar donde se desarrollarán a futuro

las actividades culturales se encuentra en reconstrucción, es por eso que no se identifican talleres y/o panoramas artísticos que se realicen.

La Casona San Miguel es un lugar consagrado, que brinda 15 talleres enfocados en un área más artística, para el disfrute y deleite de las personas, que suelen asistir después de una jornada estudiantil y/o laboral. Para acceder, se debe pagar un valor definido, acorde al desarrollo de los talleres, que se ejecutan en espacios comunitarios, ya que no cuentan con un escenario y/o salas para su desarrollo.

En comparación al Centro Cultural de Paine, la Casona San Miguel no apunta a una proyección, ni busca formar personas que se dediquen a las disciplinas de los talleres. Su propósito central es brindar una experiencia de relax en un lugar distinto.

En Buin, el trabajo de la Corporación al Sur del Maipo es similar a lo que ejecuta la Casona San Miguel, en cuanto a la parrilla programática y actividades. Durante este 2024 se han preocupado de ampliar su gama de talleres de pago, enfocados en el desarrollo personal. Es una organización que tampoco cuenta con un teatro o espacio para desarrollar eventos masivos, solo con salas para el desarrollo de sus talleres.

Lo que ofrece el Centro Cultural de Buin es una realidad diferente, ya que su enfoque central es ejecutar talleres gratuitos para la comunidad. Sin embargo, aún así cuenta con algunos talleres pagados, pocos en comparación a lo que realizan los otros espacios culturales. También es importante resaltar que se realizan panoramas y/o actividades artísticas culturales para el público, gratuitas y de pago, pero para acceder a ellos, se debe contar con el Registro Social de Hogares con residencia en Buin, de lo contrario, no se puede participar de su oferta cultural.

En resumen, si bien existen otras organizaciones que desarrollan labores similares al Centro Cultural de Paine en el territorio, la que más se asemeja a la gestión que esta realiza es el Centro Cultural de Buin, por su orgánica, directriz, funciones y distancia geográfica y propósito con su comunidad.

Una de las principales diferencias que existe entre el Centro Cultural de Paine y su similar de Buin, es la cantidad de talleres realizados durante todo el año, que, a pesar de ser en su mayoría pagados, no presentan restricciones sociales, como el estar inscrito en el Registro Social de Hogares de la comuna, reafirmando su compromiso transversal con el desarrollo de los talentos del territorio, a través de sus talleres o el facilitamiento de sus instalaciones para prácticas y funciones:

“Para nosotros es muy importante tener buenos talleres, con buenos profesores, en donde las personas tengan la tranquilidad y seguridad de que aquí aprenderán buenas cosas y se irán con muy buenas herramientas, al aprender alguna nueva disciplina”, señala Verónica Arana, Directora Ejecutiva del Centro Cultural.

c. Conflictos a los que está expuesta

Uno de los principales conflictos con el que se debe convivir son las distancias inabordables para el Centro Cultural y sus asistentes, debido a la geografía y extensión territorial de la comuna, que posee una superficie de 820 kilómetros cuadrados. Si bien hay transporte hacia los sectores más apartados, no existe un soporte en horarios extendidos a los habitantes de las zonas rurales, quienes muchas veces no pueden participar de las actividades que se desarrollan por las noches, debido a la ausencia de recorridos nocturnos de la locomoción colectiva para retornar a sus hogares.

Otro conflicto al que está expuesto el Centro Cultural es la posible reestructuración de su directorio, según los resultados de las elecciones municipales, que podría provocar cambios en el equipo de trabajo, en su oferta cultural y en su presupuesto para el siguiente año, aporte que proviene desde fondos municipales y que ha aumentado progresivamente.

Finalmente, la desconfianza de la opinión pública y la población sobre las corporaciones privadas y las fundaciones es otro conflicto al que está expuesto el Centro Cultural, debido a las múltiples investigaciones abiertas en el último año por parte de organismos del Estado ante estas organizaciones por casos de corrupción y malversación de fondos, que han repercutido en la sociedad chilena, conocidas

popularmente como [“Caso Convenios”](#), en el que destacan lo ocurrido con la Fundación “Democracia Viva” y “Urbanismo Social”.

Debido a lo anterior, cobra gran relevancia generar una mayor visibilidad al trabajo que realiza el Centro Cultural en Paine y su impacto social en la comunidad, mejorando su integración, calidad de vida y bienestar mental, por medio del acceso a la cultura y el arte.

d. Posicionamiento previo al plan

En la actualidad, el Centro Cultural de Paine se encuentra operando de manera normal y continua, respecto a su planificación anual y las diferentes actividades calendarizadas para el primer semestre en la comuna, como funciones de teatro, artísticas y musicales, talleres culturales, encuentros y ferias, entre otras.

Una de las principales necesidades que emergen desde su dirección ejecutiva, luego del análisis del trabajo que han ejecutado durante los últimos años, es la de robustecer el equipo de trabajo, con el propósito de mejorar la gestión que realizan y distribuir de manera más equitativa las diferentes labores que a diario desarrolla la organización.

En ese sentido y como se detalló en los antecedentes, resalta como prioridad incorporar a un practicante, profesional o experto en el área de comunicaciones, que más allá de publicar afiches y fotos en redes sociales, tenga la capacidad de prestar cobertura a las diferentes actividades que se realizan y establecer un plan de trabajo en materia de relaciones públicas y comunicaciones, que entregue una carta de navegación en esa línea para la organización, tal como lo desea su directora ejecutiva:

“Nosotros no somos periodistas, no tengo un Community Manager, entonces hemos sido ensayo y error (...) No tenemos una estrategia comunicacional de cómo vamos a hacer las cosas, porque aquí no sabemos hacerlo. Necesitamos que alguien nos deje una planificación, porque vamos a seguir siendo nosotros los que hacemos esta labor”.

En relación con lo anterior, asoma la oportunidad de elaborar una estrategia que entregue visibilidad a la gestión que realiza el Centro Cultural y su equipo de trabajo mejorando la calidad de vida de los habitantes en la comuna; y que, al mismo tiempo, permita construir una relación de identidad y colaboración con los diferentes protagonistas, beneficiarios y organizaciones comunitarias de Paine.

Esta construcción de una nueva relación con los vecinos de la comuna, de manera más cercana, podría generar de paso el interés de otras instituciones privadas interesadas en aportar económicamente con el desarrollo de la cultura en Paine, al posicionar a sus habitantes como los principales beneficiarios y portavoces del aporte que realiza el Centro Cultural en la comuna, así coincide su directora ejecutiva:

“Creo que nosotros debiésemos ser capaces de tener más compromisos de las empresas que hay en Paine hacia el Centro Cultural (...) Yo siento que hay una falencia, porque finalmente la que tiene que ir a golpear puertas a las empresas soy yo, pero no se trata de ir a golpear puertas, sino de cómo llegar de una manera más atractiva.”

Sobre los canales oficiales de comunicación digital y externa que tiene el Centro Cultural, se aprecia que los más utilizados son su Instagram [@centroculturalpaine](#) y Facebook [@centroculturalpaine](#), en los que se comparte en su gran mayoría afiches, horarios de funciones y fotografías de actividades.

Posee un sitio web <https://www.centroculturaldepaine.cl/> que se mantiene activo, en el que se comparte una proyección más elaborada de la cartelera del mes y las próximas funciones. También entrega información acerca de los talleres culturales que se imparten, medios de contacto, transparencia y un apartado para realizar donaciones económicas.

En materia de vinculación, el Centro Cultural mantiene contacto y acercamientos minúsculos con juntas de vecinos, grupos de adultos mayores, escuelas y otras organizaciones de la sociedad civil para promover su oferta cultural, sin embargo, no posee una relación de confianza ni cercanía con sus actores, lo que genera una atmósfera de desconfianza, distancia y desconocimiento hacia el trabajo que realizan diariamente.

Principales competidores

Desde su creación en 2015, el Centro Cultural de Paine ha ocupado un rol protagónico a la hora de fomentar la creación artística, patrimonio cultural y participación ciudadana en la comuna.

Si bien existen otras organizaciones de autogestión en el territorio que también fomentan el desarrollo cultural, desde la dirección del Centro Cultural indican que no consideran competencia a estos grupos, sino que más bien aliados a la hora de entregar una oferta cultural.

En ese sentido, una organización similar y externa a la comuna que se podría considerar un competidor es el Centro Cultural de Buin, ubicado a 10 kilómetros de distancia, debido a su nutrida oferta cultural y a la capacidad que poseen sus instalaciones, como lo señala la directora de finanzas del Centro Cultural de Paine:

“Ellos hacen muchas actividades gratuitas y buenas obras. El teatro de allá tiene 650 butacas, versus nosotros que tenemos 245 butacas. Pero ellos tienen una gran diferencia que lo enfocan en la comuna, utilizando el Registro Social de Hogares, cosa que aquí en Paine no hacemos, apuntamos a todo el público. Nosotros tenemos muchos más talleres que ellos”.

Efectivamente, el Centro Cultural de Paine imparte a la fecha 17 talleres culturales y artísticos en el presente semestre, mientras que Buin ofrece 13, sin información sobre su continuidad para la segunda mitad del año. Además, es un requisito fundamental poseer Registro Social de Hogares ligado a la comuna para participar en alguno de ellos, limitando a quienes no pertenezcan al territorio.

En cuanto a información y comunicaciones, el Centro Cultural de Buin posee recursos bastante limitados en comparación al trabajo que realiza su similar de Paine, ya que no cuentan con canales de comunicación digitales ni externos, tampoco con un sitio web propio, algo fundamental para acercar a la comunidad a la oferta cultural.

e. Auditoría de percepciones entre públicos objetivos

Por medio de una auditoría de percepción, definida por Venturino (2011) como “una herramienta utilizada para captar la percepción de los consumidores, de la competencia, de los medios de comunicación o de muchos otros públicos sobre la imagen, mensaje o producto de una empresa”, [se desarrolló una encuesta](#) con el objetivo de tener una referencia sobre la labor que realiza el Centro Cultural de Paine y su posición en la comuna, la percepción que tienen sus habitantes respecto al trabajo que realiza, la incorporación de sugerencias y las proyecciones de sus beneficiarios sobre la gestión y oferta cultural.

(Encuesta aplicada: <https://forms.gle/sq38eBG6Vj1vWyn88>)

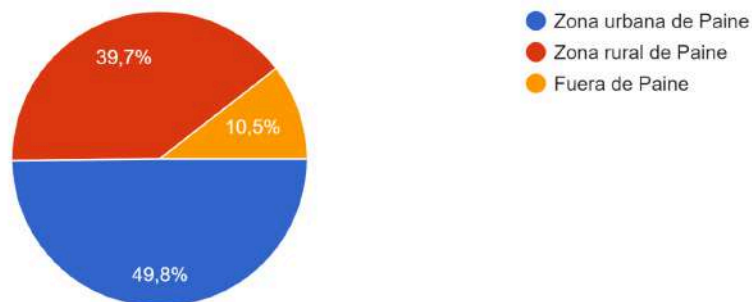
A través de esta herramienta de investigación cuantitativa, aplicada a beneficiarios, profesores, estudiantes, juntas de vecinos, clubes de adulto mayor, funcionarios y a la comunidad de Paine, se recogió información valiosa para el análisis y elaboración de estrategia del presente plan.

Adicionalmente, como herramienta de tipo cualitativa, se realizaron una serie de entrevistas para constatar las percepciones de los diferentes grupos que se involucran con el Centro Cultural, como beneficiarios y organizaciones comunitarias de Paine (juntas de vecinos, clubes de cueca, clubes de adulto mayor, entre otros), que permitieron conocer en primera persona sus impresiones, comentarios y disposición para vincularse de manera más estrecha con la gestión del Centro Cultural.

La encuesta fue respondida por 295 personas, en la que destacan los grupos etarios pertenecientes a los tramos entre 26 y 35 años (29,62%) y entre 36 y 45 años (28,92%). Por otro lado, el 76,95% de los encuestados se identifican como mujeres.

Sobre su ubicación geográfica, el 49,8% declaró vivir en la zona urbana de Paine y un 39,7% en la zona rural.

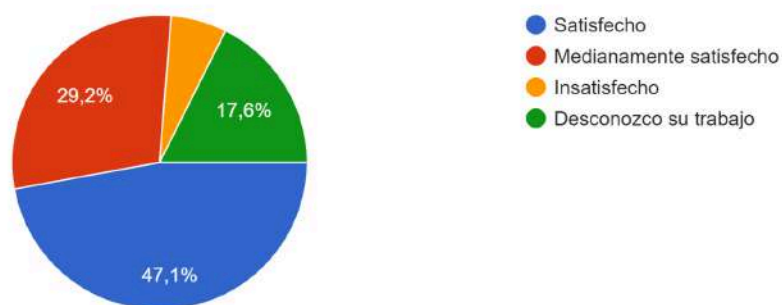
¿Dónde vives?
295 respuestas



Ante estos antecedentes, se consultó sobre los principales impedimentos para participar del Centro Cultural, de los cuales el 46% aludió al desconocimiento de su oferta y el trabajo que realiza, frente al 25% que señaló como factor la distancia o falta de locomoción.

En términos de organización, el 47,1% de los encuestados declaró estar satisfecho con la ejecución de los talleres y la oferta cultural del Centro y un 17,6% desconoce el trabajo que se realiza.

¿Cómo calificarías la organización del Centro Cultural, respecto a la ejecución de los talleres y oferta cultural?
295 respuestas



Sobre la oferta cultural del Centro, el 70,2% la calificó como “Buena”, el 16,3% como “Insuficiente” y un 12,9% declaró no conocerla. En ese sentido, también se consultó sobre la manera en cómo se informan de la oferta cultural y las actividades que se

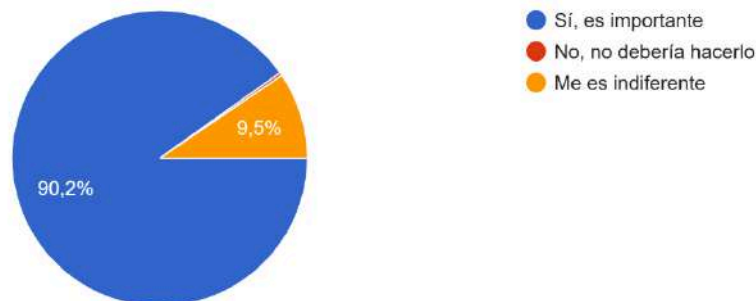
realizan, en las que el 82,4% aseguró hacerlo mediante las redes sociales, un 2,7% a través del sitio web y un 4,4% por medio de anuncios en la vía pública.

En relación a lo anterior, también se consultó sobre la frecuencia con la que asisten a las actividades del Centro Cultural durante el último año, en la que el 34,2% asistió solo una vez, el 34,2% más de una vez y un 19,7% más de cinco veces.

También se detalló que el 84,7% de los encuestados recomendaría el Centro Cultural a un amigo o familiar, que al 88,1% le gustaría recibir ofertas y beneficios del mismo y que el 74,9% le gustaría involucrarse más y participar activamente de él.

Por otra parte, más del 90% de los habitantes les gustaría que el Centro Cultural se vincule con las diferentes organizaciones sociales que existen en el territorio, ya que, de esta forma, se informarían de las diferentes actividades que se llevan a cabo y existiría una mayor participación en los talleres.

¿Te gustaría que el Centro Cultural se relacione más con las organizaciones sociales de la comuna?
295 respuestas



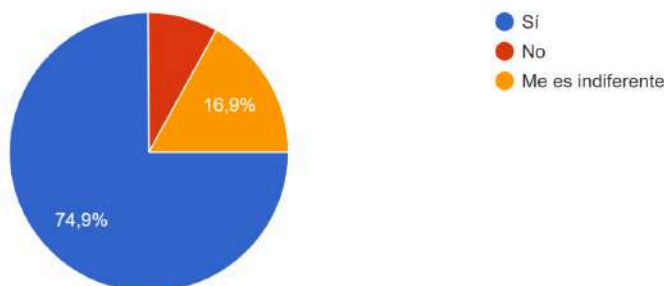
Ana María Hernández, participante del Club de Cueca y Taller Adulto Mayor de Paine, confirma lo descrito:

“Me gustaría que, desde el CC, se acercaran por ejemplo a nuestra agrupación de adultos mayores, o también a la que se encuentra por ejemplo en Pintué, que nos reunamos y nos cuenten todo el trabajo que ellos desarrollan y a qué talleres o beneficios podemos acceder. Como no hacen ese trabajo, muchas veces las personas no tienen idea de lo que se está haciendo”.

Actualmente, el Centro Cultural cuenta con una participación de 306 personas en los más de 17 talleres que se desarrollan durante el primer semestre de 2024, los cuales son todos pagados y demuestran que la población tiene un interés por aprender de una disciplina cultural o artística.

¿Te gustaría involucrarte más con el Centro Cultural y participar activamente de él?

295 respuestas



De los resultados obtenidos por medio de la encuesta, se puede desprender que el Centro Cultural de Paine es reconocido por gran parte de su comunidad como un agente promotor de la cultura, el arte y la identidad local, que existe confianza en la gestión que realiza y satisfacción en su oferta cultural y los talleres que imparte.

Una cualidad importante para en las pretensiones de la organización en su posicionamiento en la comuna en esta materia, que según Coca (2007) se asocia al “lugar, situación, o emplazamiento, ocupado por un objeto, un individuo, una idea, una institución, un servicio, una ciudad, o cualquier otra realidad susceptible de ser colocada respecto a otras con las que se compara”.

Uno de los factores que también destacan en los resultados es que existe un grupo considerable en la población de Paine que desconoce las labores que realiza el Centro Cultural, su oferta y las actividades que desarrolla en la comuna.

Finalmente, en materia de relacionamiento, casi la totalidad de encuestados asegura que les gustaría una mayor y mejor vinculación por parte del Centro Cultural con los habitantes de Paine, de manera horizontal, ya que, al mismo tiempo, más de tres cuartos de los encuestados está dispuesto a involucrarse de forma activa con las funciones y actividades que se desarrollan.

En cuanto al análisis cualitativo, por medio de las entrevistas realizadas a funcionarios, miembros del directorio, beneficiarios, organizaciones sociales, juntas de vecinos y stakeholders, se pudo apreciar de forma más íntima las impresiones y proyecciones que se tiene respecto al Centro Cultural de Paine y su gestión.

Entre los entrevistados se encuentran su Directora Ejecutiva, María Verónica Arana Lepeley; la Encargada de Finanzas y Recursos Humanos, Susana Mercado; uno de los gestores culturales, Mario Calderón; la presidenta de la Junta de Vecinos Aculeo 21, Claudia Lobos; la presidenta del Club de Cueca y Taller adulto mayor de Paine, Ana María Hernández y Encargada de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Centro Cultural de San Clemente, Estefanía Jiménez.



*Entrevistas realizadas vía Zoom a la Directora Ejecutiva del Centro Cultural de Paine, la Encargada de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Centro Cultural de San Clemente y a uno de los gestores culturales del Centro Cultural.

De los diálogos sostenidos se logra identificar dos factores relevantes en el análisis de los entrevistados sobre el Centro Cultural en cuanto a sus necesidades y deseos, sobre los cuales se pretende trabajar estratégicamente, como lo son las comunicaciones y la vinculación con la comunidad.

a. Comunicaciones

María Verónica Arana Lepeley, Directora Ejecutiva: “Tenemos dos jóvenes que nos aportan con las comunicaciones, que nosotros le vamos diciendo que tenemos afiches, videos todos los días. Ella va como publicando esas cosas, pero no hay una planificación que dijéramos ya este día esto, sino que más bien se va haciendo más informal”.

Susana Mercado, Encargada de Finanzas y Recursos Humanos: “Pese a que no tenemos conocimiento de las comunicaciones, comunicamos todo a través de nuestras redes sociales. Pero sigue pasando que las personas nos dicen que vieron tarde las actividades que realizamos”.

Claudia Lobos, presidenta de la Junta de Vecinos Aculeo 21: “Nosotros creemos que deberían acercar el público hacia el Centro Cultural comunicacionalmente (...) que tal deberían tener un grupo de WhatsApp con los dirigentes sociales”.

Ana María Hernández, Club de Cueca y Taller adulto mayor de Paine: “Yo creo que no todos saben el trabajo que hace el Centro Cultural”.

Estefanía Jiménez, encargada de comunicaciones Corporación Cultural de San Clemente: “Es necesario que exista un profesional de las comunicaciones en este tipo de trabajos, porque si no se comunica no se hace. En el mundo en el que estamos insertos la gente tiende a emitir muchas opiniones, es importante tener a alguien que refleje el trabajo que hay detrás de la cultura, porque es un área difícil”.

b. Vinculación con la comunidad

María Verónica Arana Lepeley, Directora Ejecutiva: “Tenemos a un público que es de gente frecuente, pero también sabemos que hay muchas personas que no han venido al Centro Cultural casi en nueve años. Motivos puede haber muchos, pero también sabemos que una de las barreras es la ubicación, porque hay una mala locomoción en la comuna”.

Susana Mercado, Encargada de Finanzas y Recursos Humanos:

“Deberíamos tener un catastro de todas las juntas de vecinos que hay en Paine, porque al tenerlo, tendríamos contactos con ellos y podríamos ofrecerle todo lo que hacemos acá. Además, de conocer qué músicos nuevos hay en Paine, compañías de danzas etc. Al tener esto identificado, podríamos generar más arte, cultura y música”.

Ana María Hernández, Club de Cueca y Taller adulto mayor de Paine:

“Hay mucho abandono para las partes lejanas. Yo, menos mal, tengo la suerte de recorrer muchos grupos de adultos mayores, y conozco viejitas que ven algo tan lejano todo esto, como que no se imaginan lo que hay acá”.

Claudia Lobos, presidenta de la Junta de Vecinos Aculeo 21: “Me gustaría que la cercanía sea de información, de que lo que tiene el Centro Cultural para ofrecernos a nosotros, los vecinos de la comuna de Paine, quienes son los que asistimos a lo que ellos realizan (...) que se acerquen dándonos una información básica y después que nos digan los métodos de cómo poder dar un buen uso al centro cultural”.

f. Descripción de contextos

Económico

El Ministerio de las Culturas y el Arte solo este 2024 entregó más de 32 mil millones de pesos a 2.357 proyectos culturales artísticos de todo Chile en diferentes categorías: audiovisual, artes escénicas, artes de la visualidad, FONDART, libros y lectura, música, fondo de fomento al arte en la educación 2024 y economía creativa.

Lo anterior demuestra el compromiso por parte del actual gobierno del presidente Gabriel Boric de fomentar e instaurar el arte y cultura en los diferentes espacios recreativos que se encuentran alrededor de la comunidad y/o organizaciones. Estos proyectos e iniciativas buscan como foco central la descentralización cultural, la dinamización del sector en hombres y mujeres. Cita que manifiesta con mucha alegría la ministra de las Cultura de las Artes, Carolina Arredondo, gracias a los resultados obtenidos luego de esta convocatoria:

“Con estos resultados seguimos avanzando en el fomento a la creación y cumpliendo con los ejes que nos propusimos para esta convocatoria: la descentralización y la territorialidad de los proyectos, la dinamización del sector y el empleo cultural, y la reducción de las brechas de género en los equipos de trabajo.

Uno de los focos de Fondos Cultura 2024 fue profundizar la descentralización y la territorialidad de los proyectos seleccionados. En este ámbito, las 44 líneas de la convocatoria adjudicaron \$18.665 millones a 1.489 iniciativas de regiones distintas a la Metropolitana, representando el 58,6% de los recursos y el 63,2% de los proyectos. En todas las regiones (16) y comunas (346) del país se ejecutarán iniciativas.”

Político

En octubre de este 2024, Chile vivirá un proceso de elecciones de alcaldes, concejales, cores y gobernadores, panorama que puede cambiar los presupuestos económicos de ciertos municipios que tienen tendencia en apoyar esta materia, en caso de no ser electos.

Por otra parte, en el ámbito nacional, desde que se encontraba en campaña electoral en el 2021, el presidente Gabriel Boric manifestó a viva voz su compromiso con el arte y la cultura. En su plan de gobierno propuso duplicar el presupuesto del Ministerio de las Culturas y la Artes, para llegar al 1% del presupuesto público, creando puntos de cultura en todo el país, para que colectivos artísticos, sitios de memoria, comunidades, clubes, organizaciones barriales y otros puedan articularse:

“Buscamos generar una nueva alianza entre el Estado y la sociedad civil organizada, en todo el país, para valorizar el aporte del trabajo cultural al desarrollo social del país y garantizar condiciones básicas dignas. Proponemos transformaciones democratizadoras en la institucionalidad actual, y fomentar una educación artística integral que permita la circulación de saberes y conocimientos sensibles hoy invisibilizados por programas y mallas curriculares orientadas a la competencia”, consignó el actual presidente.

(Fuente: Programa de Gobierno “Apruebo Dignidad”).

Este 2024, en su tercera cuenta pública, el presidente Gabriel Boric reafirmó su compromiso y promesa de campaña de entregar el 1% del presupuesto económico para el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio por los próximos dos años. Esto permitirá entregar financiamiento directo y no concursable a ferias,

festivales y agrupaciones de trayectoria aprobada por más de 10 años, como, por ejemplo: a la Orquesta de Niños del Altiplano en Antofagasta, el Festival de Jazz en Valparaíso, la Bibliolancha en Chiloé, la Furia del Libro de Santiago, Cielos del Infinito en Magallanes, Teatro Puerto en Coquimbo o el Festival Internacional de Cine de Valdivia, por mencionar algunos ejemplos.

(Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Chile).

Con la inyección económica que aplicó el gobierno a esta entidad cultural, también se ampliará la oferta de cultura al servicio de recuperar los barrios, algo fundamental para la construcción de una nueva cohesión social.

Además, se creará un pase cultural que será entregado a jóvenes que están por cumplir los 18 años y a las personas mayores que tienen la PGU al cumplir 65 años, recibirán una tarjeta con \$50.000 pesos para que sean utilizados en: salas de cine, teatros y/o librerías, con el objetivo principal de fomentar la cultura y el arte, además de reactivar la industria cultural.

Tecnológico:

La irrupción y penetración de los smartphones, y también el creciente uso de servicios de streaming, es un punto positivo ya que los avances tecnológicos han sido una constante en la historia de la música y las artes escénicas, por las posibilidades que ofrecen para encontrar nuevas formas de expresión así como de enriquecer las experiencias estéticas y las sensaciones de la audiencia.

Las innovaciones tecnológicas han modificado las cadenas de valor de la música y las artes escénicas, generando nuevos modelos de negocio, innovando en la comunicación con sus audiencias y haciendo más eficientes sus procesos organizativos. Es así cómo se han creado tipos de tecnología para que las personas puedan disfrutar de una mejor manera este ámbito con: movimientos corporales en efectos sonoros y de iluminación, la tecnología Kinect cuyas proyecciones visuales reaccionan a movimientos corporales, danzas estereoscópicas, mapping en 3D, uso de drones o robots, videos en 360 grados, realidades virtuales y aumentadas, o

incluso la incorporación de hologramas para traer a la vida personajes en presentaciones en vivo.

Presentaciones que quedan reflejadas en el país, cuando se desarrolla el Festival Teatro a Mil, en donde se visualizan todos este tipo de tecnología, que hacen que la comunidad y/o usuarios vivan de una forma diferente un espectáculo cultural.

En Chile cada vez es más frecuente ver este tipo de instancia, en donde se arma un shows el cual va en movimiento, con diversos efectos y recorriendo diferentes puntos de la comunidad dentro de su mismo barrio.

Y así cómo, muchos no pueden ser parte de ellos pueden seguirlo a través de las redes sociales, los cuales son los principales canales de difusión para que las personas también disfruten y se diviertan de una entretención desarrollada en las calles con determinadas obras.

Social

Según cifras del Censo de Población y Vivienda en Chile de 2017, Paine posee una población de 72.759 habitantes, lo que equivale al 1.02% de la totalidad de habitantes en la Región Metropolitana. (Fuente: Censos de Población y Vivienda, Proyecciones de Población, INE)

Su población está compuesta principalmente por las personas que pertenecen a los tramos etarios entre los 45 y 65 años (19,31%) y entre los 30 y 44 años (18,99%). A ellos les siguen los tramos entre los 15 a 29 años (18,56%), 0 a 14 años (17,5%) y las personas de 65 o más años (8,36%).

La principal actividad económica de Paine es la agricultura, con una gran producción de hortalizas, frutas y verduras que se distribuyen en la Región Metropolitana y parte del sur de Chile, lo que permite que gran parte de su población se desempeñe laboralmente en campos y fundos pertenecientes a empresas del sector.

Es importante destacar que actualmente en Paine aún se conservan tradiciones del ámbito rural, donde se intenta rescatar y promover las diferentes costumbres campesinas que han forjado a la comuna a lo largo de los años.

Algunos ejemplos de ello son las siguientes festividades que se celebran en la comuna hasta el día de hoy como la Expo Paine Rural, Festividades religiosas, Fiestas Patrias Criollas, lo que demuestra que es una cultura más campestre y que a la vez explica ciertos comportamientos de la sociedad con las actividades.

Es por eso que, se destaca que debe existir un desarrollo cultural dentro de la sociedad, ya que la función principal que se busca en este ámbito, es que este tipo de espacios sean puntos de encuentros y, también un pilar fundamental en el desarrollo cultural local y regional, cosa que prevalece, pero que debe continuar en la identidad de las personas.

Es por eso que las comunidades que se encuentran en las diferentes regiones de Chile, siempre necesitan espacios de recreación, ya que estos aportan diversidad, no solo en su infraestructura, sino que en los territorios en donde se encuentran ubicados, que son las comunidades. Es por eso, que las diferentes corporaciones o centros culturales: “son puntos de encuentros”, que se enfocan en ofrecer una variada y multidisciplinaria oferta cultural, para ampliar sus audiencias y así profundizar los vínculos con las comunidades.

g. Descripción del contexto digital y tecnológico

El Centro Cultural de Paine cuenta con diferentes canales y herramientas digitales para informar a la comunidad y compartir sus actividades, como Instagram y Facebook, principalmente, además de su propio sitio web.

A ellos se les suma YouTube y “X” (ex Twitter), plataformas que se encuentran sin publicaciones desde hace más de 1 y 7 años, respectivamente. El mailing, envío de newsletter y grupos de WhatsApp, también forman parte del ecosistema digital del Centro Cultural para informar a sus audiencias.

Una presencia en canales digitales e informativos importantes a la hora de proyectar un propósito en una próxima estrategia, para que, de esta forma, como describen Ferrer, M. Aguirre, E. & Méndez, R (2020), se puedan aportar “ideas acerca de cómo aprovechar los canales activos para alcanzar los objetivos comerciales de la marca, a través de un producto que ofrezca una grata experiencia de usuario”.

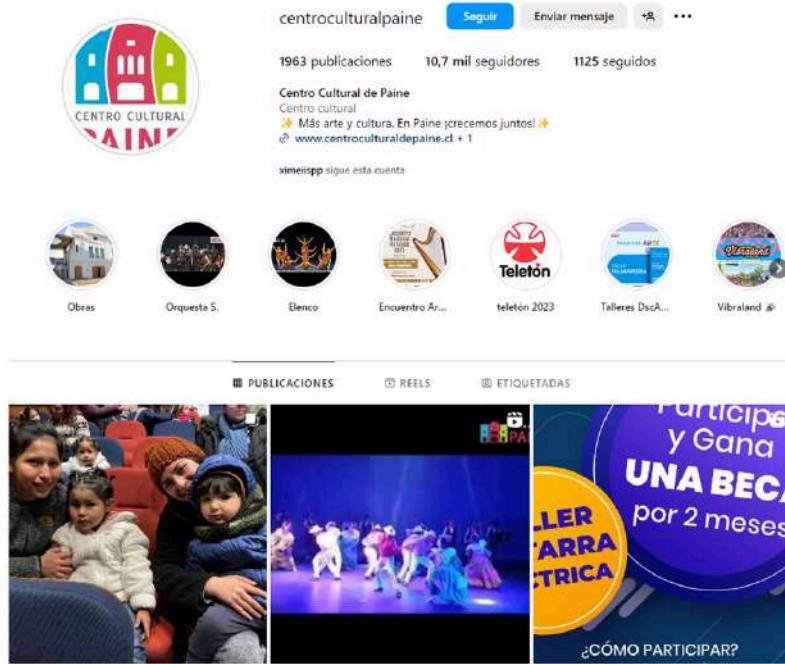
Instagram @centroculturalpaine

Es la red social con mayor actividad del Centro Cultural con un promedio de cuatro publicaciones semanales. Posee 10.700 seguidores, 1.102 cuentas seguidas y casi 2 mil publicaciones en total, en las que destaca información sobre su programación, actividades realizadas y afiches sobre nuevas funciones.

Durante el 2024, sus vídeos han alcanzado más de 480 mil reproducciones, en la que se observan transmisiones en vivo, promociones de eventos y las diferentes actividades que se realizan durante la semana.

En su perfil se aprecia la frase “Más arte y cultura. En Paine ¡crecemos juntos!” y se adjunta un enlace que te dirige a su sitio web. En sus historias destacadas se comparten registros de obras de teatro, actividades y talleres, principalmente.

Sus publicaciones cuentan con un promedio de 40 likes y usualmente tienen más de un comentario. La descripción de las imágenes y vídeos suelen ir acompañadas de una mención a la cuenta de Instagram de la Municipalidad de Paine y también a la de su alcalde, Rodrigo Contreras.



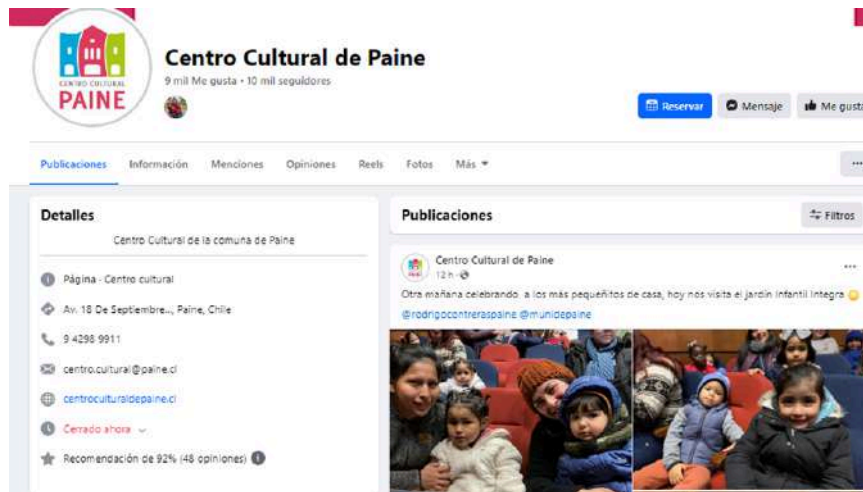
Perfil de Instagram del Centro Cultural de Paine.

Facebook @centroculturalpaine

Cuenta con 10 mil seguidores y en su perfil destacan datos de contacto, horario de atención y la ubicación geográfica de sus instalaciones.

En cuanto a sus publicaciones, básicamente son una réplica del contenido que se comparte en Instagram, tanto en foto como en vídeos.

Sus publicaciones tienen un promedio menor al de Instagram, pero suele mantener el nivel de interacción y comentarios. También posee un enlace directo al sitio web oficial.



Perfil de Facebook del Centro Cultural de Paine.

Sitio web (<https://www.centroculturaldepaine.cl/>)

Con registro en NIC Chile desde el 25 de noviembre de 2015, cuenta con información relevante y detallada sobre la oferta cultural que posee el centro, programación, horarios y lugares.

Del mismo modo, cuenta con la información detallada de los diferentes talleres artísticos y culturales que imparte en sus instalaciones, datos de sus profesores, valores mensuales, horarios semanales, entre otros.

Mantiene una sección para ponerse en contacto, enlaces a sus redes sociales y botones que permiten realizar donaciones de dinero de manera única o mensual.



Home del sitio web del Centro Cultural de Paine.

YouTube @centroculturaldepaine7436

Es una de las redes sociales con mayor abandono del Centro Cultural. Tiene tres seguidores y dos vídeos que fueron publicados hace más de un año: uno con duración de 28 segundos, que incentiva a realizar aportes económicos a través del sitio web.

Es el resumen de la jornada de una actividad llamada “Vibraland Music”, en la que se presentan diferentes artistas musicales, con una duración total de tres minutos y 21 segundos.



Feed del canal de Youtube del Centro Cultural de Paine.

“X” (ex Twitter) @CCulturalPaine

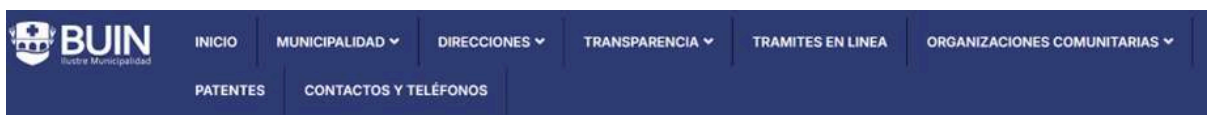
Es por lejos la red más inactiva del Centro Cultural. Fue creada en noviembre de 2015 y tiene 43 seguidores. Tiene solo cuatro publicaciones y la última de ellas data del 18 de mayo de 2017, en la que se informaba sobre la programación y horarios de una obra de teatro musical.



Perfil de "X" (ex Twitter) del Centro Cultural de Paine.

Contexto digital de competidores

Al analizar los canales digitales y redes sociales del Centro Cultural de Buin, señalado como el principal competidor del Centro Cultural de Paine, se puede apreciar que no cuenta con un sitio web propio, más bien posee un espacio dentro de la página de la Municipalidad que permite comprar entradas para la cartelera de su teatro municipal.



Cartelera Centro Cultural Buin



Sección para el Centro Cultural de Buin en el sitio web de la Municipalidad.

Actividades Teatro Municipal 04 de Agosto

Pincha sobre cada imagen para reservar entradas

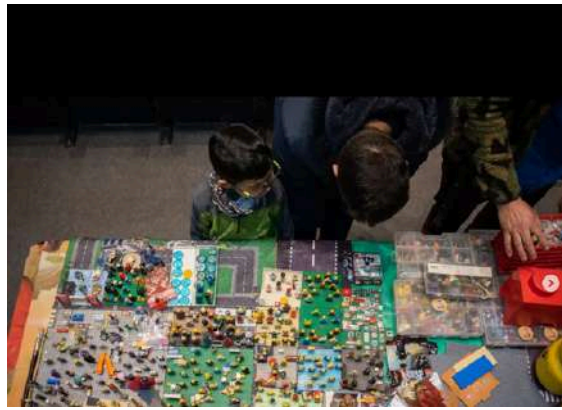


Cartelera y venta de entradas para el Centro Cultural de Buin en el sitio web de la Municipalidad.

Por otro lado, el Centro Cultural de Buin tampoco cuenta con redes sociales propias, ya que comunica sus actividades y funciones por medio de los canales digitales de oficiales de la Municipalidad [@munibuin2024](https://www.instagram.com/munibuin2024) o de la cuenta perteneciente a la Dirección de Desarrollo Social de la comuna (DIDECO) [@dideco_buin](https://www.instagram.com/dideco_buin), lo que genera una amplia diferencia y desventaja respecto al trabajo realizado por el Centro Cultural de Paine.

La ausencia digital por parte del Centro Cultural de Buin provoca una escasez de información sobre la gestión que realizan en su comuna y al mismo tiempo, limita la interacción y horizontalidad entre la organización y su propia comunidad, ya que no existe ninguna referencia en redes sociales para comunicarse, enviar un mensaje o realizar una consulta.

En ese sentido, se valora lo hecho por el Centro Cultural de Paine, que a pesar de sus propias limitaciones y la carencia de un profesional de las comunicaciones que se dedique a cumplir esta labor, mantienen vigentes sus dos principales redes sociales para informar a los vecinos y visibilizar su gestión.



Perfil de Instagram de la Municipalidad de Buin con información del Centro Cultural de su comuna.



Perfil de Instagram de la DIDECO de Buin con información del Centro Cultural de su comuna.

Tecnológico

En materia de tecnología, ante la irrupción de las plataformas de streaming como Netflix, Disney+, Apple TV, entre otros, los Centros Culturales y en general las organizaciones que producen eventos y actividades, se han visto afectadas ante la contundente oferta de series, películas y producciones cinematográficas que ofrecen estas mega compañías.

El fácil acceso y el soporte multiplataforma como los smartphones y computadores, desde la comodidad del hogar o cualquier lugar del mundo, generan desinterés y poca voluntad en la población para asistir a otro tipo de panoramas en recintos públicos o privados. Si se considera, además, la extensión geográfica de Paine y sus distancias considerables desde las zonas rurales al centro de la comuna, es probable que la comunidad prefiera quedarse en casa y navegar por una cartelera infinita que ofrecen las plataformas de streaming.

Conclusiones

El Centro Cultural de Paine mantiene presencia en diferentes canales y herramientas digitales para informar a la comunidad, donde los más potentes son su Instagram y Facebook.

A pesar de no contar con un profesional dedicado exclusivamente a administrar las comunicaciones y redes sociales, el Centro Cultural cumple con la tarea de entregar la información a sus vecinos, pero no posee una mayor retroalimentación de los resultados y el impacto de estas gestiones, que le permita considerar puntos a mejorar y la implementación de otro tipo de formatos a la hora de comunicar.

Por otro lado, no posee una mayor amenaza en el área digital ante su similar de Buin, debido a que este no cuenta con sus propias redes sociales y su información se pierde a la hora de publicar los canales oficiales de la Municipalidad o de la cuenta perteneciente a la Dirección de Desarrollo Social de la comuna.

Si bien es recomendable que el Centro Cultural de Paine integre a un profesional de las comunicaciones que se dedique exclusivamente a estas labores, hoy no es un conflicto de extrema urgencia para la organización.

2. OBJETIVOS

Justificación

El Centro Cultural de Paine surgió con la necesidad de “fomentar la creación artística, la participación ciudadana, la formación de audiencias, el patrimonio cultural y la interculturalidad en la comuna”, para mejorar la calidad de vida de sus habitantes facilitándoles el acceso a la cultura y el arte.

Para ello, hoy cuenta con un presupuesto que les permite ofrecer una nutrida cartelera de espectáculos y múltiples talleres, presentes durante todo el año, que

entrega acceso constante y permanente a la cultura y el arte en la comuna para todos sus habitantes.

También posee instalaciones adecuadas para desarrollar el trabajo que realizan a lo largo del año y para la asistencia de las diversas audiencias. Además, el Centro Cultural está presente en las localidades rurales de la comuna con múltiples actividades, lo que se suma a la utilización de los diferentes espacios públicos que permiten rescatar y promover el patrimonio comunal.

Hoy el Centro Cultural es el principal motor en el acceso a la cultura y el arte en Paine, sin embargo, no ha establecido un vínculo sólido y permanente con los diferentes grupos y organizaciones sociales existentes en la comuna, que le permita estrechar relaciones con su población.

Es necesario trabajar en la forma en que el Centro Cultural se relaciona con su entorno social e integra a sus habitantes, para que se posicione en su entorno como un agente importante en el desarrollo comunal y en la integración social, por lo que la comunicación estratégica y digital será relevante para solucionar este problema.

¿Qué se busca?

Con el presente plan se busca entregar al Centro Cultural las herramientas para construir un vínculo más sólido y cercano con los habitantes de Paine, comenzando por sus vecinos y estudiantes.

Al mismo tiempo, se espera que, con diferentes acciones en materia de relaciones públicas y comunicación digital, el Centro Cultural fortalezca su imagen y sea reconocido como el espacio cultural para todos.

Objetivos corporativos:

Proyectar al Centro Cultural de Paine como organismo que genera comunidad en Paine a través de la cultura y el arte, que otorga oportunidades y alternativas para su bienestar y el empleo del tiempo libre.

Objetivos comunicacionales:

- Reforzar la imagen del Centro Cultural de Paine hacia los vecinos como un agente de integración social y participación ciudadana.
- Vincular el Centro Cultural de Paine con las comunidades educativas de la zona urbana.

PROPUESTA ESTRATÉGICA

a. Issues o asuntos críticos:

1. Ausencia de un plan de trabajo en materia de comunicaciones y relaciones públicas. El equipo del Centro Cultural de Paine hoy no cuenta con un profesional especialista en el área, sus trabajadores tampoco poseen el conocimiento necesario ni las herramientas adecuadas que le permitan establecer un vínculo sostenible con su comunidad.
2. Carece de un discurso sociocultural que sea coherente con la identidad del Centro Cultural y que potencie su imagen. Tampoco cuenta con voceros o portavoces que, a través de sus experiencias o testimonios, den cuenta de la importancia que ocupa el Centro Cultural y el rol social que cumple entre los habitantes de la comuna.
3. No comunica información ni datos de forma abierta sobre la participación ciudadana en la oferta cultural que entrega el Centro y el número de beneficiarios de los talleres que imparte durante el año. Esto podría permitirles generar un mayor impacto en su entorno y también disipar posibles dudas o especulaciones respecto al trabajo que realiza.
4. Existe una distancia y desconocimiento entre las organizaciones comunales que existen en la comuna, tales como JJVV, organizaciones educativas y

organizaciones artísticas. Esto genera que estas entidades no conozcan el trabajo que ejecuta el Centro Cultural, además de las diferentes actividades que ofrecen para la comunidad.

5. Las grandes distancias que existen entre el Centro Cultural y los diferentes sectores de Paine, debido a la gran extensión geográfica de la comuna, sumado a la mala locomoción colectiva hacia las zonas rurales, imposibilita que las personas de localidades más apartadas puedan participar de talleres y/o obras de teatro que realiza el Centro Cultural a la comunidad.
6. Problemas de coordinación de espacios, debido a que el Centro Cultural debe facilitar instalaciones al municipio para el desarrollo de diferentes actividades como seminarios, congresos, talleres, entre otros. Esto dificulta el acceso a los espacios para las organizaciones artísticas, culturales y establecimientos educacionales de la comuna en diferentes horarios.

Estrategia:

Construir un ecosistema entre el Centro Cultural de Paine y su comunidad con más instancias de diálogo y coordinación en el uso de espacios, enfocado en fortalecer su vínculo con las juntas de vecinos y los estudiantes de la comuna.

Concepto:

Acercar el Centro Cultural a los vecinos y estudiantes de la comuna, reforzando su propuesta de valor y sus comunicaciones bajo el concepto “El espacio de todos”, que permita generar vínculos que perduren en el tiempo con sus habitantes y visibilice su contribución con ellos, esto a través de la creación de nuevas instancias de encuentro, cercanía y reconocimientos, que generen interés en la comuna y se transforme en una tradición, independiente de la dirección del Centro Cultural o de la administración municipal.

Mensajes claves:

- Centro Cultural de Paine, el espacio de todos los paininos
- Centro Cultural de Paine, formando a los nuevos talentos artísticos de nuestra comuna.
- Acércate con tu junta de vecinos y/o establecimiento educacional y conoce todos los beneficios que el Centro Cultural de Paine tiene para ustedes.
- Participa en uno de los más de 20 talleres que el Centro Cultural de Paine tiene para ti y transforma tu tiempo libre en tiempo de calidad.
- Centro Cultural de Paine, un lugar de encuentro, diálogo y vecindad.

Definición de audiencias:

Luego de analizar los antecedentes del Centro Cultural y el trabajo que realiza hoy para generar un mayor interés en su oferta, una relación sólida con la comunidad y aumentar su participación, se definió que las audiencias que hay que intervenir y potenciar son las diferentes juntas de vecinos y los estudiantes de los establecimientos educacionales de la zona centro de Paine, vínculo que hoy no existe y que provoca una sensación de distancia institucional.

Lo anterior se debe a que su testimonio es valioso para la atracción de nuevas audiencias y posee una mejor recepción en la comunidad, ya que la señal que se da hacia el público externo produce un mejor impacto si viene de alguien cercano o conocido, como un amigo, un familiar o un vecino. De todas formas, hay que fortalecer la forma de comunicar y el mensaje que quiere entregar el Centro Cultural para cumplir con sus objetivos.

Mapa de stakeholders/matriz de poder:

PODER	ALTO	Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Gobierno Regional Metropolitano, medios de comunicación.	Municipalidad de Paine, alcalde, directorio del Centro Cultural, Contratoría General de la República.
	BAJO	Otros Centros y/o Corporaciones Culturales de la región, empresas privadas cercanas a la comuna o con interés en ella.	Gestores culturales y profesores del Centro, alumnos de los talleres que se imparten, apoderados, habitantes de Paine urbano y rural, organizaciones comunitarias y sociales.
			BAJO
INTERÉS			

Propuestas y definición de acciones:

9. ÁREAS DE ACCIÓN Y ACCIONES A REALIZAR SEGÚN OBJETIVOS

Objetivo 1

- Reforzar la imagen del Centro Cultural de Paine hacia los vecinos como un agente de integración social y participación ciudadana.

Áreas de acción: Relaciones Públicas

Las siguientes acciones pretenden crear un primer punto de acercamiento formal entre el Centro Cultural de Paine y las diferentes juntas de vecinos presentes en su zona urbana, vínculo que hoy no existe y que provoca una sensación de distancia institucional. Estas acciones permitirán establecer una relación más estable y una comunicación más fluida entre el Centro Cultural y sus vecinos, para que potencie su oferta de valor, mejore su imagen y sea percibido como un aliado y una institución cercana, que se involucra positivamente con la comunidad y conoce sus deseos.

Acciones a realizar:

- 1) Identificar las juntas de vecinos de Paine urbano y elaborar un mapa con sus integrantes.

Se deberá gestionar la información con la oficina de organizaciones comunitarias del municipio para reconocer sus nombres, ubicaciones y representantes.

Con el registro de estos datos se realizarán los primeros acercamientos con las 6 juntas de vecinos de Paine Centro más cercanas al Centro Cultural, como lo son Villa Las Américas, Villa Los Ríos, Padre Mateo, Altos de Cantillana, Moreira Castillo y 18 de septiembre.

- 2) Generar reuniones con 6 juntas de vecinos señaladas, con una de ellas por mes, para conocer sus propuestas y conocer a sus líderes e integrarlos como embajadores culturales.

Se contactará a los respectivos presidentes para organizar las reuniones en el Centro Cultural o en las sedes de las juntas de vecinos, en las que se dialogará y registrarán en un documento las ideas y propuestas.

Esta información será de mucho valor para enfocar el trabajo que realiza el Centro Cultural en las principales necesidades de sus habitantes y que sea reconocido como una institución que es parte de su comunidad.

Ilustración de acciones área relaciones públicas



- 3) Generar una charla informativa con 6 juntas de vecinos para comunicar sobre el trabajo que desarrolla el Centro Cultural, escuchar sus intereses y recoger sus propuestas.

Áreas de acción: Comunicación digital

Las acciones en esta materia se enfocarán en establecer un vínculo comunicativo en los principales canales de comunicación digital que posee el Centro Cultural con las juntas de vecinos y los habitantes de la comuna que tienen presencia digital, en WhatsApp, Instagram y Facebook, que permita visibilizar con mayor sentido y frecuencia las actividades más relevantes y destacadas en beneficio de los vecinos.

A pesar de que existe una labor de informar a través de las redes sociales descritas, actualmente el Centro Cultural no posee un plan de comunicación digital ni criterios profesionales que les permitan medir el impacto del trabajo que realizan en esta materia.

Tampoco posee línea directa con los representantes de las juntas de vecinos y sus integrantes, que le entreguen un parámetro del alcance de sus informaciones y conocer los intereses de los habitantes de la comuna.

Acciones a realizar:

- 1) Crear un grupo de WhatsApp con las juntas de vecinos de Paine Centro y sus miembros, para entregar información de interés sobre las

actividades que realiza el Centro Cultural semanalmente.

- 2) Elaboración de una grilla de 30 días para Instagram y Facebook, que permita organizar, proyectar y medir el alcance de las publicaciones del Centro Cultural en estas redes sociales, que además contemple 6 efemérides destacables que permitan reforzar su imagen y cercanía hacia los vecinos.
- 3) Creación de la campaña digital “¿Qué se hace en Paine?”, que informará durante 6 meses con dos publicaciones semanales en Instagram, Facebook y WhatsApp, sobre las actividades y talleres más relevantes hechos y por realizar en el Centro Cultural, a través de fotografías, registros audiovisuales y elaboración de gráficas ilustrativas.
- 4) Elaboración de una nota web por mes con la noticia más destacada del Centro Cultural de Paine en los últimos 30 días, que sea publicada a través de su sitio web y difundida por los grupos de WhatsApp de las Juntas de Vecinos, además de Facebook e Instagram.

Ilustración de acciones área comunicación digital



- 1) Grupo de Whatsapp con las juntas de vecinos de Paine Centro y sus miembros



3) Campaña digital “¿Qué se hace en Paine?”, que informará en Instagram, Facebook y Whatsapp, sobre las actividades y talleres más relevantes hechos y por realizar en el Centro Cultural.



5) Elaboración de una nota web mensual con la noticia más destacada del Centro Cultural de Paine en los últimos 30 días, publicada en su sitio web.

Áreas de acción: Medios de comunicación

Con esta acción se pretende aumentar el alcance informativo del Centro Cultural en Paine y que más vecinos de la comuna conozcan sobre las actividades y el trabajo que este realiza en su beneficio, principalmente en tres fechas relevantes de su calendario, debido al impacto e interés que generan en los habitantes, como lo son el “Teatro a Mil”, que trae espectáculos culturales para que la comunidad viva y disfrute de experiencias inolvidables a través de múltiples expresiones artísticas y que convoca a más de tres mil personas. Por otra parte, en marzo se realiza la presentación de los nuevos talleres culturales y artísticos impartidos por el Centro Cultural y la celebración de un nuevo aniversario de la comuna en mayo.

Acciones a realizar:

- 1) Gestionar entrevistas radiales en radio “Golondrina” en los meses de enero, marzo y mayo y otras escritas en la revista “Todo Paine”, en los mismos meses mencionados anteriormente, con el propósito de que la directora del Centro Cultural informe a los vecinos sobre las actividades e intervenciones a realizar por parte de la organización con el desarrollo del festival al aire libre “Teatro a Mil” en Paine (enero), la presentación de la nueva parrilla de talleres semestrales (marzo) y las actividades con motivo del aniversario de la comuna (mayo) y el día de los patrimonios (mayo).

Ilustración de acciones área medios de comunicación



- 2) Gestionar entrevistas radiales con el propósito de que la directora del Centro Cultural informe a los vecinos sobre las actividades destacadas.

Objetivo 2

- Vincular el Centro Cultural de Paine con las comunidades educativas de la zona urbana.

Áreas de acción: Relaciones Públicas

Con estas acciones se busca crear, fortalecer y promover una relación más cercana y presente con los establecimientos educacionales de Paine, algo que no existe en la actualidad, y que permita construir un vínculo sólido y permanente con sus actores, a través del diálogo, la promoción de actividades y la habilitación de las instalaciones del Centro Cultural en beneficio de estas comunidades.

Acciones a realizar:

- 1) Generar tres diálogos informativos, uno por mes, sobre el trabajo y oferta del Centro Cultural con 40 estudiantes de enseñanza media de tres establecimientos educacionales de la zona urbana de Paine, que se encuentran cercanos (Colegio María Ana Mogas, Liceo Enrique Bernstein y Liceo Alemania), en donde se capturarán sus impresiones, sugerencias e incorporarán recomendaciones.
- 2) Creación del “Festival Juvenil de Talentos”, a realizarse en mayo en el Teatro Municipal con motivo del aniversario de la comuna, que posea la participación de estudiantes de Paine, permitiéndoles ensayar y utilizar las instalaciones del Centro Cultural para incentivar el desarrollo del arte y la cultura.

Para ello se realizarán los contactos con los directores de los establecimientos educacionales presentes en la comuna para crear la convocatoria de estudiantes.

Se crearán las bases del festival y se designarán los premios económicos que se entregarán a los ganadores y los reconocimientos para los participantes. Una vez seleccionados los estudiantes a participar, se

organizarán los horarios y espacios para que puedan ensayar en el Centro Cultural y preparar sus presentaciones.

Se realizará una campaña informativa en las redes sociales del Centro Cultural y la convocatoria para la asistencia al “Festival Juvenil de Talentos”. Se deberá elaborar un libreto y definir el orden de las presentaciones de los participantes.

- 3) Creación de la “Gala de los mejores”, a realizarse en junio en el Teatro Municipal, que consiste en una ceremonia de premiación para 50 estudiantes destacados de cinco establecimientos educacionales de la zona urbana de Paine (Colegio María Ana Mogas, Liceo Enrique Bernstein, Liceo Alemania, Liceo Paula Jaraquemada y Colegio Santa María de Paine, 10 estudiantes por establecimiento), en las áreas de la cultura, música, arte y deporte.

Se deberá seguir la estructura similar del “Festival Juvenil de Talentos” con los establecimientos educacionales señalados, en este caso será una ceremonia de reconocimiento y no una instancia de participación.

Ilustración de acciones área relaciones públicas



- 1) Diálogos informativos sobre el trabajo y oferta del Centro Cultural con estudiantes de enseñanza media de establecimientos educacionales de la zona urbana de Paine.



- 2) Ensayos para el “Festival Juvenil de Talentos”, a realizarse en mayo en el Teatro Municipal con motivo del aniversario de la comuna, con la participación de estudiantes de Paine.



3) Creación de la “Gala de los mejores”, ceremonia de premiación para estudiantes destacados de establecimientos educacionales de la zona urbana de Paine en las áreas de la cultura, música, arte y deporte.

Áreas de acción: Comunicación digital

Las siguientes acciones continúan en la línea de mantener un flujo de comunicación digital informativo por parte de la organización, a través de su Instagram y Facebook, sobre la oferta cultural existente y la disponibilidad para utilizar sus diferentes instalaciones. En este caso, enfocados en la experiencia y testimonios de sus profesores, talleristas y alumnos, que incentiven a los estudiantes de Paine a involucrarse con las actividades del Centro Cultural.

Acciones a realizar:

- 1) Creación de la campaña digital “Vamos al Centro Cultural”, que informará durante 6 meses, una vez a la semana, en Instagram y Facebook sobre cómo solicitar sus instalaciones disponibles (Teatro, Sala Patrimonial, Sala multidisciplinaria, Sala de música, Estudio de

grabación), por medio de cápsulas audiovisuales y la elaboración de gráficas ilustrativas.

- 2) Elaboración de 6 vídeos testimoniales, 1 por mes, con profesores, alumnos, beneficiarios y asistentes al Centro Cultural de Paine, que den cuenta de su experiencia participando de sus actividades y recomienden su vinculación con la organización.

Ilustración de acciones área comunicación digital



- 1) Campaña digital “Vamos al Centro Cultural”, que informará durante sobre cómo solicitar las instalaciones disponibles del Centro Cultural (a la izquierda) y 2) vídeos testimoniales con profesores, alumnos, beneficiarios y asistentes al Centro Cultural de Paine, que den cuenta de su experiencia participando de sus actividades y recomienden su vinculación con la organización (a la derecha).

3.- Medición de Resultados:

Los indicadores contemplados en la tabla de resultados tienen como objetivo registrar y medir las acciones enfocadas en concretar un primer acercamiento por parte del Centro Cultural de Paine con sus vecinos y estudiantes de la comuna, que permitirán vincular a la organización con los habitantes de su territorio y visibilizar su trabajo para el desarrollo de la cultura en la comuna.

Durante el primer año de trabajo se busca crear los vínculos que hoy el Centro Cultural no posee con sus vecinos y estudiantes, fortalecer su nueva relación y que prevalezca en el tiempo, además de mejorar su imagen respecto a la percepción que hoy los vecinos tienen de él.

El presente Plan de Comunicación medirá su efectividad mediante los indicadores de KPI que se detallan a continuación para los dos objetivos comunicacionales descritos.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES	ÁREAS DE ACCIÓN	ACCIONES	ACTIVIDADES	TIEMPO	KPI
Habilitar la imagen del Centro Cultural de Paine hacia los vecinos como un agente de integración social y participación ciudadana	Relaciones Públicas	Identificar las juntas de vecinos de Paine urbano y crear una base de datos con sus integrantes.	- Contactar a los 60 presidentes de las Juntas de Vecinos de Paine Urbano. Crear un excel con la cantidad de miembros, sus nombres, datos y contactos.	4 semanas	Dejar establecido por medio de un documento firmado, que se realice un primer acercamiento con las JUV, sea a través de una carta firmada o a través de un e-mail enviado por parte del Centro Cultural.
		Generar una charla informativa con 6 juntas de vecinos: Villa Los Américos, Villa Los Ríos, Padre Matco, Alto de Camilana, Morera Castillo y 18 de Septiembre, con una de ellas por mes, para comunicar sobre el trabajo que desarrolla el Centro Cultural, escuchar sus intereses y recoger sus propuestas.	- Definir contenidos y mensajes de la presentación. Organizar fechas de reuniones con las Juntas de Vecinos.	6 semanas	Firma de un compromiso por cada presidente de la Junta de Vecinos que representa para dar establecido los acuerdos en los que se llegaron en las charlas desarrolladas y/o beneficios que acelerarán dentro del Centro Cultural.
	Comunicación digital	Crear un grupo de Whatsapp con las juntas de vecinos de Paine Centro y sus miembros, para entregar información de interés sobre las actividades que realiza el Centro Cultural semanalmente.	- Coordinar con los presidentes de las juntas de vecinos la integración de sus miembros a los grupos de Whatsapp.	1 semana	Crear grupos de Whatsapp con las 60 Juntas de Vecinos que se encuentran en Paine centro, pero que solo el presidente de la JUV sea la persona encargada de enviar la información sobre las actividades que se ejecutan en el C.C. y así ir llegando a las personas que van consultando acerca de las actividades que se están ofreciendo.
		Elaboración de una grilla de 30 días para Instagram y Facebook, que permita organizar, proyectar y medir el alcance de las publicaciones del Centro Cultural en estas redes sociales, que además contemple elementos visuales que permitan reforzar su imagen y cercanía hacia los vecinos.	- Contactar, entrevistar y contratar a periodista por 1/2 jornada mensual. Contratar a diseñador o diseño para la creación de gráficas de 8 elementos.	2 semanas	Creación de la grilla propuesta. Aumentar el alcance de las publicaciones de Instagram y Facebook en un 20%. Y también el 100% de las publicaciones que van enfocadas con elementos entorno a la identidad local de la comuna de Paine.
		Creación de la campaña digital "¿Qué se hace en Paine?": que iniciará durante 6 meses con dos publicaciones semanales en Instagram, Facebook y Whatsapp, sobre los actividades y talleres más relevantes hechos y por realizar en el Centro Cultural, a través de fotografías, registros audiovisuales y elaboración de gráficas ilustrativas.	- Creación de la campaña por parte del periodista contratado.	24 semanas	Incrementar la cantidad de visualizaciones en las publicaciones de Facebook e Instagram, en 25% al promedio de interacciones que se generan entre ambas, por mes según el promedio desarrollado y el tiempo que duró esta campaña que son 6 meses.
		Elaboración de una nota web por mes con la noticia más destacada del Centro Cultural de Paine en los últimos 30 días, que sea publicada a través de su sitio web y difundida por los grupos de Whatsapp de las Juntas de Vecinos, además de Facebook e Instagram.	- Redacción de la nota web por parte del periodista contratado.	8 semanas	Creación de la nota web y publicación, que posea un alcance de al menos 1.000 visitas mensuales, equivalente en promedio al 10% de los seguidores en Instagram y Facebook, incrementando el número de seguidores en ambas redes sociales.
	Medios de comunicación	Realizar entrevistas radiales en radio "Golondrina" en los meses de enero, marzo y mayo y diez emisiones en la revista "Todo Paine", en los mismos meses mencionados anteriormente, con el propósito de que la directora del Centro Cultural informe a los vecinos sobre las actividades e intervenciones a realizar por parte de la organización con el desarrollo del festival al aire libre "Teatro a Mil" en Paine febrero, la presentación de la nueva pantalla de talleres semestrales (marzo) y las actividades con motivo del aniversario de la comuna (mayo) y el día de los peñoneros (mayo).	- Contactar a la radio Golondrina y gestionar las entrevistas. Contactar a la revista Todo Paine y gestionar las entrevistas.	4 semanas	Concretar al menos el 50% de las entrevistas radiales propuestas en la radio local "Golondrina" (50% en total). Publicación de al menos 2 de las 3 entrevistas propuestas en la revista local "Todo Paine" (66,6%).
		Generar tres diálogos informativos, uno por mes, sobre el trabajo y oferta del Centro Cultural con 40 estudiantes de enseñanza media de tres establecimientos educacionales de la zona urbana de Paine, que se encuentren en cercanos (Colegio María Ana Rojas, Liceo Enrique Bernsten y Liceo Alemania), en donde se capturarán sus impresiones, sugerencias e incorporarán recomendaciones.	- Definir contenidos y mensajes de la presentación. Organizar fechas de reuniones con los establecimientos educacionales con los establecimientos educacionales.	3 semanas	Concretar al menos 2 acuerdos de los 3 de los diálogos informativos propuestos con los establecimientos educacionales de la zona urbana de Paine. A través de un documento que recoja las propuestas e ideas generadas por los estudiantes en las reuniones desarrolladas.
Vincular el Centro Cultural de Paine con las comunidades artísticas y educativas de la zona urbana.	Relaciones Públicas	Creación del "Festival Juvenil de Talentos", a realizarse en mayo en el Teatro Municipal con motivo del aniversario de la comuna, que promueva la participación de estudiantes de Paine, permitiéndoles ensayar y utilizar las instalaciones del Centro Cultural para incentivar el desarrollo del arte y la cultura.	- Organización del festival y generación de bases de datos de la competencia. Contactar a los directores de los establecimientos educacionales para que realicen la convocatoria y seleccionen a sus estudiantes que van a concursar. Programar ensayos de los participantes en el Centro Cultural. Programación de presentaciones. Desarrollo del festival.	8 semanas	Contar con la inscripción y participación de al menos 10 grupos o estudiantes en la primera edición del "Festival Juvenil de Talentos".
		Creación de la "Gala de los mejores", a realizarse en agosto en el Teatro Municipal, que consiste en una elección para 30 jóvenes destacados de cinco establecimientos educacionales de la zona urbana de Paine (Colegio María Ana Rojas, Liceo Enrique Bernsten, Liceo Alemania, Liceo Paula Jaraquemada y Colegio Santa María de Paine, 10 estudiantes por establecimiento), en las áreas de la cultura, música, arte y deporte.	Reunión con los 5 directores de los establecimientos seleccionados en el Centro Cultural para informales sobre la dinámica de la gala. Organización de la gala y selección de estudiantes a distinguir. Desarrollo de la gala.	4 semanas	Contar con la participación de al menos el 60% de los estudiantes considerados por establecimiento educacional.

Comunicación digital	Creación de la campaña digital "Vamos al Centro Cultural", que informará durante 6 meses una vez a la semana en Instagram y Facebook sobre cómo solicitar sus instalaciones disponibles (Teatro, Sala Parroquial, Sala multifuncional, Sala de música, Estudio de grabación), por medio de cápsulas audiovisuales y la elaboración de gráficos ilustrativos.	Creación de la campaña por parte del periodista contratado. Elaboración de cápsulas audiovisuales por parte del periodista contratado. Contactar a diseñador externo para elaboración de gráficos ilustrativos.	24 semanas	Aumentar en un 10% el promedio de comentarios en Instagram y Facebook en las publicaciones (actualmente poseen 2 comentarios en promedio por publicación propia) Incrementar en un 10% la cantidad de veces en que se compartan las publicaciones en Instagram y Facebook (actualmente posee un promedio de 3 veces compartidos en Facebook y 5 veces en Instagram)
	Elaboración de 6 videos testimoniales, 1 por mes, con profesores, alumnos, beneficiarios y asistentes al Centro Cultural de Paine, que den cuenta de su experiencia participando de sus actividades y recomienden su vinculación con la organización.	Contactar a los protagonistas de los videos testimoniales. Creación y edición de los videos testimoniales a publicar.	24 semanas	Elaboración y publicación de al menos el 60% de los videos testimoniales propuestos.

4.- Presupuesto de Trabajo:

De acuerdo con las actividades definidas en el plan, se determinó que el Centro Cultural debe destinar el siguiente presupuesto para tres áreas de acción: relaciones públicas, comunicación digital y medios de comunicación, con el propósito de fortalecer la relación de la organización con sus habitantes, principalmente con las Juntas de Vecinos de Paine urbano y sus estudiantes, potenciar su trabajo en el área comunicacional y visibilizar la labor que desempeña en la comuna.

ÁREAS DE ACCIÓN	ACTIVIDADES	VALOR	Periodo 2025	DESGLOSE	RESPONSABLE
Objetivo: Reforzar la imagen del Centro Cultural de Paine hacia los vecinos como un agente de integración social y participación ciudadana.					
Relaciones Públicas	Creación de Base de Datos, acerca de las 50 Juntas de Vecinos de Paine Centro	\$0	Enero	Crear una base de datos de las Juntas de Vecinos con las que cuenta la zona urbana de Paine en un Excel. En este apartado serán 50 JUV y se identificará sus nombres, presidentes, dirección y número de teléfono.	Directora Centro Cultural, Verónica Arana
	Generar una charla informativa con 6 juntas de vecinos: Villa Las Américas, Villa Los Ríos, Padre Mateo, Altos de Cantillana, Morcira Castillo y 16 de Septiembre, con una de ellas por mes, para comunicar sobre el trabajo que desarrolla el Centro Cultural, escuchar sus intereses y recoger sus propuestas.	\$0	Enero - Febrero	Selección de 6 Juntas de Vecinos Villa Las Américas, Villa Los Ríos, Padre Mateo, Altos de Cantillana, Morcira Castillo y 16 de Septiembre.	Equipo Centro Cultural
	Preparación de charla informativa con material necesario para la actividad con las JUV.	\$20.000	Enero - Febrero	Contratación de diseñador gráfico para creación de flyer informativo de 13x13 centímetros, a color por ambos lados. Valor del diseño: \$20.000	Directora Centro Cultural, Verónica Arana y diseñador gráfico externo.
	Preparación de charla informativa con material necesario para la actividad con las JUV.	\$150.000	Enero - Febrero	Impresión de 1.000 flyer explicativos con la información de todos los servicios que ofrece el Centro Cultural. Valor por impresión en hoja carta a color por ambos lados: \$300 pesos c/u, con dos flyers por cada hoja.	Secretaría del Centro Cultural, Fernanda Duprat.
	Preparación de charla informativa con material necesario para la actividad con las JUV.	\$170.020	Enero - Febrero	Reunión presencial que incluye "coffee break" para 650 personas aproximadamente. Se contempla en estas compras insumos para las 6 JUV, seleccionadas anteriormente. Incluye: 20 bebidas de 3 litros. Valor por botella: \$2.990 - Total: \$59.800 10 jugos de 1,5 litros. Valor por botella: \$1.550 - Total: \$15.500 3 cafés de 125 g. Valor por cada uno: \$2.490 - Total: \$7.470 2 cajas con 100 bolsas de té. Valor por cada uno: \$4.750 - Total: \$9.500 8 bolsas de hielo de 2 kilos cada una. Valor por unidad: \$1.690 - Total: \$10.140 650 vasos plásticos. Valor por 50 vasos: \$2.750 - Total: \$35.750 3 kilos de azúcar. Valor por kilo: \$1.250 - Total: \$3.750 3 paquetes de servilletas de 200 unidades cada uno. Valor por paquete: \$1.190 - Total: \$3.570 12 paquetes de galletas sueltas. Valor por cada paquete: \$2.150 - Total: \$26.280	Directora Centro Cultural, Verónica Arana.
	Traslado del equipo del Centro Cultural a las reuniones en las sedes de las JUV	\$20.000	Enero - Febrero	Traslado a reuniones informativas con las JUV. Gasto de traslado en combustible para las reuniones con las 6 JUV, en sus sedes	Directora Centro Cultural, Verónica Arana y Gestor Cultural, Marco Calderón
Comunicación digital	Crear un grupo de Whatsapp con las juntas de vecinos de Paine Centro y sus miembros, para entregar información de interés sobre las actividades que realiza el Centro Cultural semanalmente.	\$0	Febrero	Conformación de grupos de WhatsApp luego de las reuniones sostenidas con el equipo del Centro Cultural para la posterior difusión de las actividades y servicios que se desarrollan. (70 a 80 personas por grupo de WhatsApp).	Directora Centro Cultural, Verónica Arana.
	Contratación de periodista a honorarios para desarrollar trabajo en el área de comunicaciones del Centro Cultural de ½ jornada.	\$4.550.000	Febrero - Septiembre	Contratación de un periodista a ½ jornada, para realizar el trabajo de comunicaciones en el Centro Cultural propuesto en este plan. Valor bruto a honorarios por 7 meses: \$650.000	Directora Centro Cultural, Verónica Arana.
	Elaboración de una grilla de 30 días para Instagram y Facebook, que permita organizar, proyectar y medir el alcance de las publicaciones del Centro Cultural en estas redes sociales, que además contemple 6 efemérides destacables que permitan reforzar su imagen y cercanía hacia los vecinos.	\$90.000	Febrero - Septiembre	Preparación de grillas mensuales para redes sociales del Centro Cultural Contempla 6 gráficos ilustrativos con efemérides destacadas en el año. Creación de 6 imágenes ilustrativas para las efemérides por diseñador externo. Valor por diseño: \$15.000	Periodista contratado por el Centro Cultural (idealmente que sea de Paine y que conozca la identidad de la comuna). Diseñador gráfico externo.

	Creación de la campaña digital "¿Qué se hace en Paine?", que informará durante 6 meses con dos publicaciones semanales en Instagram, Facebook y Whatsapp, sobre las actividades y talleres más relevantes hechos y por realizar en el Centro Cultural, a través de fotografías, registros audiovisuales y elaboración de gráficas ilustrativas.	\$187.500	Febrero - Septiembre	Dois publicaciones semanales en Instagram y Facebook, sobre actividades y talleres relevantes del Centro Cultural, a través de fotografías de eventos, videos con duración de 90 segundos y elaboración de 15 gráficas ilustrativas simples. Valor cada gráfica ilustrativa: \$12.500.	Periodista contratado por el Centro Cultural. Diseñador gráfico externo.
	Elaboración de una nota web por mes con la noticia más destacada del Centro Cultural de Paine en los últimos 30 días, que sea publicada a través de su sitio web y difundida por los grupos de Whatsapp de las Juntas de Vecinos, además de Facebook e Instagram.	\$0	Febrero - Septiembre	Elaboración de una nota informativa mensual en el sitio web que destaque la noticia más relevante del Centro Cultural de los últimos 30 días.	Periodista contratado por el Centro Cultural.
Medios de comunicación	Gestionar entrevistas radiales en radio "Golondrina" en los meses de enero, marzo y mayo y otras escritas en la revista "Todo Paine", en los mismos meses mencionados anteriormente, con el propósito de que la directora del Centro Cultural informe a los vecinos sobre las actividades e intervenciones a realizar por parte de la organización con el desarrollo del festival al aire libre "Teatro a Mil" en Paine (enero), la presentación de la nueva parilla de talleres semestrales (marzo) y las actividades con motivo del aniversario de la comuna (mayo) y el día de los patrimonios (mayo).	\$0	Enero - Marzo y Mayo	Gestión de 4 entrevistas radiales en radio local "Golondrina" (sin costo adicional) en los meses de enero, marzo y mayo, para informar acerca de actividades claves en dichas fechas, como el "Teatro a Mil" (enero), la presentación de la nueva parilla de los talleres que se imparten, aniversario de la comuna y Día de los Patrimonios".	Periodista contratado por el Centro Cultural.
	Gestión de prensa con "Revista Todo Paine", en la que se comprarán dos páginas para informar o invitar a los vecinos a los eventos más destacados en tres fechas relevantes.	\$275.940	Enero - Marzo y Mayo	Tres entrevistas a la directora del Centro Cultural en la revista local "Todo Paine", en los meses de enero, marzo y mayo, para informar o invitar a los vecinos a eventos destacados en la comuna como: "Teatro a Mil" (enero), la presentación de la nueva parilla de los talleres que se imparten (marzo), aniversario de la comuna y Día de los Patrimonios (ambos en mayo). Se adquirirá dos cantas por meses señalados. Valor por cantita: \$45.990.	Periodista contratado por el Centro Cultural.

Objetivo: Vincular el Centro Cultural de Paine con las comunidades educativas de la zona urbana.

	Generar tres diálogos informativos, uno por mes, sobre el trabajo y oferta del Centro Cultural con 40 estudiantes de enseñanza media de tres establecimientos educacionales de la zona urbana de Paine, que se encuentran cercanos (Colegio María Ana Moggas, Liceo Enrique Bernstein y Liceo Alemania), en donde se capturará sus impresiones, sugerencias e incorporarán recomendaciones.	\$0	Marzo	Selección de establecimientos educacionales con los que se trabajará: Colegio María Ana Moggas, Liceo Enrique Bernstein y Liceo Alemania.	Directora Centro Cultural, Verónica Arana y Gestor Cultural, Mario Calderón.
	Preparación de charlas informativas con material necesario para actividad con establecimientos educacionales.	\$19.500	Marzo	Impresión de 130 flyer informativos del Centro Cultural. Valor por impresión en hoja carta a color por ambos lados: \$300 pesos c/u, con dos flyers por cada hoja. Impresión de 65 hojas: \$19.500	Secretaría del Centro Cultural, Fernanda Duprat.
	Preparación de charlas informativas con material necesario para actividad con establecimientos educacionales.	\$54.870	Marzo	Reunión presencial que incluye "coffee break" para 130 personas aproximadamente. Se contempla en estas compras insumos para los 3 establecimientos educacionales. Incluye: 8 bebidas de 3 litros que tienen un valor por botella de \$2.990 - \$26.910 150 vasos plásticos. Valor 50 vasos: \$2.750 - Total: \$8.250 9 paquetes de galletas surtidas. Valor por cada paquete: \$2.190 - Total: \$19.710	Directora Centro Cultural, Verónica Arana y Gestor Cultural, Mario Calderón.
	Reunión que se desarrollará en los establecimientos educacionales.	\$0	Marzo	Traslado a pie hacia las reuniones informativas con los establecimientos educacionales a trabajar, debido a su cercanía.	Directora Centro Cultural, Verónica Arana y Gestor Cultural, Mario Calderón.

Relaciones Públicas	Creación del "Festival Juvenil de Talentos", a realizarse en mayo en el Teatro Municipal con motivo del aniversario de la comuna, que posee la participación de estudiantes de Paine, permitiéndoles ensayar y utilizar las instalaciones del Centro Cultural para incentivar el desarrollo del arte y la cultura.	\$16.530	Marzo - Abril	Reunión presencial a realizarse en el Centro Cultural con los directores, que incluye "coffee break": 2 bebidas de 3 litros. Valor por botella: \$2.990 - Total: \$5.980 50 vasos plásticos. Valor 50 vasos: \$2.750 3 paquetes de galletas surtidas. Valor por cada paquete: \$2.190 - Total: \$6.570	Directora Centro Cultural, Verónica Arana y Gestor Cultural, Mario Calderón.
	Preparación y organización del "Festival Juvenil de Talentos", que contempla preparación de material para distinciones y reconocimientos.	\$40.000	Mayo	Impresión de 300 invitaciones para las familias de los alumnos participantes del Festival Juvenil de Talentos. Valor por impresión en opalina a color por un solo lado que contempla 3 flyer: \$400 pesos c/u. Valor impresión de 100 hojas: \$40.000.	Secretaría del Centro Cultural, Fernanda Duprat.
	Preparación y organización del "Festival Juvenil de Talentos", que contempla preparación de material para distinciones y reconocimientos.	\$12.500	Mayo	Servicios de diseñador gráfico externo para creación de diplomas de reconocimiento de 28x21,5 cm a los estudiantes que participaron del Festival Juvenil de Talentos. Valor del diseño: \$12.500	Directora Centro Cultural, Verónica Arana y diseñador gráfico externo.
	Preparación y organización del "Festival Juvenil de Talentos", que contempla preparación de material para distinciones y reconocimientos.	\$20.000	Mayo	Impresión de 50 diplomas para los estudiantes que participaron del Festival Juvenil de Talentos. Valor por impresión en opalina a color por un solo lado: \$400 pesos c/u. Impresión 50 hojas: \$20.000.	Secretaría del Centro Cultural, Fernanda Duprat.
	Preparación y organización del "Festival Juvenil de Talentos", que contempla preparación de material para distinciones y reconocimientos.	\$320.000	Mayo	Premios que el Centro Cultural entregará en efectivo a los tres primeros lugares: 1° Lugar: \$150.000 pesos. 2° Lugar: \$100.000 pesos. 3° Lugar: \$70.000 pesos. Total en dinero: \$320.000.	Encargada de Finanzas, Susana Mercado.
	Creación de la "Gala de los mejores" a realizarse en agosto en el Teatro Municipal, que consiste en una ceremonia de premiación para 50 estudiantes destacados de cinco establecimientos educacionales de la zona urbana de Paine (Colegio María Ana Moggas, Liceo Enrique Bernstein, Liceo Alemania, Liceo Paula Jaraquemada y Colegio Santa María de Paine, 10 estudiantes por establecimiento), en las áreas de la cultura, música, arte y deporte.	\$25.000	Junio	Reunión entre Centro Cultural y directores de establecimientos para invitarlos a ser parte de la "Gala de los mejores" (Colegio María Ana Moggas, Liceo Enrique Bernstein, Liceo Alemania, Liceo Paula Jaraquemada y Colegio Santa María de Paine, 10 estudiantes por establecimiento).	Directora Centro Cultural, Verónica Arana.

	Preparación y organización de "Gala de los Mejores".	\$12.500	Junio	Servicios de diseñador gráfico externo para creación de diploma de reconocimiento para todos los estudiantes que participen de la gala, de 28x21,5 centímetros. Valor del diseño \$12.500	Directora Centro Cultural, Verónica Arana y diseñador gráfico externo.
	Preparación y organización de "Gala de los Mejores".	\$20.000	Junio	Impresión de 50 diplomas para los estudiantes que participaron de la gala. Valor por impresión en opalina a color por un solo lado: \$400 pesos cu. Impresión 50 hojas: \$20.000.	Secretaria del Centro Cultural, Fernanda Duprat.
	Desarrollo del evento.	\$357.680	Junio	"Coffee break" para 350 personas: 5 Tortas de manjar con bizcocho de vainilla. Valor de cada una: \$55.000 - Total: \$275.000 12 bebidas de 3 litros. Valor por botella: \$2.950 - Total: \$35.860 350 vasos plásticos. Valor 50 vasos plásticos: \$2,75 - Total: \$10.250 3 paquetes de servilletas de 200 unidades cada uno. Valor por paquete: \$1.190 - Total: \$3.570 350 platos de cartón. Valor por 100 unidades: \$3.250 - Total: \$13.000 350 tenedores plásticos. Valor por paquete de 100 unidades: \$2.740 - Total: \$10.960	Encargado de Finanzas, Susana Mercado
Comunicación digital	Creación de la campaña digital "Vamos al Centro Cultural", que informará durante 6 meses, una vez a la semana, en Instagram y Facebook sobre cómo solicitar sus instalaciones disponibles (Teatro, Sala Patrimonial, Sala multidisciplinaria, Sala de música, Estudio de grabación), por medio de cápsulas audiovisuales y la elaboración de gráficas ilustrativas.	\$225.000	Febrero - Septiembre	Creación de la campaña por parte del periodista contratado y publicación de contenido. Servicios de diseñador externo para elaboración de 18 gráficas ilustrativas simples. Valor cada gráfica ilustrativa: \$12.500.	Periodista contratado por el Centro Cultural. Diseñador gráfico externo.
	Elaboración de 6 videos testimoniales, 1 por mes, con profesores, alumnos, beneficiarios y asistentes al Centro Cultural de Paine, que dan cuenta de su experiencia participando de sus actividades y recomiendan su vinculación con la organización.	\$0	Febrero - Septiembre	Contactar a los protagonistas de los videos testimoniales. Creación y edición de los videos testimoniales a publicar.	Periodista contratado por el Centro Cultural.
TOTAL	\$6.589.020 + IVA				

CONCLUSIÓN

La implementación de un plan de comunicación estratégica y digital para el Centro Cultural de Paine ha permitido identificar y estructurar las necesidades comunicacionales y de vinculación con la comunidad local, destacando la importancia de establecer una relación más sólida y sostenible con los habitantes y organizaciones de la comuna. La propuesta presentada busca no solo fortalecer la imagen del Centro como un referente cultural en Paine, sino también maximizar su impacto al mejorar la accesibilidad de la información y generar canales de comunicación más eficaces, como un esfuerzo organizado y concatenado al logro de un objetivo (Venturino, 2011).

A través de la investigación y el análisis de percepciones, se evidenció la falta de conocimiento sobre la oferta cultural del Centro, lo que subraya la urgencia de contar con una estrategia digital que impulse su presencia y participación en las plataformas digitales. Asimismo, el acercamiento a las juntas de vecinos y a las instituciones educativas locales se proyecta como un pilar fundamental para alcanzar los objetivos de vinculación, creando oportunidades para una participación activa y sostenida de diversos grupos de la comuna.

En conclusión, este plan de comunicación establece las bases para que el Centro Cultural de Paine consolide su rol como motor de desarrollo cultural y social, respondiendo a las necesidades de sus habitantes y adaptándose al contexto digital contemporáneo. La continuidad y el seguimiento de estas estrategias permitirán no solo potenciar la oferta cultural y educativa, sino también fomentar un sentido de identidad y pertenencia en la comunidad painina hacia su Centro Cultural.

REFERENCIAS

- Ferrer, M. Aguirre, E. & Méndez, R (2020) UX Una metodología de diseño eficiente
- Coca Carasila, M., (2007). Importancia y concepto del posicionamiento una breve revisión teórica. Perspectivas.
- Smith, R. Strategic Planning for Public Relations.
- Venturino, Paul., (2011). Relaciones públicas y comunicación estratégica.

Sitios web consultados:

Plan de Gobierno, (2021), Gabriel Boric:
<https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan%2Bde%2Bgobierno%2BAD%2B2022-2026%2B%282%29.pdf>

Caso Convenios, (2023), Fundaciones y organizaciones que se encuentra siendo investigadas por casos de corrupción
<https://ellibero.cl/actualidad/caso-convenios-los-101-proyectos-por-mas-de-8-mil-millones-que-vivienda-financio-sin-fundamentos/>

Discurso cuenta pública, (2023), Alcalde de Paine Rodrigo Contreras
<https://www.paine.cl/cuenta-publica-2023/>

Discurso cuenta pública, (2024), Presidente Gabriel Boric
<https://www.gob.cl/cuentapublica2024/>

Datos de demografía y población.
<https://www.ine.gob.cl/>

Fuentes vivas entrevistadas:

Ana María Hernández, Club de Cueca y Taller adulto mayor de Paine

Claudia Lobos, presidenta de la Junta de Vecinos Aculeo 21

Estefanía Jiménez, Encargada de Comunicaciones Corporación Cultural de San Clemente

María Verónica Arana Lepeley, Directora Ejecutiva del Centro Cultural de Paine

Mario Calderón, Gestor Cultural del Centro Cultural de Paine

Susana Mercado, Encargada de Finanzas y Recursos Humanos del Centro Cultural de Paine